

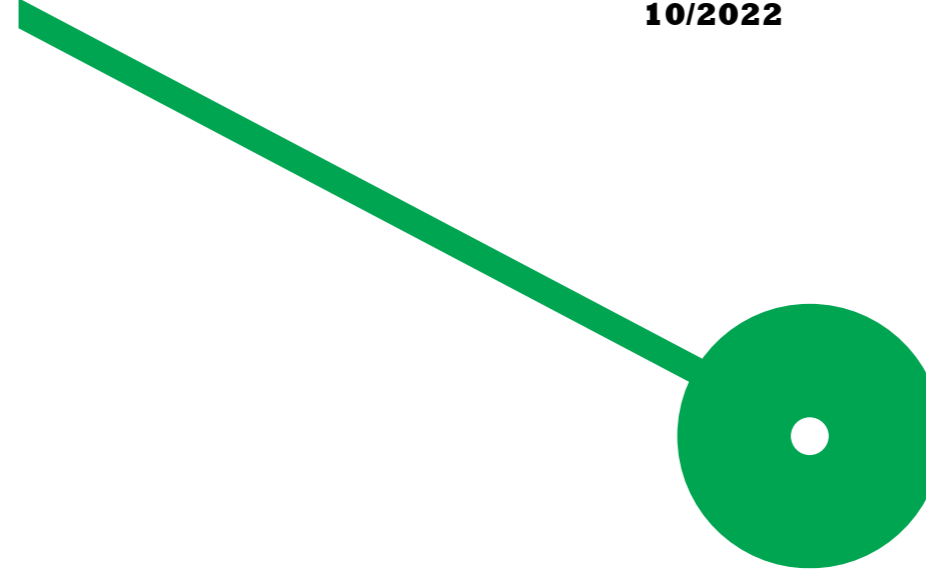
O papel do departamento de eventos na  
estratégia de posicionamento na hotelaria  
Estudo de caso: Hotel Minho  
Vânia Sofia Magalhães Fernandes

10/2022

Vânia Sofia Magalhães Fernandes

O papel do departamento de eventos na  
estratégia de posicionamento na  
hotelaria  
Estudo de caso: Hotel Minho  
Vânia Sofia Magalhães Fernandes

10/2022



Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Vânia Sofia Magalhães Fernandes

O papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na  
**hotelaria**  
Estudo de caso: Hotel Minho

Trabalho de Projeto  
**Mestrado em Direção Hoteleira: Direção Comercial e Marketing**  
Orientação: Prof. Doutor António Melo  
Prof<sup>a</sup> Doutora Cristina Mouta

Vila do Conde, outubro de 2022

Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Vânia Sofia Magalhães Fernandes

O papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na  
hotelaria

Estudo de caso: Hotel Minho

Trabalho de Projeto

Mestrado em Direção Hoteleira: Direção Comercial e Marketing

Orientação: Prof. Doutor António Melo

Prof<sup>a</sup> Doutora Cristina Mouta

Vila do Conde, outubro de 2022

Vânia Sofia Magalhães Fernandes

O papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na  
hotelaria

Estudo de caso: Hotel Minho

Trabalho de Projeto

Mestrado em Direção Hoteleira: Direção Comercial e Marketing

**Membros do Júri**

Presidente

Prof. Doutor Eduardo Rui Viana Barbas de Albuquerque

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor António Manuel da Silva e Melo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.<sup>a</sup> Doutora Carla Isabel Barreto Salgueiro de Melo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, outubro de 2022

Aos que me querem bem!

## AGRADECIMENTOS

O presente Trabalho de Projeto é o culminar de uma etapa muito importante da minha vida profissional. O Mestrado em Direção Hoteleira-Direção Comercial e Marketing é um objetivo antigo que agora se torna realidade e que acredito que me trará surpresas muito positivas pelo que me fez crescer e me acrescentou a cada unidade curricular vencida. Reconhecendo que o esforço não foi só meu, não posso deixar de agradecer a quem contribuiu para esta vitória.

Aos orientadores deste projeto, Prof<sup>o</sup> Doutor António Melo e Prof<sup>a</sup> Doutora Cristina Silva pela total disponibilidade, confiança, compreensão e acompanhamento ao longo destes tão duros meses e por nunca me permitirem vacilar quando tudo parecia não dar certo.

À administração do Hotel Minho, na pessoa da D. Júlia Cruz e direção de alojamento na pessoa do Dr. João Paulo Cabral, por me acolherem na organização e me permitirem investigar as suas ações, entrevistar os seus colaboradores e perceber de que forma podemos melhorar os seus serviços.

Aos meus pais, Celeste e David, por sempre me terem transmitido valores importantes para o meu crescimento pessoal e profissional, por me ensinarem a nunca desistir dos meus objetivos e me darem especial apoio nesta tão dura caminhada.

Ao meu irmão, Tiago, por me ter apoiado até mesmo sem se aperceber. Por me ter feito rir ao longo deste percurso e por me mostrar que por vezes é bom parar e divertir-me um pouco para mais tarde recomeçar com força.

Ao meu namorado, Joel, por nunca me ter permitido desistir de nada. Pelo apoio incondicional e por nunca me deixar duvidar das minhas capacidades e da minha força, independentemente dos obstáculos que aparecerem nas nossas vidas.

A todos, o meu sincero e especial agradecimento!

*“Agradecer o bem que recebemos é retribuir um pouco do bem que nos foi feito.”*

*Augusto Branco*

## RESUMO ANALÍTICO

O aumento da procura do turismo de eventos originou a temática deste estudo em que se pretende perceber “**O papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na hotelaria**”. De forma a compreender a envolvente desta temática, foram definidos objetivos específicos, analisadas as críticas e comentários dos clientes nas redes sociais e plataformas de avaliação do Hotel Minho e Restaurante Dom Júlio e, realizadas entrevistas aos colaboradores da unidade de forma a perceber o seu posicionamento estratégico.

Estruturalmente, o estudo divide-se em três grandes partes: a primeira que engloba revisão de literatura através de artigos científicos importantes para aprofundar conhecimento em temas como o turismo, turismo de eventos, marketing, estratégia e posicionamento; a segunda, foca-se na análise da perceção dos colaboradores e clientes acerca do hotel, os seus serviços e o seu posicionamento; a terceira, reflete um manual com sugestões estratégicas de forma a melhorar o posicionamento e a relevância do departamento de eventos na estratégia de posicionamento do Hotel Minho.

Os resultados demonstram que ainda há espaço para melhorar o papel do departamento de eventos através de estratégias que podem incluir formação de equipas e comunicação.

**Palavras-chave:** Hotel Minho; Hotelaria; Eventos; Posicionamento; Estratégia; *Marketing*.

## ABSTRACT

The increase in demand for event tourism originated the theme of this study which aims to understand "**The role of the events department in the hotel positioning strategy**". In order to understand the environment of this theme, specific objectives were defined, the reviews and comments of customers on social networks and evaluation platforms of the Hotel Minho and Restaurant Dom Júlio were analyzed and interviews were conducted with the employees of the unit in order to understand its strategic positioning.

Structurally, the study is divided into three major parts: the first encompasses literature review through important scientific articles to deepen knowledge on topics such as tourism, event tourism, marketing, strategy and positioning; the second focuses on the analysis of the perception of employees and customers about the hotel, its services and its positioning; the third reflects a manual with strategic suggestions to improve the role of the events department in the positioning strategy of Hotel Minho.

The results demonstrate that there is still room to improve the role of the events department through strategies that can include team building and communication.

**Keywords:** Hotel Minho; Hospitality; Events; Positioning; Strategy; Marketing.

## SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	I
RESUMO ANALÍTICO.....	II
ABSTRACT.....	III
SUMÁRIO.....	IV
ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES.....	VI
ÍNDICE DE TABELAS.....	VII
GLOSSÁRIO.....	IX
INTRODUÇÃO.....	1
1. REVISÃO DA LITERATURA.....	4
1.1. Turismo e Eventos.....	4
1.1.1. Turismo.....	4
1.1.2. Turismo de Eventos.....	5
1.2. Estratégia Norte 2030.....	5
1.3. Marketing e Posicionamento.....	7
1.3.1. Marketing.....	7
1.3.2. Marketing e Turismo.....	9
1.3.3. Segmentação.....	10
1.3.4. Identidade da Marca.....	10
1.3.5. Imagem da Marca.....	11
1.3.6. Posicionamento da Marca.....	11
1.3.7. Posicionamento do Produto.....	11
1.3.8. Estratégia.....	13
1.3.9. Marketing Mix.....	13
2. APRESENTAÇÃO COMPLEXO HOTEL MINHO.....	15
2.1. Localização.....	15
2.2. História e Evolução.....	16
2.3. Atualidade.....	19
2.3.1. Alojamento.....	20
2.3.2. Spa.....	21
2.3.3. <i>Business centre</i> .....	22
2.3.4. <i>Wine Bar</i> .....	23
2.3.5. Restaurante Dom Júlio.....	23
2.3.6. Bar Tanto Faz.....	24
3. ESTRATÉGIA DE MARKETING.....	26
3.1. Mercado.....	26
3.2. Posicionamento.....	26
3.3. Marketing Mix.....	26
3.3.1. <i>Product</i> (Produto).....	27
3.3.2. <i>Price</i> (Preço).....	27

3.3.3.	<i>Place</i> (Distribuição) .....	27
3.3.4.	<i>Promotion</i> (Promoção).....	28
3.3.5.	<i>People</i> (Pessoas).....	28
3.3.6.	<i>Physical Evidence</i> (Evidência Física) .....	28
3.3.7.	<i>Process</i> (Processo) .....	28
4.	METODOLOGIA .....	29
5.	ANÁLISE DE DADOS E APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS.....	33
5.1.	Análise da percepção da administração e colaboradores.....	33
5.1.1.	Análise segundo os objetivos específicos.....	33
5.1.2.	Análise segundo as dimensões de posicionamento estratégico (Aaker e Shansby) 37	
5.1.3.	Análise segundo as dimensões <i>Servqual</i> .....	38
5.2.	Análise da percepção dos clientes.....	40
5.2.1.	Hotel.....	41
5.2.2.	Restaurante .....	42
6.	ANÁLISE DA POSIÇÃO COMPETITIVA DA EMPRESA .....	43
6.1.	Análise da concorrência .....	43
6.1.1.	Hotel Minho.....	43
6.1.2.	Restaurante Dom Júlio.....	44
6.2.	Análise S.W.O.T.....	46
7.	PROPOSTAS DE AÇÕES A IMPLEMENTAR.....	48
	CONCLUSÃO.....	54
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	55
	ANEXOS.....	60
	Anexo A – Documento de apresentação das salas de reuniões Hotel Minho .....	61
	APÊNDICES.....	67
	Apêndice A – Consentimento informado .....	68
	Apêndice B – Guião de entrevistas.....	69
	Apêndice C – Matriz análise entrevistas .....	70
	Apêndice D – Matriz análise plataformas Hotel Minho.....	71
	Apêndice F – Análise das questões e codificações para objetivo i.....	100
	Apêndice G – Análise das questões e codificações para objetivo iii.....	103
	Apêndice H – Análise das questões e codificações para objetivo iv.....	113
	Apêndice I – Análise das questões e codificações para objetivo v.....	115
	Apêndice J – Análise da concorrência: caracterização empreendimentos hoteleiros .....	117
	Apêndice K – Análise da concorrência: caracterização estabelecimentos restauração.....	127

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1: Vila Nova de Cerveira.....	15
Ilustração 2: Fachada Hotel Turismo do Minho, ano 2005.....	16
Ilustração 3: Espaço de pequeno-almoço Hotel Minho, ano 2005.....	17
Ilustração 4: Fachada atual Hotel Minho .....	17
Ilustração 5: Fachada antiga Braseirão do Minho, ano 2010.....	18
Ilustração 6: Atual fachada restaurante Dom Júlio .....	19
Ilustração 7: Organograma atual Hotel Minho.....	20
Ilustração 8: Quarto Duplo Hotel Minho .....	20
Ilustração 9: Piscina Interior Hotel Minho .....	21
Ilustração 10: Sala de tratamentos de spa Hotel Minho .....	21
Ilustração 11: Sala de reuniões Hotel Minho.....	22
Ilustração 12: Wine Bar Hotel Minho .....	23
Ilustração 13: Sala interior restaurante Dom Júlio.....	24
Ilustração 14: Bar Tanto Faz .....	25
Ilustração 15: Hotel Inatel Cerveira .....	117
Ilustração 16: Hotel Minho Belo .....	118
Ilustração 17: Prazer da Natureza Resort & Spa.....	119
Ilustração 18: Hotel Flor de Sal.....	120
Ilustração 19: Hotel Porta do Sol Conference Center & Spa.....	121
Ilustração 20: Monte Prado Hotel & Spa.....	122
Ilustração 21: Design Wine & Spa Hotel .....	123
Ilustração 22: Hotel Meira .....	124
Ilustração 23: Feel Viana .....	125
Ilustração 24: Axis Viana Business & Spa Hotel .....	126
Ilustração 25:Decoração evento social Azenha dos Rodetes.....	127
Ilustração 26: Quinta da Malaposta-Boutique Hotel & Eventos .....	128
Ilustração 27: Quinta do Cruzeiro .....	129

Ilustração 28: Espaço interior Quinta do Amorrinho .....	130
Ilustração 29: Quinta do Prazo.....	131

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Organograma Restaurante Dom Júlio .....	24
Tabela 2: Objetivos específicos e questões entrevistas .....	31
Tabela 3: Objetivo ii. e respetivo método de análise.....	32
Tabela 4: Caracterização dos Entrevistados.....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 5: Codificações para caracterização de entrevistados .....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 6: Análise das questões e codificações para objetivo i. ....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 7: Análise das questões e codificações para objetivo iii.....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 8: Análise das questões e codificações para objetivo iv.....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 9: Análise das questões e codificações para objetivo v.....	Erro! Marcador não definido.
Tabela 10: Dimensão posicionamento pelo utilizador do produto e respetivas questões.....	37
Tabela 11: Dimensão posicionamento em relação a um concorrente e respetivas questões .....	38
Tabela 12: Dimensão posicionamento em relação à classe do produto e respetivas questões .....	38
Tabela 13: Dimensão posicionamento quanto ao atributo e respetiva questão .....	38
Tabela 14: Questões e respetivas dimensões servqual.....	39
Tabela 15: Análise dimensão servqual hotel.....	41
Tabela 16: Análise dimensões servqual restaurante .....	42
Tabela 17: Hotéis concorrentes distrito de Viana do Castelo.....	43
Tabela 18: Espaços de eventos concorrentes, distrito de Viana do Castelo .....	45
Tabela 19: Fatores internos: Análise S.W.O.T. ....	46
Tabela 20: Fatores externos: Análise S.W.O.T. ....	47
Tabela 21: Ações a implementar e estratégia Norte 2030 .....	52

## LISTA DE SIGLAS

BCE – Banco Central Europeu

NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos;

S.W.O.T. – *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças);

## GLOSSÁRIO

*Buffet* – Conjunto de refeições expostas para que as pessoas se sirvam à discrição;

*Bungalow* – Alojamento, espécie de cabana;

*Business* – Sinónimo de negócio;

*Business center* – Centro de negócios;

*By* – “Por”

*Court* – Sinónimo de quadra, utilizado para caracterizar campo de ténis;

*Fitness center* – Ginásio;

*Kid’s club* – Clube infantil;

*Paintball* – do inglês “*paint*” (tinta) + “*ball*” (bola), desporto de combate usando marcador de ar comprimido que atira bolas de tinta colorida;

*Room service* – Tipo de serviço em hotelaria, requerido pelo cliente para entrega no quarto;

*Ryanair* – Companhia aérea irlandesa;

*Servqual* – do inglês “*serv*” (serviços) + “*qual*” (qualidade), escala de medida para análise de qualidade de serviços;

*Underdog* – termo utilizado para caracterizar perdedor;

*User friendly* – expressão para adjetivar algo como amigo do utilizador, intuitivo;

*Vinoble* – termo utilizado para associar algo a vinho;

*Website* – página da internet;

*Wine bar* – bar de vinhos.

## INTRODUÇÃO

O setor do Turismo é um dos setores mais fortes no que diz respeito ao crescimento da economia a nível mundial e, conseqüentemente, em Portugal. Segundo o Turismo de Portugal, (2022), em Portugal o turismo cresceu de forma consistente entre 2010 e 2020, tendo sido drasticamente atingido pela pandemia do novo coronavírus que obrigou ao encerramento de fronteiras, suspensão de voos e, naturalmente, empreendimentos hoteleiros e espaços de restauração. Neste sentido, os eventos podem ser considerados uma solução de forma a combater a sazonalidade e acelerar a recuperação do setor do turismo uma vez que eventos como eventos de negócios acontecem, essencialmente, em épocas baixas.

O aumento da procura deste tipo de turismo originou a temática deste estudo em que se pretende perceber **“O papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na hotelaria”**.

Deste modo, para aprofundar o tema de forma concisa, torna-se necessário selecionar uma região e organização. Depois de várias pesquisas, é perceptível que a região do Alto Minho tem sido pouco explorada e, por essa razão, a presente investigação incide no Hotel Minho, localizado em Vila Nova de Cerveira, distrito de Viana do Castelo.

Iniciado o trabalho de investigação, é crucial definir o objetivo geral e os objetivos específicos para a condução de todo o estudo. Desta forma, é importante referir que o objetivo geral é perceber o contributo do departamento de eventos para a estratégia de posicionamento do Hotel Minho e, de seguida, apresentar os objetivos específicos a que se pretende dar resposta com a presente pesquisa:

- i. Análise do posicionamento estratégico atual do Hotel Minho;
- ii. Identificação da perceção dos clientes face ao hotel e os seus serviços, em particular o departamento de eventos;
- iii. Identificação da perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos;
- iv. Construção de análise SWOT da unidade e do departamento de eventos;
- v. Definir estratégias e ações a implementar.

Numa primeira parte do presente relatório, é refletida a introdução onde é apresentada, de forma sucinta, a evolução da procura turística em Portugal, as motivações que

conduziram à seleção do tema em estudo, a estrutura do relatório e os objetivos de investigação.

No primeiro capítulo, é feito um enquadramento teórico com os temas abordados durante toda a investigação. Dividindo por temas, apresentam-se o turismo e eventos, e *marketing* e posicionamento, com a inclusão da segmentação, identidade da marca, imagem da marca, posicionamento da marca, posicionamento do produto, estratégia e *marketing mix*. Ainda aqui, são descritos objetivos da linha de apoio Turismo 2030 para a região do Alto Minho que possam enquadrar-se com o projeto em desenvolvimento para o Hotel Minho.

No segundo capítulo, é apresentada a história do Hotel Minho, a sua evolução ao longo dos anos e a atualidade do empreendimento e de todos os seus serviços e facilidades e, ainda, a região onde se insere para que o leitor do relatório consiga perceber a localização do empreendimento e todas as suas valências.

No terceiro capítulo, é retratada a estratégia de *marketing* do empreendimento. Inicialmente é apresentado o mercado onde o hotel Minho se insere, o posicionamento e o *marketing mix*. No *marketing mix*, são explorados e apresentados os 7 P's do *marketing*: *Product*-Produto, que diz respeito aos produtos já existentes e novos produtos; *Price*-Preço, estratégias como descontos e ofertas; *Place*-Distribuição, que se refere ao local onde o produto pode ser comprado, através de diferentes canais e plataformas; *Promotion*-Promoção, que inclui métodos de comunicação com os clientes; *People*-Pessoas, engloba clientes, funcionários e todos os recursos humanos envolvidos no processo da empresa; *Physical evidence*-Evidência física, que retrata a experiência de utilizar determinado produto/serviço da organização; e *Process*-Processo, que diz respeito aos métodos e processos da prestação de um serviço.

No capítulo quatro, é apresentada a metodologia. Inicia-se com uma sucinta introdução, posteriormente a metodologia de pesquisa, os procedimentos de recolha e técnicas de análise de dados e, por fim, a caracterização dos entrevistados bem como a estrutura dos guiões de entrevistas.

No quinto capítulo, a análise de dados e apresentação dos resultados. Este, encontra-se dividido em três grandes temas: análise da percepção dos clientes, análise da percepção da administração e análise da percepção dos colaboradores.

No capítulo seis, a análise da posição competitiva da empresa, composta pela análise S.W.O.T. e pelo retrato de empresas concorrentes selecionadas pelos entrevistados.

O capítulo sete, reflete um conjunto de ações a implementar na organização que resultam de toda a investigação e se considera fazerem sentido para melhorar, de alguma forma, processos e serviços do empreendimento em análise.

Por fim, são apresentadas as principais conclusões deste trabalho de projeto, bem como algumas limitações e dificuldades sentidas ao longo da realização do presente relatório.

## 1. REVISÃO DA LITERATURA

Neste capítulo, será apresentado o enquadramento teórico de temas relevantes para a presente investigação.

### 1.1. Turismo e Eventos

#### 1.1.1. Turismo

A definição de turismo sofreu diversas alterações ao longo dos anos. Segundo Gonçalves, (2005), a primeira definição de turismo surge em 1881 no Dicionário inglês Oxford como “teoria e a prática de viajar por prazer”. Anos mais tarde, a Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas atualiza a definição deste conceito como um conjunto de atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período consecutivo de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros (UNWTO, 2019).

Segundo um estudo de Deloitte Portugal, (2020), Portugal contava com 2.132 empreendimentos turísticos em 2020 e 150.239 unidades de alojamento. Destes, 1.520 empreendimentos são hotéis e 108.446 unidades de alojamento são de hotéis, cerca de 71% e 72% respetivamente. No que diz respeito a empreendimentos turísticos, 38% são hotéis de 4 estrelas e 33% de 3 estrelas sendo, portanto, as categorias mais fortes.

De acordo com o mesmo autor, a oferta hoteleira (nº de quartos) por NUTS II traduz-se em 32.366 em Lisboa, 46.404 no Algarve, 15.389 na região autónoma da Madeira, 23.378 no Norte, 5.212 na região autónoma dos Açores, 6.701 no Alentejo e 20.788 no Centro.

Em 2019, foram registadas 70 milhões de dormidas em Portugal, o maior valor de que há registo e 18,4 mil milhões de receitas (Turismo de Portugal, 2022).

De acordo com a *The UNWTO Tourism Data Dashboard / Tourism Data*, (2022), o turismo mundial no passado ano de 2021, recuperou cerca de 4% em relação ao ano anterior, contudo, permaneceu abaixo de 2019, o ano anterior à pandemia originada pelo novo coronavírus, vulgarmente conhecido por Covid-19.

Em 2022, espera-se uma recuperação do turismo a nível mundial, após dois anos tendo em conta que, em 2021, Portugal registou cerca de 37.455,8 milhares de dormidas, um aumento de 45,2% face a 2020 e 2.330,9 milhões de proveitos globais, um aumento de 61,2% face a 2020 (LCG, 2022).

### 1.1.2. Turismo de Eventos

Os eventos desenvolvidos fora das zonas de residência dos cidadãos originou um novo tipo de turismo, o turismo de eventos. Desta forma, são organizadas viagens com a finalidade de assistir ou participar em eventos que implicam a reserva de alojamento, refeições e outras atrações turísticas.

Os eventos têm sido cada vez mais procurados pelo turista que obriga os destinos a alterar a sua oferta devido aos benefícios económicos que este tipo de turismo origina. Para os autores Richards & Palmer, (2010), os destinos devem ter em atenção as mudanças a nível global que se têm vindo a verificar ao longo dos anos, de forma a atender as necessidades do visitante.

Os eventos têm sido reconhecidos como um elemento que potencia a atratividade dos destinos, mas também como um fator chave na comunicação e promoção destes destinos (Getz & Page, 2016; Richards & Palmer, 2010).

Segundo Getz & Page, (2016), os eventos podem ser divididos em quatro categorias:

- i. **Eventos de negócios:** que englobam reuniões e convenções em centros de exposições, em hotéis, em mercados, feiras e eventos privados;
- ii. **Eventos de festivais e culturais:** exposições em centros de arte, museus e galerias, e festivais e comemorações religiosas;
- iii. **Eventos de entretenimento:** concertos, espetáculos, teatros e espetáculos de rua;
- iv. **Eventos desportivos:** jogos de ligas profissionais, torneios e eventos recreativos em estádios e arenas ou infraestruturas criadas para o efeito.

### 1.2. Estratégia Norte 2030

A estratégia de Portugal 2030 inclui diversos objetivos e ações a implementar na zona norte. Vila Nova de Cerveira, onde se inclui o hotel Minho e restaurante Dom Júlio, integra a região do Alto Minho.

Entre os objetivos e prioridades do relatório Estratégia Norte 2030 (*Estratégia Portugal 2030*, 2019) salientam-se as mais adaptáveis para a presente investigação que poderão relacionar-se diretamente com as ações a implementar na organização:

- i. RSO1.5. Reforçar a conectividade digital;

- ii.** RSO2.6. Promover a transição para uma economia circular e eficiente na utilização dos recursos;
- iii.** RSO2.7. Reforçar a proteção e preservação da natureza, a biodiversidade e as infraestruturas verdes, inclusive nas zonas urbanas, e reduzir todas as formas de poluição;
- iv.** RSO4.6. Reforçar o papel da cultura e do turismo sustentável no desenvolvimento económico, na inclusão social e na inovação social:
- v.** ESO4.1. Melhorar o acesso ao emprego e a medidas de ativação de todos os candidatos a emprego, em especial os jovens, sobretudo através da implementação da Garantia para a Juventude, dos desempregados de longa duração e grupos desfavorecidos no mercado de trabalho, e das pessoas inativas, bem como promover o emprego por conta própria e a economia social;
- vi.** ESO4.4. Promover a adaptação dos trabalhadores, das empresas e dos empresários à mudança, o envelhecimento ativo e saudável e um ambiente de trabalho saudável e bem-adaptado capaz de prevenir riscos para a saúde;
- vii.** ESO4.6. Promover a igualdade de acesso e a conclusão, em especial por parte dos grupos desfavorecidos, de um percurso de educação e formação inclusivo e de qualidade, desde a educação e acolhimento na primeira infância até ao ensino superior, passando pelo ensino e formação gerais e vocacionais, bem como a educação e aprendizagem de adultos, facilitando, nomeadamente, a mobilidade para fins de aprendizagem para todos e acessibilidade para as pessoas com deficiência;
- viii.** ESO4.8. Favorecer a inclusão ativa, com vista a promover a igualdade de oportunidades, a não discriminação e a participação ativa, e melhorar a empregabilidade, em particular dos grupos desfavorecidos;
- ix.** RS05.1. Promover o desenvolvimento social, económico e ambiental integrado e inclusivo, a cultura, o património natural, o turismo sustentável e a segurança nas zonas urbanas;

### 1.3. Marketing e Posicionamento

#### 1.3.1. Marketing

Para Bartels, (1951), *marketing* trata-se da “área de estudo que investiga condições e leis que afetam a distribuição de bens e serviços. É a função institucionalizada de fornecer aos consumidores bens para a sua utilização”.

A definição de *marketing* tem sofrido alterações e ligeiros ajustes ao longo do tempo, Duncan, (1920) apud Ringold & Weitz, (2007) considera que está relacionado com a distribuição de mercadorias e todo o processo desde o transporte, armazenamento, classificação e a própria compra e venda de um produto. Keefe, (2004) citado por Ringold & Weitz, (2007) refere que *marketing* se trata de uma função organizacional e um conjunto de processos de forma a criar, comunicar e entregar valor ao cliente de forma a gerir o relacionamento com o mesmo para que a empresa beneficie e obtenha lucros.

Para Kotler et al., (2019) *marketing* reside em identificar e responder a necessidades humanas através da obtenção de lucro. Várias são as grandes marcas como a *Ryanair* e a *Google* que adotaram estratégias para promover determinados produtos e serviços que consideraram úteis para suprimir necessidades dos consumidores. Em suma, o *marketing* pode traduzir-se no esforço que a empresa faz para satisfazer o seu público-alvo através da obtenção de lucros.

Gallopel-Morvan et al., (2022) referem que o *marketing* consiste em segmentar o mercado consoante alguns critérios específicos como idade, género e crenças, e perceber as suas principais necessidades. A partir deste estudo, é importante pensar numa estratégia de forma a suprir estas mesmas necessidades, ou seja, criar uma proposta de valor que estabeleça uma mensagem positiva entre o emissor e o público-alvo (Gallopel-Morvan et al., 2022). Muitas vezes, o *marketing* é visto como a venda de algum produto ou a sua publicidade, mas o verdadeiro objetivo desta ciência passa por conhecer tão bem o consumidor e preparar um produto tão adequado para as suas necessidades ao ponto da própria venda se tornar simples, uma vez que o produto se adapta ao cliente e se vende por si só.

O cliente deve sentir-se acariciado pela marca para ser incentivado a comprar (Berman & Evans, 2018) contudo, a dor que o consumidor sente também pode ajudar no momento

da compra (Kastanakis et al., 2022) assim como a negação que pode aumentar o desejo do consumidor em comprar determinado artigo apenas porque os elogios que receberá quando for visto a utilizá-lo lhe aumentam o ego e conferem alguma autoestima (Brown et al., 2018).

