



MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

TRABALHO FINAL DE MESTRADO DISSERTAÇÃO

O IMPACTO DA SUSTENTABILIDADE NA HOTELARIA EM LISBOA

Henrique Carlos Peres do Rosário

Julho de 2025



MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

TRABALHO FINAL DE MESTRADO DISSERTAÇÃO

O IMPACTO DA SUSTENTABILIDADE NA HOTELARIA EM LISBOA

Henrique Carlos Peres do Rosário

ORIENTAÇÃO:

Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmiento Ferreira

Julho de 2025

Agradecimentos

A realização desta tese representa dois anos de um percurso acadêmico exigente, mas cheio de aprendizagens que irei usar ao longo dos anos na minha vida profissional, algo que não seria possível sem o apoio de várias pessoas às quais eu expresso a minha gratidão.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer ao meu orientador da dissertação de Mestrado, o Professor Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira por todo o apoio que me deu, o acompanhamento do início ao fim, com bastante paciência e valiosos conselhos e sugestões bastante úteis para todo o trabalho.

À minha família um especial agradecimento pois tiveram do início ao fim a apoiar-me incondicionalmente, no qual deram-me forças para acabar e ter coragem para defrontar qualquer desafio.

Um especial agradecimento à minha namorada que me incentivou a começar o Mestrado que me acompanhou ao longo dessa jornada, ao encorajar-me ao estudar comigo e dar-me apoio em qualquer área de estudo tal como na vida pessoal.

Aos meus amigos que tornaram esta jornada mais fácil pois apoiaram no momento essencial para enfrentar os desafios, mas acima de tudo para ser o que sou hoje.

Aos meus colegas de curso no qual através de partilhas, trabalhos de grupo poderem ajudar-me a concluir este curso de forma enriquecedora.

E por fim um agradecimento especial aos meus professores que ao longo deste mestrado contribuíram com informações, sugestões, conhecimento que farão parte da minha vida.

A todos, um muito obrigado por tudo e fazerem parte da minha vida.

Resumo

Atualmente vivemos num mundo cada vez mais globalizado onde a sustentabilidade é um tema crucial em todos os setores, nomeadamente na ligação com o Turismo.

O turismo, enquanto um dos setores mais dinâmicos da economia mundial, enfrenta desafios ambientais, sociais e económicos.

A sustentabilidade surge como um conceito essencial para equilibrar o crescimento económico com a preservação ambiental, promovendo práticas que minimizem impactos negativos e assegurem o desenvolvimento a longo prazo.

Os avanços tecnológicos têm impulsionado mudanças significativas na hotelaria, em particular em Lisboa, alterando hábitos de consumo e influenciando a sustentabilidade do setor.

A adoção de energias renováveis, a redução do desperdício, a valorização do património local e o incentivo ao turismo interno destacam-se como estratégias que não só diminuem os efeitos adversos do turismo, como também aumentam a competitividade e atraem turistas mais conscientes.

Do ponto de vista metodológico, a Netnografia revelou-se uma abordagem qualitativa robusta e adequada ao estudo de interações em ambientes digitais, permitindo a recolha e análise aprofundada de dados sobre as perceções e práticas de sustentabilidade no contexto hoteleiro lisboeta.

Os resultados demonstram que um número cada vez maior de unidades hoteleiras tem adotado práticas sustentáveis nas vertentes ambiental, social e económica, promovendo a valorização do património local e reforçando o compromisso com a responsabilidade social apesar de vários constrangimentos financeiros.

Conclui-se que a sustentabilidade na hotelaria em Lisboa contribui para ganhos em reputação, competitividade e alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, sendo fundamental o apoio de políticas públicas e a qualificação contínua dos profissionais para consolidar um turismo mais ético, consciente e sustentável.

Palavras-Chave: Turismo, Hotelaria, Sustentabilidade, Impacto

Abstract

We currently live in an increasingly globalised world where sustainability is a crucial issue in all sectors, particularly in relation to tourism.

Tourism, as one of the most dynamic sectors of the global economy, faces environmental, social and economic challenges.

Sustainability is an essential concept for balancing economic growth with environmental preservation, promoting practices that minimise negative impacts and ensure long-term development.

Technological advances have driven significant changes in the hotel industry, particularly in Lisbon, altering consumption habits and influencing the sector's sustainability.

The adoption of renewable energies, waste reduction, the enhancement of local heritage and the promotion of domestic tourism stand out as strategies that not only reduce the adverse effects of tourism, but also increase competitiveness and attract more conscious tourists.

From a methodological point of view, Netnography proved to be a robust qualitative approach suitable for studying interactions in digital environments, allowing for the collection and in-depth analysis of data on perceptions and practices of sustainability in the Lisbon hotel context.

The results show that an increasing number of hotels have adopted sustainable practices in environmental, social and economic areas, promoting the enhancement of local heritage and reinforcing their commitment to social responsibility despite various financial constraints.

It is concluded that sustainability in the hotel industry in Lisbon contributes to gains in reputation, competitiveness and alignment with the Sustainable Development Goals, with public policy support and the continuous training of professionals being essential to consolidate more ethical, conscious and sustainable tourism.

Keywords: Tourism, Hospitality, Sustainability, Impact

Lista de Siglas e Acrónimos

GEE – Gases com Efeito de Estufa

LED – *Light-Emitting Diode*

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

TFM – Trabalho Final de Mestrado

VAC – Ventilação Aquecimento e Ar-Condicionado

WTTC – World Travel and Tourism Council

Índice

Resumo.....	ii
Abstract	iii
Lista de Siglas e Acrónimos.....	iv
Índice de Tabelas e Figuras.....	vi
Introdução	1
Capítulo 1: Enquadramento teórico.....	4
1.1 Conceito de Sustentabilidade	4
1.2 Evolução mundial do turismo.....	7
1.3 Impacto económico no turismo	11
1.4 A ligação entre hotelaria e sustentabilidade	18
Capítulo 2: Metodologia.....	23
2.1 Netnografia.....	23
Capítulo 3: Estudo de caso	26
Conclusões	29
Referências Bibliográficas.....	32
Anexos	38

Índice de Tabelas e Figuras

Tabela 1: Classificação dos recursos renováveis e não renováveis	5
Tabela 2: Amostra de hotéis em Lisboa de 4 a 5 estrelas	40
Tabela 3: Medidas de sustentabilidade dos hotéis presentes na amostra.....	43
Figura 1: Chegada de turistas internacionais 1950-2012.....	13
Figura 2: Receitas do turismo internacional 1950-2012.....	14
Figura 3: Canais de mediação das finanças digitais inclusivas que afetam o desenvolvimento do turismo sustentável.....	14
Figura 4: Localização das sedes das maiores empresas hoteleiras do Mundo, 2017	38
Figura 5: Fatores de globalização da indústria hoteleira	38

Introdução

Vários estudos têm mostrado que a sustentabilidade têm tido um papel central no setor hoteleiro, especialmente em destinos turísticos de elevada afluência, como Lisboa.

O turismo e a hotelaria destacam-se cada vez mais como pilares fundamentais da economia, tanto a nível europeu como global. Paralelamente, e segundo (Malheiro et al., 2020), a sustentabilidade tem vindo a ganhar relevância nas últimas décadas, sendo amplamente debatida no meio académico e social.

O turismo, como um dos maiores motores da economia global, gera tanto benefícios económicos consideráveis quanto desafios em termos de gestão de recursos e impacto sobre as comunidades locais.

Os crescimentos exponenciais do turismo em todo mundo têm gerado benefícios económicos expressivos, mas também desafios consideráveis, nomeadamente no que se refere à preservação ambiental, à gestão eficiente dos recursos e ao impacto social nas comunidades locais, isso nota-se em todo o mundo tal como a capital portuguesa.

A crescente procura por destinos turísticos segundo (Malheiro et al., 2020), tem, muitas vezes, levado à exploração excessiva dos recursos naturais e ao desequilíbrio social. Nesse contexto, o turismo sustentável visa integrar práticas que promovam o crescimento económico sem comprometer o meio ambiente ou os direitos das comunidades envolvidas tal como o conceito de desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável é um conceito que visa alcançar um equilíbrio entre o crescimento económico, o desenvolvimento social e o desenvolvimento bem-estar e preservação ambiental, garantindo o bem-estar das gerações atuais e futuras (Penerliev & Ahmed, 2024).

À medida que o conhecimento sobre esta temática se expande, a adoção de práticas sustentáveis na hotelaria não é apenas uma escolha estratégica, mas uma exigência incontornável para garantir o equilíbrio entre o desenvolvimento do setor e a

responsabilidade ambiental e social.

Contudo, no setor hoteleiro, a investigação sobre este tema é mais recente, levantando questões que não representam apenas desafios, mas também oportunidades estratégicas de diferenciação e competitividade.

A adoção de práticas sustentáveis nos hotéis de Lisboa envolve diversas vertentes, desde a otimização da eficiência energética e a redução do desperdício até à valorização de um turismo mais responsável e inclusivo. A crescente consciência dos viajantes em relação às questões ambientais e sociais tem incentivado muitas unidades hoteleiras a implementarem políticas que reduzam a sua pegada ecológica e ampliem os benefícios para as comunidades locais

Além disso, uma vez que todas as empresas têm um compromisso com o futuro, estas iniciativas irão configurar-se como uma vantagem competitiva, consolidando a recompensa dos hotéis e atraindo um público cada vez mais exigente e atento à sustentabilidade.

Esta dissertação tem como propósito analisar o impacto da sustentabilidade na hotelaria em Lisboa, investigando as estratégias adotadas pelos hotéis para incorporar práticas ecológicas e socialmente responsáveis na sua operação.

Em Portugal, o turismo tem experimentado uma grande evolução, com Lisboa a destacar-se como um dos destinos mais procurados na Europa. Esse crescimento acelerado, no entanto, trouxe a necessidade de compensar o modelo de desenvolvimento, de modo a garantir que o aumento da atividade turística não prejudique os recursos naturais e o bem-estar da população local.

Por sua vez, irão ser explorados os desafios e oportunidades inerentes à transição sustentável do setor, bem como os seus efeitos na experiência dos hóspedes, na rentabilidade das unidades hoteleiras e na imagem da cidade enquanto destino turístico sustentável.

Com esta TFM, pretende-se fomentar uma reflexão aprofundada sobre a relevância da

sustentabilidade na hotelaria e apresentar recomendações que possam contribuir para as considerações de um modelo de turismo mais equilibrado, ético e responsável.

Mais do que uma tendência, a integração de políticas sustentáveis na hotelaria e no turismo é uma necessidade incontornável para garantir um futuro mais consciente, inclusivo e sustentável, sendo o turismo, por exemplo, em outros países identificado como um potente impulsionador do crescimento económico em países em desenvolvimento (Dai, Chen & Zheng, 2025).