Marketing estratégico engloba as diversas funções que antecedem a produção e a venda de um produto, tais como a pesquisa de mercado, a segmentação, o posicionamento da marca, a conceção do produto/serviço, a definição de preços, a análise da disponibilidade dos canais de distribuição e comercialização e até o planeamento de estratégias de comunicação que posteriormente serão aplicados de forma a cativar o consumidor final (Zenone, 2020).

O *marketing* estratégico é interessante, desafiador e importante porque é orientado para os consumidores e, por essa razão, nunca fica estagnado. Concilia arte e ciência, como forma de entregar valor sempre atendendo às necessidades do cliente, parceiros, acionistas assim como da própria empresa. Não é possível determinar qual o melhor *marketing* estratégico ou a melhor estratégia em si porque o consumidor encontra-se em constante mudança e todos os cenários políticos, económicos, tecnológicos e sociais vão também condicionar e influenciar qualquer tipo de estratégia e o seu resultado (Ferrell et al., 2021).

Segundo Toledo, (2012) apud Leite & Sgarbossa, (2021), o *marketing* estratégico centra-se no mercado procurando criar valor superior para os clientes, focando-se na elaboração e implementação de estratégias para o crescimento de empresas e o seu posicionamento no mercado.

A implementação do marketing é o que o transforma em marketing estratégico, isto porque o *marketing* por si só não traz resultados se não contar com uma boa estratégia de implementação. Com este processo, é garantido que o plano previamente estudado é colocado em ação de forma a atingir o seu objetivo. Segundo Gallopel-Morvan et al., (2022) , a estratégia aborda o porquê das ações de *marketing* e a sua implementação é que aborda quem, onde, quando e de que forma.

Desenvolver e executar uma estratégia de *marketing* é fulcral para a obtenção de ótimos resultados dentro das organizações. Torna-se imprescindível para os profissionais de

*marketing* dominar questões como a criação de estruturas organizacionais que promovam o melhor desenvolvimento de estratégias de *marketing* que ajudem a adaptar-se às mudanças nas necessidades dos clientes e da empresa; escolher o conjunto ideal de estratégias de *marketing* para gerar resultados tendo em conta as prioridades de todos os envolvidos; e liderar executivos no desenvolvimento e implementação de estratégias com maior foco no cliente (Morgan et al., 2019).

### 1.3.2. Marketing e Turismo

Para Hanna et al., (2018) o *marketing* tem ganho grande importância no setor do turismo. O público, residente ou visitante de determinada região, encontra-se sensibilizado com a questão da sustentabilidade e tudo o que esta implica se os hábitos não forem os melhores. Nesse sentido, o *marketing* assume um papel relevante no que diz respeito a inculcar no público hábitos mais responsáveis.

Para além do incentivo a uma tomada de decisão consciente, uma boa estratégia de *marketing* é capaz de influenciar o hóspede a escolher determinado destino ou empreendimento sem que o mesmo se aperceba (Lim et al., 2021).

O turista possui, atualmente, grande facilidade em pesquisar informação acerca de cada destino e a oferta turística de cada um antes de o visitar. Esta questão reforça a importância de uma boa estratégia de promoção (Hanna et al., 2018).

É nesse sentido, para transmitir o posicionamento da organização ao público-alvo, que surge a necessidade de implementar os denominados 7 P's do *marketing*: “*Price*” que envolve a definição de um valor lucrativo para a empresa mas também atrativo para o consumidor, as condições de pagamento, as políticas de descontos e as formas de pagamento; “*Product*” que envolve a qualidade do produto, as suas características, o seu design e todo o *branding*; “*Place*”, que envolve os canais de distribuição, os pontos de venda e a questão da logística e transportes; “*Promotion*” que diz respeito à promoção e publicidade da empresa e todo o *merchandising*; “*People*” que considera os recursos humanos envolvidos nos processos da organização, desde colaboradores a clientes; “*Process*” que traduz a experiência que o cliente recebe a partir do momento em que adquire determinado produto/serviço; e “*Physical evidence*” que funcionam como fonte de avaliação para o cliente que pode até servir de comparação com a concorrência (Lee & Kotler, 2015).

### 1.3.3. Segmentação

A segmentação de mercado consiste em dividir o público em pequenos grupos que partilham características, necessidades e desejos. Esta segmentação pode ter em conta características geográficas, demográficas ou psicográficas. Após essa divisão, são examinadas as necessidades e, mais tarde, o benefício que uma resposta a essas necessidades pode trazer (Kotler et al., 2019).

O processo de segmentação de mercado traduz-se na identificação e seleção de mercados-alvo. Os profissionais de marketing aglomeram diferentes públicos segundo as suas necessidades, desejos e características. Com este resultado, as empresas conseguem criar produtos capazes de satisfazer essas necessidades sem grande esforço. Atualmente, é possível tratar esta segmentação através da recolha de dados na internet como as transações realizadas, utilizações de cartão de crédito, cliques em produtos e sites online. Paralelamente a isso, também é possível enviar campanhas promocionais e publicitárias aos clientes através dos seus dados de *e-mail* e, desta forma, rentabilizar estas mesmas ações (Ferrell et al., 2021).

### 1.3.4. Identidade da Marca

A identidade de uma marca consiste na forma como uma empresa é observada no exterior. Ao longo dos anos, as organizações optam por construir essa identidade através de estratégias como a escolha do logotipo da marca, a sua missão e visão, as relações com parceiros e fornecedores, apresentações ao possível consumidor, e *marketing* e promoção. O cliente absorve a identidade da marca de várias formas, muitas vezes sem associar que essa absorção é pensada ao detalhe pelos detentores da empresa. Elementos como a embalagem dos produtos e algumas mensagens de agradecimento/motivação dispostas ao longo da encomenda, transmitem ao consumidor emoções positivas que desencadeiam uma nova compra ou recomendação (Mindrut et al., 2015). Desenvolver a identidade de uma empresa é complexo e pode passar por várias fases. Segundo Kusi et al., (2021), é muito distinto a construção de uma identidade no início da empresa, ou seja, na sua fase de criação, ou numa fase em que já se encontra implementada no mercado. A primeira, acontece apenas segundo as expectativas dos fundadores e aquilo que os mesmos ambicionam para o posicionamento da empresa enquanto que quando a mesma já é conhecida pelo

consumidor, pode adaptar-se a sua identidade tendo em conta os resultados obtidos e aqueles que se desejam obter. A maior distinção entre ambas é que, numa primeira etapa, a identidade é concretizada segundo os gestores da empresa e, mais tarde, já se insere a perspectiva do cliente.

### **1.3.5. Imagem da Marca**

A imagem é criada pelo cliente através do impacto da promoção, publicidade e relações-públicas. Sendo assim, a imagem de marca é importante para o cliente conhecer a organização e para o gestor captar a atenção do cliente ideal para o seu negócio de forma a fidelizá-lo e impedir o crescimento dos concorrentes (Lahap et al., 2016).

A imagem de marca proporciona uma posição face à concorrência que deve ser minuciosamente estudada. As organizações reconhecem que a imagem que a marca exterioriza tem um impacto que influencia a tomada de decisão por parte do consumidor. Dessa forma, criam-se estratégias para que o cliente opte por comprar e recomendar determinado produto (Athar, 2020).

Para Shafiee et al., (2020), não é suficiente ter competência para desenvolver uma imagem de marca de sucesso. A fórmula ideal passa por aliar a competência a estratégias de desenvolvimento que sejam capazes de manipular de forma positiva o consumidor e o influenciem no momento de tomada de decisão.

### **1.3.6. Posicionamento da Marca**

O posicionamento de uma marca traduz-se no esforço da própria em se colocar num determinado lugar de destaque face aos seus concorrentes para que seja a escolha do consumidor (Iyer et al., 2019). Uma estratégia de posicionamento favorável pode conduzir a uma vantagem competitiva e a diversas regalias a nível económico. Esta estratégia deve englobar todos os processos desde a criação do conceito à publicidade do produto.

### **1.3.7. Posicionamento do Produto**

Quanto ao posicionamento do produto, Aaker & Shansby, (1982) defendem vários tipos de posicionamento estratégico, como pode ser verificado na tabela apresentada de seguida:

*Tabela 1: Dimensões de posicionamento estratégico segundo Aaker & Shansby (1982)*

<b>Posicionamento quanto ao atributo</b>	O produto é associado a um atributo do próprio ou um benefício para o cliente;
<b>Posicionamento por preço/qualidade</b>	As empresas esforçam-se por transmitir a mensagem de que os seus produtos possuem mais qualidade ou um melhor serviço e um preço alto transmite, por vezes, essa mesma ideia aos clientes que, em dúvida, optam por um produto ou serviço mais caro por lhes transmitir mais confiança;
<b>Posicionamento em relação à utilização</b>	Consiste em elaborar uma comunicação enaltecendo o uso que poderá ser dado a determinado produto/serviço, em alguns casos esta comunicação existe para demonstrar também que o produto pode ter outras funções para além da mais óbvia;
<b>Posicionamento pelo utilizador do produto</b>	O produto é associado a um tipo ou um grupo de utilizadores, por vezes são utilizadas figuras públicas para este tipo de comunicação ser mais eficaz porque os seguidores das mesmas, que se identificam com os seus estilos de vida, vão ser influenciados a adquirir o produto em questão;
<b>Posicionamento em relação à classe do produto</b>	As empresas se esforçam para elaborar uma série de produtos que se interligam entre si e podem influenciar o consumidor a comprar vários artigos em vez de apenas um;
<b>Posicionamento em relação a um concorrente</b>	Realizam-se estudos de forma a compreender a estratégia de uma marca bem posicionada, o objetivo é perceber o porquê dos bons resultados do concorrente e tentar obter uma posição semelhante ou ainda superior.

Fonte: Elaboração própria

Mintzberg, (2004) reforça esta mesma ideia referindo quatro principais tipos de posicionamento estratégico sendo eles com base no preço, com base na diferenciação competitiva, com base na monopolização de um segmento de mercado, e com base no benefício oferecido. Para um posicionamento eficaz, segundo o mesmo autor, é necessário adotar estratégias adequadas.

### 1.3.8. Estratégia

Para Mintzberg, (2004), a estratégia pode ser definida de cinco formas, que refere como os 5 P's: plano, em que a estratégia é uma diretriz para que algo seja concretizado; pretexto, em que a estratégia assume um papel de manobra para competir com a concorrência; padrão, em que se utiliza a estratégia por convenção ou força cultural estabelecida; posição, com o objetivo de um posicionamento perante os mais diversos públicos; perspectiva, em que a estratégia procura estudar as intenções e comportamentos do mercado-alvo para compreender a melhor decisão a ser tomada.

O estudo de He et al., (2020) espelha uma estratégia utilizada por diversas marcas que já desencadeou diversos resultados, positivos e negativos. Trata-se do posicionamento “*underdog*”, em que as marcas tornam públicas as suas dificuldades de negócio e histórias mais dramáticas. Neste conceito, os consumidores sentem alguma pena face à situação desfavorável da empresa e optam por escolhê-la no momento de tomada de decisão. Como referido anteriormente, esta técnica já levou muitos consumidores a optarem por comprar produtos a empresas com antecedentes mais comoventes, contudo, o oposto também acontece. Em alguns casos, o cliente não confia nestas organizações e decide optar por uma empresa posicionada no topo e com um bom historial de negócio.

### 1.3.9. Marketing Mix

*Marketing mix* consiste numa estratégia de análise através do qual os gestores conseguem transmitir o posicionamento da organização ao público-alvo. Nesse sentido, surge a necessidade de implementar os denominados quatro P's do *marketing*: *Price* que envolve a definição de um valor lucrativo para a empresa mas também atrativo para o consumidor, as condições de pagamento, as políticas de descontos e as formas de pagamento; *Product* que envolve tudo o que a organização possa disponibilizar ao cliente, a qualidade do produto, as suas características, o seu design e todo o *branding*; *Place*, que envolve os canais de distribuição em que os serviços se apresentam, os pontos de venda e a questão da logística e transportes; *Promotion* que diz respeito à promoção e publicidade da empresa e todo o *merchandising* (Lee & Kotler, 2015).

Ao modelo dos quatro P's do *marketing* foram acrescentados três conforme explica (Alnaser et al., 2017): *People* que engloba as pessoas envolvidas no negócio,

fornecedores, colaboradores e clientes; *Physical Evidence* que se traduz como evidência física, envolve os elementos físicos que ficam na memória do cliente; e *Process* que diz respeito aos processos de cada organização.

## 2. APRESENTAÇÃO COMPLEXO HOTEL MINHO

### 2.1. Localização

A norte de Portugal, mais concretamente na região do Alto Minho, Vila Nova de Cerveira, situa-se o Hotel Minho e o Restaurante Dom Júlio, espaço da mesma gerência, contíguo ao hotel.

Vila Nova de Cerveira é uma vila portuguesa no distrito de Viana do Castelo, região do Norte e sub-região do Alto Minho, com cerca de mil e quatrocentos habitantes (CM Vila Nova Cerveira, 2022). A origem do nome da Vila tem duas explicações possíveis, pode derivar de uma colónia de cervos que existia na região, ou referir-se ao primeiro Senhor de Cerveira que possuiu um solar na localidade no tempo do Rei D. Sancho I.

As casas da vila, apalaçadas, brasonadas e com o aspeto típico de solares minhotos transmitem a quem visita Vila Nova de Cerveira um tom senhorial que demonstra grande importância e poder económico. No que à gastronomia diz respeito, o Rio Minho possui uma grande importância para a região, destacam-se pratos como a lampreia, o sável ou a tainha (My Best Hotel, 2022).

Com uma área aproximada de 110 Km<sup>2</sup> e dotada de uma boa rede de acessibilidades, é fácil chegar à vila de carro, autocarro ou comboio. Existem ligações à A3, à A28 e uma ponte internacional que a liga à Galiza, com as distâncias de 53 Km de Vigo, a 128 Km de Santiago de Compostela, a 202 Km da Corunha, a 36 Km de Viana do Castelo, a 106 Km do Porto e a 415 Km de Lisboa (CM Vila Nova Cerveira, 2022).

*Ilustração 1: Vila Nova de Cerveira*



Fonte: (CM Vila Nova Cerveira, 2022)

## 2.2. História e Evolução

A origem do Hotel Minho e a sua evolução enquanto edifício e serviços foi apresentada pela atual gerente da organização, D. Júlia Cruz, ao longo de uma conversa informal numa das visitas ao empreendimento.

O Hotel Minho é um empreendimento que começou por ser um motel. Quem o edificou, fez um crédito avultado para a sua construção e implementação que, após algum tempo, não conseguiu liquidar, o que levou a que o turismo de Portugal adquirisse todo o edifício.

O imóvel ficou vários anos sem ser cuidado e o Sr. Júlio Pires, pai da atual gerente, desgostoso ao perceber como se encontrava o espaço, decidiu comprá-lo em 1999, o edifício contava com 27 quartos com garagem privativa e funcionou até 2001 nesse formato com a designação de estalagem. Nessa altura, em 2001, Júlio Pires decidiu reformular e ampliar todo o edifício, transformando-o no Hotel Turismo do Minho. Abriu portas em *soft opening* em fevereiro de 2005 e a sua inauguração foi no dia 19 de março do mesmo ano, com sessenta quartos e cinco suites temáticas completamente independentes, adicionando também piscina exterior, *court* de ténis e parque de estacionamento.

*Ilustração 2: Fachada Hotel Turismo do Minho, ano 2005*



Fonte: (PortugalTurismo, 2022)

O hotel Turismo do Minho contava com espaços sociais e na zona da receção, um bar onde se servia o pequeno-almoço aos hóspedes em regime de *buffet*.

*Ilustração 3: Espaço de pequeno-almoço Hotel Minho, ano 2005*



Fonte: (PortugalTurismo, 2022)

O hotel esteve em funcionamento durante vários anos, e em 2012 surgiu uma nova remodelação e ampliação. Foi adicionado o espaço de spa, zona de eventos e criados vários espaços comuns sociais e de lazer que retratam o empreendimento como é possível observar atualmente. Inaugurado como Hotel Minho, é administrado atualmente pela D. Júlia Cruz.

*Ilustração 4: Fachada atual Hotel Minho*



Fonte: (Hotel Minho, 2022)

Não é possível caracterizar o Hotel Minho sem retratar o restaurante Dom Júlio, espaço que se encontra contíguo ao hotel e que pertence à mesma administração. A importância deste serviço é grande, dado que no edifício do hotel não existe um espaço destinado a refeições dos hóspedes. Deste modo, a satisfação dos clientes face ao serviço oferecido depende também da inclusão do restaurante Dom Júlio.

O restaurante Braseirão do Minho, como foi fundado inicialmente, foi adquirido, no momento de compra do motel, pelo Sr. Júlio Pires que possuía restaurantes em Lisboa, cidade onde viveu com a família durante vários anos. Pela sua localização próxima da estrada principal da região, tornou-se um local de paragem obrigatória onde se podem degustar pratos típicos da região minhota. O seu ambiente tradicional captou clientes portugueses e espanhóis que, pela proximidade ao seu país, visitam este restaurante frequentemente.

*Ilustração 5: Fachada antiga Braseirão do Minho, ano 2010*



Fonte: (passaportenobolso, 2018)

A D. Júlia Cruz, gostou do projeto do restaurante e decidiu empenhar-se no seu desenvolvimento e seguir com a administração do edifício. Em 2019, após uma forte obra de demolição e reestruturação, surge o Restaurante Dom Júlio, cujo nome homenageia o pai da gerente que acabou por falecer em 2014.

Ilustração 6: Atual fachada restaurante Dom Júlio



Fonte: (Hotel Minho, 2022)

### 2.3. Atualidade

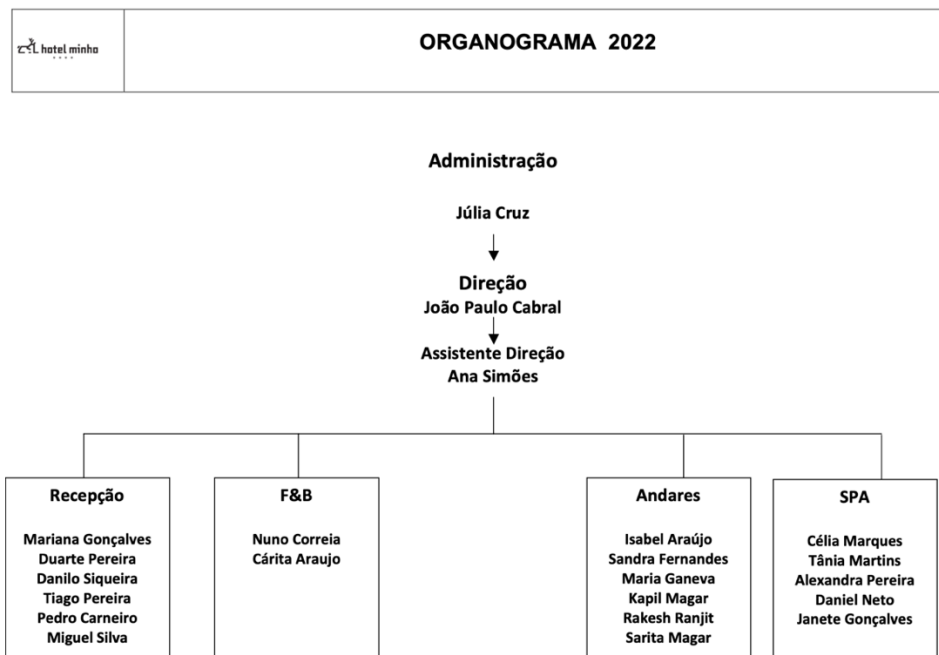
Categoria: Boutique Hotel

Classificação: \*\*\*\*

O Hotel Minho é considerado um *boutique hotel* por se tratar de uma unidade decorada com um tema determinado e um estilo bem definido, o estilo nórdico; os seus espaços são reduzidos face a grandes hotéis; situa-se longe de grandes centros urbanos; é um antigo edifício remodelado onde anteriormente funcionava um motel; a gastronomia é um dos pontos mais destacados com a oferta de pratos originais como o veado no bosque, prato de gastronomia molecular; possui experiências disponíveis que não se encontram em hotéis nos centros urbanos como passeio a cavalo e *paintball*; e os clientes procuram a unidade diretamente e não através de agências.

Atualmente, o Hotel Minho é administrado por Júlia Cruz, sob a direção de João Paulo Cabral e dividido em quatro grandes departamentos: Receção, F&B, Andares e Spa, conforme organograma apresentado abaixo:

*Ilustração 7: Organograma atual Hotel Minho*



Fonte: Direção Hotel Minho

### 2.3.1. Alojamento

O Hotel Minho dispõe de 60 quartos que possuem uma decoração simples e funcional. Oferecem vista para o exterior através das suas varandas ou terraços. A aposta da unidade incide num conceito de conforto moderno. Possui 5 suites idealizadas de forma a proporcionar uma estadia agradável, independentes do edifício principal do hotel. As suites têm 2 pisos, ambos com terraços exteriores e são todas equipadas com kitchenette. A decoração e mobiliário das suites destacam-se por recriarem o universo de cinco mestres da pintura, de diferentes épocas e correntes artísticas.

*Ilustração 8: Quarto Duplo Hotel Minho*



Fonte: (Hotel Minho, 2022)

### 2.3.2. Spa

O spa é um espaço dedicado ao tratamento e relaxamento do corpo e da mente. Fiel à diversidade e riqueza do Minho, a filosofia da organização combina tratamentos personalizados com os luxuosos produtos *Vinoble*.

O conceito do spa assenta em dois ícones que refletem a vida e alma locais: o Mel e o Vinho.

*Ilustração 9: Piscina Interior Hotel Minho*



Fonte: (ArchDaily, 2020)

*Ilustração 10: Sala de tratamentos de spa Hotel Minho*



Fonte: (ArchDaily, 2020)

### 2.3.3. *Business centre*

Um retiro para se reunir equipas, organizar eventos, ou fazer uma breve apresentação.

O *business centre* do Hotel Minho funciona num piso autónomo face às restantes áreas do hotel. Oferece duas salas completamente equipadas e adaptáveis às suas necessidades.

- i. Sala de conferências:
  - 90m<sup>2</sup>
  - capacidade máxima de 80 pessoas em plateia
- ii. Sala de reuniões:
  - 42m<sup>2</sup>
  - capacidade máxima de 14 pessoas em U

*Ilustração 11: Sala de reuniões Hotel Minho*



Fonte: (ArchDaily, 2020)

### 2.3.4. *Wine Bar*

O *wine bar* foi pensado e construído com muito rigor. É o espaço ideal para relaxar e poder apreciar a excelência do vinho verde da região. É possível encontrar uma seleção de vinhos que retrata a cultura do Minho. Encontra-se junto à sala de estar do próprio hotel.

Ilustração 12: Wine Bar Hotel Minho



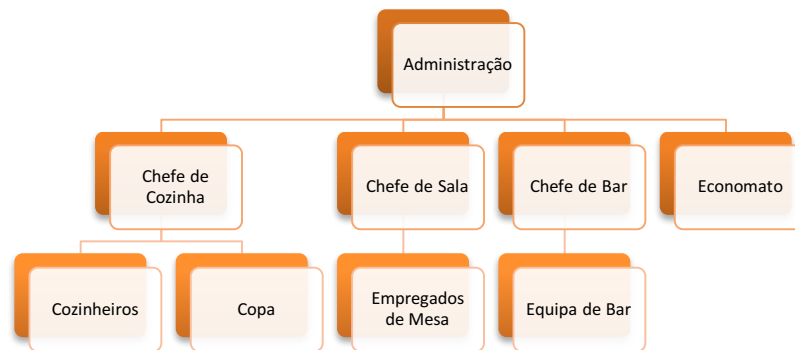
Fonte: (ArchDaily, 2020)

### 2.3.5. Restaurante Dom Júlio

Bacalhau à minhota, cabrito no forno, papas de sarrabulho, arroz pica no chão, rojões ou o "Veado no Bosque" *by* Chefe Gonçalo Araújo, vencedor das 7 Maravilhas da Gastronomia na categoria de Cozinha Molecular. Estes são alguns dos pratos incluídos no menu do restaurante "Dom Júlio", contíguo ao Hotel Minho e uma referência gastronómica na região.

Nos dias de hoje, o Restaurante Dom Júlio é administrado por Júlia Cruz e dividido em quatro grandes secções: cozinha, sala, bar e economato, conforme representação abaixo:

*Tabela 2: Organograma Restaurante Dom Júlio*



Fonte: Elaboração própria

No espaço do Restaurante Dom Júlio é possível desfrutar de belas iguarias e, para além disso, reservar as suas salas privadas para eventos sociais como batizados, casamentos, comunhões e festas de aniversário.

*Ilustração 13: Sala interior restaurante Dom Júlio*



Fonte: (Dom Júlio, 2022)

### 2.3.6. Bar Tanto Faz

O Bar Tanto Faz situa-se no interior do restaurante Dom Júlio e proporciona momentos de lazer num espaço repleto de conforto onde é possível desfrutar de tábuas de enchidos e outros snacks, bem como bebidas diversificadas.

*Ilustração 14: Bar Tanto Faz*



Fonte: (Dom Júlio, 2022)

### 3. ESTRATÉGIA DE MARKETING

#### 3.1. Mercado

Quem procura o Hotel Minho é a população do sexo masculino e feminino, maioritariamente portugueses e espanhóis. Casais jovens entre os 22 e os 30 anos que procuram fugir da confusão dos grandes centros urbanos, e famílias com filhos que procuram experiências diferentes associadas ao turismo de natureza e bem-estar. Valorizam o contacto com a natureza sempre aliado ao conforto. Praticam atividades ao ar livre e frequentam o spa e a piscina exterior. Um outro segmento de mercado do hotel são os que viajam em negócios, essencialmente homens, e escolhem a unidade para descansar e realizar, no mesmo local, as suas reuniões e conferências nos distintos espaços disponíveis para essa finalidade.

O restaurante Dom Júlio é procurado essencialmente por espanhóis ao fim de semana e portugueses trabalhadores na zona industrial durante a semana. Procuram a boa gastronomia típica da região e um passeio pela propriedade envolvida pela natureza.

#### 3.2. Posicionamento

O Hotel Minho proporciona aos amantes da natureza um local para descansar, permitindo-lhes estar em contacto com a natureza e, ao mesmo tempo, desfrutar de todo o conforto e bem-estar. O intuito da organização é destacar-se pela qualidade dos seus produtos e serviços oferecidos aos clientes.

O principal objetivo do restaurante Dom Júlio é permitir aos verdadeiros apreciadores da boa gastronomia minhota um momento de conforto inigualável à mesa e uma visão sobre a propriedade deslumbrante com o lago e a zona dos animais.

#### 3.3. Marketing Mix

O *marketing mix* permite perceber as melhores ações estratégicas a ser implementadas. Para a análise em questão, serão utilizados os 7 P's do *marketing* (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) de forma a detetar aquilo que poderá estar em falha nas estratégias já implementadas (Alnaser et al., 2017).

### 3.3.1. *Product* (Produto)

O hotel Minho oferece aos seus clientes alojamento repleto de conforto e valências que permitem momentos reparadores e relaxantes como o spa, com piscina interior e tratamentos, bem como na piscina exterior que poderão usufruir sazonalmente. Dispõe de 60 quartos no edifício principal do hotel e ainda 5 suites num ambiente mais recatado e com maior privacidade.

No edifício do hotel encontra-se um espaço reservado a reuniões e conferências de negócios que conta com uma capacidade total de 94 pessoas distribuídas por 2 salas equipadas e preparadas para qualquer necessidade corporativa.

O restaurante Dom Júlio, situado na mesma propriedade, mas um pouco deslocado do hotel, proporciona refeições imperdíveis com acesso a um vasto terreno verdejante com lago, animais e campo de paintball.

### 3.3.2. *Price* (Preço)

No alojamento, o preço médio varia entre 80€ e 200€ dependendo da época e o valor do pequeno-almoço encontra-se incluído no alojamento (Hotel Minho, 2022).

O valor de aluguer das salas de reuniões para eventos é sempre sujeito a negociação. Contudo, o valor estipulado para a sala de conferências, com capacidade máxima de 80 pessoas é de 400€ para um dia completo e 250€ para meio dia. A sala de reuniões, com capacidade máxima de 14 pessoas tem o custo de 300€ para um dia completo ou 200€ meio dia. Para além deste serviço, é possível complementar com reserva de serviços como coffee-breaks, com o valor mínimo de 3,75€ por pessoa (Anexo A).

Os tratamentos de spa, entenda-se massagens de relaxamento e bem-estar, possuem um preço que varia entre 30€ e 210€ por pessoa (Hotel Minho, 2022).

O valor médio do almoço, por pessoa, em menu executivo com entrada, prato e sobremesa, é de 9€ e, à carta, em média 25€, por pessoa.