Esta dissertação irá ser dividida em 4 capítulos, numa fase inicial deste trabalho, será realizado um enquadramento teórico através de uma revisão literária com o propósito de identificar fundamentos teóricos que sustentem a sustentabilidade e o setor do turismo onde se encontra a hotelaria. A Revisão de Literatura irá estar dividida em três partes começando pelo que é a sustentabilidade, seguido pelo impacto económico e concluindo com a ligação entre o turismo e a sustentabilidade. Posteriormente, no Capítulo 2 será apresentada a metodologia utilizada no estudo, a netnografia que consiste num método de investigação digital que analisa o comportamento e a interação dos utilizadores em comunidades online. Em seguida, no Capítulo 3, estará apresentado o estudo de caso onde são analisadas as práticas de sustentabilidade em hotéis de 4 e 5 estrelas em Lisboa com certificação reconhecida pela plataforma Booking.com, com base numa amostragem de 53 unidades e análise das suas medidas ambientais, sociais e económicas. Por fim, no Capítulo 4, será possível encontrar a conclusão de que a sustentabilidade no setor hoteleiro de Lisboa representa uma oportunidade estratégica que alia responsabilidade ambiental, impacto social positivo e valorização económica, consolidando a cidade como um destino turístico de referência.

Por fim, este TFM tem como objetivo contribuir para uma compreensão mais aprofundada dos benefícios e do impacto da sustentabilidade, seja ele positivo ou negativo, enaltecendo a importância da sustentabilidade no turismo, mas também com um olhar aprofundado sobre as práticas impostas pelos hotéis de Lisboa, identificando caminhos para um desenvolvimento mais harmonioso entre a atividade turística e as necessidades do planeta e das comunidades.

Capítulo 1: Enquadramento teórico

1.1 Conceito de Sustentabilidade

Para uma melhor compreensão a sustentabilidade tem-se consolidado como um dos principais temas de debate nas últimas décadas, permeando diversas áreas do conhecimento e ganhando relevância em setores chave, como o turismo.

Segundo Penerliev e Ahmed (2024) este conceito é sustentado por três pilares essenciais: económico, ambiental e social, emergindo como uma resposta às preocupações crescentes em torno do meio ambiente e seus ideais, ou seja, “esses três pilares serviram como base comum para vários padrões de sustentabilidade e sistemas de certificação nos últimos anos” (Popa et al., 2014, pág. 1051).

Essa percepção de sustentabilidade como uma oportunidade de negócio levou à criação de organizações como o Sustainability Consortium da Society for Organizational Learning, o Sustainable Business Institute e o World Council for Sustainable Development.

Para uma melhor compreensão, a sustentabilidade é “como um conceito de política tem sua origem no Relatório Brundtland de 1987. Esse documento revelava a preocupação com a tensão entre as aspirações da humanidade em direção a uma vida melhor, por um lado, e as limitações impostas pela natureza, por outro” (Kuhlman & Farrington, 2010, pág.3436).

Segundo Penerliev e Ahmed (2024) Os recursos naturais são finitos e seu esgotamento ou manipulação podem ter impactos irreversíveis para as futuras gerações. Para garantir um desenvolvimento sustentável, é essencial gerir estes recursos de forma responsável e equilibrada, mantendo o consumo, promovendo a sua renovação e protegendo a biodiversidade. Isso implica a redução de resíduos, o aumento da eficiência energética e a necessidade de transição para fontes de energia renováveis.

Contudo, ao remontar a história Calisto et al. (2021) comenta que a ideia de sustentabilidade existe desde a antiguidade, mas ganhou destaque com o crescimento

populacional e o aumento do consumo após a Revolução Industrial. A preocupação com o esgotamento de recursos essenciais, como madeira, carvão e petróleo, levou à consciencialização sobre a necessidade de uma gestão responsável. O reconhecimento de que as gerações futuras não conseguiram manter o seu nível de vida impulsionou o debate que viria a dar origem ao conceito de desenvolvimento sustentável.

Já Penerliev e Ahmed (2024) argumentam que a mudança no significado da sustentabilidade pode ocultar a contradição entre bem-estar universal e preservação ambiental, destacando mais a dimensão ecológica e a separação dos aspetos sociais dos económicos, que estão interligados. Defende-se um regresso ao conceito original, centrado no bem-estar das futuras gerações e na preservação de recursos não renováveis, em vez da satisfação imediata das necessidades. O termo surgiu na silvicultura, com o significado de colher apenas o que a floresta pode regenerar, e foi usado pela primeira vez em 1713 na palavra alemã *Nachhaltigkeit*.

A sustentabilidade é um tema atual e em constante evolução, não abrangendo apenas uma abordagem ambientalmente responsável, mas também economicamente sustentável e socialmente justa. Através da sustentabilidade também se pode definir os recursos renováveis e não renováveis, como é possível observar na Tabela 1.

Tabela 1. Uma classificação quádrupla de recursos naturais e culturais.		
	Não renovável	Renovável
Natural	por exemplo, solo, biodiversidade, combustíveis fósseis	por exemplo, água, floresta, ar limpo
Feito pelo homem	por exemplo, pinturas, paisagens	capital

Tabela 1: Classificação dos recursos renováveis e não renováveis

Fonte: Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010)

Neste contexto, serão apresentados dois exemplos de boas práticas de sustentabilidade na comunicação, aplicadas especificamente aos setores da hotelaria e do turismo em Portugal. Este estudo contribui para a reflexão sobre a interligação entre sustentabilidade, turismo, hospitalidade e comunicação, culminando na apresentação de diretrizes para o futuro.

Sendo o turismo um motor essencial da economia local, a sua prioridade deve ser garantir a previsão sustentável das operações a longo prazo, em vez de se concentrar exclusivamente na rentabilidade imediata. (Malheiro et al., 2020).

No entanto Pernerliov e Ahmed (2024) afirmam que a sustentabilidade está relacionada com os recursos que deixamos para as futuras gerações, incluindo recursos naturais, qualidade ambiental e capital. Embora que alguns recursos naturais se esgotem, essa perda pode ser compensada pelo crescimento do capital

No entanto, há quem discorde dessa ideia e defende que a sustentabilidade deve focar na preservação dos recursos naturais, sem depender da substituição pelo capital. Sendo assim a sustentabilidade pode ser vista sob duas perspetivas: a “fraca”, que permite a substituição de recursos naturais por capital, e segundo Ekins et.al (2003) a sustentabilidade “forte” define limites que não devem ser ultrapassados, com base em decisões sociais, políticas e na resiliência dos ecossistemas.

As duas perspetivas podem ser definidas segundo Kuhlman & Farrington (2010), como a sustentabilidade fraca é então o parâmetro pelo qual os resultados das políticas dentro deste espaço são avaliados ao contrário da sustentabilidade forte que pode ser vista como uma série de limites que não devem ser ultrapassados.

Wang et al. (2024) afirma que encontraram uma forte relação positiva entre inclusão financeira e desenvolvimento económico, e uma parte crucial do desenvolvimento sustentável é a promoção de inovações e tecnologias que contribuir para um uso mais sustentável dos recursos e uma gestão mais eficiente dos sistemas naturais (Pernerliov & Ahmed, 2024).

A relação entre a sustentabilidade e o setor do turismo pode ser ampliada e isso tem um grande potencial para criar uma experiência de destino acessível (Polat & Hermans, 2016).

Em resumo deste capítulo revela-se que a sustentabilidade tem vindo a consolidar-se como um conceito central nas últimas décadas com preponderância nos pilares ambiental, económico e social, sendo que esse conceito procura responder aos desafios do

desenvolvimento equilibrado, promovendo a preservação dos recursos naturais, a justiça social e a viabilidade económica a longo prazo.

Tal como se demonstrou, a evolução histórica revela que existe uma crescente consciencialização sobre os limites do crescimento e a necessidade de garantir o bem-estar das gerações futuras.

Por fim, no setor do turismo e da hotelaria, a integração de práticas sustentáveis é essencial não apenas para mitigar os impactos negativos da atividade, mas também para criar valor, reforçar a competitividade e responder às exigências de um mercado cada vez mais conscientes sendo a sustentabilidade encarada de diferentes perspetivas, variando entre abordagens mais flexíveis ou mais conservadoras no uso e substituição de recursos.

1.2 Evolução mundial do turismo

O turismo é uma das indústrias mais dinâmicas e em constante evolução no panorama global. Ao longo dos últimos anos constataram-se diversas alterações e várias transformações, impulsionadas por inúmeros fatores como mudanças económicas e acontecimentos históricos, políticas de incentivo para aumentar a atração dos países, avanços significativos e principalmente mudanças socioculturais.

Num contexto cada vez mais globalizado o turismo tornou-se um dos principais motores da economia mundial, contribuindo para o desenvolvimento regional, a criação de emprego e o intercâmbio cultural entre nações.

No entanto, tal como irei falar à posterior, vários desafios e vários fatores são postos em causa, tal como a sustentabilidade e os seus impactos, acontecimentos históricos, por exemplo a recente pandemia da COVID-19, e a demonstração de necessidade de inovação e adaptação no sector.

Perante este panorama, a presente TFM pretende analisar a evolução do turismo mundial, identificando os fatores determinantes para a sua transformação ao longo do tempo e as perspetivas para o futuro.

Mas então qual a história desde o passado até ao presente onde nos encontramos sobre o Turismo? Segundo Ranasingh et al. (2021) o turismo tem acompanhado a evolução da civilização humana, manifestando-se de diferentes formas ao longo do tempo. Apesar dos desafios que enfrentaram, consolidaram-se como um dos principais motores da economia global na atualidade.

Segundo Akmalevna (2025) o turismo sempre esteve presente na história da humanidade, mas assumiu diferentes formas ao longo do tempo. No início, viajar era uma necessidade ligada ao comércio, à política ou à sobrevivência, com mercadores, exploradores e conquistadores a cruzarem territórios por diferentes motivos.

Consequentemente, a história do turismo tem-se transformando, e hoje, segundo Ranasingh et al. (2021), o turismo é um agente transformador essencial, impulsionando a prosperidade socioeconómica em diversas regiões do mundo. Outras perspetivas são dadas como o turismo foi identificado como um potente impulsionador do crescimento económico em países em desenvolvimento. A Agenda 2030 das Nações Unidas destaca o papel vital do turismo no avanço dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Dai, Chen, & Zheng, 2025).

Pode dizer-se que os diferentes setores se têm vindo a adaptar, e claro o setor do turismo também, pois tem passado por uma evolução significativa, desde uma atividade elitista e de lazer até uma prática mais consciente e sustentável, que alia responsabilidade económica e ecológica.

Tal como diz Ranasingh et al. (2021), desde os primórdios, o turismo evoluiu significativamente, influenciado pelos avanços tecnológicos, desde os meios de transporte rudimentares até às tecnologias modernas, como por exemplo os cruzeiros. A própria Akmalevna (2025), observa desde a Antiguidade Clássica, que gregos e romanos fizeram viagens também por lazer, atraídos por eventos como os Jogos Olímpicos ou pelas atrações culturais de cidades como Atenas e Roma. Foi apenas no século XIX, com a Revolução Industrial, que o turismo se tornou acessível a um maior número de pessoas.

O desenvolvimento dos transportes, sobretudo das redes ferroviárias e dos navios a vapor, permitiu que a classe média começasse a viajar para além das suas localidades. Mais

tarde, com a aviação comercial, as viagens tornaram-se ainda mais rápidas e acessíveis, dando origem ao turismo de massas.

Hoje, o turismo assume diversas formas, refletindo os avanços tecnológicos e as mudanças sociais. Seja pelo desejo de lazer, cultura ou aventura, viajar continua a ser uma parte essencial da experiência humana.

Ou seja, segundo Biju et al. (2024) o turismo tornou-se em larga escala ao atrair viajantes de baixa e média renda por meio de serviços turísticos de baixo custo em uma forma padronizada com instalações mínimas (Williams, 2010). Como resultado, o tamanho e o escopo do turismo cresceram significativamente, transformando-a em uma das maiores indústrias do mundo.

Com essas observações nota-se que segundo Ranasingh et al. (2021), o turismo, inicialmente uma necessidade ligada à sobrevivência, comércio e política, evoluiu para uma atividade de lazer e status social, especialmente entre as elites europeias. A Revolução Industrial foi um marco fundamental, tornando as viagens mais acessíveis devido ao avanço dos transportes e ao aumento da renda disponível. No século XX, o turismo de massa ganhou força, impulsionado pelo crescimento econômico e pela modernização dos meios de transporte. No entanto, as guerras internacionais interromperam temporariamente essa expansão. Após a Segunda Guerra, o setor se reergueu, beneficiando-se do aumento da mobilidade e do desejo de explorar novos destinos.

Através de uma abordagem histórica e analítica, procura-se compreender de que forma o turismo se moldou e foi moldado pelas mudanças sociais, económicas e tecnológicas, destacando os seus desafios e oportunidades. Tendo em conta este desafio um dos aspetos cada vez mais crítico da avaliação do valor das estratégias de *branding* de destinos é o seu alinhamento com os objetivos do turismo sustentável (Van der Zee, Camatti, Bertocchi, & Shomali, 2024) as comunidades locais podem desenvolver infraestruturas e produtos turísticos que não só contribuem para o desenvolvimento económico da região, mas também fornecem educação e possivelmente entretenimento (Du, Ghorbani, Ni, & Pan, 2024).

Quando se olha para números e segundo Lopes (2023) a Europa continua a ser o continente mais visitado do mundo, com 744 milhões de turistas e 563 mil milhões de euros em receitas (WTTC, 2021). Contudo, deve salientar-se que a COVID-19 induziu uma situação disruptiva conduzindo à quebra de crescimento do setor turístico. Apesar disso, a Organização Mundial do Turismo (OMT) reviu em alta as previsões para 2022 e calculou que as entradas de turistas internacionais iriam situar-se entre os 55% e os 77%, em relação aos níveis de 2019, tendência que foi possível identificar relativamente ao 1º semestre de 2022.

Outros dados indicam que o Turismo é um dos setores económicos que se destaca sendo dos mais significativos e de acordo com Santos, V. (2021) o World Travel and Tourism Council (WTTC) em 2018, o setor de viagens e turismo experimentou um crescimento de 3,9% superando o da economia global (3,2%) pelo oitavo ano consecutivo. Nos últimos 5 anos, um em cada cinco empregos foi criado pelo setor, tornando as viagens e o turismo o melhor parceiro para os governos gerarem empregos.

Além disso, segundo Pantelescu (2012) as Viagens e turismo têm muitos benefícios positivos, incluindo o facto de serem, para muitos países, a principal fonte de criação de empregos e receitas (Pender & Sharpley, 2005)

O turismo fornece cerca de 6% a 7% dos empregos do mundo e milhões a mais indiretamente por meio do efeito multiplicador em outros setores, desde a construção à agricultura ou telecomunicações. O turismo também responde por 30% das exportações mundiais de serviços (US\$ 1 trilhão por ano) e 45% do total de exportações de serviços em países em desenvolvimento (Organização Mundial do Turismo, 2010).

Em 2012, a indústria do turismo atingiu um ponto histórico com um bilhão de chegadas internacionais em um ano pela primeira vez, de acordo com o Barómetro Mundial do Turismo (2013).

Levando em consideração esses factos, o artigo apresenta a evolução do turismo internacional no mundo analisando as tendências e as implicações económicas.

Um ponto interessante realçado é que aos dias de hoje e segundo Ranasingh et al. (2021), o turismo é um fenómeno global, influenciado pela interdependência económica e pelas preocupações ambientais. O desenvolvimento sustentável tornou-se essencial, com a

indústria a procurar soluções tecnológicas para reduzir impactos negativos. O turismo continua a adaptar-se às exigências da sociedade, mantendo-se um reflexo das transformações históricas e sociais.

Em resumo verificamos que nos dias de hoje, o turismo é um dos setores mais dinâmicos da economia global, desempenhando um papel estratégico no desenvolvimento regional, na criação de emprego e na promoção do intercâmbio cultural.

A sua evolução tem sido moldada por fatores económicos, avanços tecnológicos, acontecimentos históricos e mudanças socioculturais. Desde os primórdios da civilização, ao movimento populacional que esteve ligada a práticas turísticas, inicialmente motivadas por razões comerciais, políticas ou de subsistência, evoluindo para uma atividade de lazer em larga escala no qual a revolução industrial marcou um ponto de viragem ao ampliar o acesso e intensificar os impactos socioeconómicos do setor.

Atualmente, o turismo enfrenta novos desafios, como a urgência da sustentabilidade ambiental, os efeitos de crises globais (como a pandemia de COVID-19) e a necessidade de alinhar-se com os ODS da Agenda 2030. Neste contexto, torna-se essencial compreender o turismo como reflexo das transformações sociais e económicas, bem como o seu potencial para promover um desenvolvimento mais inclusivo, resiliente e sustentável.

1.3 Impacto económico no turismo

Para uma melhor compreensão podemos ver que, aos dias de hoje, o turismo contribui significativamente para o PIB global, segundo Pantelescu (2012) a contribuição direta do turismo para o PIB global é de 5% e gera 235 milhões de empregos no mundo todo, representando 30% das exportações mundiais de serviços, já que o volume de negócios do turismo iguala ou até supera o das exportações de petróleo, produtos alimentícios ou automóveis (Organização Mundial do Turismo, 2012).

Tal como dito anteriormente a expansão deve-se a inúmeros fatores como o Biju, T. et al (2024) explica, a procura crescente resultante dos efeitos da industrialização, como meios

de transporte mais velozes, uma classe média em expansão com maior rendimento disponível e direito a férias pagas, levou ao aparecimento do turismo de massas a nível global. Sem dúvida, o turismo de massa trouxe grandes benefícios às comunidades locais dos destinos, especialmente no especto económico. No entanto, o seu crescimento descontrolado intensificou os impactos negativos, levantando sérias preocupações quanto à sustentabilidade. Isso impulsionou o turismo responsável, uma alternativa ao turismo de massas.

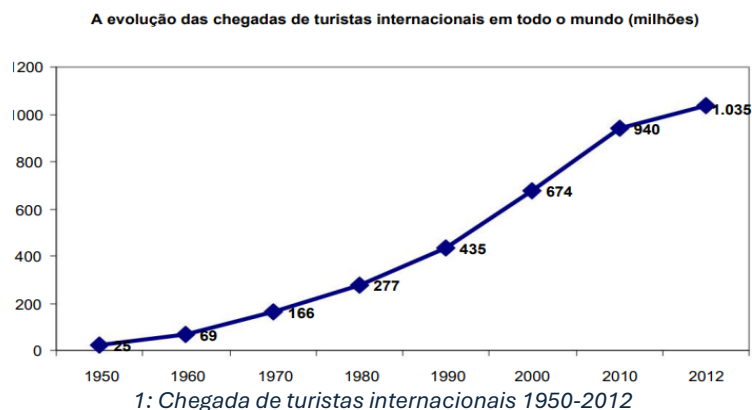
Segundo Pantelescu (2012), explicita que a indústria de viagens e turismo é responsável pela criação de empregos, tirando as pessoas da pobreza, e ampliando horizontes. O turismo representa um dos pilares que devem ser apoiados pelos governos do mundo todo como parte da solução para estimular o crescimento económico. Para 2030, o Barómetro Mundial do Turismo prevê que a chegada de turistas internacionais na Europa chegará a 1,8 bilhão de turistas internacionais.

Através do WTTC consegue-se perceber que apesar da pandemia o Turismo cresceu cada vez mais aproximando-se para números antes pandemia. Em 2023, a contribuição do setor para o Produto Interno Bruto (PIB) europeu foi de 2,4 biliões de dólares americanos, representando 9,1% da economia da região. Este valor traduz-se num crescimento anual de 9,1% e reflete a importância estratégica do turismo para o continente europeu.

Podemos destacar através do WTTC também vários países da Europa que evidenciaram desempenhos notáveis, Espanha é um dos exemplos pois teve uma recuperação muito significativa, com um crescimento de 15,7% em relação a 2019 e uma contribuição de cerca de 228 mil milhões de dólares para o PIB. França, Alemanha, Itália e o Reino Unido continuam entre os líderes europeus no setor, tanto em termos absolutos como em dinamismo económico.

No contexto europeu, Portugal afirma-se cada vez mais como um destino turístico de excelência. A retoma do setor é visível nos mais recentes indicadores nacionais, impulsionada por uma procura internacional robusta e pela consolidação de produtos turísticos distintivos. Este cenário reforça a necessidade de políticas públicas sustentáveis e de estratégias que assegurem a competitividade e a resiliência do setor, num país cuja economia permanece fortemente influenciada pelo desempenho do turismo.

Após analisar as tendências do turismo ao longo de 60 anos, observa-se que o número de chegadas de turistas internacionais cresceu significativamente, passando de 25 milhões em 1950 para 940 milhões em 2010, como ilustrado na Figura 1.



Fonte: Pantelescu (2012)

Quando se olha para o turismo o mesmo, segundo Yoshinta (2024), procura satisfazer as necessidades físicas, mentais e intelectuais dos viajantes, proporcionando experiências prazerosas e impulsionando simultaneamente a economia local.

O desenvolvimento económico segundo Wang et al. (2024) proporciona e contribui para a inovação no turismo regional, promovendo a construção de marca turística e de lazer. As finanças, sendo o núcleo da economia regional, desempenham um papel essencial para reduzir riscos, alocar recursos e facilitar transações, contribuindo para o crescimento do setor turístico.

Segundo dados Pantelescu (2012), constamos, segundo a Figura 2, que existe uma evolução bastante significativas nas receitas e que a mesma contribui para evolução dos países.