### 3.3.3. *Place* (Distribuição)

A distribuição de serviços da empresa difunde-se, essencialmente, nas plataformas de reserva online como a *Booking*, *Tripadvisor*, entre outros. Com um mercado diversificado, a presença no *Instagram* é essencial para cativar o público mais jovem que

procura fugir dos grandes centros urbanos; a presença no *Facebook* permite atrair portugueses e espanhóis mais velhos que frequentem a região. O ideal seria sempre canalizar toda a procura e faturação para o website em que a venda é direta.

#### **3.3.4. *Promotion* (Promoção)**

A unidade conta com uma pessoa especialista em redes sociais e comunicação a preparar e publicar todas as campanhas promocionais e imagens ilustrativas dos serviços e infraestruturas.

Nas redes sociais, tem presença assídua no *Instagram* e *Facebook* e nas plataformas de reservas *Booking*, *Tripadvisor*, *Trivago*, *Hotéis.pt* e conta ainda com parceria com a *Odisseias*. O maior motor de promoção é o website que foi reestruturado e modernizado de modo a tornar-se mais *user friendly*, ou seja, para que manusear toda a informação seja simples e intuitivo.

#### **3.3.5. *People* (Pessoas)**

Como em qualquer organização, as pessoas são a base de tudo, tanto os colaboradores como os que adquirem e usufruem dos serviços oferecidos.

Por essa razão, é importante ter boas políticas e, por essa razão, a administração tem feito uma grande aposta em colaboradores qualificados e dinâmicos para as suas funções.

#### **3.3.6. *Physical Evidence* (Evidência Física)**

Os elementos físicos são a memória que cada cliente leva consigo. O aspeto das infraestruturas são algo a ter em conta para que não se dê início a uma estadia de várias noites com uma péssima imagem do espaço. O hotel e o restaurante sofreram remodelações recentemente de forma a possuírem uma imagem ainda mais modernizada e de acordo com os padrões da empresa.

#### **3.3.7. *Process* (Processo)**

O processo de cada organização varia, mas o mais importante é que seja um processo com o mesmo padrão independentemente do tipo de cliente ou da época sazonal. Este fator permite economizar tempo e recursos e, conseqüentemente, aumentar a eficácia e lucro.

#### 4. METODOLOGIA

A secção em que são apresentados os métodos de uma investigação (Simon et al., 2020) é essencial para que o estudo possa ser entendido e até mesmo replicado em investigações futuras.

O presente capítulo descreve os métodos de pesquisa e análise utilizados na investigação e está dividido em várias partes, uma breve introdução, a metodologia de pesquisa selecionada, as técnicas de recolha e análise de dados e, por fim, a caracterização dos entrevistados e a estrutura das entrevistas. A metodologia deste estudo é de investigação qualitativa. Numa primeira fase, foi aprofundado o conhecimento acerca de temas essenciais para a estrutura deste projeto com a leitura de vários estudos de caso e artigos de investigação científica. De seguida, definidos objetivos específicos de modo a conduzir de forma coerente a presente investigação:

- i. Analisar o posicionamento estratégico atual do Hotel Minho;
- ii. Identificar a perceção dos clientes face ao hotel e os seus serviços, em particular o departamento de eventos;
- iii. Identificar a perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos;
- iv. Construção de uma análise SWOT da unidade e do departamento de eventos;
- v. Definir estratégias e ações a implementar.

De forma a conseguir um resultado de confiança, é importante recolher informações junto de pessoas que têm uma ligação com o hotel em estudo e os seus serviços. Para isso, considerou-se que perceber a opinião dos hóspedes do hotel e dos clientes do restaurante seria fundamental. O método de recolha de dados utilizado foi qualitativo uma vez que é maioritariamente conduzida através de palavras e não dados estatísticos e permite um número reduzido de indivíduos em análise. Contudo, não deixa de ser uma pesquisa fundamentada porque os indivíduos fornecem informação fidedigna porque possuem muito conhecimento acerca do tema em assunto (Miles et al., 2014).

Para a perceção dos clientes, recolhem-se comentários e críticas em todas as plataformas de avaliação e redes sociais das unidades nos meses de junho de 2021 a janeiro de 2022, nomeadamente *TripAdvisor*, *Booking*, *Facebook* e *Instagram*.

Posto isto, a próxima fase envolve os colaboradores e administração que permitirão ter acesso a uma perspetiva diferente da unidade e dos seus serviços. Para tal, é apresentado aos entrevistados o consentimento informado (Apêndice A) que deve ser analisado e assinado e, após este passo, inicia-se a entrevista com o guião de entrevistas (Apêndice B) com o objetivo de colocar questões à administração do restaurante e hotel, à direção do hotel e aos operacionais dos dois espaços num total de 9 entrevistados. Assim, a população é escolhida por conveniência uma vez que os fatores que decidiram a escolha foram o local onde entrevistar que neste caso será o Hotel Minho e Restaurante Dom Júlio. A amostra será emparelhada uma vez que todos os indivíduos terão características em comum, nomeadamente o facto de serem colaboradores nas unidades anteriormente referidas.

A análise de conteúdo será o método de análise escolhido para cada uma das etapas. Para Bardin, (2012), a análise de conteúdo foca-se na comunicação e permite manipular mensagens de forma a confirmar indicadores que consentem algumas mensagens que não foram verbalmente referidas. A análise de conteúdo pode ser considerada uma leitura mais aprofundada de toda a informação e a relação entre ela e fatores externos importantes para a investigação.

No caso dos comentários e críticas dos clientes, os resultados foram tabelados e analisados segundo as dimensões *Servqual*. As dimensões *Servqual* são um modelo de análise originalmente desenvolvido por Parasuraman, Zeithaml e Berry com o objetivo de avaliar a perceção e satisfação do serviço (Parasuraman et al., 1988; Saleh & Ryan, 1991). A sigla *Servqual* tem origem nos prefixos “serv” de serviços, e “qual” de qualidade (Parasuraman et al., 1988). Para esta avaliação de qualidade, é utilizada uma escala que avalia 5 fatores: a fiabilidade, capacidade de executar o serviço de forma fiável; capacidade de resposta, vontade de ajudar o cliente e prestar serviço rápido; empatia, atenção prestada aos clientes; aspetos tangíveis, instalações físicas, equipamento, aparência do pessoal; e garantia, conhecimento e cortesia dos empregados e capacidade de inspirar confiança.

Para a análise da perceção dos colaboradores e elementos da administração do empreendimento, foi elaborada uma matriz onde se podem associar as questões realizadas aos entrevistados aos objetivos, às dimensões de posicionamento estratégico,

categorias e as dimensões *Servqual* que foram utilizadas também para analisar a percepção dos clientes.

Os objetivos a que as questões foram associadas são os anteriormente referidos como objetivos específicos desta investigação e é importante salientar que as questões foram criadas para responder a quatro dos objetivos específicos como é possível conferir na tabela abaixo apresentada:

**Tabela 3: Objetivos específicos e questões entrevistadas**

Objetivos	Questões
<p>Analisar o posicionamento estratégico atual do Hotel Minho;</p>	<p><b>Q4.</b>Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?</p> <p><b>Q6.</b> Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?</p> <p><b>Q10.</b>A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?</p> <p><b>Q11.</b>No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?</p>
<p>Identificar a percepção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos;</p>	<p><b>Q1.</b>O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?</p> <p><b>Q2.</b>Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?</p> <p><b>Q3.</b>Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?</p> <p><b>Q5.</b>No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?</p> <p><b>Q8.</b>No departamento de eventos, o que poderão ser problemas a resolver?</p> <p><b>Q9.</b>Que ações tomaria para dinamizar o departamento de eventos da unidade?</p> <p><b>Q12.</b>Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?</p> <p><b>Q13.</b>Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?</p> <p><b>Q14.</b>Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?</p> <p><b>Q15.</b> O que mudaria na unidade e nos seus serviços, se tivesse a possibilidade de mudar tudo o que desejasse?</p>

Construção de uma análise SWOT da unidade e do departamento de eventos;	<b>Q7.</b> Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços.
Definir estratégias e ações a implementar.	A resposta a este objetivo terá como base as respostas obtidas nas entrevistas à administração, direção e colaboradores do empreendimento.

Fonte: Elaboração Própria

Na tabela anteriormente apresentada, é possível conferir que não se encontra retratado o objetivo ii. Esta situação deve-se ao facto de não existirem questões que pretendam responder a este objetivo específico porque, para tal, será utilizada a análise da perceção dos clientes com os comentários e avaliações nas plataformas e redes sociais.

*Tabela 4: Objetivo ii. e respetivo método de análise*

Objetivo	
Identificar a perceção dos clientes face ao hotel e os seus serviços, em particular o departamento de eventos;	A perceção dos clientes foi analisada com base nos comentários nas plataformas de avaliação

Fonte: Elaboração própria

#### 4.1. Caracterização dos Entrevistados

Conforme referido anteriormente, para a realização das entrevistas foi escolhida como amostra a administração e os colaboradores do Hotel Minho e do Restaurante Dom Júlio.

É importante referir que nem todos os colaboradores foram entrevistados por uma questão de logística da organização e, por essa razão, foi tido o cuidado de possuir na amostra entrevistados de todos os departamentos.

É possível constatar que a equipa é bastante equilibrada com elementos de várias idades, variando entre os vinte e nove e os cinquenta e quatro anos de idade. Existem mais elementos do sexo feminino e a experiência no empreendimento varia entre os 2 meses e 16 anos.

## 5. ANÁLISE DE DADOS E APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Neste capítulo, são apresentados os dados recolhidos e a análise de resultados deste trabalho de projeto.

Para dar resposta aos objetivos específicos previamente elaborados, foram analisados e tabelados os comentários dos clientes nas plataformas e redes sociais do Hotel Minho e Restaurante Dom Júlio. Para além disso, foram entrevistados colaboradores dos vários departamentos da organização.

De forma que a compreensão deste tema seja mais clara, relembram-se os objetivos específicos desta investigação:

- i. Analisar o posicionamento estratégico atual do Hotel Minho;
- ii. Identificar a perceção dos clientes face ao hotel e os seus serviços, em particular o departamento de eventos;
- iii. Identificar a perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos;
- iv. Construção de uma análise s.w.o.t. da unidade e do departamento de eventos;
- v. Definir estratégias e ações a implementar.

### 5.1. Análise da perceção da administração e colaboradores

Com a implementação de entrevistas aos colaboradores e administração da organização, pretende-se responder aos objetivos específicos i.; iii.; iv. e v.

#### 5.1.1. Análise segundo os objetivos específicos

- i. **Analisar o posicionamento estratégico atual do Hotel Minho;**

Para responder a este objetivo, foram analisadas as codificações das questões 4, 6, 10 e 11. No apêndice F, podem analisar-se as questões e as respostas dos entrevistados de acordo com este objetivo:

Na resposta à questão “Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?” os entrevistados mencionaram diversos hotéis que consideram concorrentes e que serão analisados ao longo deste trabalho de projeto para que se possa avaliar e comparar a concorrência da organização. Os hotéis que mais se destacam são o

Portas do Sol, Feel Viana, Hotel Talaso, Prazer da Natureza Resort & Spa, Design Wine and Spa Hotel.

Para além de hotéis, os entrevistados também referiram espaços de eventos como a Quinta do Cruzeiro e Quinta do Amorinho.

A questão “Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?” foi estrategicamente colocada aos entrevistados que exercem funções na direção do hotel porque seriam os mais indicados para dar resposta a esta questão. Sendo assim, referem que o spa é muito divulgado porque esteticamente está bastante agradável o que proporciona mais interação nas redes sociais por parte de potenciais clientes e também como forma de recuperar o enorme investimento.

Na questão “A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?”, os entrevistados referiram espaços de eventos que consideram ter potencial para competir com a sua organização. Surgiram espaços como a Quinta do Prazo, a Quinta do Moinho e o Axis Hotel na categoria de hotéis.

Quando questionados se “No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?”, os entrevistados referiram que fazem um levantamento verbal destas avaliações através de conversas informais com os clientes.

**iii. Identificar a perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos;**

Para responder a este objetivo, foram analisadas as codificações das questões 1, 2, 3, 5, 8, 9, 12, 13, 14. No apêndice G podem analisar-se as questões e as respostas dos entrevistados de acordo com este objetivo:

Na resposta à questão “O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?” foram apresentadas diversas opiniões que enumeram o serviço prestado como algo que os clientes apreciam muito, bem como a envolvente de natureza, o spa, a tranquilidade do espaço e envolvência, a localização e a comida servida.

Com a questão “Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?” foi possível perceber que o principal mercado do empreendimento é português e, também, turistas espanhóis que, pela proximidade geográfica, visitam

frequentemente o hotel Minho e, principalmente, o restaurante Dom Júlio. Para além disso, o mercado de *business* também tem uma importante incidência, em especial durante a semana devido a viagens em trabalho.

À questão “Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?”, as opiniões foram divergentes. Vários entrevistados referiram a política de spa, uma vez que não permite crianças no espaço durante o período da tarde, por uma questão de tranquilidade no local. Para além disso, os clientes parecem reclamar do facto do restaurante ser num edifício externo.

Na questão “No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?”, os entrevistados referiram fatores como o lago, picadeiro de cavalos, campo de *paintball* e spa. Para além disso, consideram vantajoso o facto de dentro do empreendimento ser possível pernoitar, fazer refeições no restaurante e concretizar eventos, sendo que nos principais concorrentes não estão disponíveis todas estas valências.

Quando questionados “No departamento de eventos, o que poderão ser problemas a resolver?” os entrevistados referem que é essencial ressaltar que não existe um departamento próprio e que isso, só por si, já acarreta inúmeros problemas. Para além disso, seria importante a divulgação do espaço e dos serviços a nível externo. É salientado ainda que deveriam impor mais regras nos serviços no restaurante de forma a evitar investimentos desnecessários e, por último, o facto de necessitarem de elementos capazes de criar novas ideias para dinamizar o departamento.

Nesta questão, os entrevistados um, quatro, cinco e nove não conseguem detetar problemas o que pode ser causado pelo facto de não estarem diretamente envolvidos com a preparação de eventos.

“Que ações tomaria para dinamizar o departamento de eventos da unidade?” originou diversas opiniões. Salienta-se a implementação de estratégias de comunicação e promoção dos espaços e serviços e o aproveitamento de alguns recursos como palco e sistema de luz/som de forma a dinamizar e captar novos clientes. Salienta-se, uma vez mais, a dificuldade em encontrar resposta nos entrevistados um, quatro, cinco e nove. A repetição desta dificuldade por parte dos mesmos entrevistados em relação ao mesmo

tema pode realmente justificar-se com a não integração destes colaboradores na organização de eventos.

Quando confrontados com a questão “Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?”, as respostas foram unânimes. Todos os entrevistados concordam que o facto de se apresentarem como uma propriedade os beneficia e valoriza.

A questão “Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?” originou opiniões distintas. Seis entrevistados de nove não se mostram favoráveis face a uma comunicação nas redes sociais do empreendimento como um todo. Defendem, essencialmente, que uma vez que a gestão dos espaços é feita de forma individual, também a comunicação deve ser separada.

Para a questão “Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?”, também as opiniões se dividiram. De uma forma geral, os colaboradores acreditam que possa ser um fator que captou a curiosidade dos clientes e que possa ter influenciado na afluência ao restaurante. Contudo, não existiram alterações de tipo de cliente e o hotel não sentiu qualquer alteração.

#### **iv. Construção de uma análise s.w.o.t. da unidade e do departamento de eventos;**

Para responder a este objetivo, foram analisadas as codificações da questão 7. No apêndice H, pode analisar-se a questão e as respostas dos entrevistados de acordo com este objetivo:

Em resposta à questão “Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços”, os entrevistados salientam como ponto forte o spa, o pequeno-almoço, a natureza envolvente. Como ponto fraco, destaca-se a política do spa com a não permissão de crianças no período da tarde e o restaurante situado no exterior do hotel.

Curiosamente, a localização é apontada como ponto forte porque o empreendimento se situa próximo dos aeroportos de Vigo e Porto e próximo da fronteira com Espanha,

contudo, num local calmo que permite descansar, mas, por outro lado, é apresentada também como um ponto fraco tendo em conta que o empreendimento se encontra mais distante dos grandes centros urbanos do que alguns concorrentes.

**v. Definir estratégias e ações a implementar**

Para responder a este objetivo, foram analisadas as codificações da questão 15. No apêndice I, pode analisar-se a questão e as respostas dos entrevistados de acordo com este objetivo:

Para responder a esta questão, os entrevistados apresentaram algumas dificuldades por ainda não terem pensado sobre o assunto. O entrevistado um refere a política de turnos no pequeno-almoço, os entrevistados três e sete salientam que o espaço destinado a alojamento deveria ser melhorado. Situações como comunicação e promoção dos serviços de spa e mão de obra também foram abordados.

**5.1.2. Análise segundo as dimensões de posicionamento estratégico (Aaker e Shansby)**

*Tabela 5: Dimensão posicionamento pelo utilizador do produto e respetivas questões*

Dimensões	Posicionamento pelo utilizador do produto
Questão 1	O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?
Questão 2	Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?
Questão 3	Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?
Questão 11	No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?
Questão 13	Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?
Questão 14	Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?

Fonte: Elaboração própria

No posicionamento pelo utilizador do produto, o produto é associado a um tipo ou um grupo de utilizadores. Neste caso, as questões associadas na tabela 11 a esta dimensão de posicionamento estratégico procuram perceber a posição do utilizador dos produtos e serviços do hotel e restaurante, neste caso, os seus clientes.

**Tabela 6: Dimensão posicionamento em relação a um concorrente e respetivas questões**

Dimensões	Posicionamento em relação a um concorrente
Questão 4	Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?
Questão 5	No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?
Questão 10	A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?
Questão 12	Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?
Questão 13	Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?

Fonte: Elaboração própria

No posicionamento em relação a um concorrente, procura-se perceber como se posiciona a concorrência e o que é possível alterar no serviço do empreendimento para fazer face à concorrência. Para isso, utilizaram-se as questões 4, 5, 10, 12 e 13 conforme a tabela 12.

**Tabela 7: Dimensão posicionamento em relação à classe do produto e respetivas questões**

Dimensões	Posicionamento em relação à classe do produto
Questão 6	Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?

Fonte: Elaboração própria

Quanto à classe do produto, o posicionamento pretende que o cliente fique fascinado por algo em concreto e se sinta influenciado a comprar todo o leque de produtos disponível. Nesse sentido, o objetivo era perceber se por essa razão é o spa tão promovido face aos restantes serviços.

**Tabela 8: Dimensão posicionamento quanto ao atributo e respetiva questão**

Dimensões	Posicionamento quanto ao atributo
Questão 7	Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços.

Fonte: Elaboração própria

Na tabela 14, destaca-se a questão 7 no posicionamento quanto ao atributo do produto de forma a perceber o benefício do utilizador através dos pontos fortes e fracos da organização e dos seus serviços.

### 5.1.3. Análise segundo as dimensões *Servqual*

De forma a tornar a análise da perceção dos colaboradores e administração mais completa, as codificações de cada questão das entrevistas foram analisadas segundo as dimensões *Servqual*. Neste processo, associamos as respostas às cinco dimensões:

fiabilidade, capacidade de resposta, garantia, empatia e tangibilidade, como é possível observar na tabela 15.

*Tabela 9: Questões e respetivas dimensões Servqual*

Questões	Dimensões Servqual
Q1.O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?	Fiabilidade Capacidade de resposta Garantia Empatia Tangibilidade
Q2.Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?	-
Q3.Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?	Fiabilidade Capacidade de resposta Garantia Empatia Tangibilidade
Q4.Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?	Tangibilidade
Q5.No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?	Fiabilidade Capacidade de resposta Garantia Empatia Tangibilidade
Q6. Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?	Fiabilidade Tangibilidade
Q7. Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços.	Tangibilidade
Q8.No departamento de eventos, o que poderão ser problemas a resolver?	Fiabilidade Capacidade de resposta
Q9. Que ações tomaria para dinamizar o departamento de eventos da unidade?	Fiabilidade Capacidade de resposta
Q10.A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?	-
Q11.No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?	-
Q12.Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?	Tangibilidade
Q13.Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?	-
Q14.Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?	Fiabilidade
Q15.Tendo em conta o atual desenvolvimento do projeto, o que gostava de desenvolver/melhorar a nível de infraestruturas, espaços e serviços?	-
Q16.Gostava de lhe perguntar a sua idade e o tempo de experiência em hotelaria, assim como nesta empresa e nas funções que cá desempenhou.	-

Fonte: Elaboração própria

Com a tabela 15, é possível salientar que as dimensões mais destacadas são a fiabilidade e tangibilidade. Este aspeto transmite confiança no serviço e evidencia os elementos físicos do empreendimento que são referidos de forma positiva e menos positiva.

Para os entrevistados, o serviço prestado tem vindo a ser satisfatório e a fidelizar o cliente que gosta da sua estadia, pretende voltar e ainda recomenda a terceiros. Contudo, as infraestruturas, nomeadamente de alojamento, devem ser melhoradas e modernizadas de forma a aumentar gradualmente a ocupação e satisfação do cliente.

Ainda relativamente aos aspetos tangíveis, o espaço do spa, apesar de pequeno face ao número de quartos e capacidade total do hotel, convencem o cliente a usufruir dos serviços, e a envolvente natural com picadeiro, campo de paintball, lago, espaço com animais e jardins para caminhar permitem que o cliente volte ao empreendimento e traga a sua família a passar bons momentos.

As análises anteriormente apresentadas foram inseridas numa folha de cálculo capaz de reunir toda a informação de forma a facilitar a leitura e análise (Apêndice C).

## **5.2. Análise da perceção dos clientes**

Para a análise da perceção dos clientes acerca do hotel e dos seus serviços, foi questionada a direção do hotel que informou as plataformas e redes sociais utilizadas para comunicar com os clientes e, a partir daí, foram recolhidas todas as publicações e comentários de clientes, do *Facebook*, *Instagram*, *Tripadvisor* e *Booking* do Hotel Minho e Restaurante Dom Júlio, no período de 15 de julho a 15 de janeiro de 2021 (6 meses).

Posteriormente, foram organizadas numa folha de cálculo (Apêndice D) todas as informações com imagem das publicações, plataforma onde foi recolhida, avaliação/comentário, pontuação, data de publicação, data de observação e dimensão *servqual*.

De modo a compreender a visão dos clientes, foram avaliados todos estes elementos da escala e destacamos o número de comentários/avaliações positivos e negativos de cada um que se refletem no seguimento deste relatório.

## 5.2.1. Hotel

*Tabela 10: Análise dimensão servqual hotel*

Dimensão Servqual	Favorável	Desfavorável	Total
Fiabilidade	33	7	40
Capacidade de resposta	8	0	8
Garantia	23	1	24
Empatia	36	2	38
Tangíveis	66	52	118

Fonte: Elaboração própria

No período considerado para o hotel, contabiliza-se um total de 254 avaliações, sendo 216 na plataforma *Booking*, 15 no Instagram, 9 no Facebook e 14 no *TripAdvisor*.

Destas avaliações, 38 dizem respeito aos funcionários, sendo 34 positivos e 4 menos bons; 39 referem-se ao quarto, sendo 14 positivos e 25 negativos; 23 traduzem as condições da cama, sendo 4 positivos e 19 negativos; 47 comentam o pequeno-almoço, 42 de forma positiva e 5 negativa; e, por fim, 3 criticam o facto do restaurante se situar no espaço exterior.

Das 216 avaliações na plataforma *Booking*, numa escala de 1 a 10, contabilizam-se 66 críticas com 10 pontos, 64 com 9 pontos, 53 com 8 pontos, 18 com 7 pontos, 4 com 6 pontos, 8 com 5 pontos, 1 com 4 pontos, 1 com 3 pontos e 1 com 1 ponto. Das 14 avaliações na plataforma *TripAdvisor*, numa escala de 1 a 5, contabilizam-se 9 avaliações com 5 pontos, 3 com 4 pontos, e 2 com 2 pontos.

Nas redes sociais *Instagram* e *Facebook* não é possível avaliar desta forma.

No que diz respeito a expectativas, o hotel promove essencialmente o spa. Por exemplo, 4 das últimas 12 publicações no Instagram são a publicitar esta área do hotel. Os hóspedes referem que a expectativa que criam face às fotografias não corresponde ao que encontram no local durante a sua estadia. Isto é, visitam o spa com a ideia de que o

espaço é mais amplo e tem capacidade para mais pessoas. Contudo, a avaliação deste espaço é muito positiva e os hóspedes recomendam este serviço.

## 5.2.2. Restaurante

*Tabela 11: Análise dimensões servqual restaurante*

Dimensão Servqual	Favorável	Desfavorável	Total
Fiabilidade	15	0	15
Capacidade de resposta	0	0	0
Garantia	3	0	3
Empatia	7	0	7
Tangíveis	5	0	5

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao restaurante, foram analisados 25 comentários, 18 presentes na plataforma *TripAdvisor* e 7 retirados da rede social *Facebook*, que corresponderam a 31 análises de dimensões servqual. Desses 25, salienta-se a preferência pela sobremesa do espelho que mereceu a atenção de 7 clientes distintos.

De todos os comentários, nenhum apresenta uma opinião negativa.

Na plataforma *TripAdvisor*, numa escala de avaliação de 1 a 5, contam-se 16 avaliações de 5 pontos, e 2 de 4 pontos. Na rede social *Facebook*, não é possível avaliar com pontuação.

## 6. ANÁLISE DA POSIÇÃO COMPETITIVA DA EMPRESA

Neste capítulo, será abordada a posição competitiva da empresa. Primeiramente, uma apresentação da concorrência, separada por dois subtemas: concorrência do Hotel Minho e concorrência do Restaurante Dom Júlio. Posteriormente, a apresentação da análise SWOT da organização.

### 6.1. Análise da concorrência

#### 6.1.1. Hotel Minho

Foram analisadas algumas unidades de forma a compreender a concorrência do Hotel Minho e as vantagens de cada unidade. Estas unidades foram destacadas pelos colaboradores e administração do empreendimento durante as entrevistas individuais. Todos os empreendimentos se situam no distrito de Viana do Castelo e possuem valências semelhantes às do Hotel Minho.

Para que a comparação se torne mais clara, foram tabelados os hotéis selecionados nas respostas dos colaboradores e administração da organização. Desses elementos, foi analisada a localização, a categoria, o valor de uma noite em quarto duplo com regime de pequeno-almoço incluído e se possui serviços como restaurante e bar no interior do hotel, piscina exterior, spa, centro de negócios e ginásio.

Os resultados são apresentados na tabela seguinte, os serviços marcados com “X” significa que fazem parte dos serviços disponíveis nos empreendimentos. O valor por noite foi simulado para a data de vinte e oito de maio de dois mil e vinte e dois, em quarto duplo com regime de pequeno-almoço incluído.

*Tabela 12: Hotéis concorrentes distrito de Viana do Castelo*

Unidade	Localização	Categoria	Restaurante	Bar	Piscina exterior	Spa	Centro de Negócios	Ginásio	Valor/noite
Hotel Minho	Vila Nova Cerveira	****			X	X	X		126€
Hotel Inatel Cerveira	Vila Nova Cerveira	****	X	X	X				62€
Hotel Minho Belo	Vila Nova Cerveira	**		X	X				50€

<b>Prazer da Natureza Resort &amp; Spa</b>	Caminha	****	X	X	X	X			190€
<b>Hotel Flor de Sal</b>	Viana do Castelo	****	X	X	X	X	X	X	139€
<b>Hotel Porta do Sol Conference Center &amp; Spa</b>	Caminha	****	X	X	X	X	X		168€
<b>Monte Prado Hotel &amp; Spa</b>	Melgaço	****	X	X	X	X	X		56€
<b>Design Wine Hotel</b>	Caminha	****	x	x		x			120€
<b>Hotel Meira</b>	Vila Praia de Âncora	****	x	x	x	x	x		108€
<b>Hotel Feel Viana</b>	Viana do Castelo	****	x	x		x	x	x	155€
<b>Axis Viana Business &amp; Spa Hotel</b>	Viana do Castelo	****	X	X	X	X	X	X	100€

Fonte: Elaboração Própria

É possível perceber que o hotel que possui todos os serviços e valências é o Axis Hotel de 4 estrelas, com o valor de 100€ por noite, no centro de Viana do Castelo, e o Hotel Flor de Sal de 4 estrelas, com o valor de 139€ por noite, também localizado no centro de Viana do Castelo com o benefício adicional de que se encontra em frente ao mar.

Por outro lado, o Hotel Minho Belo, de apenas duas estrelas, possui apenas dois serviços dos seis analisados.

A nível de relação qualidade-preço, pode destacar-se o Monte Prado Hotel & Spa, em Melgaço com cinco dos seis serviços em análise, ficando a faltar o ginásio, e com o valor por noite de apenas 56€.

### 6.1.2. Restaurante Dom Júlio

No que diz respeito ao Restaurante Dom Júlio, a concorrência pode ser analisada tendo em conta dois tipos de negócio que o espaço tem: o restaurante convencional que trabalha todos os dias a servir almoços e jantares, e as salas de eventos que recebem pontualmente casamentos, batizados, primeiras-comunhões, festas de aniversário, grandes grupos, entre outros. Para isso, foi de novo importante perceber a opinião de cada colaborador entrevistado e as empresas analisadas foram sugeridas nessas

respostas, destacando o tipo de negócio como eventos sociais uma vez que é o tema a aprofundar no presente relatório.