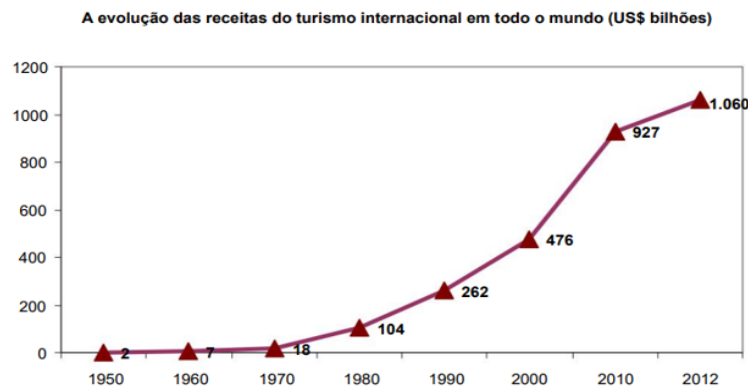


Figura 2: Receitas do turismo internacional 1950-2012

Fonte: Pantelescu (2012)

Esse acesso aos recursos financeiros melhorou a liberalização do setor e reduziu custos, proporcionando melhores condições para o financiamento da indústria do turismo através de serviços como empréstimos e *leasing*.

Além disso, um sistema financeiro eficiente pode diminuir os custos de viagem e melhorar a experiência dos turistas. O avanço tecnológico, impulsionado pelo desenvolvimento financeiro, aumenta a eficiência operacional do setor turístico por meio de inovações como inteligência artificial, *big data* e *blockchain* são exemplo disso e como demonstra Wang et al. (2024) a China, onde a divisão administrativa a nível de condado é de base organizacional, o impacto do desenvolvimento financeiro digital no turismo é dinâmico e não linear, acompanhando o rápido crescimento da economia digital como se vê na Figura 3.

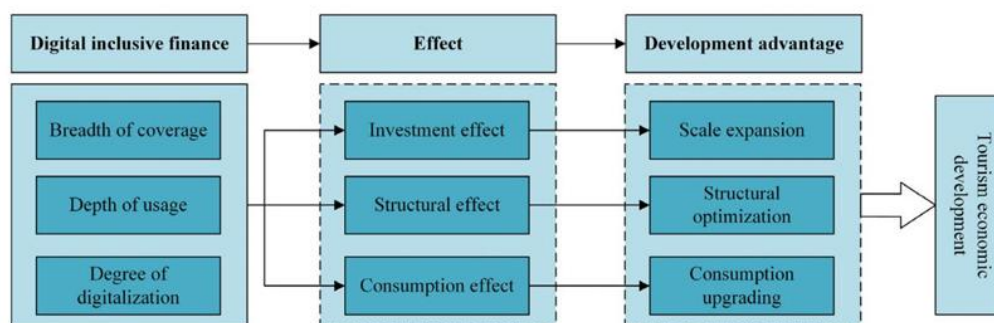


Figura 3: Canais de mediação das finanças digitais inclusivas que afetam o desenvolvimento do turismo sustentável

Fonte: Wang et al. (2024)

No turismo falamos muitas vezes de estratégias que tendem a ser inclusivas e não se restringem apenas a uma nacionalidade ou tipo específico de turismo, sendo exemplo

disso e segundo Yoshinta (2024) A Estratégia de Marketing de Turismo Halal, que surge como uma alternativa no setor turístico da Indonésia, alinhando-se à tendência global do turismo halal, que segue os princípios da sharia. Este segmento apresenta um elevado potencial económico e destaca-se pela sua abordagem inclusiva, atraindo tanto viajantes muçulmanos como não muçulmanos. O turismo halal tem vindo a ganhar relevância a nível global, impulsionando a economia de várias regiões e contribuindo para a captura de receita cambial.

O Desenvolvimento de Recursos Humanos é essencial para o crescimento do setor, abrangendo formação, mentoria, planeamento de sucessão e melhoria da produtividade. Estas iniciativas, realizadas presencialmente ou virtualmente, promovem a qualificação profissional e a sustentabilidade do turismo.

Os estudiosos e profissionais da área do turismo cada vez mais têm atenção na avaliação do impacto económico das despesas dos turistas. Isso tem impulsionado a discussão sobre o impacto dos turistas na geração de riqueza económica e emprego, além de contribuir para a correção dos desequilíbrios estruturais da economia como um todo.

Consequentemente “O principal problema do setor turístico deve-se à complexidade na definição do produto turístico, uma vez que não existe um padrão, e que pode variar dependendo da nacionalidade, idade e dos gostos individuais dos turistas” (Figueiras, 2015, pág. 6).

O turismo sempre foi um fator positivo para a economia portuguesa e emprega cerca de 8% da população e contribui com cerca de 10% para o PIB (Neves, 2010).

Em 2007, Portugal era o 20.º destino turístico mais visitado, recebendo sobretudo turistas de Espanha, Reino Unido, França e Alemanha. Lisboa e Algarve geram mais lucros no setor do alojamento, enquanto o Norte tem a maior oferta hoteleira.

Segundo Figueiras (2015) a região de Lisboa destaca-se pela sua significativa contribuição para o PIB, fruto da diversidade da sua oferta turística. Por outro lado, o Algarve apresenta um turismo mais concentrado no produto “Sol e Praia”, caracterizado por uma forte sazonalidade. Neste sentido, seria importante promover a diversificação do produto turístico, através da criação de ofertas não sazonais, com o objetivo de atenuar as

flutuações da procura ao longo do ano.

Entre os impactos positivos, destaca-se a criação de empregos, ainda que muitos sejam temporários, o aumento das receitas fiscais através de impostos e taxas turísticas, o incentivo ao investimento em infraestruturas e a valorização do património e da cultura, particularmente em cidades como Lisboa, Porto, Sintra e Évora.

Além disso, a diversidade da oferta turística tem permitido o desenvolvimento do turismo sustentável, rural e de luxo. No entanto, existem desafios a superar, como a pressão sobre infraestruturas e serviços públicos, o aumento do custo de vida nas cidades turísticas devido à especulação imobiliária, a desigualdade no crescimento regional e a dependência económica excessiva do turismo, que pode fragilizar a economia em períodos de crise. A preocupação estende-se também ao impacto ambiental, especialmente nas zonas costeiras.

Quando olhamos para a Europa, relativamente ao continente, é o destino turístico mais visitado do mundo, segundo Breda et al. (2020), a Europa representa 51% das chegadas de turistas internacionais e 44% das receitas globais do setor. O turismo é uma atividade essencial na União Europeia, gera mais de 5% do PIB e empregando 5,2% da força de trabalho.

As perspetivas futuras apontam para um turismo mais sustentável, a digitalização e inovação nos serviços hoteleiros, a diversificação da oferta com abordagem no turismo de natureza, enoturismo e turismo de saúde, bem como a expansão para mercados emergentes como a Ásia e a América Latina. Uma gestão equilibrada da hotelaria em Portugal é essencial para garantir um desenvolvimento sustentável e inclusivo, apostando na inovação e na responsabilidade ambiental.

Segundo Breda et al. (2020), em Portugal a indústria do turismo é composta maioritariamente por pequenas e microempresas, que enfrentam desafios devido à globalização, mas também encontram oportunidades através da internacionalização e da cooperação empresarial, adotando estratégias recomendadas pela Comissão Europeia para aumentar a competitividade e expandir mercados.

A indústria hoteleira é crucial para o turismo em Portugal, contribuindo de forma significativa para o Produto Interno Bruto, o emprego, o crescimento regional e a atração de investimentos internacionais.

Segundo Breda et al. (2020), os dados do mercado global de turismo indicam que este setor é dominado por pequenas empresas, com 95% do setor de alojamento e alimentação classificado como pequenos negócios.

Apesar disso, grandes corporações transnacionais continuam a definir padrões e influenciar a indústria hoteleira, especialmente em economias menos desenvolvidas. Em 2017, 45% das maiores empresas hoteleiras tinham sede na América, principalmente nos EUA, enquanto a Europa mantinha 26% e a Ásia crescia para 24%, com destaque para a China. Portugal tem duas empresas no ranking das 300 maiores: Pestana Hotels & Resorts (120.^a) e Vila Galé (198.^a) como podemos constatar na Figura 4.

Com a observação dos dados é possível concluir que a Ásia regista o maior crescimento na hotelaria corporativa, com destaque para a China e a Índia, enquanto o Japão e a China concentram 67% das maiores empresas do setor na região.

Em Portugal, a internacionalização do turismo é limitada pela predominância de pequenas empresas, mas a integração em redes internacionais tem esse processo facilitado. Em 1998, 47,5% dos hotéis portugueses já estavam ligados a esquemas internacionais e o setor hoteleiro liderou a internacionalização do turismo português, tendo acelerado nos anos 2000, com parcerias como a da Accor e do grupo Amorim em Cuba e Moçambique.

Em resumo deste capítulo, atualmente, o turismo constitui um dos principais motores da economia mundial, assumindo um papel determinante no crescimento do PIB, na criação de emprego e na dinamização do setor de serviços.

Após a conclusão verifica-se que a sua expansão nas últimas décadas resultou de diversos fatores, entre os quais se destacam a industrialização, o aumento do poder de compra da classe média, a melhoria das condições de mobilidade e os avanços tecnológicos nos domínios dos transportes e da comunicação.

Apesar dos indiscutíveis benefícios económicos e sociais que são visíveis, estes estão associados ao turismo de massas, nos quais este modelo se revelou igualmente impulsionador de externalidades negativas, como a pressão sobre os recursos naturais, a degradação ambiental e a sobrecarga de determinados destinos. Tais constrangimentos favoreceram o surgimento de formas alternativas de turismo, mais sustentáveis e responsáveis, centradas na inclusão, na inovação e na diversificação da oferta.

O desenvolvimento tecnológico surge, neste contexto, como instrumento fundamental para a modernização da atividade turística, contribuindo para o aperfeiçoamento da experiência do visitante e para o reforço da competitividade dos destinos.

No caso de Portugal, o turismo representa um eixo central da economia nacional, contribuindo de forma expressiva para o PIB e para a crescente empregabilidade. Portugal tem vindo a apostar na diversificação da oferta turística e na valorização do seu património cultural e natural. Contudo, persistem desafios significativos, nomeadamente as disparidades regionais, a sazonalidade, a pressão sobre os centros urbanos e a excessiva dependência económica do setor. Neste enquadramento, a integração em redes internacionais e o investimento contínuo em inovação e sustentabilidade têm-se vindo a revelar cruciais para assegurar um desenvolvimento turístico equilibrado, inclusivo e resiliente.

1.4 A ligação entre hotelaria e sustentabilidade

A sustentabilidade tem-se tornado um fator cada vez mais determinante no setor da hotelaria, especialmente em destinos turísticos de grande afluência, como Lisboa.

Ao longo deste TFM tenho demonstrado que o crescimento exponencial do turismo na capital portuguesa trouxe benefícios económicos significativos, mas também desafios relacionados com a preservação ambiental, a gestão dos recursos e o impacto social nas comunidades locais. Neste contexto, a implementação de práticas sustentáveis na hotelaria surge como uma necessidade estratégica para garantir um equilíbrio entre o desenvolvimento do setor e a responsabilidade ambiental e social.

Segundo Biju et al. (2024), o turismo sustentável na hotelaria surge como uma resposta

aos efeitos negativos do turismo de massas, como a perda de terras agrícolas, a introdução de mão-de-obra externa e a substituição de produtos locais o que representa uma preocupação de ordem económica, social e ambiental, promovendo uma conduta responsável por parte de indivíduos, entidades e empresas, beneficiando tanto os visitantes como as comunidades locais.

Para Malheiro et al. (2020) na hotelaria a adoção de políticas sustentáveis, apesar de implicar custos iniciais elevados ou maior sensibilidade por parte da gestão, pode gerar benefícios significativos a longo prazo, como a redução de custos operacionais e a diferenciação face à concorrência tal como podemos constatar através da Figura 5 o potencial e os benefícios a longo prazo.

Como é possível verificar, na hotelaria existem várias certificações a nível da sustentabilidade tendo consequentemente Jaecker (2023) defendido que a certificação desempenha um papel crucial nas decisões de consumo, especialmente no que diz respeito à qualidade e à sustentabilidade. Existem certificações de aplicação geral, bem como outras específicas para determinados sectores.

Segundo Njoroge (2019) a sustentabilidade económica na hotelaria é fundamental para assegurar a continuidade dos benefícios para clientes e partes interessadas. Envolve a capacidade de manter a lucratividade, promover o crescimento sustentável e gerir eficazmente os recursos. Face à evolução das exigências dos consumidores, os hotéis devem integrar inovação nos serviços, respondendo aos desafios ambientais e sociais emergentes.

De forma a responder aos turistas interessados Jaecker (2023) sublinha a evidência empírica que revela que igualmente uma determinada parcela dos turistas privilegia alojamentos certificados, demonstrando disponibilidade para pagar um valor superior por estes serviços, sendo o segmento das viagens corporativas particularmente sensível a tais critérios. Para além de promover a confiança, a certificação está associada a benefícios de natureza económica, nomeadamente o aumento da rentabilidade, a obtenção de vantagens competitivas e a ampliação da quota de mercado.

Contudo, nem todos têm capacidade devido a questões financeiras e tal como refere

Khatter (2023), apesar do reconhecimento crescente da responsabilidade ambiental na hospitalidade, a adoção de práticas sustentáveis continua limitada, sobretudo entre pequenas empresas, devido a restrições financeiras e percepções erradas sobre os custos. No entanto, medidas como o uso de produtos não tóxicos, a gestão de resíduos e o investimento em tecnologias verdes podem gerar benefícios económicos, reforçar a marca e aumentar a satisfação dos clientes. Integrar a sustentabilidade no modelo de negócio é fundamental para reduzir o impacto ambiental e garantir competitividade a longo prazo.

De acordo com Tomazzoni et al. (2009), a hotelaria pode impulsionar a inclusão social e a geração de emprego, mas os seus benefícios dependem da educação para a sustentabilidade e da consciência ambiental.

Apesar de ser a sustentabilidade em pequena escala, Khatter (2023) refere que quando amplamente implementada, tem o potencial de gerar impactos ambientais significativos. Esta TFM tem como intuito sublinhar a relevância de políticas ambientais bem definidas e do compromisso ativo das empresas na promoção de práticas sustentáveis, contribuindo simultaneamente para o bem-estar ambiental e para o reforço da competitividade do setor.

Consequentemente e segundo Almeida (2016) na hotelaria, embora o investimento inicial em práticas sustentáveis possa ser elevado, os custos operacionais tendem a ser inferiores a longo prazo, gerando retorno financeiro e benefícios socioambientais. A crescente exigência das novas gerações por consumo responsável desafia o setor a adaptar-se, tornando a sustentabilidade um fator chave para a competitividade e crescimento do turismo.

Um dos exemplos demonstrado por Mousavi et al. (2017) é que os países emergentes têm liderado a formulação de modelos de sustentabilidade adaptados a contextos regionais, com destaque para o setor hoteleiro. Em regiões fortemente dependentes do turismo, como o Chipre do Norte, a integração de práticas sustentáveis em novas construções e renovações é estratégica.

Várias medidas são aplicadas, podendo até ser poucas, mas fazerem a diferença, como Mousavi et al. (2017) sublinha que medidas como a adoção de iluminação LED, sistemas VAC eficientes, soluções construtivas com bom isolamento térmico, gestão energética

inteligente e lavandarias de baixo consumo evidenciam o potencial do setor para reduzir impactos ambientais e aumentar a eficiência operacional.

Apesar da ampla acessibilidade a práticas como a redução, reutilização e reciclagem de recursos, segundo Njoroge (2019) subsiste uma lacuna no entendimento quanto ao seu potencial para gerar vantagens económicas sustentáveis a longo prazo, apesar disso, o objetivo é articular a sustentabilidade com a hotelaria com implicações práticas para a gestão hoteleira e para o desenvolvimento de políticas corporativas mais eficazes

Para responder aos desafios atuais, é fundamental que gestores desenvolvam uma visão sistémica das transformações socioambientais e segundo Oliveira (2014) a implementação de Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) revela-se indispensável para a sustentabilidade, ao gerar benefícios financeiros e otimizar o uso de recursos, no setor hoteleiro, algumas redes já adotam estas estratégias, reduzindo custos operacionais e fortalecendo a imagem corporativa junto dos clientes.

Consequentemente, visto que as atividades turísticas podem representar vantagens económicas, também podem provocar diversos impactos ambientais e sociais nas comunidades locais com particularidade no setor hoteleiro tal como refere Matos e Costa (2014) onde defende que o setor hoteleiro exerce uma influência direta sobre o meio ambiente e através das suas operações diárias — receção, limpeza, cozinha, restauração e manutenção —, as quais podem resultar em efeitos negativos como o uso intensivo de recursos naturais, elevado consumo de água e energia, poluição hídrica, produção de efluentes não tratados, acumulação de resíduos e emissões atmosféricas poluentes. No entanto, quando planeada segundo os princípios da sustentabilidade, a atividade turística pode tornar-se um catalisador de mudança social positiva, gerando benefícios não apenas ambientais, mas também económicos, sociais e culturais.

A sustentabilidade no turismo e na hotelaria segundo Almeida (2016) consiste no equilíbrio entre dimensões ambientais, económicas e socioculturais, visando o desenvolvimento a longo prazo sem comprometer os recursos das gerações futuras, para além da gestão dos impactos também promove benefícios económicos e sociais nas comunidades locais, incentivando a consciência ambiental e a conservação.

Em resumo deste capítulo posso assumir que a sustentabilidade cada vez mais tem um papel central no setor da hotelaria, especialmente em destinos turísticos com elevada afluência, como Lisboa.

Apesar de se falar que o crescimento do turismo traz benefícios económicos consideráveis, também traz desafios significativos relacionados com a gestão ambiental, social e dos recursos. Neste contexto, e de forma a reforçar a TFM, a adoção de práticas sustentáveis na hotelaria surge como uma resposta estratégica para equilibrar o desenvolvimento do setor com a responsabilidade ambiental e social.

A implementação de políticas sustentáveis, embora possa implicar custos iniciais elevados, que muitas vezes as empresas não são capazes de assumir na maioria, no final apresenta benefícios a longo prazo, como a redução de despesas operacionais, a diferenciação no mercado e o aumento da confiança dos consumidores, pois a sustentabilidade não só contribui para a proteção ambiental, como também fortalece a marca, melhora a experiência do cliente e promove o crescimento económico sustentável.

Por fim, a sustentabilidade na hotelaria deve ser entendida como uma oportunidade de transformação positiva, integrando as dimensões económica, ambiental e sociocultural, e contribuindo para um modelo de turismo mais equilibrado, resiliente e justo.

Capítulo 2: Metodologia

2.1 Netnografia

Neste trabalho a metodologia usada foi a de netnografia, segundo Coombes e Jones (2020) a netnografia foi um método de investigação qualitativa que foi desenvolvido por Robert Kozinets que nos últimos anos tem vindo a ganhar cada vez mais a atenção em estudos interdisciplinares de forma a analisar as comunidades online de consumidores.

Em primeiro lugar, no que concerne à investigação qualitativa, esta distingue-se por privilegiar uma compreensão profunda e contextual dos fenómenos e, de acordo com Ali et al. (2024), assenta em questões abertas e num desenho metodológico flexível. Recorre a técnicas como entrevistas, observação e análise documental, possibilitando a exploração de significados, motivações e dinâmicas de difícil quantificação. Apesar de apresentar limitações no que se refere à generalização dos resultados e exigir um investimento temporal mais elevado, proporciona uma análise rica e pormenorizada da realidade em estudo, contribuindo para uma interpretação mais sólida e abrangente dos contextos sociais e humanos.

A investigação qualitativa, adotada nesta tese e conforme refere Christou (2025), privilegia uma compreensão aprofundada e contextual das vivências humanas, valorizando a subjetividade e os significados socialmente construídos. Enquadra-se numa perspetiva construtivista e recorre a amostras intencionais e de dimensão reduzida, utilizando métodos como a etnografia e os grupos focais para explorar o “como” e o “porquê” dos fenómenos, captando, assim, toda a sua complexidade e riqueza.

Existe muitas perceções do que trata a netnografia, contudo uma boa descrição seria que “é uma ferramenta analítica que se baseia no método tradicional de observação participante da antropologia, que ocorre presencialmente, para investigar a sinergia e o conhecimento criados por meio da comunicação digital” (Dutta e Sharma, 2025, pág. 31).

Ao recorrer para a minha pesquisa durante a tese e segundo a Dutta e Sharma (2025) a netnografia é um método de investigação digital que analisa o comportamento e a interação dos utilizadores em comunidades online.

Contudo, e segundo Coombes e Jones (2020), apesar do crescente uso de redes sociais para tomada de decisões de compra, a netnografia ainda não é um método predominante na investigação em consumo. Com o avanço das tecnologias digitais e a proliferação de comunidades online (como comunidades de marca e e-tribos), há uma oportunidade para os investigadores repensarem as metodologias usadas.

Durante a minha investigação utilizei a netnografia como uma forma inovadora de analisar interações em meios digitais, segundo Mutia et al. (2024) a netnografia permite uma análise qualitativa profunda do cotidiano digital, utilizando conteúdos como textos, imagens, vídeos e outros formatos mediáticos como dados. Ao invés da participação ativa, o método valoriza o envolvimento com os dados já existentes, possibilitando uma imersão crítica e reflexiva pela minha parte.

A escolha desta metodologia é devida e segundo Kabelá et al. (2024) a netnografia cria declarações mais ricas e centradas no uso atual dos serviços, pois é uma opção de baixo custo e que pode ser integrada com tecnologias como IA, apesar disso a presença humana continua essencial para garantir a qualidade da análise.