Nos websites das organizações e através de conversas telefónicas foi possível perceber a capacidade das salas e o valor base de cada um.

Os resultados são sumarizados e tabelados de forma a ser mais clara a comparação dos serviços disponíveis e valores. A tabela 19 identifica o espaço, a sua localização, a capacidade de lugares sentados e o preço por pessoa.

*Tabela 13: Espaços de eventos concorrentes, distrito de Viana do Castelo*

<b>Espaço</b>	<b>Localização</b>	<b>Capacidade</b>	<b>Preço</b>
Dom Júlio	Vila Nova de Cerveira	1200 pessoas	65€
Azenha dos Rodetes	Vila Nova de Cerveira	130 pessoas	80€
Quinta da Malaposta	Vila Nova de Cerveira	250 pessoas	75€
Quinta do Cruzeiro	Caminha	1200 pessoas	60€
Quinta do Amorinho	Valença	250 pessoas	60€
Quinta do Prazo	Valença	400 pessoas	50€

Fonte: Elaboração própria

A nível de capacidade, o Dom Júlio e a Quinta do Cruzeiro conseguem manter 1200 pessoas sentadas em simultâneo. A nível de valores por pessoa, os menus base rondam os mesmos valores, com uma diferença de apenas 5€ por pessoa.

## 6.2. Análise S.W.O.T.

De forma a compreender os cenários internos e externos nos quais a empresa está inserida, é apresentada uma análise S.W.O.T. Este tipo de análise foi desenvolvido nas décadas de 1960 e 1970 por Albert Humphrey, pesquisador da Universidade de Stanford. A sua designação em inglês é S-“*Strengths*”, W-“*Weaknesses*”, O-“*Opportunities*” e T-“*Threats*”. Portanto, é possível ter uma perceção das forças e fraquezas a nível interno e das oportunidades e ameaças a nível externo e tem como principais vantagens facilitar identificação de uma posição estratégica fundamentada, melhorar os serviços e produtos oferecidos, solucionar problemas que poderiam ainda não ter sido identificados, compreender oportunidades para criar e lançar novos produtos, e analisar as estratégias já implementadas.

**Tabela 14: Fatores internos: Análise S.W.O.T.**

### *Strengths* (Forças)

- Proximidade com a natureza, valorizando atividades ao ar livre e recursos naturais;
- Localização próxima da fronteira com a Espanha;
- Diversidade de infraestruturas, serviços e produtos relacionados com bem-estar;
- Infraestruturas do restaurante e bar recentes e modernizadas;
- Diversidade de serviços relacionados com lazer como paintball, picadeiro para passeios a cavalo e espaços com animais para atividades com crianças;
- Espaço, na propriedade, para realização de paintball único na região;
- Publicidade estratégica através de diversos meios: redes sociais e plataformas de reservas;
- Colaboradores qualificados no setor de hotelaria e turismo;
- Acesso privilegiado ao hotel e espaço envolvente;
- Distância de centros urbanos que permite uma estadia repleta de sossego e momentos de relaxamento, que os turistas valorizam após a pandemia do vírus Covid-19;
- Restaurante vencedor do prémio "7 Maravilhas da Nova Gastronomia" na categoria de cozinha molecular, em 2021;
- Oferta gastronómica diversificada no restaurante, correspondendo às expectativas de vários tipos de cliente.

### *Weaknesses* (Fraquezas)

- Dificuldade em manter taxas altas de ocupação devido a sazonalidade;
- Rentabilidade reduzida devido ao grande investimento constante;
- Restaurante no espaço exterior do hotel que obriga a uma saída do edifício;
- Equipas diferentes a gerir restaurante e hotel, apesar de constituírem a mesma propriedade;
- Zona de alojamento do hotel a necessitar de intervenção para ser modernizada e semelhante à restante infraestrutura;
- Espaço de spa e piscina interior pequeno face à capacidade de alojamento do hotel;
- Política de proibição de crianças no período da tarde na piscina interior
- Dificuldade na atração e fixação de recursos humanos especializados.

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 15: Fatores externos: Análise S.W.O.T.*

### *Opportunities (Oportunidades)*

- Aumento da procura pelo Turismo de Natureza, Turismo de Saúde e Bem-estar e Turismo de Negócios;
- Gastronomia típica e atrativa da região, inspirada no Rio Minho: Arroz de Lampreia, Debulho de Sável do Rio Minho, Lampreia Refogada, Tainha assada no forno, que os turistas valorizam cada vez mais;
- Espaço envolvente do terreno da unidade, que valoriza a natureza e permite promover oportunidades ao ar livre que complementam o serviço;
- Localização com acessos facilitados através de autoestrada e estrada nacional;
- Proximidade face a escolas de formação profissional e técnica que permite ter acesso a mão de obra qualificada;
- Fundação Bienal de Cerveira próxima das instalações do empreendimento;
- Eventos gastronómicos em Vila Nova de Cerveira.

### *Threats (Ameaças)*

- Concorrência no mesmo distrito, no que diz respeito ao conceito mais forte do empreendimento;
- Escassez de mão de obra disponível no setor;
- Crise sanitária e económica devido ao vírus Covid-19;
- Crise política e económica que resulta num aumento da inflação a vários níveis;
- Aumento das taxas de juro fixadas pelo BCE;
- Aumento constante dos combustíveis que torna mais caras as viagens e obriga os clientes a procurar alojamento mais próximo de cidades com mais atrações turísticas;
- Aumento de estabelecimentos na proximidade com serviços da mesma categoria que o restaurante Dom Júlio, nomeadamente a organização de eventos.

Fonte: Elaboração própria

## 7. PROPOSTAS DE AÇÕES A IMPLEMENTAR

Neste capítulo apresentam-se as sugestões de ações e estratégias a implementar no Hotel Minho e Restaurante Dom Júlio.

Cada uma das ações abaixo sugeridas tem como principal objetivo resolver algum problema ou lacuna referidos pelos colaboradores, clientes ou administração durante o período de investigação.

De forma a simplificar a sua leitura e perceção, serão apresentadas por diferentes dimensões e, de seguida, explicada a lacuna que cada ação pode vir a solucionar.

### Organização interna

- i. Criar uma equipa específica responsável pela organização de eventos, capaz de orçamentar, preparar espaços, e receber e dirigir membros participantes nos eventos;

Esta sugestão permite assegurar a criação de eventos personalizados ao gosto do cliente, com a equipa devidamente formada e preparada para qualquer situação, uma vez que, até ao momento, não existe um departamento de eventos.

- ii. Melhorar a comunicação entre equipas de forma a enriquecer o serviço oferecido, ou seja, realizar sessões onde sejam explicadas as tarefas de cada colaborador;

Assim, é possível realizar *briefings* de forma a que as equipas estejam preparadas para agir em qualquer situação como eventos e receção de grandes grupos.

- iii. No final de cada evento, reunir as equipas de forma a perceber o que correu bem e menos bem de forma a melhorar o desempenho em serviços futuros;
- iv. Criar um relatório de evento, no qual seja possível incluir a autoavaliação da equipa sobre o mesmo e relacionar com as avaliações externas de forma a identificar pontos de melhoria contínua.

Com estas ações, será possível ter a perceção por parte das equipas acerca do que pode vir a ser melhorado num futuro próximo.

## **Inovação serviços/produtos**

- i.** Criar um menu interativo no site em que seja possível proceder a reservas de mesa no restaurante e bares, assim como *room service*, marcações de tratamentos no spa e marcação de eventos;

Com o menu interativo, o empreendimento reforça a conectividade digital, fator importante na estratégia norte 2030, e ficam mais claros para o cliente todos os procedimentos de reservas.

- ii.** Procurar adquirir produtos a comerciantes e produtores locais;

Trata-se de uma ação benéfica para os pequenos comerciantes locais e, simultaneamente, pode atrair benefícios porque vai ao encontro da estratégia norte 2030.

- iii.** Desenvolver *packages* temáticos para fruição de todos os serviços do complexo, os quais incluam as facilidades e os serviços disponíveis tanto na vertente gastronómica como de *welness*.

Com a ação anterior, é provável que se consiga aumentar o ticket médio dos clientes e, dessa forma, valorizar o empreendimento, aumentar o rendimento e recuperar mais rapidamente parte do investimento.

## **Recursos humanos**

- i.** Implementar ações de formação gerais e específicas para eventos a todas as equipas, de forma a que se possam qualificar recursos para qualquer cargo e função;
- ii.** Promover parcerias com instituições de ensino de forma a serem apresentados os serviços do empreendimento aos seus estudantes, com o objetivo de reter recursos humanos qualificados;
- iii.** Criar um prémio de reconhecimento mensal ou trimestral para os colaboradores, avaliados pelos clientes, para que se esforcem para proporcionar o melhor serviço possível;

As ações expostas na categoria de recursos humanos, visam formar e motivar os colaboradores para que se sintam capazes de melhorar o serviço ao cliente.

### **Infraestruturas**

- i. Melhorar a zona de alojamento, modernizando-a de maneira a enquadrar-se de forma harmoniosa com o restante empreendimento e a natureza envolvente;

Um dos flagelos mais apontados, a nível geral, trata-se da infraestrutura do alojamento que se encontra antiquada face ao restante edifício.

- ii. Criar uma zona *kid's club* com atividades para as crianças;

Com a zona *kid's club*, as crianças podem estar ocupadas durante o período em que não podem usufruir da piscina interior devido à política do hotel e, dessa forma, os pais ficam tranquilos.

### **Comunicação/foco no cliente**

- i. Criação de um vídeo promocional, incluindo imagens aéreas de todo o empreendimento, incluindo a natureza envolvente;

Desta forma, o cliente passa a ter perceção de todo o espaço exterior antes da sua deslocação até ao empreendimento.

- ii. Comunicar aos hóspedes, através do site, que o restaurante Dom Júlio se situa no espaço exterior;

Assim, é possível evitar surpresas desagradáveis no momento do check-in e o cliente não se sente enganado.

- iii. Comunicar, nos diversos meios, a existência de serviços de spa abertos ao público, mediante marcação;

Com esta ação, a organização inclui os habitantes da região que podem ajudar a combater a sazonalidade e recuperar o investimento realizado no spa.

- iv. Oferecer pequenas lembranças às crianças no final de cada estadia;

Assim, as crianças podem sentir-se acolhidas e os pais pretendem regressar ao empreendimento, independentemente da política do spa para crianças;

- v. Implementar estratégias de comunicação e marketing. Pode incluir comunicação em jornal, *website* da câmara municipal, redes sociais ou rádio local de forma a captar habitantes da região;

Com ações de comunicação estratégicas, o departamento de eventos passa a ser conhecido pelo mercado e, simultaneamente, valorizado e solicitado.

- vi. Enviar aos participantes de eventos um questionário online e anónimo para que se consiga perceber os pontos positivos e negativos em cada evento, o qual complementa o relatório interno apresentado anteriormente.

Esta informação permitirá à organização perceber o que deve ser melhorado nos próximos eventos e o que já se encontra num bom caminho, sempre com a finalidade de oferecer ao cliente o melhor serviço.

## Ações a implementar aproveitando os potenciais apoios provindo da estratégia Norte 2030

Tabela 16: Ações a implementar e estratégia Norte 2030

ACÇÕES A IMPLEMENTAR	PRIORIDADES ESTRATÉGIA NORTE 2030	Grau de Prioridade
Criar um menu interativo no site em que seja possível proceder a reservas de mesa no restaurante e bares, assim como <i>room service</i> , marcações de tratamentos no spa e marcação de eventos;	Reforçar a conectividade digital;	3
Procurar adquirir produtos a comerciantes e produtores locais;	Reforçar o papel da cultura e do turismo sustentável no desenvolvimento económico, na inclusão social e na inovação social;	2
Promover parcerias com instituições de ensino de forma a serem apresentados os serviços do empreendimento aos seus estudantes, com o objetivo de reter recursos humanos qualificados;	Melhorar o acesso ao emprego e a medidas de ativação de todos os candidatos a emprego, em especial os jovens, sobretudo através da implementação da Garantia para a Juventude, dos desempregados de longa duração e grupos desfavorecidos no mercado de trabalho, e das pessoas inativas, bem como promover o emprego por conta própria e a economia social;	2
Implementar ações de formação gerais e específicas para eventos a todas as equipas, de forma a que se possam qualificar recursos para qualquer cargo e função;	Promover a adaptação dos trabalhadores, das empresas e dos empresários à mudança, o envelhecimento ativo e saudável e um ambiente de trabalho saudável e bem-adaptado capaz de prevenir riscos para a saúde; Favorecer a inclusão ativa, com vista a promover a igualdade de oportunidades, a não discriminação e a participação ativa, e melhorar a empregabilidade, em particular dos grupos desfavorecidos;	1
Melhorar a zona de alojamento, modernizando-a de maneira a enquadrar-se de forma harmoniosa com o restante empreendimento e a natureza envolvente;	Reforçar a proteção e preservação da natureza, a biodiversidade e as infraestruturas verdes, inclusive nas zonas urbanas, e reduzir todas as formas de poluição;	3

Fonte: elaboração própria

Na tabela 22 anteriormente apresentada, é possível identificar na primeira coluna as propostas de ações a implementar no empreendimento; na coluna 2, as prioridades da estratégia Norte 2030 que se relacionam com as propostas anteriores; e, na coluna 3, o grau de prioridade de implementação dessas mesmas ações em que “1” é muito prioritário, “2” é prioritário, e “3” será para implementação logo que possível.

Ainda no que diz respeito ao grau de prioridade, o “1” transmite uma implementação dentro de seis meses, o “2” de seis meses a um ano, o “3” de um ano a dois anos. A implementação deve ser gerida pela administração que dividirá as ações pelas equipas mais adequadas.

Considerando a importância da estratégia Norte 2030, as sugestões de ações a implementar têm como objetivo ir ao encontro de algumas das prioridades dessa estratégia. Este facto, pode proporcionar, caso as ações se concretizem e sejam aprovadas, o recebimento de apoios por parte do Turismo de Portugal.

## CONCLUSÃO

A elaboração deste trabalho de projeto no âmbito do mestrado em Direção Hoteleira, possuía como principal objetivo perceber o papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na hotelaria, nomeadamente no Hotel Minho.

Para atingir este objetivo geral, foram traçados e cumpridos objetivos específicos que conduziram toda a investigação. A análise do posicionamento estratégico do Hotel Minho, a identificação da perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços e a construção da análise s.w.o.t. da organização foram conseguidos através de entrevistas aos colaboradores e administração da empresa; a perceção dos clientes face ao hotel e os seus serviços foi conseguida através da análise de comentários e críticas dos clientes nas plataformas de avaliação e redes sociais do empreendimento. As estratégias e ações a implementar foram decididas através da análise dos resultados obtidos nos diversos métodos de recolha de informação.

A principal limitação deste estudo resume-se ao facto de não existirem avaliações de serviços e eventos por parte de clientes o que não permitiu uma análise a esta informação. Esta informação ou entrevistas a clientes que já usufruíram desses mesmos eventos permitiria ter uma noção clara do papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na hotelaria, nomeadamente no Hotel Minho. Com a ausência desses resultados, não foi possível apresentar uma resposta concreta a este objetivo.

Como sugestão para investigações futuras, a recolha de avaliações junto dos clientes que realizam eventos no Hotel Minho. Para além disso, estudar o papel do Restaurante Dom Júlio na atração e retenção de hóspedes e clientes de spa ou, ainda, perceber a complementaridade entre o Hotel Minho e o Restaurante Dom Júlio.

Este relatório de projeto e todos os processos envolvidos permitiram conhecer uma unidade em desenvolvimento com uma imensa capacidade de inovação e serviços de excelência. Alíndio as suas infraestruturas modernas e as equipas qualificadas e com grande experiência às sugestões de ações a implementar, poderá ser possível uma maior capacidade de combate à sazonalidade e um crescente rendimento para fazer face ao investimento no empreendimento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. A., & Shansby, J. G. (1982). Positioning your product. *Business Horizons*, 25(3), 56–62. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(82\)90130-6](https://doi.org/10.1016/0007-6813(82)90130-6)
- Alnaser, F. M. I., Ghani, M. A., Rahi, S., Mansour, M., & Abed, H. (2017). The Influence of Services Marketing Mix (7 Ps.) and Subjective Norms on Customer's Satisfaction in Islamic Banks of Palestine. *European Journal of Business and Management*, 7.
- ArchDaily. (2020, janeiro 9). *Renovação e Ampliação do Hotel MINHO / ,i*. ArchDaily Brasil. <https://www.archdaily.com.br/br/758274/renovacao-e-ampliacao-do-hotel-minho-i>
- Athar, H. S. (2020). THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON THE DECISION TO STAY AT CADAKA HOTEL - CENTRAL JAVA. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14(12), 3603–3612. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i12.601>
- Axis Hotéis & Golfe. (2022). *Axis Hotéis & Golfe / Website Oficial*. <https://www.axishoteis.com/>
- Bardin, L. (2012). *Análise de Conteúdo: A Visão de Laurence Bardin*. 6. <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>
- Bartels, R. (1951). Can Marketing be a Science? *Journal of Marketing*, 15(3), 319–328. <https://doi.org/10.1177/002224295101500306>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management A Strategic Approach (13th Edition)*. Pearson. <https://lib.hpu.edu.vn/handle/123456789/33549>
- Brown, S., Stevens, L., & Maclaran, P. (2018). Epic Aspects of Retail Encounters: The Iliad of Hollister. *Journal of Retailing*, 94(1), 58–72. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2017.09.006>
- Casamentos.pt. (2022a). *Azenha dos Rodetes*. <https://www.casamentos.pt/quintas-para-casamentos/azinha-dos-rodetes--e112019>
- Casamentos.pt. (2022b). *Quinta da Malaposta–Boutique Hotel & Eventos*. <https://www.casamentos.pt/quintas-para-casamentos/quinta-da-malaposta-boutique-hotel-&-eventos--e141435>
- CM Vila Nova Cerveira. (2022). *História / Vila Nova de Cerveira*. <https://www.cm-vncerveira.pt/pages/273>
- Deloitte Portugal. (2020). *Atlas da Hotelaria 2020*. Deloitte Portugal.

<https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/real-estate/articles/atlas-hotelaria-2020.html>

Design Wine Hotel. (2022). *Design Wine Hotel Caminha–Caminha–Hotel WebSite*. <https://designwinehotelcaminha.com-hotel.com/pt/>

Dom Júlio. (2022). *Página Principal*. Dom Julio. <https://restaurantedomjulio.com/>

Duncan, C. S. (1920). *Duncan: Marketing: Its problems and methods–Google Scholar*. [https://scholar.google.com/scholar\\_lookup?hl=en&publication\\_year=1920&author=C.S.+Duncan&title=Marketing%3A+Its+Problems+and+Methods](https://scholar.google.com/scholar_lookup?hl=en&publication_year=1920&author=C.S.+Duncan&title=Marketing%3A+Its+Problems+and+Methods).

*Estratégia Portugal 2030*. (2019). <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/documento?i=resolucao-do-conselho-de-ministros-que-aprova-a-estrategia-portugal-2030>

FeelViana. (2022). *FeelViana*. FeelViana. <https://feelviana.com>

Ferrell, O. C., Hartline, M., & Hochstein, B. W. (2021). *Marketing Strategy*. Cengage Learning.

Gallopel-Morvan, K., Guignard, R., Avenel, J., Quatremère, G., Davies, J., Marcel-Orzechowski, C., & Nguyen Thanh, V. (2022). Le marketing social: Définition, contours et exemples de mobilisation des professionnels de santé. *Kinésithérapie, la Revue*, 22(245), 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.kine.2022.02.013>

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Hanna, P., Font, X., Scarles, C., Weeden, C., & Harrison, C. (2018). Tourist destination marketing: From sustainability myopia to memorable experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 36–43. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.002>

He, Y., You, Y., & Chen, Q. (2020). Our conditional love for the underdog: The effect of brand positioning and the lay theory of achievement on WOM. *Journal of Business Research*, 118, 210–222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.007>

Hotel Flor de Sal. (2022). *Hotel Flor de Sal*. [https://secure.guestcentric.net/api/bg/book.php?apikey=9387b609de5bb54b9cf6c7447085178d&s=default&l=pt\\_PT](https://secure.guestcentric.net/api/bg/book.php?apikey=9387b609de5bb54b9cf6c7447085178d&s=default&l=pt_PT)

Hotel Meira. (2022). *Hotel Meira*. <https://www.hotelmeira.com/homepage>

Hotel Minho. (2022). *Homepage*. <https://www.hotelminho.com/homepage>

- Hotel Minho Belo. (2022). *Hotel Minho Belo*. <http://www.minhobelo.com/pt/>
- INATEL. (2022). *Inatel Online Reservations*. <https://inatel.e-gds.com/webfrontendcorporate/shoppingcart/availability.aspx?&lang=pt&hotelid=33&arrivaldate=20220621&departuredate=20220622>
- Iyer, P., Davari, A., Zolfagharian, M., & Paswan, A. (2019). Market orientation, positioning strategy and brand performance. *Industrial Marketing Management*, *81*, 16–29. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.11.004>
- Kastanakis, M. N., Magrizos, S., & Kampouri, K. (2022). Pain (and pleasure) in marketing and consumption: An integrative literature review and directions for future research. *Journal of Business Research*, *140*, 189–201. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.071>
- Keefe, L. M. (2004). Keefe: What is the meaning of ‘marketing’—Google Scholar. *2004*, 17–18.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition*. Pearson UK.
- Kusi, S. Y., Gabrielsson, P., & Kontkanen, M. (2021). Developing brand identities for international new ventures under uncertainty: Decision-making logics and psychic distance. *International Business Review*, *30*(6), 101867. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101867>
- Lahap, J., Ramli, N. S., Said, N. M., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). A Study of Brand Image towards Customer’s Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *224*, 149–157. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.430>
- LCG. (2022). *TravelBI by Turismo de Portugal—Turismo em Números | dezembro 2021*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-numeros-dezembro-2021>
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2015). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. SAGE Publications.
- Leite, A. R., & Sgarbossa, M. (2021). EVOLUÇÃO DAS PERSPECTIVAS TEÓRICAS DO MARKETING E A ABORDAGEM DO MARKETING ESTRATÉGICO. *Revista GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações*, *9*(2), 114–134. <https://doi.org/10.31512/gesto.v9i2.242>
- Lim, W. M., Yap, S.-F., & Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading? *Journal of Business Research*, *122*, 534–566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Third Edition. Em *SAGE Publications Ltd (CA)*. SAGE Publications.

Mindrut, S., Manolica, A., & Roman, C. T. (2015). Building Brands Identity. *Procedia Economics and Finance*, 20, 393–403. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00088-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00088-X)

Mintzberg, H. (2004). *Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico*. Bookman. <https://books.google.pt/books?id=NpazCYwme4YC>

Monte Prado Hotel. (2022). *Homepage*. <https://www.hotelmonteprado.pt/homepage>

Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>

My Best Hotel. (2022). *O que visitar em VILA NOVA DE CERVEIRA, vila das artes!* <https://www.mybesthotel.eu/o-que-visitar/turismo-vila-nova-de-cerveira>

Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*.

passaportenobolso. (2018, março 5). *Braseirão do Minho: Restaurante em Vila Nova de Cerveira*. Passaporte no Bolso. <https://passaportenobolso.com/braseirao-do-minho/>

Porta do Sol. (2022). *Escolher um quarto | Hotel Porta Do Sol*. <https://beta.secure-hotel-booking.com/smart/Hotel-Porta-do-Sol/2CFK/pt/>

PortugalTurismo. (2022). *Portugal Turismo–Hotel Turismo do Minho*. <http://www.portugalturismo.eu/directorios.aspx?id=3520&pag=0&cat=1&reg=1&dist=&con=>

Prazer da Natureza. (2022). *Hotel | Prazer da Natureza Resort & Spa | Website Oficial*. <https://www.prazerdanatureza.com/>

Quinta do Amorinho. (2022). *Home*. Quinta do Amorinho. <https://www.quintadoamorinho.com/>

Quinta do Cruzeiro. (2022). *Quinta do Cruzeiro*. <https://quintadocruzeiro.com/>

Quinta do Prazo. (2022). *Quinta do Prazo*. <https://restaurante-quinta-do-prazo.negocio.site>

Richards, G., & Palmer, R. (2010). Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation. Em *Journal of Financial Stability*. <https://doi.org/10.4324/9780080940960>

Ringold, D. J., & Weitz, B. (2007). The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 251–260.

<https://doi.org/10.1509/jppm.26.2.251>

Saleh, F., & Ryan, C. (1991). Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model. *The Service Industries Journal*, 11(3), 324–345. <https://doi.org/10.1080/02642069100000049>

Shafiee, M., Gheidi, S., Khorrami, M. S., & Asadollah, H. (2020). Proposing a new framework for personal brand positioning. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 45–54. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.002>

Simon, E. L., Osei-Ampofo, M., Wachira, B. W., & Kwan, J. (2020). *Getting accepted – Successful writing for scientific publication\_ a Research Primer for low- and middle-income countries / Elsevier Enhanced Reader*. 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2020.06.006>

*The UNWTO Tourism Data Dashboard / Tourism Data*. (2022). <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>

Toledo, G. L. (2012). *Gestão de Marketing*.

Turismo de Portugal. (2022). *Visão geral*. [https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/visao\\_geral/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx)

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions / Définitions du tourisme de l'OMT / Definiciones de turismo de la OMT*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>

Zenone, L. C. (2020). *Fundamentos do Marketing Estratégico*. Grupo Almedina.

## ANEXOS

## Anexo A – Documento de apresentação das salas de reuniões Hotel Minho

**hotel minho**  
\*\*\*\*



## Porquê optar Hotel Minho?

### **Confortável**

Preocupamos em proporcionar um espaço de traço simples e contemporâneo, privilegia a amplitude do espaço que funciona todo ele em torno da Luz Natural.

### **Diferenciador**

Elegância e simplicidade definem o nosso projeto, elementos que estão presentes na arquitetura, no design, na forma como recebemos os nossos hóspedes e outros pequenos detalhes que farão do seu evento ou estadia uma experiência memorável.

### **Personalizado**

Criamos o evento com base nas suas necessidades e de acordo com o pretendido, algo específico e único que memorize a sua passagem pelo Hotel Minho.

### **Exclusividade**

O Business Centre do Hotel Minho funciona num piso autónomo face às restantes áreas do hotel. É um espaço exclusivo para realização eventos sem interferência de outros hóspedes no local.

### **Acessibilidade**

Principais vias de acesso, A28 ou A3.  
Porto 114 km | Braga: 73 km | Vigo: 44 km

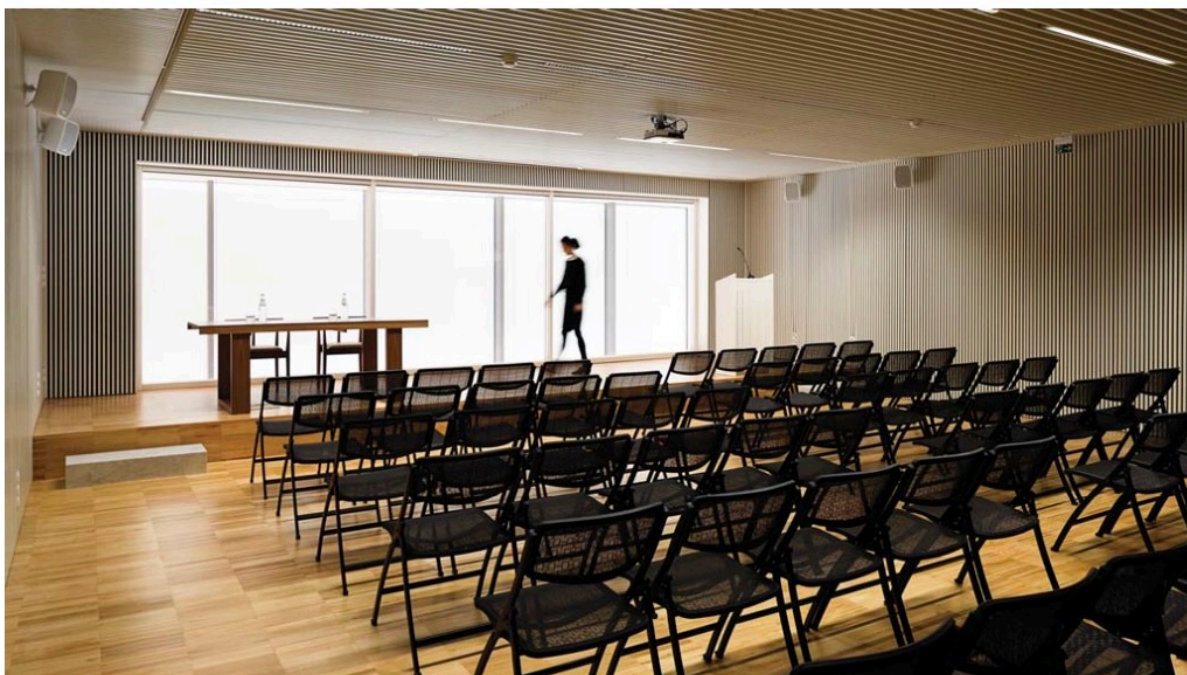
### **Diversidade**

Spa, gastronomia, rio, montanha, vinho, paisagem, cultura,... tudo o pretender será possível realizar-se.



HOTEL MINHO — EN — 13 Vila Meã, 4920 — 140 Vila Nova de Cerveira · Portugal  
Tel +351 251 700 245 · Fax +351 251 700 241 · geral@hotelminho.com ·  
www.hotelminho.com

## Sala Conferências



Acesso WiFi  

A "sala de conferências" com capacidade máxima de 80 pessoas destaca-se pelo seu carácter polivalente, estando preparada para acolher todo o tipo de eventos.

É a maior sala e a que apresenta maior flexibilidade de utilização.

Área total 90m<sup>2</sup>, 2,7m pé direito, Luz natural e preparado com "blackout", caixa técnica no chão (acesso a telecomunicações, electricidade), instalação sonora e internet sem fios (wireless).

**Indicada para:**

conferências | reuniões | cursos | workshops | formação | exposições.

**Materiais e serviços incluídos:**

bloco de papel | caneta | flipchart | acesso à internet | água mineral.

**Equipamento disponível:**

ecrã | projector | microfone | kit de som

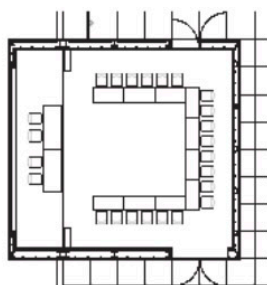
**Sala Conferências:**

Dia 400,00€ | 1/2 Dia 250,00€



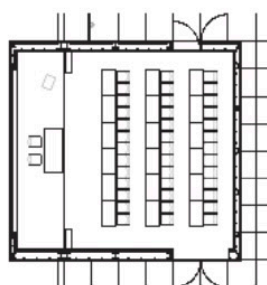
# hotel minho

\*\*\*\*



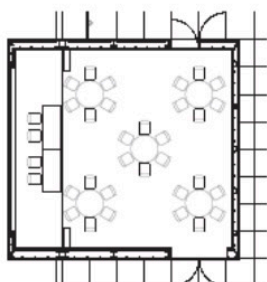
## Mesa U 30 Pessoas

- Envolvimento directo de todos os participantes
- Não prejudica os oradores
- É muito utilizada em convenções, reuniões com clientes ou workshops
- Tem a desvantagem de não ser viável para um número elevado de participantes



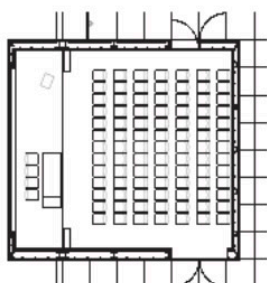
## Escola 48 Pessoas

- Prática para aulas e conferências
- Facilidade de disposição do material do participante
- Facilidade de visualização da parte frontal da sala



## Banquete 50 Pessoas

- Adequada para trabalhos de grupo: resolução de problemas ou desafios
- Maior controlo de cada grupo de organizadores - Integração do grupo
- Tem a desvantagem de dificultar as apresentações

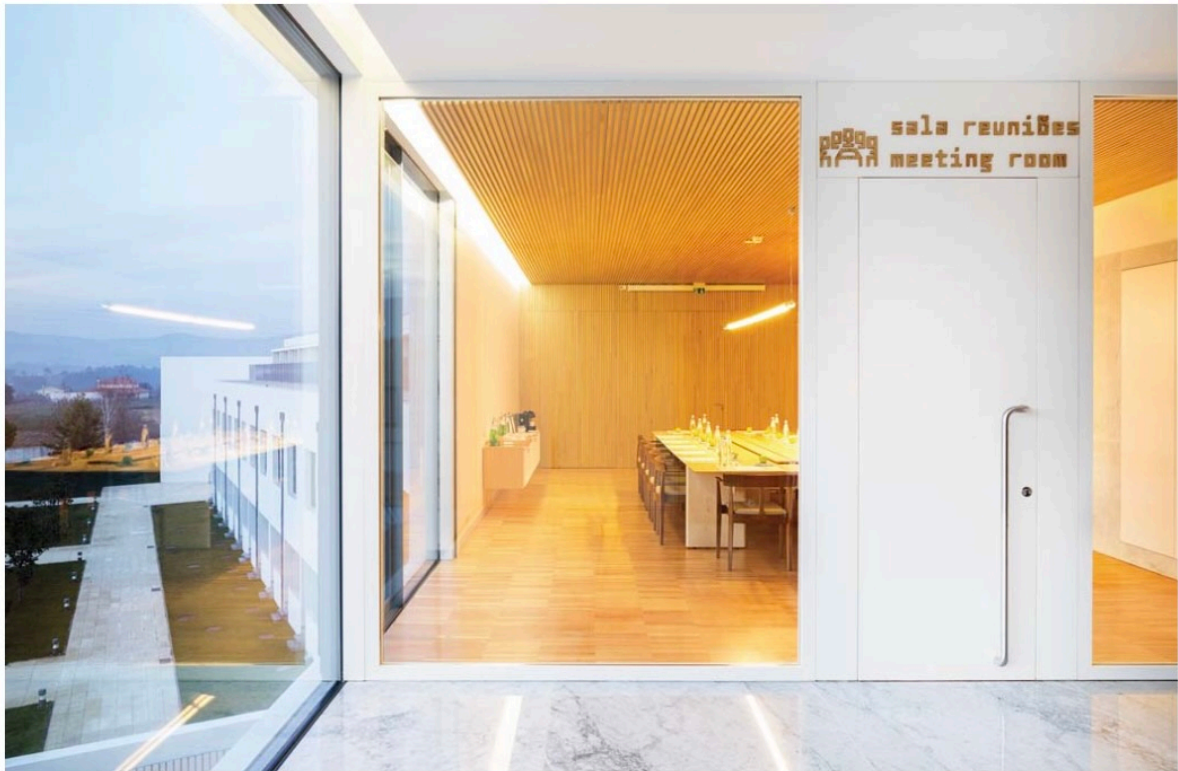


## Plateia 80 Pessoas

- Adequa-se a um número de participantes elevado - Interacção entre os participantes pouco importante - Maior controlo do orador sobre a plateia
- Adequada para congressos e conferências



## Sala de Reuniões



Acesso WiFi  

A “sala de reuniões” (42 m<sup>2</sup>) tem vista para a piscina e uma atmosfera ideal para sessões de brainstorming. Facilmente personalizada, permite acomodar um grupo de 14 pessoas.

**Indicada para:**

reuniões | cursos | formação

**Materiais e serviços incluídos:**

bloco de papel | caneta | flipchart | acesso à internet | água mineral

**Equipamento disponível:**

ecrã | projector | kit de som

**Sala Reuniões:**

Dia 300,00€ | 1/2 Dia 200,00€



## Hall Business



O Hall Business Centre do Hotel Minho funciona num piso autónomo face às restantes áreas do hotel, com 95m<sup>2</sup> (exclui áreas de apoio, salas de trabalho e de circulação), luz natural e acesso ao terraço, o hall Business Centre proporciona um excelente espaço para receção de todos os participantes.

**Equipamento disponível:**

elevador | área coffee break | bar de apoio | bengaleiro | business corner com computadores e acesso à internet.

**Regras de utilização das instalações:**

Por razões de segurança, a circulação dos participantes é condicionada aos espaços e instalações contratadas bem como às respectivas zonas de acesso. É expressamente proibido fumar dentro das salas de reunião, cabendo à entidade organizadora do evento a responsabilidade pela observância desta regra.

As entidades a quem são alugados os espaços são obrigadas à sua prudente utilização e são integralmente responsáveis pelas perdas e danos provocados nas instalações ou no equipamento, bem como pelas utilizações abusivas que eventualmente deles sejam feitas.



## Coffee Breaks

### Welcome Coffee

Café solúvel, leite, chá, água mineral, pastelaria variada.  
Preço por pessoa 3,75€

### Great Coffee

Café solúvel, leite, chá, água mineral, sumo laranja  
Pastelaria variada; croissant, brioche; mini pães, queijo, fiambre.  
Preço por pessoa 5,75€

### Excellent Coffee

Café solúvel, leite, chá, água mineral, sumo laranja, sumos fruta, refrigerantes.  
Pastelaria variada; croissant, brioche; mini pães, queijo, fiambre.  
Mini quiches diversas, palitos queijo, folhados salgados, frutas frescas laminadas  
Preço por pessoa 7,75€

## Experimente

### La Carte

Esta opção permite o cliente idealizar o seu coffee break com a junção de vários artigos a seu gosto a uma das opções propostas.

Algumas sugestões:

Pão de sementes, pão integral, pão de nozes, mini croque monsieurs, mini vol au vent, canapés variados, pastéis de forno, pão de chocolate, mini chausson de maçã, mini pastelaria, bolos variados fatiados, salada de fruta, frutos secos, barras de cereal, muffins, financier, rolo de canela e passas.

### Tea Time

Uma sugestão requintada e tradicional com vários produtos regionais.

Variedade de chás, leite, água mineral, variedade de pão fatiado, manteiga, mel e compotas caseiras da região, biscoitos de milho, limão e amêndoa regional, bolo de laranja, bolo de chocolate e bolo de canela.

### Wine & Cheese Party

Nada melhor que terminar o dia como um copo de vinho e um queijo, saboreando o momento desta dupla fabulosa. Uma boa maneira de aprender mais sobre o vinho e o queijo provando novas variedades de ambos.

É recorrente quando se refere a harmonização de vinho e queijo, o imaginário gastronómico suscitar a associação a vinho tinto, contudo a nossa proposta é proporcionar ao cliente a harmonização do vinho verde da região com queijos, desde a riqueza aromática do Alvarinho conjugando na perfeição com a suavidade e cremosidade do Queijo da Serra ou optando por um queijo cabra fresco com um vinho verde loureiro.



## APÉNDICES

## Apêndice A – Consentimento informado

### Consentimento Informado

Esta declaração é disponibilizada, no momento de entrevista, a todos os entrevistados.

Este questionário surge no âmbito da construção de um trabalho de projeto acerca do papel do departamento de eventos na estratégia de posicionamento na hotelaria. Trata-se de um estudo integrante do Mestrado em Direção Hoteleira: Direção Comercial e Marketing da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto. Esta entrevista terá a duração máxima de 60 minutos, e o entrevistado aceita a sua gravação para efeitos de transcrição e posterior análise.

Todas as informações e dados partilhados são confidenciais, utilizados apenas para o presente projeto.

Para qualquer informação adicional deve ser contactada a pessoa responsável pelo estudo:

**Vânia Fernandes** através do e-mail [41200032@ESHT.IPP.PT](mailto:41200032@ESHT.IPP.PT)

Declaro aceitar a minha participação e dou consentimento para a recolha e análise de informação.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Assinatura do Participante



---


## Apêndice B – Guião de entrevistas

- Q1.** O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?
- Q2.** Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?
- Q3.** Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?
- Q4.** Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?
- Q5.** No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?
- Q6.** Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?
- Q7.** Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços.
- Q8.** No departamento de eventos, o que poderão ser problemas a resolver?
- Q9.** Que ações tomaria para dinamizar o departamento de eventos da unidade?
- Q10.** A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?
- Q11.** No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?
- Q12.** Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?
- Q13.** Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?
- Q14.** Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?
- Q15.** Tendo em conta o atual desenvolvimento do projeto, o que gostava de desenvolver/melhorar a nível de infraestruturas, espaços e serviços?
- Q16.** Gostava de lhe perguntar a sua idade e o tempo de experiência em hotelaria, assim como nesta empresa e nas funções que cá desempenhou.



## Apêndice D – Matriz análise plataformas Hotel Minho

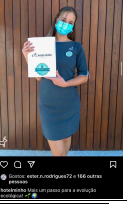

PUBLICAÇÃO	PLATAFORMA	AVALIAÇÃO/COMENTÁRIO	PONTUAÇÃO	DATA PUBLICAÇÃO	DATA OBSERVAÇÃO	DIMENSÃO
	I1	"Parabéns" Prémio merecido. Estive hospedada no hotel em agosto e as refeições foram sempre magníficas. Excelente"		11/07/21	nov/21	Fiabilidade
	I1	"Parabéns" Prémio merecido. Estive hospedada no hotel em agosto e as refeições foram sempre magníficas. Excelente"		11/07/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 16 de julho, 2021</p> <p><b>Férias de excelência</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>De tudo. Funcionários excelentes, ótimos equipamentos, vistas maravilhosas e limpeza sempre a 100%.</p> <p>Nada</p>	B1	"Férias de excelência."	10/10	16/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 16 de julho, 2021</p> <p><b>Férias de excelência</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>De tudo. Funcionários excelentes, ótimos equipamentos, vistas maravilhosas e limpeza sempre a 100%.</p> <p>Nada</p>	B1	"Férias de excelência."	10/10	16/07/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 16 de julho, 2021</p> <p><b>Férias de excelência</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>De tudo. Funcionários excelentes, ótimos equipamentos, vistas maravilhosas e limpeza sempre a 100%.</p> <p>Nada</p>	B1	"Férias de excelência."	10/10	16/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 16 de julho, 2021</p> <p><b>Férias de excelência</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>De tudo. Funcionários excelentes, ótimos equipamentos, vistas maravilhosas e limpeza sempre a 100%.</p> <p>Nada</p>	B1	"Férias de excelência."	10/10	16/07/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 16 de julho, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B2	"Excepcional"	10/10	16/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Estadia com qualidade, aumenta a felicidade!</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B3	"Estadia com qualidade, aumenta a felicidade"	9/10	18/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B4	"Soberbo."	9/10	18/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Boa experiência. Relaxante.</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Quarto muito confortável, pequeno almoço bem e bem organizado, staff simpático e atencioso, propriedade enorme com muito espaço para passeios.</p> <p>Nada negativo a apontar na minha opinião.</p>	B5	"Boa experiência. Relaxante."	8/10	18/07/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Boa experiência. Relaxante.</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Quarto muito confortável, pequeno almoço bem e bem organizado, staff simpático e atencioso, propriedade enorme com muito espaço para passeios.</p> <p>Nada negativo a apontar na minha opinião.</p>	B5	"Boa experiência. Relaxante."	8/10	18/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Boa experiência. Relaxante.</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Quarto muito confortável, pequeno almoço bem e bem organizado, staff simpático e atencioso, propriedade enorme com muito espaço para passeios.</p> <p>Nada negativo a apontar na minha opinião.</p>	B5	"Boa experiência. Relaxante."	8/10	18/07/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 18 de julho, 2021</p> <p><b>Boa experiência. Relaxante.</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Quarto muito confortável, pequeno almoço bem e bem organizado, staff simpático e atencioso, propriedade enorme com muito espaço para passeios.</p> <p>Nada negativo a apontar na minha opinião.</p>	B5	"Boa experiência. Relaxante."	8/10	18/07/21	nov/21	Fiabilidade

<p>Comentário: 18 de Junho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	B6	"Soberbo,"	9/10	18/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Junho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	B7	"Soberbo"	9/10	18/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Junho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	B8	"Ótimo"	8/10	18/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 19 de Junho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	B9	"Soberbo"	9/10	19/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 20 de Junho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	B10	"Soberbo"	9/10	20/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 21 de Junho, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	10	B11	"Exceccional."	10/10	21/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 21 de Junho, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	7,0	B12	"Bom"	7/10	21/07/21	nov/21	
		I2	"<3<3<3"		16/07/21	nov/21	
		I3	"Uma sala de estar muito bonita e acolhedora. Gostei muito de ter estado aí, em junho de 2019#"		20/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Junho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>👍 Pequeno apartamento excelente. Regras de contigência COVID-19 muito bem aplicadas, no geral. Funcionários simpáticos e acessíveis. Espaço ambiente do hotel muito bonito.</p> <p>👎 A banheira do quarto é demasiado alta, o que torna o processo de entrar e sair para o banho um pouco perigoso. A piscina devia ser mais controlada em termos de ocupação, uma vez que estava demasiado cheia sendo impossível manter o distanciamento.</p>	8,0	B13	"Ótimo"	8/10	24/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 24 de Junho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>👍 Pequeno apartamento excelente. Regras de contigência COVID-19 muito bem aplicadas, no geral. Funcionários simpáticos e acessíveis. Espaço ambiente do hotel muito bonito.</p> <p>👎 A banheira do quarto é demasiado alta, o que torna o processo de entrar e sair para o banho um pouco perigoso. A piscina devia ser mais controlada em termos de ocupação, uma vez que estava demasiado cheia sendo impossível manter o distanciamento.</p>	8,0	B13	"Ótimo"	8/10	24/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Junho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>👍 Pequeno apartamento excelente. Regras de contigência COVID-19 muito bem aplicadas, no geral. Funcionários simpáticos e acessíveis. Espaço ambiente do hotel muito bonito.</p> <p>👎 A banheira do quarto é demasiado alta, o que torna o processo de entrar e sair para o banho um pouco perigoso. A piscina devia ser mais controlada em termos de ocupação, uma vez que estava demasiado cheia sendo impossível manter o distanciamento.</p>	8,0	B13	"Ótimo"	8/10	24/07/21	nov/21	Garantia

<p>Comentário: 24 de julho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>5.0</span></p> <p>Pequeno almoço excelente. Regras de controlo COVID-19 muito bem aplicadas, no geral. Funcionários simpáticos e atencivos. Espaço envolvente do hotel muito bonito.</p> <p>A banheira do quarto é demasiado alta, o que torna o processo de entrar e sair para o banho um pouco perigoso. Adicionalmente, não há mais controle em termos de ocupação, uma vez que estava demasiado cheia sendo impossível manter o distanciamento.</p>	B13	"Ótimo"	8/10	24/07/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 25 de julho, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B14	"Excepcional."	10/10	25/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 25 de julho, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span>4.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B15	"Bom"	7/10	25/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 26 de julho, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>5.0</span></p> <p>Claro de tudo aquilo que pudessem apreciar. Desde a entrada até à saída excelente. 5 estrelas recomendo estaca e celebrar 25 anos de casados foi recebido com uma linda surpresa por parte do hotel. </p> <p>Não há nada que se queira com contigência por motivos de covid19 e não podemos usufruir de tudo mas isso não é culpa do hotel e sim da situação que temos vindo a ter. Quarto e tudo o que podemos fazer não tenho a mínima queixa tudo muito bom recomendo.</p> 	B16	"Excepcional."	10/10	25/07/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 26 de julho, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span>4.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B17	"Bom"	7/10	26/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 26 de julho, 2021</p> <p><b>abaixo das expectativas face ao preço</b> <span>3.0</span></p> <p>pequeno almoço bom</p> <p>relação preço qualidade desadequada</p>	B18	"Abaixo das expectativas face ao preço"	5/10	26/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 28 de julho, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B19	"Excepcional."	10/10	26/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 28 de julho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>4.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B20	"Ótimo"	8/10	28/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 28 de julho, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B21	"Excepcional."	10/10	28/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 29 de julho, 2021</p> <p><b>Aceitável</b> <span>3.0</span></p> <p>Investições devido ao Covid tornam a experiência bastante menos interessante. 20 min. Salões de spa é muito pouco e pequeno almoço com serviço de mesa muito lento e escasso e dentro feita pelos funcionários, comida embaldada no restaurante faz parecer comida de hotel ou hospital, música muito alta no restaurante, hotel a degradar-se (chuveiros partidos no spa, mobiliário do quarto a degradar-se e a um pouco ultrapassado. Bar fechado dentro do hotel, lounge area fechada no final do dia, uma pena. Privacidade entre varandas (terrace andar), inexistente. Não tem espaços dedicados a crianças.</p>	B22	"Aceitável."	5/10	29/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 29 de julho, 2021</p> <p><b>Aceitável</b> <span>3.0</span></p> <p>Investições devido ao Covid tornam a experiência bastante menos interessante. 20 min. Salões de spa é muito pouco e pequeno almoço com serviço de mesa muito lento e escasso e dentro feita pelos funcionários, comida embaldada no restaurante faz parecer comida de hotel ou hospital, música muito alta no restaurante, hotel a degradar-se (chuveiros partidos no spa, mobiliário do quarto a degradar-se e a um pouco ultrapassado. Bar fechado dentro do hotel, lounge area fechada no final do dia, uma pena. Privacidade entre varandas (terrace andar), inexistente. Não tem espaços dedicados a crianças.</p>	B22	"Aceitável."	5/10	29/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 29 de julho, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B23	"Ótimo"	8/10	30/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 30 de julho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B24	"Soberbo"	9/10	30/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 30 de julho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>5.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B25	"Soberbo"	9/10	30/07/21	nov/21	
<p>Comentário: 31 de julho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>5.0</span></p> <p>Do sossego e da amabilidade de todo o staff.</p> <p>De cama com dois colchões em vez de colchão de casal</p>	B26	"Soberbo"	9/10	31/07/21	nov/21	Garantia

<p>Comentário: 31 de Julho, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>8,0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De sossego e de amabilidade de todo o staff.</li> <li>De cama com dois colchões em vez de colchão de casal</li> </ul>	B26	"Soberbo"	9/10	31/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 31 de Julho, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span>10</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La atención de recepción. Tranquilidad del hotel.</li> </ul>	B27	"Exceccional."	10/10	31/07/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 1 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>8,0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bom localização. Quarto confortável com boa varanda.</li> <li>A piscina interior do Spa estava fria.</li> <li>Tendo em conta a altura de pandemia o tempo no Spa era reduzido, apenas 30 minutos.</li> </ul>	B28	"Ótimo"	8/10	01/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 1 de Agosto, 2021</p> <p><b>Aceitável</b> <span>5,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B29	"Aceitável"	5/10	01/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 6 de Agosto, 2021</p> <p><b>Limpio y buena comida</b> <span>8,0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El restaurante Don Julio muy buena alternativa las instalaciones muy limpias</li> </ul>	B30	"Limpio y buena comida"	8/10	06/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Agosto, 2021</p> <p><b>Limpio y buena comida</b> <span>8,0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El restaurante Don Julio muy buena alternativa las instalaciones muy limpias</li> </ul>	B30	"Limpio y buena comida"	8/10	06/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Raul Silva escreveu uma avaliação a 06/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza.</b></p> <p>«Hotel calmo e bem decorado. Funcionários extremamente simpáticos e prestativos. A repetir. Spa ótimo para descompressão. Piscina exterior ampla e zona agradável para uns dias de férias tranquilas. Localização excelente.»</p>	T1	"Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza"	5/5	01/06/21	nov/21	Garantia
<p>Raul Silva escreveu uma avaliação a 06/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza.</b></p> <p>«Hotel calmo e bem decorado. Funcionários extremamente simpáticos e prestativos. A repetir. Spa ótimo para descompressão. Piscina exterior ampla e zona agradável para uns dias de férias tranquilas. Localização excelente.»</p>	T1	"Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza"	5/5	01/06/21	nov/21	Capacidade de resposta
<p>Raul Silva escreveu uma avaliação a 06/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza.</b></p> <p>«Hotel calmo e bem decorado. Funcionários extremamente simpáticos e prestativos. A repetir. Spa ótimo para descompressão. Piscina exterior ampla e zona agradável para uns dias de férias tranquilas. Localização excelente.»</p>	T1	"Excelente hotel e atendimento. Recomendo. Voltarei de certeza"	5/5	01/06/21	nov/21	Tangíveis
<p>Sam10000 escreveu uma avaliação a 07/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Região linda</b></p> <p>«O hotel é maravilhoso com uma infraestrutura muito boa, o spa é excelente, vc pode alugar canoas e andar de bike, sem contar que vc no próprio área do hotel pode contar com um restaurante e um bar com um cardápio muito bom! Funcionários simpáticos e o tempo também é muito bom! Ponto negativo que comprometeu a estadia foram as camas (colchão e almofadas HORRÍVEIS) não dormi direito e acordava sempre com dor no pescoço. O pequeno almoço também deixa a desejar.»</p>	T2	"Região linda"	5/5	01/07/21	nov/21	Garantia
<p>Sam10000 escreveu uma avaliação a 07/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Região linda</b></p> <p>«O hotel é maravilhoso com uma infraestrutura muito boa, o spa é excelente, vc pode alugar canoas e andar de bike, sem contar que vc no próprio área do hotel pode contar com um restaurante e um bar com um cardápio muito bom! Funcionários simpáticos e o tempo também é muito bom! Ponto negativo que comprometeu a estadia foram as camas (colchão e almofadas HORRÍVEIS) não dormi direito e acordava sempre com dor no pescoço. O pequeno almoço também deixa a desejar.»</p>	T2	"Região linda"	5/5	01/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Sam10000 escreveu uma avaliação a 07/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Região linda</b></p> <p>«O hotel é maravilhoso com uma infraestrutura muito boa, o spa é excelente, vc pode alugar canoas e andar de bike, sem contar que vc no próprio área do hotel pode contar com um restaurante e um bar com um cardápio muito bom! Funcionários simpáticos e o tempo também é muito bom! Ponto negativo que comprometeu a estadia foram as camas (colchão e almofadas HORRÍVEIS) não dormi direito e acordava sempre com dor no pescoço. O pequeno almoço também deixa a desejar.»</p>	T2	"Região linda"	5/5	01/07/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Jane escreveu uma avaliação a 07/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Recomendo</b></p> <p>«Excelente hotel! O ponto mais agradável é o check in ser às 14h. Para quem passa apenas uma noite é ótimo para aproveitar a piscina que é bastante grande. O hotel estava bastante cheio, todos os espaços estavam ocupados mas sem problemas, esperei-me relaxar e alguns minutos para dar o bom dia, para quem não consegue um quarto só! PISCINA: no 2º piso com um tanque enorme com água para a piscina e para as montanhas. O quarto, nada e nada de especial mas compensa pelo terraço (o salientar que o terraço não tem grande privacidade para os quartos de lado)»</p>	T3	"Recomendo"	5/5	01/07/21	nov/21	Tangíveis
<p>Flar M escreveu uma avaliação a 07/2021</p> <p>★★★★★</p> <p><b>Escapada fim de semana</b></p> <p>«Estivemos duas noites no Hotel Miho e foi tudo espectacular e maravilhoso. A obtenção do cliente é ótima, os quartos grandes com terraço e a piscina muito boa. O pequeno almoço muito bom. E, tenho o restaurante Don Julio que é espectacular. Todo estuando e um preço muito bom Flar Vlasov Viga, Pontevicador»</p>	T4	"Escapada fim de semana"	5/5	01/07/21	nov/21	Empatia

	T4	"Escapada fim de semana"	5/5	01/07/21	nov/21	Tangíveis
	T4	"Escapada fim de semana"	5/5	01/07/21	nov/21	Fiabilidade
	T5	"Passeio de grupo em família"	4/5	01/08/21	nov/21	Garantia
	T5	"Passeio de grupo em família"	4/5	01/08/21	nov/21	Fiabilidade
	T5	"Passeio de grupo em família"	4/5	01/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Agosto, 2021</p> <p><b>Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Simpatia dos funcionários em todos os sectores. Pequeno almoço bom, piscinas agradáveis, spa e piscina interior muito bom. Restaurante Dom Julio top mesmo. Bar tanto faz também muito bom.</li> <li>Não gostei do colchão da cama, quartos demasiado pequenos e banheira muito alta.</li> </ul>	831	"Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos"	8/10	06/08/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 6 de Agosto, 2021</p> <p><b>Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Simpatia dos funcionários em todos os sectores. Pequeno almoço bom, piscinas agradáveis, spa e piscina interior muito bom. Restaurante Dom Julio top mesmo. Bar tanto faz também muito bom.</li> <li>Não gostei do colchão da cama, quartos demasiado pequenos e banheira muito alta.</li> </ul>	831	"Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos"	8/10	06/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 6 de Agosto, 2021</p> <p><b>Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Simpatia dos funcionários em todos os sectores. Pequeno almoço bom, piscinas agradáveis, spa e piscina interior muito bom. Restaurante Dom Julio top mesmo. Bar tanto faz também muito bom.</li> <li>Não gostei do colchão da cama, quartos demasiado pequenos e banheira muito alta.</li> </ul>	831	"Para um 4 estrelas deviam melhorar os quartos"	8/10	06/08/21	nov/21	Tangíveis
	I4			21/07/21	nov/21	