Como disse anteriormente, e segundo Shaara et al. (2024), a netnografia é uma abordagem qualitativa que aplica a etnografia ao estudo de comunidades virtuais, analisando interações em redes sociais. Permite um acesso eficaz e económico a dados globais, sendo utilizada em áreas como o comportamento do consumidor e questões sociais, ao completar Kabelá et al. (2024) explicita que é uma abordagem qualitativa que estuda as interações em comunidades virtuais, sendo cada vez mais aplicada para identificar as necessidades dos consumidores e fomentar a inovação.

Segundo Villegas (2018) poderá haver vários tipos de netnografia como a digital a simbólica a auto-netnografia e a humanista que são amplamente utilizadas em áreas como turismo, educação online e estudos culturais, podendo ser um método autónomo ou parte de uma investigação maior, um dos exemplos de um dos tipos de netnografia e tal como diz Coombes e Jones (2020) a autonetnografia surge como uma extensão relevante da netnografia, permitindo ao investigador explorar e registar as suas próprias experiências como membro dessas comunidades online.

Com o passar dos anos e com cada vez mais metodologias de trabalho reparamos que os “Contemporary digital consumer movements are increasingly fluid, poised between the fixity of older, embodied protests and the flexibility of new collective modalities.” (Kozinetsa & Seraj-Aksitb, 2024, pág. 349).

Para esta TFM a escolha foi fácil pois segundo Kabelá et al. (2024) a netnografia é uma técnica eficiente, económica e versátil que permite ao investigador contactar participantes de várias partes do mundo e permanecer por longos períodos no “campo” de investigação onde a qual se revela bastante indicada para explorar temas culturais, políticos ou sensíveis, fornecendo dados abundantes, naturais e longitudinais. A minha decisão foi apoiada pela posição de Xharavina et al. (2020) que defende que a netnografia constitui numa metodologia qualitativa emergente particularmente eficaz na análise de comunidades online, oferecendo aos profissionais de marketing um meio económico, eficiente e aprofundado de recolha de dados sobre o comportamento do consumidor.

Segundo Xharavina et al. (2020) este método tem vindo a ganhar destaque no sector da moda, turismo, hotelaria e campo de investigação pois permite uma melhor compreensão das perceções e práticas dos consumidores, especialmente no contexto digital.

Além disso, e segundo Kabelá et al. (2024) dá aos participantes a oportunidade de refletirem antes de responder. No entanto, enfrenta desafios como a dificuldade em validar identidades online, o risco de interagir com conteúdos gerados por robôs ou inteligência artificial e a falta de controlo sobre os dados recolhidos, que podem ser desorganizados ou retratar realidades imaginárias. Requer ainda uma atenção rigorosa a questões éticas, sobretudo no que respeita à privacidade e ao consentimento.

Capítulo 3: Estudo de caso

Para o estudo de caso utilizou-se a plataforma Booking.com para recolher uma amostra de unidades hoteleiras que possuísem o certificado de sustentabilidade e se encontrassem localizadas na cidade de Lisboa. Os critérios de inclusão contemplaram as unidades hoteleiras de quatro estrelas e cinco estrelas localizadas na capital, ficando assim com uma amostra de 282 hotéis em Lisboa no total, mas com certificado de sustentabilidade a amostra foi reduzida para 53 unidades hoteleiras, mais precisamente 34 de 4 estrelas e 19 de 5 estrelas.

Foram enviados inquéritos aos hotéis selecionados para a mostra com o objetivo de perceber quais as medidas de sustentabilidade praticadas para obterem o certificado de sustentabilidade, tendo obtido resposta de parte de alguns dos hotéis, sendo que dos restantes a informação obtida foi através do próprio site no contempla um parâmetro com esse campo. Os hotéis escolhidos para a amostra podem encontrar-se na tabela 2 onde é possível verificar o respetivo nome, número de estrelas e número de quartos.

Primeiro começou-se por identificar as diferenças entre um hotel sem certificação e um hotel com certificação, tal como a plataforma Booking.com, no âmbito do seu compromisso com a promoção de práticas de turismo sustentável, destaca unidades de alojamento que possuem certificações atribuídas por entidades externas. Esta ação é desenvolvida em colaboração com a Travalyst, uma entidade que define padrões de referência para a validação de organizações certificadoras utilizadas pelas plataformas parceiras. Embora o processo de avaliação dessas certificadoras ainda esteja em curso, a Booking.com continua a sua colaboração com aquelas que cumprem os critérios estabelecidos. As certificações atribuídas evidenciam a adoção de critérios rigorosos nos domínios da sustentabilidade ambiental, social e económica por parte das unidades de alojamento. Estas certificações constituem uma garantia adicional de que o alojamento implementou medidas concretas para promover práticas mais responsáveis e sustentáveis.

Os alojamentos certificados podem ser facilmente identificados através de um filtro específico nos resultados de pesquisa e por meio de uma etiqueta que assinala a sua certificação de sustentabilidade, como é possível ver na Tabela 3.

A análise comparativa de várias unidades hoteleiras em Lisboa permite evidenciar a crescente integração de práticas sustentáveis na gestão do setor, refletindo um compromisso com os princípios do desenvolvimento sustentável nas suas três dimensões fundamentais: ambiental, social e económico-cultural tal como relata a Tabela 3. Através da análise de parte escolhida de vários hotéis, consegue-se perceber quais as medidas que cada hotel em Lisboa aplica nas 3 dimensões.

Quando se fala nas 3 dimensões a primeira é a dimensão ambiental, verifica-se um esforço transversal na implementação de estratégias de manutenção do impacto ecológico. Um dos exemplos, tal como demonstra a Tabela 3, é o Hotel Mundial que aposta na gestão eficiente de recursos como a água e a energia, bem como na redução das emissões de gases com efeito de estufa (GEE). De igual modo, o EPIC SANA Lisboa Hotel e o Tivoli Oriente Lisboa Hotel investem em tecnologias limpas e em projetos ambientais locais, demonstrando sensibilidade para os desafios climáticos.

Outras das Iniciativas mais robustas são observadas em hotéis como o InterContinental Lisbon, que apresenta resultados concretos, como a redução de 25% no consumo energético através do programa Green Engage.

A segunda dimensão é social, os hotéis analisados revelam boas práticas na promoção da equidade e do bem-estar. A igualdade de oportunidades, o equilíbrio entre vida profissional e pessoal, e o envolvimento com a comunidade local são princípios evidenciados por unidades como o Hotel Mundial e o Tivoli Oriente. O InterContinental Lisbon destaca-se pelas suas parcerias com organizações como a ReFood e CERCI, contribuindo ativamente para o apoio social. Estas ações reforçam o papel dos hotéis enquanto agentes sociais com responsabilidade comunitária.

Por fim, a terceira dimensão que tem vindo a ganhar destaque nas estratégias de sustentabilidade é a dimensão económico-cultural e hotéis como o Grupo Eurostars e o H10 Duque de Loulé Boutique apostam na valorização da cultura local, por meio da preferência por produtos regionais, da promoção do turismo cultural e da preservação do património, estas unidades contribuem para uma abordagem mais sustentável no setor. Além disso muitos dos hotéis estabelecem colaborações com empresas locais, incentivando o desenvolvimento económico da região e contrariando os efeitos do

turismo massificado, como exemplifica o caso do H10 Duque de Loulé Boutique.

Para além disso, ainda importa referir o papel das certificações e parcerias como garantias externas do compromisso com a sustentabilidade. Iniciativas como o Green Key, o Programa Empresas Turismo 360º ou o selo Biosphere Certified são adotadas por diversas unidades hoteleiras, refletindo assim conformidade com padrões internacionais, mas também um posicionamento estratégico que alinha os objetivos empresariais com as expectativas dos *stakeholders* e os ODS; incentivando a escolha das pessoas por determinado hotel.

De forma geral, os efeitos positivos decorrentes da adoção de práticas sustentáveis revelam-se diversos e significativos tal como a diminuição da pegada ecológica, o incremento da eficiência operacional, a consolidação da reputação corporativa, a valorização da autenticidade cultural e o fortalecimento do papel das empresas na promoção da coesão social. Estas iniciativas não apenas potenciam a competitividade do setor, como também contribuem para a resiliência dos destinos turísticos, consolidando a hotelaria enquanto elemento central na promoção da sustentabilidade no âmbito do turismo.

Em resumo, com o estudo de caso na hotelaria em Lisboa, existe uma forte evidencia de uma implementação gradual de práticas sustentáveis nas áreas ambiental, social e económico-cultural, apoiada por certificações que asseguram credibilidade e competitividade. Embora existam algumas dificuldades financeiras, os benefícios alcançados, como maior eficiência, valorização do património local e reforço da responsabilidade social, demonstram que a sustentabilidade constitui um eixo estratégico para o crescimento do setor.

Conclusões

A presente dissertação teve como principal objetivo analisar o impacto da sustentabilidade no setor hoteleiro de Lisboa, evidenciando a forma como as práticas sustentáveis estão a ser integradas neste setor e as suas implicações nas dimensões ambiental, social e económica.

Através de uma cuidada revisão bibliográfica, da aplicação da metodologia da netnografia e da realização de um estudo de caso centrado em unidades hoteleiras certificadas com práticas sustentáveis na cidade de Lisboa, foi possível constituir uma amostra de 53 hotéis, dos quais 34 são de quatro estrelas e 19 de cinco estrelas. Esta seleção baseou-se em critérios de inclusão rigorosos, nomeadamente a existência de certificação de sustentabilidade visível na plataforma Booking.com, reconhecida pela sua colaboração com a iniciativa Travalyst na validação de práticas e entidades certificadoras. A recolha de dados foi complementada por uma observação sistemática das informações disponibilizadas nos respetivos websites institucionais. Foram analisados diversos aspetos associados às três dimensões da sustentabilidade, com destaque para as medidas de eficiência energética e hídrica, gestão de resíduos, integração de produtos e fornecedores locais, envolvimento com a comunidade, promoção da inclusão social e valorização da cultura local. Esta abordagem evidencia uma mudança paradigmática na gestão das unidades de alojamento, que passam a integrar os princípios do desenvolvimento sustentável como parte integrante das suas políticas e práticas operacionais.

Foi também possível constatar que a sustentabilidade transcende o estatuto de mera tendência, assumindo-se como uma exigência estratégica e um diferencial competitivo crescente no panorama hoteleiro.

Além disso, verificou-se que nos diversos hotéis de quatro e cinco estrelas em Lisboa, os mesmos estão a implementar medidas concretas que abrangem as três vertentes da sustentabilidade, nomeadamente a adoção de tecnologias para a eficiência energética, a valorização do património cultural e a promoção de uma inclusão social mais alargada. No domínio da sustentabilidade ambiental, é de destacar a crescente adoção de tecnologias inovadoras orientadas para a eficiência energética, nomeadamente sistemas

inteligentes de gestão de energia, a utilização de fontes renováveis e a incorporação de equipamentos de baixo consumo. Estas medidas contribuem significativamente para a mitigação do impacto ambiental das unidades hoteleiras, alinhando a sua operação com práticas ecológicas e responsáveis.