	I5	"Muitos parabéns"		29/07/21	nov/21	
	I6	"Saudades"		12/08/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 7 de Agosto, 2021</p> <p><b>Todo perfecto</b> 8.0</p> <p>La piscina, el desayuno, el personal, todo muy bien y correcto, en algún comentario decían q las camas estaban rígidas y puedo asegurar q eran muy confortables y habitaciones silenciosas y perfectas para el descanso</p> <p>El spa casi todo fuera de servicio pero por el covid, la piscina del spa un poco fría</p>	B32	"Todo perfecto"	9/10	07/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 7 de Agosto, 2021</p> <p><b>Todo perfecto</b> 8.0</p> <p>La piscina, el desayuno, el personal, todo muy bien y correcto, en algún comentario decían q las camas estaban rígidas y puedo asegurar q eran muy confortables y habitaciones silenciosas y perfectas para el descanso</p> <p>El spa casi todo fuera de servicio pero por el covid, la piscina del spa un poco fría</p>	B32	"Todo perfecto"	9/10	07/08/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 7 de Agosto, 2021</p> <p><b>Todo perfecto</b> 8.0</p> <p>La piscina, el desayuno, el personal, todo muy bien y correcto, en algún comentario decían q las camas estaban rígidas y puedo asegurar q eran muy confortables y habitaciones silenciosas y perfectas para el descanso</p> <p>El spa casi todo fuera de servicio pero por el covid, la piscina del spa un poco fría</p>	B32	"Todo perfecto"	9/10	07/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 7 de Agosto, 2021</p> <p><b>Hotel Minho</b> 8.0</p> <p>Bons quartos. Mobiliário simples mas funcional. Excelentes zonas exteriores.</p> <p>Bom equipamento. Bom serviço. Faltava apenas cuidar de algumas questões de pormenor. Por exemplo, falta melhorar o arrefrescamento ou ventilação dos corredores de acesso aos quartos, os quais apresentam cheiro acentuado a banho e humidade nos pisos envidraçados.</p>	B33	"Hotel Minho"	8/10	07/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 7 de Agosto, 2021</p> <p><b>Hotel Minho</b> 8.0</p> <p>Bons quartos. Mobiliário simples mas funcional. Excelentes zonas exteriores.</p> <p>Bom equipamento. Bom serviço. Faltava apenas cuidar de algumas questões de pormenor. Por exemplo, falta melhorar o arrefrescamento ou ventilação dos corredores de acesso aos quartos, os quais apresentam cheiro acentuado a banho e humidade nos pisos envidraçados.</p>	B33	"Hotel Minho"	8/10	07/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 10 de Agosto, 2021</p> <p><b>Estava dentro das normas</b> 8.0</p> <p>O pequeno almoço foi bom</p> <p>Não esperar tanto tempo</p>	B34	"Estava dentro das normas"	8/10	10/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 10 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> 10</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B35	"Excepcional"	10/10	10/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 11 de Agosto, 2021</p> <p><b>Fabulosa!</b> 10</p> <p>Pequeno-almoço excelente! Staff extremamente atencioso. Hotel muito adequado para famílias"</p>	B36	"Fabulosa"	10/10	11/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 11 de Agosto, 2021</p> <p><b>Fabulosa!</b> 10</p> <p>Pequeno-almoço excelente! Staff extremamente atencioso. Hotel muito adequado para famílias"</p>	B36	"Fabulosa"	10/10	11/08/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 12 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> 9.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B37	"Soberbo"	9/10	12/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 14 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> 8.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B38	"Ótimo"	8/10	14/08/21	nov/21	


<p>Comentario: 14 de Agosto, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span style="float: right;">7,0</span></p> <p>Exceção/expectativas desfavoráveis com um fero nas costas. Crianças a sair para a piscina. Cabelo da cama já com bastante uso e deformado.</p>	B39	"Bom"	7/10	14/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 14 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B40	"Soberbo"	9/10	14/08/21	nov/21	
<p>Comentario: 14 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B41	"Soberbo"	9/10	14/08/21	nov/21	
<p>Comentario: 16 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Tudo. Fila para o pequeno almoço.</p>	B42	"Soberbo"	9/10	15/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentario: 16 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>Hotel muito tranquilo, ótimo para relaxar longe da cidade. Durante a estadia fui salteado antes de sair e senti que estava mal bem organizado. Aproveitei para fazer uma massagem que aconteceu vivamente - uma das melhores que já fiz. O design do Hotel inspira momentos zen e é bastante confortável.</p> <p>Doite de tudo :)</p>	B43	"Exceccional"	10/10	16/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 16 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B44	"Soberbo"	9/10	16/08/21	nov/21	
<p>Comentario: 17 de Agosto, 2021</p> <p><b>Estadia muito agradável num hotel com muita higiene/segurança a nível COVID.</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Pequeno-almoço bom; Espaço grande/quadras/bonitos; Esplanada de Tera/Certificado COVID; Segurança COVID boa; Piscina interior disponível, mesmo depois das 20h.</p> <p>Almoço/Jantar apesar de ter muito boa qualidade/apto apresenta preços muito elevados.</p>	B45	"Estadia muito agradável num hotel com muita higiene/segurança a nível COVID"	8/10	17/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentario: 17 de Agosto, 2021</p> <p><b>Estadia muito agradável num hotel com muita higiene/segurança a nível COVID.</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Pequeno-almoço bom; Espaço grande/quadras/bonitos; Esplanada de Tera/Certificado COVID; Segurança COVID boa; Piscina interior disponível, mesmo depois das 20h.</p> <p>Almoço/Jantar apesar de ter muito boa qualidade/apto apresenta preços muito elevados.</p>	B45	"Estadia muito agradável num hotel com muita higiene/segurança a nível COVID"	8/10	17/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 17 de Agosto, 2021</p> <p><b>Péssimo</b> <span style="float: right;">1,0</span></p> <p>Cama incómoda, fechei um buon recuerdo en la espada. Bañera en vez de ducha, sin estufucha para cargar el móvil, moqueta vieja y sucia en la habitación, nevera apagada. Apenas hay tumbonas en la piscina, por lo que toca sentarse en el suelo, mojarque a las 07:30 de la mañana para poder desayunar... la actitud del encargado de los desayunos, como llegas 5 minutos tarde, te regañan con el te quedan sin desayunar... que pongan más personal y habilitar más espacios... la atención al cliente es nula.</p>	B46	"Péssimo"	1/10	17/08/21	nov/21	Empatia
<p>Comentario: 17 de Agosto, 2021</p> <p><b>Péssimo</b> <span style="float: right;">1,0</span></p> <p>Cama incómoda, fechei um buon recuerdo en la espada. Bañera en vez de ducha, sin estufucha para cargar el móvil, moqueta vieja y sucia en la habitación, nevera apagada. Apenas hay tumbonas en la piscina, por lo que toca sentarse en el suelo, mojarque a las 07:30 de la mañana para poder desayunar... la actitud del encargado de los desayunos, como llegas 5 minutos tarde, te regañan con el te quedan sin desayunar... que pongan más personal y habilitar más espacios... la atención al cliente es nula.</p>	B46	"Péssimo"	1/10	17/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 17 de Agosto, 2021</p> <p><b>No geral bom!</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Espazo exterior, piscina, esplanada jardín, court tenis e no interior o Spa Quarto muito pequeno para cama extra e colchões fracos.</p>	B47	"No geral bom"	6,2/10	17/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B48	"Exceccional"	10/10	18/08/21	nov/21	
<p>Comentario: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Hotel en la carretera</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>El personal fue amable y pusieron facilidades para cancelar el resto de la reserva Las fotos del hotel se hacen creanta una expectativa mucho más alta de lo que en realidad es. Es un hotel al borde de la carretera por lo que el ruido de los coches es constante y el entorno no es tan agradable. Tiene una piscina bonita pero tuvimos la mala suerte de tener una habitación con balón con vista al parking del hotel, balón en una silla para poder sentarme por cierto. Entraban moscas en la habitación y la cama era incómodísima (una almohada fina y un colchoncillo de plástico que se movía con cada movimiento). Además de eso, el hotel estaba lleno de familias con niños... así no es culpa de nadie ya que todo el mundo tiene derecho a pasar una vacaciones con sus hijos pero si alguna pareja busca un alojamiento un poco tranquilo en el campo, este no es su sitio.</p>	B49	"Hotel en la carretera"	3/10	18/08/21	nov/21	Capacidade de resposta
<p>Comentario: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Hotel en la carretera</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>El personal fue amable y pusieron facilidades para cancelar el resto de la reserva Las fotos del hotel se hacen creanta una expectativa mucho más alta de lo que en realidad es. Es un hotel al borde de la carretera por lo que el ruido de los coches es constante y el entorno no es tan agradable. Tiene una piscina bonita pero tuvimos la mala suerte de tener una habitación con balón con vista al parking del hotel, balón en una silla para poder sentarme por cierto. Entraban moscas en la habitación y la cama era incómodísima (una almohada fina y un colchoncillo de plástico que se movía con cada movimiento). Además de eso, el hotel estaba lleno de familias con niños... así no es culpa de nadie ya que todo el mundo tiene derecho a pasar una vacaciones con sus hijos pero si alguna pareja busca un alojamiento un poco tranquilo en el campo, este no es su sitio.</p>	B49	"Hotel en la carretera"	3/10	18/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentario: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B50	"Exceccional"	10/10	18/08/21	nov/21	


<p>Comentário: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	851	"Exceccional"	10/10	18/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>② Funcionários muito simpáticos, absolutamente comprometidos com a função, e nesta altura de COVID-19, empenhados em proporcionar a melhor estadia possível. Bom pequeno almoço. PISCINA muito agradável!</p> <p>③ O quarto, e em particular a cama, de um desconforto e uma qualidade inaceitáveis em hotéis de 4 estrelas.</p>	852	"Ótimo"	8/10	18/08/21	nov/21	Capacidade de resposta
<p>Comentário: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>② Funcionários muito simpáticos, absolutamente comprometidos com a função, e nesta altura de COVID-19, empenhados em proporcionar a melhor estadia possível. Bom pequeno almoço. PISCINA muito agradável!</p> <p>③ O quarto, e em particular a cama, de um desconforto e uma qualidade inaceitáveis em hotéis de 4 estrelas.</p>	852	"Ótimo"	8/10	18/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 18 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	853	"Ótimo"	8/10	18/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 19 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	854	"Ótimo"	8/10	19/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 20 de Agosto, 2021</p> <p><b>Estancia muy agradable. Desconexión.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② El Spa, el restaurante, el servicio. Todo como lo esperábamos.</p>	855	"Estancia muy agradable. Desconexión"	10/10	20/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 20 de Agosto, 2021</p> <p><b>Estancia muy agradable. Desconexión.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② El Spa, el restaurante, el servicio. Todo como lo esperábamos.</p>	855	"Estancia muy agradable. Desconexión"	10/10	20/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>👍 <b>A escolha dos viajantes</b> Comentário: 21 de Agosto, 2021</p> <p><b>Super</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② Pequeno almoço super delicia. Funcionários simpáticos que fizeram todo o possível para que ficasse do seu agrado, respeitando todas as medidas de COVID. O pessoal do bar foi super atencioso. Equipamento nos de algumas coisas no nosso quarto, a uma hora da partida o hotel contactou-nos. Lugar muito agradável, definitivamente voltarei novamente!</p> <p>③ Nada.</p>	856	"Super"	10/10	21/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>👍 <b>A escolha dos viajantes</b> Comentário: 21 de Agosto, 2021</p> <p><b>Super</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② Pequeno almoço super delicia. Funcionários simpáticos que fizeram todo o possível para que ficasse do seu agrado, respeitando todas as medidas de COVID. O pessoal do bar foi super atencioso. Equipamento nos de algumas coisas no nosso quarto, a uma hora da partida o hotel contactou-nos. Lugar muito agradável, definitivamente voltarei novamente!</p> <p>③ Nada.</p>	856	"Super"	10/10	21/08/21	nov/21	Capacidade de resposta
<p>👍 <b>A escolha dos viajantes</b> Comentário: 21 de Agosto, 2021</p> <p><b>Super</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② Pequeno almoço super delicia. Funcionários simpáticos que fizeram todo o possível para que ficasse do seu agrado, respeitando todas as medidas de COVID. O pessoal do bar foi super atencioso. Equipamento nos de algumas coisas no nosso quarto, a uma hora da partida o hotel contactou-nos. Lugar muito agradável, definitivamente voltarei novamente!</p> <p>③ Nada.</p>	856	"Super"	10/10	21/08/21	nov/21	Garantia
<p>👍 <b>A escolha dos viajantes</b> Comentário: 21 de Agosto, 2021</p> <p><b>Super</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>② Pequeno almoço super delicia. Funcionários simpáticos que fizeram todo o possível para que ficasse do seu agrado, respeitando todas as medidas de COVID. O pessoal do bar foi super atencioso. Equipamento nos de algumas coisas no nosso quarto, a uma hora da partida o hotel contactou-nos. Lugar muito agradável, definitivamente voltarei novamente!</p> <p>③ Nada.</p>	856	"Super"	10/10	21/08/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 22 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	857	"Exceccional"	10/10	22/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 23 de Agosto, 2021</p> <p><b>Recomendo a todos os que puderem</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	858	"Recomendo a todos os que puderem"	9/10	23/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 24 de Agosto, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>② Hotel muito confortável e num local excelente para descansar e desfrutar das infraestruturas.</p>	859	"Ótimo"	8/10	24/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Agosto, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	860	"Exceccional"	10/10	24/08/21	nov/21	






<p><b>Recomendo</b></p> <p>«Check in online muito claro, ao chegar ao hotel já sabíamos exatamente o que esperar porque fomos devidamente informados de todos os regimes e condições. Staff impecável, instalações muito boas para um 4* e o spa uma delícia apenas limitado pelo atual situação sanitária. Pequeno almoço variado, embora a experiência de buffet também fique limitada pelo mesmo motivo, que obviamente não afeta ao hotel. Fomos em família, mas também para celebrar bodas de prata e não deixamos passar o dia em branco. O único reparo é no duche, poderia ser um pouco melhorado, de forma a não ficar tão molhado ao lado de fora, não comprometendo no entanto a experiência.»</p>	T8	"Recomendo"	5/5	01/09/21	nov/21	Empatia
<p><b>Recomendo</b></p> <p>«Check in online muito claro, ao chegar ao hotel já sabíamos exatamente o que esperar porque fomos devidamente informados de todos os regimes e condições. Staff impecável, instalações muito boas para um 4* e o spa uma delícia apenas limitado pelo atual situação sanitária. Pequeno almoço variado, embora a experiência de buffet também fique limitada pelo mesmo motivo, que obviamente não afeta ao hotel. Fomos em família, mas também para celebrar bodas de prata e não deixamos passar o dia em branco. O único reparo é no duche, poderia ser um pouco melhorado, de forma a não ficar tão molhado ao lado de fora, não comprometendo no entanto a experiência.»</p>	T8	"Recomendo"	5/5	01/09/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 29 de Agosto, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>👍 Limpeza, empatia do staff.</p> <p>👎 Quartos minúsculos.</p>	B67	"Bom"	8/10	29/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 29 de Agosto, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>👍 Limpeza, empatia do staff.</p> <p>👎 Quartos minúsculos.</p>	B67	"Bom"	8/10	29/08/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 29 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B68	"Excepcional"	10/10	29/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 29 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B68	"Excepcional"	10/10	29/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 30 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B69	"Excepcional"	10/10	30/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 30 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excelente</b></p> <p>👍 Pequeno-almoço excelente. Boas instalações. Piscinas enormes e com bastantes espreguadeiras.</p>	B70	"Excelente"	9/10	30/08/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 30 de Agosto, 2021</p> <p><b>Excelente</b></p> <p>👍 Pequeno-almoço excelente. Boas instalações. Piscinas enormes e com bastantes espreguadeiras.</p>	B70	"Excelente"	9/10	30/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 30 de Agosto, 2021</p> <p><b>Aceitável</b></p> <p>👍 Da envolvente da piscina e de ver o espaço exterior bem cuidado</p> <p>👎 Os quartos são francamente muito pequenos e muito abastido do que se espera de um 4 estrelas que nesta altura do ano custa cerca de 125€ (e mais caros, mas amfadas, viciada já muito gasta, iluminação desagravável).</p> <p>O pequeno almoço que poderia ajudar a compensar o meu quarto, pois é fresco e reconal e bastante dos produtos, pouco a ser uma experiência muito desagradável pelo com o argumento da proteção "Covid" o que se assiste a um procedimento "militarizado" por parte do chefe de sala, que só fez aumentar a fila de espera e insatisfação dos clientes (com hora marcada entre as filas). Tenho estado em dezenas de hotéis, e em todos tenho apreciado o conforto que fazem para se adaptar aos novos quadros a ter com os pequenos hotéis, mas sinceramente nunca tinha passado por uma experiência tão desagradável como a do Hotel Mirlo. Claramente um ponto a melhorar para além dos quartos.</p>	B71	"Aceitável"	5/10	30/08/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 30 de Agosto, 2021</p> <p><b>Aceitável</b></p> <p>👍 Da envolvente da piscina e de ver o espaço exterior bem cuidado</p> <p>👎 Os quartos são francamente muito pequenos e muito abastido do que se espera de um 4 estrelas que nesta altura do ano custa cerca de 125€ (e mais caros, mas amfadas, viciada já muito gasta, iluminação desagravável).</p> <p>O pequeno almoço que poderia ajudar a compensar o meu quarto, pois é fresco e reconal e bastante dos produtos, pouco a ser uma experiência muito desagradável pelo com o argumento da proteção "Covid" o que se assiste a um procedimento "militarizado" por parte do chefe de sala, que só fez aumentar a fila de espera e insatisfação dos clientes (com hora marcada entre as filas). Tenho estado em dezenas de hotéis, e em todos tenho apreciado o conforto que fazem para se adaptar aos novos quadros a ter com os pequenos hotéis, mas sinceramente nunca tinha passado por uma experiência tão desagradável como a do Hotel Mirlo. Claramente um ponto a melhorar para além dos quartos.</p>	B71	"Aceitável"	5/10	30/08/21	nov/21	Fiabilidade

<p>Comentário: 31 de Agosto, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	872	"Soberbo"	9/10	31/08/21	nov/21	
<p>Comentário: 1 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	10	873	"Exceccional"	10/10	01/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 2 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>O atendimento dos funcionários</li> <li>A espreçujadeira de piscina</li> </ul>	10	874	"Exceccional"	10/10	02/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 2 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>O atendimento dos funcionários</li> <li>A espreçujadeira de piscina</li> </ul>	10	874	"Exceccional"	10/10	02/09/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 4 de Setembro, 2021</p> <p><b>Fair</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Limpieza. Boa relação preço/qualidade.</li> <li>As camas da piscina tinham uma traves metálica que magravam as costas e que tornava impossível a sua utilização. A decoração pode ser melhorada com cortinas nas zonas comuns e plantas. A sinalética é quase inexistente. Há coisas em que não vale a pena inventar.</li> </ul>	8,0	875	"Fair"	8/10	04/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Setembro, 2021</p> <p><b>Uma excelente experiência.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gratel de tudo, hotel muito bem organizado, pequeno almoço Impacible, desde sempre sempre, não tenho mesmo nada a apontar. Gostava também de deixar um obrigado gigante aos funcionários do restaurante Don Julio (que faz parte do hotel mas num edificio separado), super atenciosos e de uma simpatia acima da média (tão), e comidã é muito muito boa também). Foi uma estada curta mas muito gratificante. Acessoho novamente. A repetir garantidamente.</li> </ul>	10	876	"Uma excelente experiência"	10/10	05/09/21	nov/21	Garantia
<p>Adriana escreveu uma avaliação o 02/2021</p> <p>2 contribuições</p> <p><b>Desiludido.</b></p> <p>«A experiência poderia ter sido consideravelmente melhor, muitos pontos negativos: 1. o quarto reservado foi pedido especificamente com chuveiro, foi-me dado um com banheiro tendo apenas de colocar 2 bolas lavas para estacionar no porão do hotel (nunca das noivas) e não consegui utilizar o apto por conta da quantidade de pessoas presentes no apto, onde muito desorganizado no banheiro do apto (mas infelizmente que não existem manequetes nem limite de roupa o que me fez pagar um hotel com apto para roula 4. o pequeno almoço delicioso serviram até mais tarde e era muito muito pouco em oferta. 5. não me foi permitido fazer o check-out mais tarde que os 12h e enquanto ainda estava dentro do quarto tentaram entrar»</p>	...	T9	"Desiludido"	2/5	01/12/21	dez/21	Garantia
<p>Comentário: 5 de Setembro, 2021</p> <p><b>Um fim de semana bem passado.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Funcionários muito disponíveis para ajudar.</li> <li>Quarto em que fiquei localizado no 9º tem um terraço muito simpático e boas vistas sobre a piscina e ambiente arborizada.</li> <li>Zona de spa bem dimensionada, ambiente relaxante e com boas valências.</li> <li>Piscina exterior de bom tamanho.</li> <li>Pequeno almoço simpático associado com muita variedade de oferta.</li> <li>O edificio do hotel é muito cuidado, no qual se denota preocupação arquitectónica.</li> <li>O espaço envolvente ao hotel é muito bom para passear e apreciar a natureza.</li> <li>Decoração dos quartos muito básica e poderia estar mais actualizada, o que ajudaria a que o quarto aparentasse ser maior e com mais classe.</li> <li>Existe um cocktail bar com mais "hoteleiragem".</li> <li>O quarto de banho em que fiquei não tinha banheiro.</li> <li>O hotel não possui restaurantes no próprio edificio, tendo outro edificio do complexo. A refeição (partir desde muito bem proporcionada, de porções muito generosas e que acontecho. Contudo o espaço poderia estar um pouco mais segmentado, com barmen que até poderia ser melhor a criar ambientes mais personalizados e cores o resto geral. O espaço é um espaço todo aberto que acaba por tornar os clientes um pouco expostos e desorganizados.</li> <li>Ponto que estas alterações poderiam tornar ainda mais apetitosa a experiência neste hotel.</li> </ul> 	8,0	877	"Um fim de semana bem passado"	8/10	05/09/21	nov/21	Capacidade de resposta
<p>Comentário: 6 de Setembro, 2021</p> <p><b>Um fim de semana bem passado.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Funcionários muito disponíveis para ajudar.</li> <li>Quarto em que fiquei localizado no 9º tem um terraço muito simpático e boas vistas sobre a piscina e ambiente arborizada.</li> <li>Zona de spa bem dimensionada, ambiente relaxante e com boas valências.</li> <li>Piscina exterior de bom tamanho.</li> <li>Pequeno almoço simpático associado com muita variedade de oferta.</li> <li>O edificio do hotel é muito cuidado, no qual se denota preocupação arquitectónica.</li> <li>O espaço envolvente ao hotel é muito bom para passear e apreciar a natureza.</li> <li>Decoração dos quartos muito básica e poderia estar mais actualizada, o que ajudaria a que o quarto aparentasse ser maior e com mais classe.</li> <li>Existe um cocktail bar com mais "hoteleiragem".</li> <li>O quarto de banho em que fiquei não tinha banheiro.</li> <li>O hotel não possui restaurantes no próprio edificio, tendo outro edificio do complexo. A refeição (partir desde muito bem proporcionada, de porções muito generosas e que acontecho. Contudo o espaço poderia estar um pouco mais segmentado, com barmen que até poderia ser melhor a criar ambientes mais personalizados e cores o resto geral. O espaço é um espaço todo aberto que acaba por tornar os clientes um pouco expostos e desorganizados.</li> <li>Ponto que estas alterações poderiam tornar ainda mais apetitosa a experiência neste hotel.</li> </ul> 	8,0	877	"Um fim de semana bem passado"	8/10	05/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 8 de Setembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	878	"Ótimo"	8/10	06/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 8 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	879	"Soberbo"	9/10	08/09/21	nov/21	


<p>Comentário: 8 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Ótimo de tudo, hotel muito bem organizado, pequeno almoço incrível, áreas sempre limpas, não tenho mesmo nada a apontar. Piscina exterior grande e muito agradável tal como toda a envolvente no meio de um ambiente muito castro. Gostava também de deixar um agradecimento especial aos funcionários do restaurante Dom João (que faz parte do hotel mas num edifício separado), super atenciosos e de uma simpatia extraordinária. Não esquecendo a comida, simplesmente deliciosa! Foi uma estada curta mas muito gratificante, aconselho vivamente. A repetir garantidamente.</p>	B80	"Exceccional"	10/10	08/09/21	nov/21	Garantia
	17			14/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 8 de Setembro, 2021</p> <p><b>Buen hotel</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Hotel con camas muy cómodas, habitaciones amplias, parking gratis en la puerta, el desayuno es muy bueno y variado. Piscina con tómbas y aberturas disponibles, la zona del spa buena pero por el tema del Covid la pool turnos y la sauna estaba cerrada.</p>	B81	"Buen hotel"	10/10	09/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 13 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B82	"Soberbo"	9/10	13/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 10 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Hotel grande, bom, het ontbijt en faciliteiten en de service. Het diner in aangrenzende hotel was niet goed</p>	B83	"Soberbo"	9/10	15/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 10 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Hotel grande, bom, het ontbijt en faciliteiten en de service. Het diner in aangrenzende hotel was niet goed</p>	B83	"Soberbo"	9/10	15/09/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 16 de Setembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B84	"Ótimo"	8/10	16/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>De tudo. Espaços muito cuidados e com limpeza e simpatia dos funcionários. Pouco tempo na piscina interior.</p>	B85	"Soberbo"	9/10	19/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>De tudo. Espaços muito cuidados e com limpeza e simpatia dos funcionários. Pouco tempo na piscina interior.</p>	B85	"Soberbo"	9/10	19/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 10 de Setembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B86	"Ótimo"	8/10	19/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>nem má nem boa</b> <span style="float: right;">6,0</span></p> <p>pequeno almoço foi bom. vcz pequeno, banheira muito alta para entrar, arcaife muito má.</p>	B87	"Nem má nem boa"	5/10	19/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>Agradável</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B88	"Agradável"	6/10	19/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>Hotel de 5*</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>A piscina do spa e as massagens realizadas são incríveis! Quartos super decorados e limpos, pequeno almoço muito variado. Funcionários super atenciosos e simpáticos. Piscina exterior muito boa! Não é melhor preço que é o passeio incrível da quinta do hotel com os animais e o lago Indisimul! Comida do restaurante do hotel Dom João é fenomenal. Das melhores refeições que fiz de sempre! Zero a apontar</p>	B89	"Hotel de 5"	10/10	19/09/21	nov/21	Tangíveis

<p>Comentário: 18 de Setembro, 2021</p> <p><b>Hotel de 5*</b></p> <p>10</p> <p>A piscina do spa e as massagens realizadas são incríveis! Quartos super confortáveis e limpos, piscina sempre muito variada. Funcionários super atenciosos e simpáticos. Piscina exterior muito legal! Mas o melhor penso que é a paisagem incrível do quinta do hotel com os animais e o lago lindíssimo! Comida do restaurante do hotel Don João é fenomenal! Das melhores refeições que fiz de sempre!</p> <p>Zero a apontar</p>	889	"Hotel de 5**"	10/10	19/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 21 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>10</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	890	"Exceccional"	10/10	21/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 21 de Setembro, 2021</p> <p><b>Tranquilidad e atención</b></p> <p>9.0</p> <p>Tranquilidad. Piscina. Desayuno. Amabilidad</p> <p>Nada.</p>	891	"Tranquilidad e atención"	9/10	21/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 23 de Setembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>8.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	892	"Ótimo"	8/10	23/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 23 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>10</p> <p>Experiencia maravilhosa Recomendo massagem</p>	893	"Exceccional"	10/10	23/09/21	nov/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 24 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>10</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	894	"Exceccional"	10/10	24/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 25 de Setembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>7.0</p> <p>Piscina exterior Área anexa com o restaurante, lago e jardim.</p> <p>Achel as restrições do spa em relação aos mais novos contraproducentes. A abordagem dos funcionários foi mt formatada</p>	895	"Bom"	7/10	25/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 25 de Setembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>7.0</p> <p>Piscina exterior Área anexa com o restaurante, lago e jardim.</p> <p>Achel as restrições do spa em relação aos mais novos contraproducentes. A abordagem dos funcionários foi mt formatada</p>	895	"Bom"	7/10	25/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 25 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>10</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	896	"Exceccional"	10/10	25/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 27 de Setembro, 2021</p> <p><b>Fantástico</b></p> <p>10</p> <p>De tudo foi tudo muito bom Obrigada</p>	897	"Fantástico"	10/10	27/09/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 27 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>10</p> <p>O encanto da paisagem O cheiro e os sabores da infância</p> 	898	"Exceccional"	10/10	27/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 28 de Setembro, 2021</p> <p><b>Hotel minho</b></p> <p>9.0</p> <p>Pequeno almoço, área de spa e toda a envolvidura do complexo conjunto também com o espaço do restaurante e do bar, serviços e simpatia óptimos f</p>	899	"Hotel Minho"	9/10	28/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 28 de Setembro, 2021</p> <p><b>Hotel minho</b></p> <p>9.0</p> <p>Pequeno almoço, área de spa e toda a envolvidura do complexo conjunto também com o espaço do restaurante e do bar, serviços e simpatia óptimos f</p>	899	"Hotel Minho"	9/10	28/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 28 de Setembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>9.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8100	"Soberbo"	9/10	28/09/21	nov/21	

<p>Comentário: 28 de Setembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	10	8101	"Exceccional"	10/10	28/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 28 de Setembro, 2021</p> <p><b>Superbe séjour</b></p> <p>TOUT vraiment au top dans tout les domaines c'était mon 2ème séjour dans cette hôtel et je pense y retourner avec plaisir même largement ses 4 étoiles.</p> <p>RAS</p>	10	8102	"Superbe séjour"	10/10	28/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 29 de Setembro, 2021</p> <p><b>Aceitável</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	8103	"Aceitável"	5/10	29/09/21	nov/21	
<p>Comentário: 30 de Setembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>El sitio y la amabilidad del personal.</p> <p>La limpieza en la habitación.</p>	7,0	8104	"Bom"	7/10	30/09/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 30 de Setembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>El sitio y la amabilidad del personal.</p> <p>La limpieza en la habitación.</p>	7,0	8104	"Bom"	7/10	30/09/21	nov/21	Empatia
<p>Comentário: 1 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	9,0	8105	"Soberbo"	9/10	01/10/21	nov/21	
<p>Comentário: 4 de Outubro, 2021</p> <p><b>Recomendo.</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	7,0	8106	"Recomendo"	7/10	04/10/21	nov/21	
<p>Comentário: 4 de Outubro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	10	8107	"Exceccional"	10/10	04/10/21	nov/21	
<p>Comentário: 5 de Outubro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8,0	8108	"Ótimo"	8/10	05/10/21	nov/21	
<p>Comentário: 5 de Outubro, 2021</p> <p><b>Agradável, calmo e discreto. Muito bom.</b></p> <p>Simples. Produtos c/ boa qualidade. Vista para a piscina.</p> <p>Nada.</p>	8,0	8109	"Agradável, calmo e discreto. Muito bom"	8/10	05/10/21	nov/21	Garantia
<p>Comentário: 6 de Outubro, 2021</p> <p><b>Fantástico espaço exterior.</b></p> <p>Spa, espaço envolvente ao hotel, localização, quinta do hotel "magnífica"</p> <p>Berlho de ventilação do hotel reconfortativo dentro do quarto durante toda a estadia. Situação repetida na recepção do hotel.</p> 	7,0	8110	"Fantástico espaço exterior"	7/10	06/10/21	nov/21	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Outubro, 2021</p> <p><b>Relaxante e Confortável.</b></p> <p>Staff muito prestável e profissional. Pequeno almoço excelente e variado. Localização igualmente, de excelência. Será referenciado como uma opção prioritária, em toda a zona circundante. Keep the good work. Parabéns a todos.</p> <p>O tempo, na verdade.</p>	10	8111	"Relaxante e confortável"	10/10	06/10/21	dez/21	Garantia
<p>Comentário: 6 de Outubro, 2021</p> <p><b>Relaxante e Confortável.</b></p> <p>Staff muito prestável e profissional. Pequeno almoço excelente e variado. Localização igualmente, de excelência. Será referenciado como uma opção prioritária, em toda a zona circundante. Keep the good work. Parabéns a todos.</p> <p>O tempo, na verdade.</p>	10	8111	"Relaxante e confortável"	10/10	06/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Outubro, 2021</p> <p><b>Relaxante e Confortável.</b></p> <p>Staff muito prestável e profissional. Pequeno almoço excelente e variado. Localização igualmente, de excelência. Será referenciado como uma opção prioritária, em toda a zona circundante. Keep the good work. Parabéns a todos.</p> <p>O tempo, na verdade.</p>	10	8111	"Relaxante e confortável"	10/10	06/10/21	dez/21	Fiabilidade


	18			21/08/21	dez/21	
<p>Comentário: 8 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8112	"Soberbo"	9/10	08/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 8 de Outubro, 2021</p> <p><b>Para esquecer.</b> <span>1,0</span></p> <p>A minha tristeza reside no facto de ter pedido uma chaleira para café ou chá - que lá colocaram - mas não tinha onde ligar e não colocaram chaves nem qualquer outro material. Para que serve uma chaleira sem mais? O comando da TV não funcionou e a rede de "espera galego".</p> <p>O que acima reflet.</p>	8113	"Para esquecer"	5/10	08/10/21	dez/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 9 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>Nos ha encantado todo en general,un sitio perfecto para desconectar,yolvernos sin dudas!</p> <p>Mostrar tradução</p> 	8114	"Soberbo"	9/10	09/10/21	dez/21	Garantia
<p>Comentário: 10 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8115	"Excepcional"	10/10	10/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 10 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8116	"Soberbo"	9/10	10/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 10 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span>10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8117	"Excepcional"	10/10	10/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 11 de Outubro, 2021</p> <p><b>Con ganas de volver</b> <span>10</span></p> <p>Excelente</p> <p>Todo muy bien</p>	8118	"Com ganas de volver"	10/10	11/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 12 de Outubro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>8,0</span></p> <p>Aparcamiento pocas plazas</p>	8119	"Ótimo"	8/10	12/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 12 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8120	"Soberbo"	9/10	12/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 13 de Outubro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span>8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p> <p><b>Melhor jacuzzi</b> <span>10</span></p> <p>Do spa, do jacuzzi fenomenal! Dos jardins. Do quarto ter saída direta para a piscina exterior.</p> <p>Do restaurante Dom Júlio.</p>	8121	"Melhor jacuzzi"	10/10	13/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 16 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>El trato El desayuno El recinto OK</p> <p>La música tan alta del bañes camas muy blandas</p>	8122	"Soberbo"	9/10	16/10/21	dez/21	Empatia
<p>Comentário: 16 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>El trato El desayuno El recinto OK</p> <p>La música tan alta del bañes camas muy blandas</p>	8122	"Soberbo"	9/10	16/10/21	dez/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 16 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span>9,0</span></p> <p>El trato El desayuno El recinto OK</p> <p>La música tan alta del bañes camas muy blandas</p>	8122	"Soberbo"	9/10	16/10/21	dez/21	Tangíveis

<p>Comentário: 16 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>↳ Lo que menos el baño de la habitación Difícil acceso para una persona baja o mayor</p>	B123	"Soberbo"	9/10	16/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 16 de Outubro, 2021</p> <p><b>Muy bien</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>↳ Desayuno excelente, ubicación inmejorable ↳ Mobiliario habitaciones</p>	B124	"Muy bien"	8/10	18/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 18 de Outubro, 2021</p> <p><b>Decepcionante</b> <span style="float: right;">4.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B125	"Decepcionante"	4/10	18/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 20 de Outubro, 2021</p> <p><b>Muito agradável, obrigado.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ Spa muito completo, das melhores que já visitei. ↳ Restaurante e Bar fora do hotel.</p> 	B126	"Muito agradável, obrigado"	10/10	20/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 21 de Outubro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B127	"Ótimo"	8/10	21/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 23 de Outubro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>↳ Pequeno-almoço e conforto do quarto muito bom! Local calmo, bom para descansar ↳ O acesso à zona do spa pela recepção...</p>	B128	"Ótimo"	8/10	23/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excedeu as minhas expectativas. Muito bom</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>↳ Pequeno-almoço muito diversificado e com os alimentos muito frescos. Excelente localização com espaços exteriores amplos com elementos decorativos muito interessantes e muito bem tratados. Piscina exterior e interior com jacuzzi e sauna muito completos e bem cuidados ↳ O restaurante exterior obriga sair do hotel e com mau tempo será um inconveniente. Mas é de realçar a correfeição diversificada associada a uma decoração no empratamento que contribui para uma melhor digestão</p>	B129	"Excedeu as minhas expectativas. Muito bom"	9/10	24/10/21	dez/21	Fiabilidade
<p>Comentário: 24 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excedeu as minhas expectativas. Muito bom</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>↳ Pequeno-almoço muito diversificado e com os alimentos muito frescos. Excelente localização com espaços exteriores amplos com elementos decorativos muito interessantes e muito bem tratados. Piscina exterior e interior com jacuzzi e sauna muito completos e bem cuidados ↳ O restaurante exterior obriga sair do hotel e com mau tempo será um inconveniente. Mas é de realçar a correfeição diversificada associada a uma decoração no empratamento que contribui para uma melhor digestão</p>	B129	"Excedeu as minhas expectativas. Muito bom"	9/10	24/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excedeu as minhas expectativas. Muito bom</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>↳ Pequeno-almoço muito diversificado e com os alimentos muito frescos. Excelente localização com espaços exteriores amplos com elementos decorativos muito interessantes e muito bem tratados. Piscina exterior e interior com jacuzzi e sauna muito completos e bem cuidados ↳ O restaurante exterior obriga sair do hotel e com mau tempo será um inconveniente. Mas é de realçar a correfeição diversificada associada a uma decoração no empratamento que contribui para uma melhor digestão</p>	B129	"Excedeu as minhas expectativas. Muito bom"	9/10	24/10/21	dez/21	Empatia
<p>Comentário: 25 de Outubro, 2021</p> <p><b>Aceitável</b> <span style="float: right;">5.0</span></p> <p>↳ pequeno almoço ↳ limpeza do quarto não estava OK, encontramos manchas de vinho; - casa de banho muito antiga; - sonorização dos quartos pessima; - spa muito pequeno para a quantidade de pessoas.</p>	B130	"Aceitável"	5/10	25/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 25 de Outubro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B131	"Soberbo"	9/10	25/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 25 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excelente opção para pessoas com mobilidade reduzida.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ Das condições para pessoas com mobilidade reduzida, o quarto e a casa de banho têm todas as comodidades para quem se desloca em cadeira de rodas. O pequeno-almoço é excelente e com todas as precauções inerentes à Covid-19. Os funcionários são muito simpáticos e prestáveis.</p>	B132	"Excelente opção para pessoas com mobilidade reduzida"	10/10	25/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentário: 25 de Outubro, 2021</p> <p><b>Excelente opção para pessoas com mobilidade reduzida.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ Das condições para pessoas com mobilidade reduzida, o quarto e a casa de banho têm todas as comodidades para quem se desloca em cadeira de rodas. O pequeno-almoço é excelente e com todas as precauções inerentes à Covid-19. Os funcionários são muito simpáticos e prestáveis.</p>	B132	"Excelente opção para pessoas com mobilidade reduzida"	10/10	25/10/21	dez/21	Capacidade de resposta
<p>Comentário: 27 de Outubro, 2021</p> <p><b>Fim de semana</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ tudo</p>	B133	"Fim de semana"	10/10	27/10/21	dez/21	
<p>Comentário: 28 de Outubro, 2021</p> <p><b>maravilhosa! a repetir no verão.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ tudo excelente, muito limpo, staff muito simpático, pequeno almoço super completo e divertido.</p>	B134	"Maravilhosa! A repetir no verão"	10/10	28/10/21	dez/21	Empatia
<p>Comentário: 28 de Outubro, 2021</p> <p><b>maravilhosa! a repetir no verão.</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>↳ tudo excelente, muito limpo, staff muito simpático, pequeno almoço super completo e divertido.</p>	B134	"Maravilhosa! A repetir no verão"	10/10	28/10/21	dez/21	Tangíveis

<p>Comentario: 30 de Octubre, 2021</p> <p><b>Hotel agradable para descansar</b> <span style="float: right;">7.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La cama es lo mejor. Cochón muy cómodo, se descanza muy bien.</li> <li>El spa muy pequeño. El agua de la piscina interior fría y la ducha de contrastes no funciona bien.</li> </ul>	B135	"Hotel agradable para descansar"	7/10	30/10/21	dez/21	Tangíveis
<p>Comentario: 31 de Octubre, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B136	"Ótimo"	8/10	31/10/21	dez/21	
<p>Comentario: 31 de Octubre, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Me gustó todo solo que queremos ver un poco más los alrededores y decidimos ir asta Astur, muchas gracias a todos.</li> </ul>	B137	"Soberbo"	9/10	31/10/21	dez/21	
<p>Comentario: 1 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B138	"Soberbo"	9/10	01/11/21	dez/21	
<p>Comentario: 2 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B139	"Soberbo"	9/10	02/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 3 de Novembro, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span style="float: right;">7.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Restaurante 5 estrelas.</li> <li>Espaco dos quartos muito regos. WC também muito pequeno.</li> </ul>	B140	"Bom"	7/10	03/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentario: 6 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B141	"Ótimo"	8/10	06/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 6 de Novembro, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span style="float: right;">7.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Muito bom</li> </ul> 	B142	"Bom"	7/10	06/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 6 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B143	"Excepcional"	10/10	06/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 7 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Todo perfecto, habitación, espacio exterior, todo estupendo</li> </ul>	B144	"Excepcional"	10/10	07/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentario: 7 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B145	"Soberbo"	9/10	07/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 7 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Espaco, Pequeno almoço, Spa.</li> </ul>	B146	"Ótimo"	8/10	7/11/2021	jan/22	Tangíveis
<p>Comentario: 7 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tudo</li> <li>Nada a apontar</li> </ul>	B147	"Excepcional"	10/10	07/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 7 de Novembro, 2021</p> <p><b>The surrounding area is very good.</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>The breakfast was very good.</li> <li>Some broken equipment in the spa and room</li> </ul>	B148	"The surrounding area is very good"	8/10	07/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentario: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B149	"Soberbo"	9/10	08/11/21	jan/22	
<p>Comentario: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>Muito agradável.</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>O pequeno almoço com muita variedade e qualidade é os funcionários muito prestáveis. Recomendado.</li> </ul>	B150	"Muito agradável"	9/10	08/11/21	jan/22	Fiabilidade


<p>Comentário: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>Muito agradável.</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>👍 - O pequeno almoço com muita variedade e qualidade é os funcionários muito prestáveis. Recomendo.</p>	8150	"Muito agradável"	9/10	08/11/21	jan/22	Capacidade de resposta
<p>Comentário: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>agradável</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>👍 Instalações confortáveis limpas e seguras. Esteticamente bem em zona bem tratada</p> <p>👎 - nada</p>	8151	"Agradável"	8/10	08/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>👍 Pequeno almoço muito bom!! Cama super confortável e spa excelente!</p> <p>👎 Temos os jatos da piscina aquecidos, não desfrutamos dessa parte. Deveriam melhorar os cabides dos casas de banho dos quartos, acrescentar mais, pois 1 cabide para 2 pessoas, com toalhas de banho, robes da piscina e fatos de banho molhados não é muito fácil de usar tudo isso.</p>	8152	"Ótimo"	8/10	09/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 8 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>👍 Pequeno almoço muito bom!! Cama super confortável e spa excelente!</p> <p>👎 Temos os jatos da piscina aquecidos, não desfrutamos dessa parte. Deveriam melhorar os cabides dos casas de banho dos quartos, acrescentar mais, pois 1 cabide para 2 pessoas, com toalhas de banho, robes da piscina e fatos de banho molhados não é muito fácil de usar tudo isso.</p>	8152	"Ótimo"	8/10	09/11/21	jan/22	Fiabilidade
<p>Comentário: 11 de Novembro, 2021</p> <p><b>Bom</b> <span style="float: right;">7,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8153	"Bom"	7/10	11/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 14 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8154	"Excepcional"	10/10	14/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 18 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8155	"Ótimo"	8/10	15/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 15 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>👍 A piscina e o spa são incríveis</p> <p>👎 As almofadas não eram muito confortáveis</p>	8156	"Excepcional"	10/10	15/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 19 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8157	"Soberbo"	9/10	19/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 23 de Novembro, 2021</p> <p><b>A rever</b> <span style="float: right;">6,0</span></p> <p>👎 Colchão e almofadas fantásticos.</p> <p>👎 Relação preço / qualidade. Quartos antigos.</p>	8158	"A rever"	6/10	20/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 25 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8159	"Soberbo"	9/10	20/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 21 de Novembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8160	"ótimo"	8/10	21/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 21 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>👍 SPA</p> <p>👎 Certos elementos decorativos deveriam ser atualizados, como por exemplo os móveis dos quartos</p> <p>👎 90% dos quartos não é nada funcional, muito devido à altura e posicionamento da banheira!</p>	8161	"Soberbo"	9/10	21/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 25 de Novembro, 2021</p> <p><b>Muito boa!</b> <span style="float: right;">9,0</span></p> <p>👍 Instalações excelentes Spa com bom ambiente Pequeno almoço variado e bem servido!</p>	8162	"Muito boa"	9/10	21/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 22 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8163	"Excepcional"	10/10	22/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 22 de Novembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b> <span style="float: right;">10,0</span></p> <p>👍 Tudo incrível, nada a apontar!</p>	8164	"Excepcional"	10/10	22/11/21	jan/22	


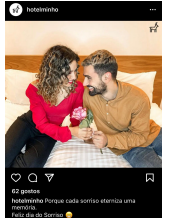
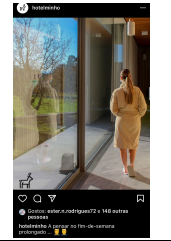

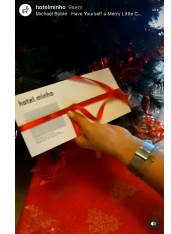
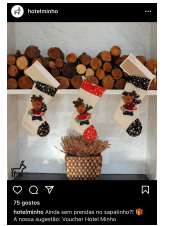
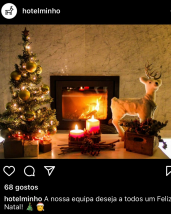
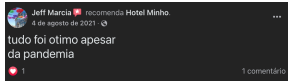
<p>Comentário: 13 de Novembro, 2021</p> <p><b>gostei bastante</b></p> <p>9.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8165	"Gostei bastante"	9/10	22/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 27 de Novembro, 2021</p> <p><b>excellent</b></p> <p>9.0</p> <p>Bel hotel Très agréable Le buffet très copieux Les chambres propres, très bonne literie Manque machine à café ou thé dans les chambres</p>	8166	"Excellent"	9/10	23/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 24 de Novembro, 2021</p> <p><b>Perfeito</b></p> <p>9.5</p> <p>O espaço envolvente do Hotel área verde, Todo o SPA e o seu funcionamento.</p>	8167	"Perfeito"	9/10	24/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 28 de Novembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>9.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8168	"Soberbo"	9/10	28/11/21	jan/22	
<p>Comentário: 29 de Novembro, 2021</p> <p><b>Fuga a dois</b></p> <p>9.0</p> <p>Foi uma noite agradável, deu para desfrutar do Spa com muita calma e foi muito agradável o quarto completo e básico a nível de conforto. Os funcionários foram sempre acessíveis e simpáticos. O pequeno-almoço muito bom! Assim como o restaurante. Apesar do meu tempo ainda conseguimos visitar a herdade e ver os animais o que gesto muito de fazer nestas fugidas para relaxar e estar com a natureza!</p>	8169	"Fuga a dois"	9/10	29/11/21	jan/22	Empatia
<p>Comentário: 29 de Novembro, 2021</p> <p><b>Fuga a dois</b></p> <p>9.0</p> <p>Foi uma noite agradável, deu para desfrutar do Spa com muita calma e foi muito agradável o quarto completo e básico a nível de conforto. Os funcionários foram sempre acessíveis e simpáticos. O pequeno-almoço muito bom! Assim como o restaurante. Apesar do meu tempo ainda conseguimos visitar a herdade e ver os animais o que gesto muito de fazer nestas fugidas para relaxar e estar com a natureza!</p>	8169	"Fuga a dois"	9/10	29/11/21	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 1 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>7.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8170	"Bom"	7/10	01/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 5 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>9.0</p> <p>Espaço bonito, muito limpo e cómodo. O quarto era confortável, e acolhedor. Era o meu aniversário e tinha uma surpresa no quarto por parte do hotel, um ato de lavar. Fizemos uma visita ao exterior do hotel, tem patos, cavalos, espaços lindos. Desfrutamos também da piscina e do jacuzzi. No pequeno-almoço temos muita variedade de escolha. Gostamos de tudo</p> 	8171	"Ótimo"	9/10	05/12/21	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 6 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>9.0</p> <p>Espaço bonito, muito limpo e cómodo. O quarto era confortável, e acolhedor. Era o meu aniversário e tinha uma surpresa no quarto por parte do hotel, um ato de lavar. Fizemos uma visita ao exterior do hotel, tem patos, cavalos, espaços lindos. Desfrutamos também da piscina e do jacuzzi. No pequeno-almoço temos muita variedade de escolha. Gostamos de tudo</p> 	8171	"Ótimo"	9/10	05/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 6 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Estadia curta mas muito agradável.</b></p> <p>9.0</p> <p>Muito bom Nada apontar</p>	8172	"Estadia curta mas muito agradável"	9/10	06/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 6 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>10</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8173	"Excepcional"	10/10	06/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 8 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Excelente em todo</b></p> <p>9.5</p> <p>Lo que más me gusta de este hotel es todo, la profesionalidad del personal, la limpieza, el diseño y los acabados del hotel, el cocinero cómico, las sábanas de algodón de muy buena calidad lo sé porque trabajo en esto. El mobiliario nuevo etc... Para nosotros es el mejor de todos en los que hemos estado durante años.</p>	8174	"Excelente em todo"	10/10	06/12/21	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 8 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Excelente em todo</b></p> <p>9.5</p> <p>Lo que más me gusta de este hotel es todo, la profesionalidad del personal, la limpieza, el diseño y los acabados del hotel, el cocinero cómico, las sábanas de algodón de muy buena calidad lo sé porque trabajo en esto. El mobiliario nuevo etc... Para nosotros es el mejor de todos en los que hemos estado durante años.</p>	8174	"Excelente em todo"	10/10	06/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 7 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>8.0</p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8175	"Ótimo"	8/10	07/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 7 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Muito agradável. A repetir.</b></p> <p>8.0</p> <p>A localização é ótima, o espaço envolvente fantástico e recomendo uma refeição no restaurante que tem um serviço muito bom.</p>	8176	"Muito agradável. A repetir"	8/10	07/12/21	fev/22	Tangíveis








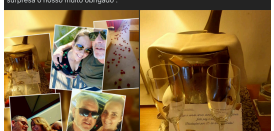




<p>Comentário: 8 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	10	B177	"Exceccional"	10/10	08/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 9 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Por parte del Hotel... en general bien.</b></p> <p>👍 Limpieza del horario de piscina para los más pequeños hasta las 14:30 horas y no permitirlas por la tarde... me parece una buena, y más en invierno que anochece más pronto, y por tanto entra antes al hotel.</p> <p>👍 La cama es doble pero muy cómoda para una rifa de 8 años. Me daban guay y dormí como si en 2 camas pequeñas y mejor... Pero a partir de ahí nos quitaron 1 base y luego de bañal, como si en vez de 3 estuvieramos 2 personas. Claro, a precio de 3.</p>	8.0	B178	"Por parte del hotel... Em general bien"	8/10	09/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 9 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>👍 sólo el café, por favor buen café en hoteles!</p>	9.0	B179	"Soberbo"	9/10	09/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 9 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Bom</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	7.0	B180	"Bom"	7/10	09/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 10 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	9.0	B181	"Soberbo"	9/10	10/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 12 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Recomendo</b></p> <p>👍 Bom pequeno almoço e spa</p> <p>👎 Nada a referir</p>	10	B182	"Recomendo"	10/10	12/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 12 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8.0	B183	"Ótimo"	8/10	12/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 13 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b></p> <p>👍 Os quartos são limpos logo pela manhã. O equipamento é excelente. Tem sempre estacionamento e o pequeno almoço é bastante bom.</p> <p>👎 Nada a referir.</p>	10	B184	"Exceccional"	10/10	13/12/21	fev/22	Fiabilidade
<p>Comentário: 14 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Repetiré</b></p> <p>👍 El trato del personal fue muy bueno. Nos dimos un masaje que fue también genial.</p> <p>👎 El desayuno lo esperaba mejor, desayunamos en el último turno y todo estaba frío, algunas cosas no quedaban o apenas quedaban... ¡pero estaba bueno igualmente!</p>	8.0	B185	"Repetiré"	8/10	14/12/21	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 15 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	8.0	B186	"Ótimo"	8/10	15/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 16 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	9.0	B187	"Soberbo"	9/10	16/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 20 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	9.0	B188	"Soberbo"	9/10	20/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 20 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Relaxante</b></p> <p>👍 De tudo.</p> <p>👎 Tudo ótimo.</p> 	10	B189	"Relaxante"	10/10	20/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 21 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Hotel que poderia ter melhor classificação se ajustasse pequenos pormenores</b></p> <p>👍 Espaço moderno e quartos agradáveis.</p> <p>👎 Espaços comuns pequenos, tendo em conta a capacidade do hotel. Nomeadamente na zona de spa só existem acomodações para um número muito limitado de pessoas... Possíveis de ligares e banhos disponíveis em muita pouca quantidade.</p>	8.0	B190	"Hotel que poderia ter melhor classificação se ajustasse pequenos pormenores"	6/10	20/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 23 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Agradável, mas poderia ser melhor.</b></p> <p>👍 Quarto confortável e com possibilidade de regulação da temperatura. Curada de água no quarto, e que é bastante agradável. Pequeno almoço muito bom. Restaurante Dom João e bar ao lado do hotel bastante agradáveis.</p> <p>👎 Quarto com poucas comodidades para armazenamento de telemóvel (al encomendar o café). Chuveiro do quarto com pouca pressão. Piscina interior é um espaço muito pequeno e como não possui aquecimento, rapidamente acaba além da capacidade de banheiros e esmagar quem quer passar. Sauna e banho turco sem capacidade máis (o que não deveria acontecer em tempo de pandemia). Duche verticais sem água quente (há no receção).</p>	8.0	B191	"Agradável, mas poderia ser melhor"	7/10	20/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 23 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	9.0	B192	"Soberbo"	9/10	23/12/21	fev/22	







<p>Comentário: 24 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Da disponibilidade e simpatia dos funcionários, do espaço do hotel em si e do exterior envolvente, da localização, do pequeno almoço e do SPA que beneficia do facto de estarem alojados cerca de uma dúzia de vintes.</p> <p>Insonorização dos quartos, não ter um restaurante inserido na estrutura do hotel.</p>	B193	"Ótimo"	8/10	24/12/21	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 24 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Da disponibilidade e simpatia dos funcionários, do espaço do hotel em si e do exterior envolvente, da localização, do pequeno almoço e do SPA que beneficia do facto de estarem alojados cerca de uma dúzia de vintes.</p> <p>Insonorização dos quartos, não ter um restaurante inserido na estrutura do hotel.</p>	B193	"Ótimo"	8/10	24/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 17 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B194	"Exceccional"	10/10	27/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 20 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Excelente spa</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Pequeno almoço muito bom. Zona do spa também muito boa, com excelentes espaços e com boa manutenção.</p> <p>Funcionários nada simpáticos, sem iniciativa de contribuir para melhorar a estadia dos hóspedes.</p> <p>Não, no hotel, não estava aberto.</p>	B195	"Excelente spa"	8/10	28/12/21	fev/22	Fiabilidade
<p>Comentário: 20 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Excelente spa</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Pequeno almoço muito bom. Zona do spa também muito boa, com excelentes espaços e com boa manutenção.</p> <p>Funcionários nada simpáticos, sem iniciativa de contribuir para melhorar a estadia dos hóspedes.</p> <p>Não, no hotel, não estava aberto.</p>	B195	"Excelente spa"	8/10	28/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 28 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Exceccional</b> <span style="float: right;">10.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B196	"Exceccional"	10/10	28/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 30 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B197	"Soberbo"	9/10	30/12/21	fev/22	
<p>Comentário: 30 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Relaxante</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Espaço confortável, localização perto da autoestrada e do rio, comida saborosa (pequeno almoço e jantar), funcionários simpáticos e atenciosos. Não posso comentar o spa porque estava muito quente e decidimos não usufruir.</p> <p>De colheito</p>	B198	"Relaxante"	9/10	30/12/21	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 30 de Dezembro, 2021</p> <p><b>Relaxante</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Espaço confortável, localização perto da autoestrada e do rio, comida saborosa (pequeno almoço e jantar), funcionários simpáticos e atenciosos. Não posso comentar o spa porque estava muito quente e decidimos não usufruir.</p> <p>De colheito</p>	B198	"Relaxante"	9/10	30/12/21	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 1 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Bom serviço.</b> <span style="float: right;">7.0</span></p> <p>Bom pequeno almoço, pessoal muito acolhedor.</p> <p>Spa um pouco pequeno e restaurante com o serviço demorado e chefe sem máscara (sei que não é obrigatório mas parece-me pertinente nestes tempos).</p>	B199	"Bom serviço"	7/10	01/01/22	fev/22	Empatia
<p>Comentário: 1 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Bom serviço.</b> <span style="float: right;">7.0</span></p> <p>Bom pequeno almoço, pessoal muito acolhedor.</p> <p>Spa um pouco pequeno e restaurante com o serviço demorado e chefe sem máscara (sei que não é obrigatório mas parece-me pertinente nestes tempos).</p>	B199	"Bom serviço"	7/10	01/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 3 de Janeiro, 2022</p> <p><b>super!</b> <span style="float: right;">9.0</span></p> <p>uitzonderend personeel, zeer behulpzaam. De spa was super, personeel daar ook zeer behulpzaam. En het ontbijt was fantastisch! zeer veel keuze.</p> <p>alles was perfect</p>	B200	"Super"	9/10	03/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 6 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Experiência incrível.</b> <span style="float: right;">10.0</span></p> <p>Nada.</p>	B201	"Experiência incrível"	10/10	06/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 7 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Boa relação qualidade/preço</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Bom relação qualidade/preço. Pessoal simpático.</p> <p>Não identifiquei pontos negativos.</p>	B202	"Boa relação qualidade/preço"	8/10	07/01/22	fev/22	Empatia