Relativamente à sustentabilidade cultural, observa-se a valorização do património local através da integração de elementos identitários na decoração dos espaços, na oferta gastronómica e na criação de experiências autênticas que exaltam a história, as tradições e a riqueza cultural da cidade de Lisboa. Esta abordagem reforça não só a ligação dos hotéis à comunidade envolvente, como também proporciona aos visitantes uma vivência mais genuína e enriquecedora. No que concerne à sustentabilidade social, é evidente um esforço contínuo na promoção da inclusão, patente tanto na contratação de colaboradores oriundos de contextos diversos como na aposta em serviços acessíveis e adaptados a diferentes perfis de hóspedes. Esta sensibilidade social contribui para a construção de ambientes mais equitativos, representativos e acolhedores.

Contudo apesar dos aspetos positivos, identificaram-se alguns desafios significativos, sobretudo para estabelecimentos de menor dimensão, decorrentes de limitações financeiras e da perceção de elevados custos iniciais associados a tais investimentos.

Apesar destes desafios, as documentações recolhidas evidenciam efeitos claramente positivos da implementação de práticas sustentáveis, tais como a redução dos custos operacionais a médio e longo prazo, o reforço da imagem e da reputação junto dos consumidores, o aumento da fidelização dos clientes e a contribuição para o alcance dos ODS.

Deste modo, é possível concluir que as certificações e parcerias revelam-se cruciais ao conferir legitimidade e transparência às iniciativas adotadas tal como o reforço dos hotéis para o mundo económico e seu envolvimento na sustentabilidade.

Assim, conclui-se que a sustentabilidade no setor hoteleiro lisboeta constitui não apenas uma resposta aos atuais desafios ambientais e sociais, mas igualmente uma oportunidade para repensar o modelo de crescimento do turismo urbano. A implementação de práticas sustentáveis beneficia simultaneamente o meio ambiente, as comunidades locais e

consolida Lisboa enquanto destino turístico de referência.

Em suma, recomenda-se o reforço das políticas públicas que promovam e apoiem a transição sustentável do setor hoteleiro, de modo que o impacto seja maior, tendo assim, uma visão estratégica de longo prazo que articule sustentabilidade e competitividade, garantindo que o setor hoteleiro de Lisboa continue a evoluir de forma equilibrada, resiliente e alinhada com os princípios do turismo responsável.

Tendo em conta os resultados obtidos, recomenda-se, para investigações futuras, o alargamento da análise a outras regiões de Portugal, bem como a realização de estudos comparativos com destinos internacionais, de modo a identificar semelhanças e especificidades contextuais nas práticas de sustentabilidade hoteleira.

Seria igualmente pertinente aprofundar o impacto económico destas práticas, nomeadamente ao nível da rentabilidade, da reputação e da fidelização dos clientes. Sugere-se ainda o estudo de unidades de alojamento de menor dimensão, frequentemente excluídas das certificações formais, assim como a inclusão da perspetiva dos consumidores, permitindo avaliar a perceção e valorização das iniciativas sustentáveis. Por fim, investigações futuras poderão aprofundar a compreensão sobre a evolução e consolidação das estratégias de sustentabilidade no setor hoteleiro, contribuindo para a construção de um modelo de turismo urbano mais resiliente, inclusivo e alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Finalmente, em termos de linhas de orientação e investigação futuras, este trabalho abre a possibilidade de extensão do seu alcance a todo o território português e até a comparações com outros países ou regiões.

Referências Bibliográficas

Abokhamis Mousavi, S., Hoşkara, E., & Woosnam, K. M. (2017). Developing a model for sustainable hotels in Northern Cyprus. *Sustainability*, 9(11), 2101.

Ahmed, H., & Riaz, H. (2024). The potential of accessible tourism for sustainable development of local communities in northern Pakistan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(3), 104-125.

Akmalevna, N. F. (2025). The evolution of tourism: a comparison between the past and the 21st century. *American Journal of Business Management*, 3(3), 1-4.

Ali, M. D., Hatef, A., Jaber, E. A., & Alamri, H. S. H. (2024). A Concise Review of Qualitative Research Methods in Healthcare Research. *Journal of Young Pharmacists*, 16(3).

Almeida, J. (2016). *Sustentabilidade em Hotelaria. Uma Análise da Infusão/Difusão em Hotéis de Lisboa*. Portugal: Universidade europeia.

Biju, T., Gopal, B., Kumar, A. R., & Sanu, F. (2024). Effect of Residents' Attitude on their Perceived Effects of Tourism and Support for Sustainable Tourism. *SDMIMD Journal of Management*, 15-30.

Breda, Zelia & Panyik, Emese & Costa, Carlos. (2020). *Internationalization of the hotel industry: evidence from Portugal*. Portugal: Universidade de Aveiro.

Cardoso, D., Sousa, B., Liberato, D., Liberato, P., Lopes, E., Gonçalves, F., & Figueira, V. (2023). Digital communication and the crisis management in hotel management: A perspective in the Euroregion North of Portugal and Galicia (ERNPG). *Administrative Sciences*, 13(8), 191.

Calisto, M. D. L., Umbelino, J., Gonçalves, A., & Viegas, C. (2021). Environmental sustainability strategies for smaller companies in the hotel industry: doing the right thing or doing things right? *Sustainability*, 13(18), 10380.

Chamathka, Piyumi & Ranasinghe, Ruwan & Gangananda, Namal & Bandara, Asanka. (2021). Role of Tourism in the Global Economy: The Past, Present and Future. 4

Christou, P. (2025). Looking Beyond Numbers in Qualitative Research: From Data Saturation to Data Analysis. *The Qualitative Report*, 30(1), 3088-3100.

Coombes, P. H., & Jones, S. (2020). Toward auto-netnography in consumer studies. *International Journal of Market Research*, 62(6), 658-665.

Dai, Q., Chen, J., & Zheng, Y. (2025). Assessing the impact of community-based homestay experiences on tourist loyalty in sustainable rural tourism development. *Scientific Reports*, 15(1), 122.

De Matos, J. K. E., & Costa, M. A. N. (2014). Hotelaria, sustentabilidade e certificação: um estudo bibliométrico. *Revista Vértices*, 16(1), 51-75.

Dutescu, A., Popa, A. F., & Ponorîca, A. G. (2014). Sustainability of the tourism industry, based on financial key performance indicators. *Amfiteatru Economic Journal*, 16(Special No. 8), 1048-1062.

Du, W., Ghorbani, M., Ni, Z., & Pan, S. L. (2024). Sustainable affordances of information systems for cultural tourism: An organisational aesthetics perspective. *Information Systems Journal*, 34(5), 1787-1809.

Dutta, A., & Sharma, A. (2025). Netnography and AI influencers. *Business Information Review*, 02663821241310374.

Ekins, P., Simon, S., Deutsch, L., Folke, C., & De Groot, R. (2003). Uma estrutura para a aplicação prática dos conceitos de capital natural crítico e sustentabilidade robusta. *Economia ecológica*, 44 (2-3), 165-185.

Figueiras, I. (2015). *Evaluation of the economic impact of tourism expenditures in Portugal*. Portugal: University of Algarve.

Gholitabar, S., Alipour, H., & Costa, C. M. M. D. (2018). An empirical investigation of architectural heritage management implications for tourism: The case of Portugal. *Sustainability*, 10(1), 93.

GhulamRabbany, M., Afrin, S., Rahman, A., Islam, F., & Hoque, F. (2013). Efeitos ambientais do turismo. *Revista Americana de Pesquisa em Meio Ambiente, Energia e Energia*, 1 (7), 117-130.

Heinberg, R., & Lerch, D. (2010). What is sustainability. *The post carbon reader*, 11, 19.

Jaeger, C. (2023). Sustainability Certifications in Hospitality: Characteristics, Motivations and Risks. Portugal: Nova Escola de Negócios e Economia

Kabel, D., Martin, J., Elg, M., & Witell, L. (2024). Capturing the voice of the customer: focus groups versus netnography? *Total Quality Management & Business Excellence*, 35(11-12), 1359-1377.

Khatteer, A. (2023). Challenges and solutions for environmental sustainability in the hospitality sector. *Sustainability*, 15(15), 11491.

Kozinets, R. V., & Seraj-Aksit, M. (2024). Everyday activism: an AI-assisted netnography of a digital consumer movement. *Journal of Marketing Management*, 40(3-4), 347-370.

Kozinets RV (1998) On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *ACR North American Advances* 25.

Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436-3448.

Laidens, M. C., Zanette, F. C., & Tomazzoni, E. L. (2009). Gestão em hotelaria e sustentabilidade ambiental: análise da experiência do Programa Bem Receber na região das hortênsias (serra gaúcha). *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*.

Lopes, Hélder & Remoaldo, Paula & Ribeiro, Vítor & Martin-Vide, Javier & Araújo Alves, Juliana. (2023). Agenda para a investigação sobre Turismo Urbano e Alterações Climáticas. Portugal.

Malheiro, Maria & Sousa, Bruno & Liberato, Dália & Liberato, Pedro. (2020). Sustainability In Tourism And Hospitality: Trends And Challenges. In Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges (pp. 15545-15555). *Conference paper: 35th IBIMA Conference: 1-2 April 2020*, Seville, Spain

Mutia, Tika & Suminar, Jenny & Dida, Susanne & Agustin, Herlina. (2024). Big Data and Netnography Analysis of Mental Health on Twitter/X: Evidence from Indonesia. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*. 6. 300-315.

Neves, D. C., Fernandes, A. J., & Pereira, E. T. (2010). Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal a nível regional. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(13/14), 957-958.

Njoroge, Msafiri & Anderson, Wineaster & Mbura, Omari. (2019). Innovation strategy and economic sustainability in the hospitality industry. *The Bottom Line. ahead-of-print*. 10.1108/BL-03-2019-0080

Oliveira, G. (2014). *Hotelaria e sustentabilidade*. Brasil: Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Pantelescu, A. M. (2012). Trends in international tourism. *Cactus Tourism Journal*, 3(2), 31-35.

Penerliev, M., & Ahmed, A. (2024). Sustainable development, pandemics, and tourism—intersections. *Acta Scientifica Naturalis*, 11(3).

Polat, N., & Hermans, E. (2016). Um modelo proposto para o turismo acessível sustentável (SAT). *Tékhne*, 14 (2), 125-133.

Rosa, F. S. D., & Silva, L. C. (2017). Sustentabilidade ambiental nos hotéis, contribuição teórica e metodológica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11, 39-60.

Santos, E. (2023). From neglect to progress: Assessing social sustainability and decent work in the tourism sector. *Sustainability*, 15(13), 10329.

Santos, V., Sousa, M. J., Costa, C., & Au-Yong-Oliveira, M. (2021). Tourism towards sustainability and innovation: A systematic literature review. *Sustainability*, 13(20), 11440.

Shaar, N., Alshraideh, M., Shboul, L., & AlDajani, I. (2024). Decision support system (DSS) for traffic prediction and building a dynamic internet community using Netnography technology in the city of Amman. *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence*, 36(8), 1597-1617.

Turnšek, M., & Radivojević, V. (2025). Platformization in Tourism: Typology of Business Models, Evolution of Market Concentration and European Regulation Responses. *Platforms*, 3(1), 1.

Van der Zee, E., Camatti, N., Bertocchi, D., & Shomali, K. W. (2024). UNESCO World Heritage Site label and sustainable tourism in Europe: a user-generated content analysis. *Regional Studies*, 58(10), 1858-1873.

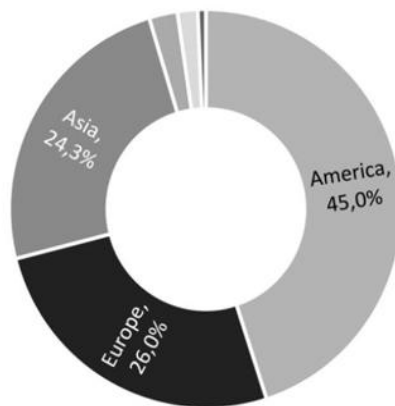
Villegas, D. (2018). From the self to the screen: A journey guide for auto-netnography in online communities. *Journal of Marketing Management*, 34(3-4), 243-262.

Wang, M., Su, M. M., Gan, C., Peng, X., Wu, Z., & Voda, M. (2024). Does digital inclusive finance matter in sustainable tourism development at the county level? Evidence from the Wuling Mountain area in China. *Sustainable Development*, 32(4), 3195-3212.

Xharavina, N., Kapoulas, A., & Miaoulis Jr, G. (2020). Netnography as a marketing research tool in the fashion industry in Southeast Europe. *International Journal of Market Research*, 62(4), 499-515.

Yoshinta, D. O., Suhariadi, F., & Wijoyo, S. (2024). Integrating Human Resource Development and Halal Tourism Strategies for Sustainable Development in Indonesia. *Technium Soc. Sci. J.*, 62, 195.

Anexos



Fonte: baseado em Weinstein (2018).

Figura 4: Localização das sedes das maiores empresas hoteleiras do Mundo, 2017



Fonte: adaptado de Go e Pine (1995).

Figura 5: Fatores de globalização da indústria hoteleira

Hotel	Classificação	Quartos
As Janelas Verdes Inn - Lisbon Heritage Collection	4★	29
Áurea Museum by Eurostars Hotel Company	5★	91
Avani Avenida Liberdade Lisbon Hotel	4★	119
Convent Square Lisbon, Vignette Collection by IHG	4★	121
Corpo Santo Lisbon Historical Hotel	5★	75
DoubleTree by Hilton Lisbon Fontana Park	4★	160
DUO Hotel Lisbon, Curio Collection by Hilton	4★	75
EPIC SANA Lisboa Hotel	5★	311
Eurostars Das Letras	5★	107
Eurostars Lisboa Baixa	4★	57
Eurostars Lisboa Parque	4★	83
Eurostars Universal Lisboa	5★	189
Four Seasons Hotel Ritz Lisbon	5★	282
H10 Duque de Loulé	4★	89
Heritage Avenida Liberdade - Lisbon Heritage Collection	4★	42
Hotel Açores Lisboa	4★	103
Hotel Britania Art Deco - Lisbon Heritage Collection – Avenida	4★	33
Hotel Lisboa Plaza - Lisbon Heritage Collection	4★	112
Hotel Mercure Lisboa	4★	104
Hotel Mundial	4★	349
Iberostar Selection Lisboa	5★	86
Inspira Liberdade Boutique Hotel	4★	89
InterContinental Lisbon by IHG	5★	331
Jupiter Lisboa Hotel	4★	265
Lisbon Marriott Hotel	4★	577
Lux Lisboa Park	4★	91
Meliá Lisboa Aeroporto	4★	168
Meliá Lisboa Oriente Hotel	4★	207
Memmo Alfama - Design Hotels	4★	43
Memmo Príncipe Real - Design Hotels	5★	41
My Suite Lisbon Serviced Apartments	4★	15
NEYA Lisboa Hotel	4★	76
NH Collection Lisboa Liberdade	4★	83
NH Lisboa Campo Grande	4★	90
OnJ S. Lázaro Lisboa	4★	22
Palácio do Governador - Lisbon Hotel & Spa	5★	60
Pestana CR7 Lisboa	4★	83
PortoBay Liberdade	5★	89
Portugal Boutique Hotel	4★	53

Pousada de Lisboa - SLH	5★	90
Sheraton Lisboa Hotel & Spa	5★	369
Sofitel Lisbon Liberdade	5★	163
Stay Hotel Lisboa Centro Chiado	4★	38
The Emerald House Lisbon - Curio Collection	4★	62
The Lumiares Hotel & Spa – SLH	5★	53
The One Palácio da Anunciada	5★	83
The Vintage Hotel & Spa Lisbon	5★	56
Tivoli Avenida Liberdade Lisboa	5★	285
Tivoli Oriente Lisboa Hotel	4★	279
Vila Galé Ópera	4★	259
Vincci Baixa	4★	66
Vincci Liberdade	4★	83
VIP Grand Lisboa Hotel & Spa	5★	295

Tabela 2: Amostra de hotéis em Lisboa de 4 a 5 estrelas

Fonte: Boking.com, elaboração própria

Hotel	Dimensão Ambiental	Dimensão Social	Dimensão Económica / Cultural	Certificações / Parcerias
Hotel Mundial Grupo (PHC Hotels)	- Redução de emissões de GEE - Gestão sustentável de água, energia e resíduos - Adoção de tecnologias eficientes	- Igualdade de oportunidades - Apoio à comunidade - Equilíbrio entre trabalho e vida pessoal	- Parcerias com propósito - Alinhamento com ODS: 4, 5, 6, 8, 13	Empresas Turismo 360°, Código Mundial de Ética do Turismo
EPIC SANA Lisboa Hotel	- Gestão ambiental eficiente (água, energia, resíduos) - Produtos ecológicos - Tecnologias limpas	- Formação e sensibilização ambiental dos colaboradores - Condições de trabalho seguras e equitativas	- Apoio à comunidade local - Preservação da autenticidade sociocultural	Normas internacionais de gestão ambiental
Tivoli Oriente Lisboa Hotel	- Redução voluntária de emissões de carbono - Eficiência operacional - Projetos ambientais locais	- Bem-estar dos colaboradores - Envolvimento com associações locais	- Parcerias e produtos com identidade local - Apoio ao desenvolvimento da economia regional	Política interna 'More Future'
Hotel Mercure	- Meta de	- Formação em	- Colaboração	Green Key,

Lisboa Grupo (Accor)	emissões líquidas nulas até 2050 - Redução de emissões - Certificações ambientais	sustentabilidade - Promoção do turismo sustentável	com destinos sustentáveis - Envolvimento com programas regionais e globais	Green Globe, GSTC, Ecotourism Australia
Grupo Eurostars (Eurostars Universal Lisboa /Eurostars Lisboa Parque / Eurostars Das Letras/Eurostars Lisboa Baixa/Áurea Museum by Eurostars Hotel Company)	- Redução de consumo de água, energia e papel - Substituição de químicos agressivos - Carregadores elétricos	- Promoção de artistas locais - Experiências ambientais para hóspedes	- Turismo cultural com impacto positivo - Produtos locais - Reabilitação de edifícios históricos	Sustentabilidade integrada
InterContinental Lisbon (IHG) / Convent Square Lisbon, Vignette Collection	Green Engage (redução de 25% energia), lâmpadas LED, sensores, bombas com variadores, ventoinhas EC, chuveiros ecológicos, Atualização dos chillers (-18% energia), renovação de elevadores (-40% energia), gestão inteligente de quartos	Parcerias com ReFood, CERCI e Aldeias SOS; Carta Portuguesa para a Diversidade	Sistema NextGen Green Engage, Sistema de Gestão do Edifício, sensores inteligentes.	Prémios: We Care & We Share (AHP), Healthy Workplaces, Great Place to Work, Green Key 2023, Journey to Tomorrow Impact Award
Meliá Lisboa Oriente / Meliá Lisboa Aeroporto	Compromisso com práticas de baixo impacto ambiental, prevenção da poluição, eficiência energética, Redução e controlo de consumo energético e matérias-primas; cumprimento de legislação	Formação ambiental a colaboradores, envolvimento de fornecedores e comunicação com entidades	Política interna de sustentabilidade, com metas e indicadores definidos Recursos humanos especializados e equipamentos tecnologicamente avançados	Green Key

	ambiental			
Vila Galé (vários hotéis)	Hortas orgânicas (produção própria), sumos/compotas para evitar desperdício, extinção do uso de papel, Paper & Plastic Free, reaproveitamento de águas da piscina, controlo de temperatura nos equipamentos, Sistema de gestão e monitorização diária de consumos, sensores de movimento, rega gota a gota	Horta pedagógica para crianças, incentivo ao desenvolvimento pessoal e segurança no trabalho	Modelo de gestão sustentável e responsável reconhecido, princípios de melhoria contínua	CO-HOTEL Certificação assente na identificação e gestão de processos que provocam impactos ambientais e socioeconómicos LIDERA Certificação de empreendimentos com melhor desempenho ambiental e sustentabilidade; CHAVE-VERDE Galardão internacional para empreendimentos conscientes da necessidade de desenvolver boas práticas ambientais; TUI UMWELT CHAMPION Galardão internacional para hotéis com bom desempenho na aplicação de boas práticas de sustentabilidade. PROGRAMA EMPRESAS TURISMO 360º Iniciativa que pretende apoiar as empresas no seu processo de reinvenção estratégica, de medição, gestão e relato do desempenho ambiental, social e de governação,

				e de transformação dos seus negócios face a novas prioridades e objetivos que possam comportar, para além de vantagens competitivas, benefícios sociais tangíveis e menor impacto no meio ambiente.
H10 Duque de Loulé Boutique	Promoção da mobilidade sustentável, sistemas de gestão participativos , Ações de racionalização de água e energia	Divulgação de recursos naturais do território, foco na participação ativa na sustentabilidade local , Desenvolvimento de projetos educacionais de outras entidades	Alianças com empresas locais para evitar o Overtourism. Fornecem informação e acesso a transportes acessíveis e mais sustentáveis. Eles oferecem informações sobre o património local e as tradições do lugar. Eles promovem a conservação do património cultural e natural local	Biosphere Certified – compromisso com sustentabilidade, crise hídrica, saneamento e captação de recursos naturais

Tabela 3: Medidas de sustentabilidade dos hotéis presentes na amostra

Fonte: Sites Hoteis- Elaboração própria