<p>Comentário: 7 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Soberbo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Pequeno almoço é ótimo!</p>	B203	"Soberbo"	9/10	07/01/22	fev/22	
<p>Nana escreveu uma avaliação a 10/2020</p> <p>Porto, Portugal • 8 contribuições • 2 fotos</p> <p><b>Excelente!</b></p> <p>«Comodidade, limpeza, pequeno-almoço, SPA, restaurante, simpatia dos colaboradores. Área envolvente muito bonita e com algumas atividades interessantes. Uma recomendação quente: o sinal Wi-Fi era muito fraco (pelo 3...»</p>	T10	"Excelente"	5/5	01/12/21	dez/21	Tangveis
<p>Nana escreveu uma avaliação a 10/2020</p> <p>Porto, Portugal • 8 contribuições • 2 fotos</p> <p><b>Excelente!</b></p> <p>«Comodidade, limpeza, pequeno-almoço, SPA, restaurante, simpatia dos colaboradores. Área envolvente muito bonita e com algumas atividades interessantes. Uma recomendação quente: o sinal Wi-Fi era muito fraco (pelo 3...»</p>	T10	"Excelente"	5/5	01/12/21	dez/21	Empatia
<p>Comentário: 8 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Bom pequeno almoço, SPA muito bem equipado e limpo. Simpatia dos funcionários acima da média. Excelente relação qualidade preço.</p> <p>Qualidade do colchão. Era demasiado mole caindo para o centro da cama.</p>	B204	"Ótimo"	8/10	08/01/22	fev/22	Tangveis
<p>Comentário: 8 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Ótimo</b> <span style="float: right;">8.0</span></p> <p>Bom pequeno almoço, SPA muito bem equipado e limpo. Simpatia dos funcionários acima da média. Excelente relação qualidade preço.</p> <p>Qualidade do colchão. Era demasiado mole caindo para o centro da cama.</p>	B204	"Ótimo"	8/10	08/01/22	fev/22	Empatia
<p>Ricardo Teixeira escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>22 contribuições • 16 fotos</p> <p><b>Excelente escapadinha!!!!</b></p> <p>«Excelente. Quarto acolhedor, com um ótimo colchão, vista bonita para a piscina exterior e uma varanda ampla. O serviço de spa é excelente e organizado. Pequeno almoço muito completo e saboroso. Atenção dos funcionários e cordialidade, são também um ponto positivo. Vámas regressar!»</p>	T11	"Excelente escapadinha"	5/5	01/01/22	jan/22	Empatia
<p>Ricardo Teixeira escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>22 contribuições • 16 fotos</p> <p><b>Excelente escapadinha!!!!</b></p> <p>«Excelente. Quarto acolhedor, com um ótimo colchão, vista bonita para a piscina exterior e uma varanda ampla. O serviço de spa é excelente e organizado. Pequeno almoço muito completo e saboroso. Atenção dos funcionários e cordialidade, são também um ponto positivo. Vámas regressar!»</p>	T11	"Excelente escapadinha"	5/5	01/01/22	jan/22	Tangveis
<p>Ricardo Teixeira escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>22 contribuições • 16 fotos</p> <p><b>Excelente escapadinha!!!!</b></p> <p>«Excelente. Quarto acolhedor, com um ótimo colchão, vista bonita para a piscina exterior e uma varanda ampla. O serviço de spa é excelente e organizado. Pequeno almoço muito completo e saboroso. Atenção dos funcionários e cordialidade, são também um ponto positivo. Vámas regressar!»</p>	T11	"Excelente escapadinha"	5/5	01/01/22	jan/22	Fiabilidade
<p>Francisco G escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>Porto, Portugal • 06 contribuições • 5 fotos</p> <p><b>Hotel muito bem equipado com preços convidativos</b></p> <p>«Hotel com bons quartos e pessoal muito simpático. Possui piscina exterior e interior com zona de SPA muito bem equipada. Quartos razoáveis embora o colchão pudesse ser mais confortável. Bom pequeno almoço em sala ampla.»</p>	T12	"Hotel muito bem equipado com preços convidativos"	4/5	09/01/22	jan/22	Tangveis
<p>Francisco G escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>Porto, Portugal • 06 contribuições • 5 fotos</p> <p><b>Hotel muito bem equipado com preços convidativos</b></p> <p>«Hotel com bons quartos e pessoal muito simpático. Possui piscina exterior e interior com zona de SPA muito bem equipada. Quartos razoáveis embora o colchão pudesse ser mais confortável. Bom pequeno almoço em sala ampla.»</p>	T12	"Hotel muito bem equipado com preços convidativos"	4/5	09/01/22	jan/22	Empatia
<p>Filipe F escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>1 contribuições</p> <p><b>Tudo excelente</b></p> <p>«Hada a apontar. Pessoal simpático, local bonito e acolhedor. Tudo pensado ao pormenor. Limpeza excepcional e pequeno-almoço igualmente muito bom. Com certeza, um local para voltar a visitar e explorar ainda mais todas as ofertas»</p>	T13	"Tudo excelente"	5/5	11/01/22	jan/22	Empatia
<p>João escreveu uma avaliação a 01/2022</p> <p>Porto, Portugal • 2 contribuições</p> <p><b>Maravilhoso!</b></p> <p>«Super acolhedor, o spa muito relaxante e com pouca gente (a semana). Todo o staff foi muito educado e 5 estrelas. Na recepção é possível alugar bicicletas e dar um passeio pelo eco-parco - aconselho bastante. A suite tem tudo o grande e equipada com o necessário para uma ótima estadia. O pequeno-almoço é muito bom! Nada a apontar»</p>	T14	"Maravilhoso"	5/5	15/01/22	jan/22	Garantia




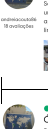







<p>Joana escreveu uma avaliação a 01/2022</p>  <p><b>Maravilhoso!</b></p> <p>«Super acolhedor, o spa muito relaxante e com pouca gente (3 semanas). Todo o staff foi muito educado e à vontade. No recepção é possível alugar bicicletas e dar um passeio pelo eco-pista - aconselho bastante. A suite temática é grande e equipada com o necessário para uma ótima estadia. O pequeno almoço é muito bom! Não dá a oportunidade»</p>	T14	"Maravilhoso"	5/5	15/01/22	jan/22	Tangíveis
<p>Comentário: 8 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Increível</b></p> <p>«La mejor de todo fue lo completo que es el hotel, piscina, spa, pistas de tenis, restaurante, bar... y la decoración exquisita. Volviremos»</p>	B205	"Increible"	10/10	08/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 9 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B206	"Exceccional"	10/10	09/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 9 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Relax</b></p> <p>«Condições gerais» «Aparadamento SPA»</p>	B207	"Relax"	8/10	09/01/22	fev/22	Fiabilidade
<p>Comentário: 10 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Soberbo</b></p> <p>«decoración, comodidad, habitaciones amplias, el spa estupendo con muy buena temperatura el agua, ideal para disfrutar con niños»</p> <p>Mostrar tradução</p> 	B208	"Soberbo"	9/10	10/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 10 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B209	"Exceccional"	10/10	10/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 10 de Janeiro, 2022</p> <p><b>A repetir.</b></p> <p>«Ótimo pequeno-almoço, cheio de opções» «Para um jantar mais light, o bar serve pequenos petiscos. O restaurante é excelente mas bastante dispendioso.» «Massagens ótimas, jacuzzi óptimo.» «A água da piscina e ou do jacuzzi algo fria de temperatura.»</p>	B210	"A repetir"	8/10	10/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 11 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>«Não deixarem crianças ir para a piscina no horário da tarde.»</p>	B211	"Ótimo"	8/10	11/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 11 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Excelente experiência em família. Voltarei de certeza.</b></p> <p>«Excelente pequeno-almoço. Fácil acesso.» «Espaço do hotel é SPA muito confortável com boa arquitetura e design de interiores. Vista do quarto para a paisagem.» «A insoneção dos quartos a partir do corredor poderia ser melhorada. O colchão era um pouco mole na minha opinião.»</p>	B212	"Excelente experiência em família. Voltarei de certeza"	10/10	11/01/22	fev/22	Tangíveis
<p>Comentário: 12 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B213	"Ótimo"	8/10	12/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 12 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B214	"Exceccional"	10/10	12/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 13 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Ótimo</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B215	"Ótimo"	8/10	13/01/22	fev/22	
<p>Comentário: 14 de Janeiro, 2022</p> <p><b>Excepcional</b></p> <p>Não existem comentários disponíveis para esta avaliação.</p>	B216	"Exceccional"	10/10	14/01/22	fev/22	















 <p>Instagram post by hotelminho showing a woman riding a horse in a park. Caption: "Gostou: restaurante.dom.julio e 90 outras pessoas".</p>	19	"O Lelo tão lindo <3"		12/09/21	fev/22	Empatia
 <p>Instagram post by hotelminho showing a couple sitting at a table. Caption: "62 gostos".</p>	110			01/10/21	fev/22	
 <p>Instagram post by hotelminho showing a woman in a coat walking in a hallway. Caption: "Gostou: restaurante.dom.julio e 146 outras pessoas".</p>	111	"Recomendo"		28/10/21	fev/22	Garantia
 <p>Instagram post by hotelminho showing a table with a lit fireplace in the background. Caption: "Gostou: restaurante.dom.julio e 67 outras pessoas".</p>	112			01/12/21	fev/22	
 <p>Instagram post by hotelminho showing hands holding a gift box. Caption: "Gostou: restaurante.dom.julio e 146 outras pessoas".</p>	113			07/12/21	fev/22	
 <p>Instagram post by hotelminho showing a basket of nuts. Caption: "16 gostos".</p>	114	"Cute <3"		22/12/21	fev/22	
 <p>Instagram post by hotelminho showing a Christmas tree and fireplace. Caption: "68 gostos".</p>	115	"Feliz Natal"		24/12/21	fev/22	
 <p>Facebook post by Jeff Marcia recommending Hotel Minho. Text: "tudo foi ótimo apesar da pandemia".</p>	F1	"Tudo foi ótimo apesar da pandemia"		04/08/21	fev/22	Garantia


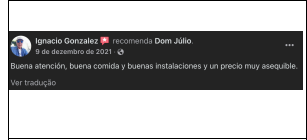
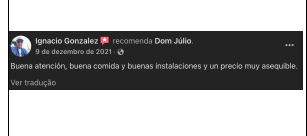
<p>Sousa Dó  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de agosto de 2021</p> <p>Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, actividades variadas experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo</p> 	F2	"Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, atividades variadas, experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo"		11/08/21	fev/22	Empatia
<p>Sousa Dó  recomenda Hotel Minho</p> <p>11 de agosto de 2021</p> <p>Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, actividades variadas experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo</p> 	F2	"Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, atividades variadas, experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo"		11/08/21	fev/22	Fiabilidade
<p>Sousa Dó  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de agosto de 2021</p> <p>Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, actividades variadas experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo</p> 	F2	"Excelente em tudo desde as instalações, serviços prestados, atividades variadas, experimentei massagens foram ótimas e todos funcionários de uma simpatia e agrado muito bom... Fiquei cliente e recomendo"		11/08/21	fev/22	Tangíveis
<p>Paula Faria  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de agosto de 2021</p> <p>Tirem um fim de semana romântico ou simplesmente uns dias de descanso é o local ideal. Fomos muito bem recebidos excelentes condições pequeno almoço de excelência, piscina interior e exterior impecável jacuzzi também. E a parte exterior do hotel com aquela envolvente da natureza dos animais do lago de poder desfrutar de andar a cavalo e muito mais,excelente. Fizeram nos uma surpresa o nosso muito obrigado.</p> 	F3	Tirem um fim de semana romântico ou simplesmente uns dias de descanso é o local ideal. Fomos muito bem recebidos excelentes condições pequeno almoço de excelência, piscina interior e exterior impecável jacuzzi também. E a parte exterior do hotel com aquela envolvente da natureza dos animais do lago de poder desfrutar de andar a cavalo e muito mais,excelente. Fizeram nos uma surpresa o nosso muito obrigado.		20/08/21	fev/22	Tangíveis
<p>Paula Faria  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de agosto de 2021</p> <p>Tirem um fim de semana romântico ou simplesmente uns dias de descanso é o local ideal. Fomos muito bem recebidos excelentes condições pequeno almoço de excelência, piscina interior e exterior impecável jacuzzi também. E a parte exterior do hotel com aquela envolvente da natureza dos animais do lago de poder desfrutar de andar a cavalo e muito mais,excelente. Fizeram nos uma surpresa o nosso muito obrigado.</p> 	F3	Tirem um fim de semana romântico ou simplesmente uns dias de descanso é o local ideal. Fomos muito bem recebidos excelentes condições pequeno almoço de excelência, piscina interior e exterior impecável jacuzzi também. E a parte exterior do hotel com aquela envolvente da natureza dos animais do lago de poder desfrutar de andar a cavalo e muito mais,excelente. Fizeram nos uma surpresa o nosso muito obrigado.		20/08/21	fev/22	Garantia
<p>Artur Silva  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de setembro de 2021</p> <p>Limpeza, calma, espaços cuidados e pessoal atencioso.</p> <p>Atmosfera romântica - Comodidades atenciosas - Family-friendly - Quartos silenciosos</p>	F4	"limpeza, calma, espaços cuidados e pessoal atencioso"		20/09/21	fev/22	Empatia
<p>Artur Silva  recomenda Hotel Minho</p> <p>20 de setembro de 2021</p> <p>Limpeza, calma, espaços cuidados e pessoal atencioso.</p> <p>Atmosfera romântica - Comodidades atenciosas - Family-friendly - Quartos silenciosos</p>	F4	"limpeza, calma, espaços cuidados e pessoal atencioso"		20/09/21	fev/22	Tangíveis

<p> <b>Olga Polónia</b> recomenda Hotel Minho. 21 de setembro de 2021</p> <p>suite espaçosa piscina exterior boa Spa muito bom pequeno almoço com muita variedade muito bom colaboradores muito simpáticos restaurante Dão Júlio comida boa e preços acessíveis</p>	F5	"Suite espaçosa, piscina exterior boa, spa muito bom, pequeno-almoço com muita variedade muito bom, colaboradores muito simpáticos, restaurante Dom Julio comida boa e preços acessíveis"		21/09/21	fev/22	Tangíveis
<p> <b>Olga Polónia</b> recomenda Hotel Minho. 21 de setembro de 2021</p> <p>suite espaçosa piscina exterior boa Spa muito bom pequeno almoço com muita variedade muito bom colaboradores muito simpáticos restaurante Dão Júlio comida boa e preços acessíveis</p>	F5	"Suite espaçosa, piscina exterior boa, spa muito bom, pequeno-almoço com muita variedade muito bom, colaboradores muito simpáticos, restaurante Dom Julio comida boa e preços acessíveis"		21/09/21	fev/22	Empatia
<p> <b>Fernando Polónia</b> recomenda Hotel Minho. 22 de setembro de 2021</p> <p>Resumidamente TOP Adorei Tenciono repetir...</p> <p>Comodidades atenciosas - Hotel de design - Bom serviço de quartos - Quartos espaçosos - Atmosfera romântica - Ótimo bar de hotel - Family-friendly</p>	F6	"Resumidamente top. Adorei. Tenciono repetir"		22/09/21	fev/22	Tangíveis
<p> <b>Pedro Rodrigues</b> recomenda Hotel Minho. 23 de outubro de 2021</p> <p>excelente recomendo mesmo</p> <p>Atmosfera romântica - Bom serviço de quartos</p>	F7	"Excelente. Recomendo mesmo"		23/10/21	fev/22	Tangíveis
<p> <b>Isabel Maria de Sa</b> recomenda Hotel Minho. 13 de novembro de 2021</p> <p>Muito agradável recomendo</p>	F8	"Muito agradável recomendo"		13/11/21	fev/22	Garantia
<p> <b>Magda Silva</b> recomenda Hotel Minho. 22 de dezembro de 2021</p> <p>O pequeno almoço é simpático</p>	F9	"O pequeno-almoço é simpático"		22/12/21	fev/22	Fiabilidade

## APÊNDICE E - Matriz análise plataformas Restaurante Dom Júlio

PUBLICAÇÃO	PLATAFORMA	AValiação	PONTUAÇÃO	DATA PUBLICAÇÃO	DATA OBSERVAÇÃO
 <p><b>Fantástico</b> Analisado 31 de julho de 2021</p> <p>Um espaço muito agradável, atendimento muito profissional, descontruído e simpático. Comida ótima, tudo muito higiênico e quentinho. Boa comida, boa mesa, boa bebida é o que se quer. Recomendado a 1000%!</p> <p>Data de visita: julho de 2021</p> <p>UWP</p>	T1	"Fantástico"	5/5	31/07/21	dez/21
 <p><b>Fantástico</b> Analisado 31 de julho de 2021</p> <p>Um espaço muito agradável, atendimento muito profissional, descontruído e simpático. Comida ótima, tudo muito higiênico e quentinho. Boa comida, boa mesa, boa bebida é o que se quer. Recomendado a 1000%!</p> <p>Data de visita: julho de 2021</p> <p>UWP</p>	T1	"Fantástico"	5/5	31/07/21	dez/21
 <p><b>Férias em família.</b> Analisado 05 de agosto de 2021</p> <p>Muito bom. Desde a comida a simpatia dos funcionários. Todas as regras de segurança Covid-19 cumpridas. A repetir.</p> <p>Data de visita: agosto de 2021</p>	T2	"Férias em família"	5/5	05/08/21	dez/21
 <p><b>Almoço excelente</b> Analisado 13 de setembro de 2021</p> <p>Excelente apresentação, atendimento espetacular e comida boa em termos de preço qualidade, ocasião especial!</p> <p>Data de visita: setembro de 2021</p>	T3	"Almoço excelente"	5/5	13/09/21	dez/21
 <p><b>Ótima experiência!</b> Analisado 14 de setembro de 2021</p> <p>Serviço atencioso, comida saborosa e original. Chef atencioso que preparou uma entrada de entrada para os clientes comecarem a sua tarde. Muito boa aparência no interior e exterior, as paredes, lago e piscina no ambiente do fim.</p>	T4	"Ótima experiência"	5/5	14/09/21	dez/21
 <p><b>Ótima experiência!</b> Analisado 14 de setembro de 2021</p> <p>Serviço atencioso, comida saborosa e original. Chef atencioso que preparou uma entrada de entrada para os clientes comecarem a sua tarde. Muito boa aparência no interior e exterior, as paredes, lago e piscina no ambiente do fim.</p>	T4	"Ótima experiência"	5/5	14/09/21	dez/21
 <p><b>Divinal</b> Analisado 18 de setembro de 2021</p> <p>Divina, desde a comida ao atendimento. Pêlo maravilhoso, nota, por favor tudo 5 estrelas. Recomendado vivamente e certamente voltar.</p> <p>Data de visita: setembro de 2021</p>	T5	"Divinal"	5/5	18/09/21	dez/21
 <p><b>Batizado do Gonçalo</b> Analisado 28 de setembro de 2021</p> <p>Excelente!! Ótima comida, atendimento e espaço. Se pensar realizar um evento não está em contactar estas pessoas. Recomendado vivamente.</p>	T6	"Batizado do Gonçalo"	5/5	28/09/21	dez/21
 <p><b>Batizado do Gonçalo</b> Analisado 28 de setembro de 2021</p> <p>Excelente!! Ótima comida, atendimento e espaço. Se pensar realizar um evento não está em contactar estas pessoas. Recomendado vivamente.</p>	T6	"Batizado do Gonçalo"	5/5	28/09/21	dez/21
 <p><b>Fantástico</b> Analisado 29 de setembro de 2021</p> <p>Adoramos tudo desde entradas ao prato principal... Funcionários super simpáticos e atenciosos!! Deixa uma foto do fantástico sobremesa!! Recomendado!!</p>	T7	"Fantástico"	5/5	29/09/21	dez/21
 <p><b>Jantar de amigos</b> Analisado 29 de setembro de 2021</p> <p>Excelente serviço e a comida muito saborosa! O espelho foi o que mais me surpreendeu!! Super recomendado!</p> <p>Data de visita: setembro de 2021</p>	T8	"Jantar de amigos"	5/5	29/09/21	dez/21
<p><b>Visita a Dom Julio</b> Analisado 29 de setembro de 2021</p> <p>Excelente atendimento e serviço e comida saborosa. Dou exemplo de uma das melhores coisas do caso. Espelho. Super recomendado!</p> <p>Data de visita: setembro de 2021</p>	T9	"Visita a Dom Julio"	5/5	29/09/21	dez/21
<p><b>Jantar de aniversário</b> Analisado 29 de setembro de 2021</p> <p>Excelente serviço, boa comida e bom ambiente, recomendo a espelho como sobremesa. Super recomendado!</p> <p>Data de visita: setembro de 2021</p>	T10	"Jantar de aniversário"	5/5	29/09/21	dez/21

 <p><b>Jantar romântico</b> Avaliado 30 de setembro de 2021</p> <p>Jantar espetacular, escolha o dom júlio para poder experimentar o prato que ficou em primeiro lugar nas 7 nacionalidades, visitado no botequim. Ótimo escolha, como bastante suculenta, diferente mas fantástico. Recomendando a experiência. Para Sobremesas escolhemos pudim com creme de limão. Equipe fantástica... parabéns.</p>	T11	"Jantar romântico"	5/5	30/09/21	dez/21
 <p><b>Jantar</b> Avaliado 7 de outubro de 2021</p> <p>Restaurante agradável. Staff simpático, fomos pelo vestido mas não estava disponível. Cerveja o lombo e o maco da vaca, ambos bem confeccionados e saborosos. A sobremesa ficou ótima, também muito agradável.</p>	T12	"Jantar"	4/5	07/10/21	dez/21
 <p><b>Experiência fantástica</b> Avaliado 16 de outubro de 2021</p> <p>Simplemente fantástico, staff super simpático. O moço é divino, come farinha super sabrosa, o molho muito bom. A picanteira tá e muito boa, e a banana frita diferente mas boa. O bolo de chocolate era divino um sabor intenso e chocolate, mesmo no ponto, sem almidão e repete.</p>	T13	"Experiência fantástica"	5/5	16/10/21	dez/21
 <p><b>Jantar entre 3 casais amigos.</b> Avaliado 16 de novembro de 2021</p> <p>Excelente na confecção e na simpatia do equipá. Sobremesa no espelho, fantástica! Recomendando vivamente para grupo de amigos ou família.</p>	T14	"Jantar entre 3 casais amigos"	5/5	16/11/21	dez/21
 <p><b>Almoço</b> Avaliado 24 de novembro de 2021</p> <p>Fui ao restaurante almoço e fui extremamente bem servido, a comida estava ótima, a sobremesa foi servida pelo Alisson Barbosa, um excelente profissional. Os meus parabéns ao Chef Gonçalo e a todos os excelentes colaboradores do Restaurante Dom Júlio! Recomendando a 100%.</p>	T15	"Almoço"	5/5	24/11/21	dez/21
 <p><b>Excelente</b> Avaliado 28 de novembro de 2021</p> <p>Estava tudo ótimo Ambiente agradável, comida excelente, todos os funcionários atenciosos. O espelho de sobremesas imponente na mesa merece um lugar de destaque!</p>	T16	"Excelente"	5/5	28/11/21	dez/21
 <p><b>Almoço de amigos</b> Avaliado 30 de dezembro de 2021</p> <p>É excelente, um espaço acolhedor e com requinte, em relação a comida tudo muito bom desde entradas a sobremesa. Recomendado</p>	T17	"Almoço de amigos"	5/5	30/12/21	jan/22
 <p><b>Um bom momento a repetir</b> Avaliado há 4 semanas</p> <p>Parabéns, bem ambiente, e com muita qualidade. Parabéns também ao staff. Uma experiência a repetir. Recomendando e vamos a tempo no próximo.</p> <p><b>Data da visita:</b> janeiro de 2022</p>	T18	"Um bom momento a repetir"	4/5	01/01/22	jan/22
 <p><b>Muy buena comida y atencion</b> Avaliado 28 de junho de 2021</p>	F1	"Muy buena comida y atencion"		20/06/21	jan/22
 <p><b>Muito confortável e muita simpatia além de tudo. Muito bom mesmo</b> Avaliado 1 de agosto de 2021</p>	F2	"Muito confortável e muita simpatia além de tudo. Muito bom mesmo"		01/08/21	jan/22
 <p><b>Acolhedor comida fantástica</b> Avaliado 9 de agosto de 2021</p>	F3	"Acolhedor comida fantástica"		09/08/21	jan/22
 <p><b>Restaurante 5 estrelas</b> Avaliado 11 de agosto de 2021</p> <p>Restaurante 5 estrelas 12 as minhas refeições durante 5 dias e todos os dias me surpreendi todos funcionários super simpáticos e muito atenciosos... Recomendado</p>	F4	"Restaurante 5 estrelas fiz as minhas refeições durante 5 dias e todos os dias me surpreendi todos os funcionários super simpáticos e muito atenciosos...Recomendo"		11/08/21	jan/22
 <p><b>Serviço atencioso, comida saborosa e criativa!</b> Avaliado 11 de setembro de 2021</p> <p>Comida gourmet - Decoração chique - Comida fantástica - Vistas cênicas - Cozy atmosphere - Sobremesa boa - Creative cuisine</p>	F5	"Serviço atencioso, comida saborosa e criativa!"		11/09/21	jan/22
 <p><b>Ótimo! Comida deliciosa. Serviço e atendimento do pessoal de primeira!</b> Avaliado 5 de novembro de 2021</p> <p>Interior elegante - Comfort food - Comida fantástica - Sobremesa boa - Decoração chique - Vistas cênicas</p>	F6	"Ótimo! Comida deliciosa. Serviço e atendimento do pessoal de primeira!Magnífico"		05/11/21	jan/22

	F6	"Ótimo! Comida deliciosa. Serviço e atendimento do pessoal de primeira!Magnifico!"		05/11/21	jan/22
	F7	"Buena atención, buena comida y buenas instalaciones y un precio muy asequible"		09/12/21	jan/22
	F7	"Buena atención, buena comida y buenas instalaciones y un precio muy asequible"		09/12/21	jan/22

## Apêndice F – Análise das questões e codificações para objetivo i.

Objetivo	Analisar o posicionamento estratégico do Hotel Minho	
Questão 4	Que unidades consideram concorrentes do Hotel Minho e do restaurante Dom Júlio?	
Codificações	Aqui na zona não há concorrentes e explico-lhe. Há um hotel em Caminha que tem valências idênticas no que diz respeito ao hotel, também de 4 estrelas com spa, piscina e tudo mais. Mas que eu me lembre, julgo que não há num raio considerável uma unidade hoteleira com todo o espaço que nós temos e essa é uma das razões que faz o cliente escolher-nos em detrimento de outros.	E1
	Ora, unidades concorrentes eu diria talvez aqui perto o Portas do Sol, em Caminha, e talvez o Hotel Talaso ali em Baiona, Goião. Naquela zona são os hotéis mais parecidos a nós com esse tipo de concorrência. Relativamente ao restaurante em si, algo moderno e diferente e onde se come bem não estou a ver sinceramente. É assim, talvez em termos de eventos, digamos batizados e casamentos, a Quinta do Carminho, em Valença, mas não é nada de especial e a Quinta do Cruzeiro, mas digamos que é para coisas maiores, mais massivas. De resto, aqui perto não estou mesmo a ver.	E2
	Os nossos concorrentes são praticamente os da proximidade. Em Valença não temos nada, temos o Prazer da Natureza Resort & Spa, o Portas do Sol e o Design Wine & Spa Hotel, todos em Caminha. Talvez o Hotel Meira, em Vila Praia de Âncora, mas penso que não faz grande diferença porque não é o mesmo conceito. Considero que quem quer Viana não procura nestes lados e então não nos faz grande diferença e vice-versa, quem procura esta região não procura Viana do Castelo e então não consideramos concorrência. Em relação ao restaurante, temos com espaço de eventos uma quinta em Valença que não me recordo do nome, só para refeições existem muitos, a concorrência é muito feroz. Mais próximo temos o Escondidinho, em Valença tem o famoso dos ossinhos e do bacalhau que também não me recordo do nome. Por vezes os nossos clientes procuram na zona espanhola para experimentar tapas e esses pratos mais típicos de lá.	E3
	Assim concorrência direta... Em Valença não me parece ter nada. O Portas do Sol em Caminha será o mais idêntico. Valença tem hotéis, mas muitos antigos, a Pousada não funciona e então será mais em Caminha.	E4
	Secalhar o Feel Viana, em Viana do castelo que é semelhante ao nosso, e o Portas do Sol, em Caminha.	E5
	Sinceramente, eu não considero ter concorrentes. Há espaço para todos e todos são diferentes, todos podemos trabalhar e como o cliente é todo diferente, é bom haver diversidade. Muitas vezes, os clientes perguntam-nos espaços diferentes para as suas refeições e não temos problema nenhum em indicar outros espaços.	E6
	Aqui na zona temos bons concorrentes. Em relação ao restaurante, talvez o Escondidinho que é o que tem sempre mais pessoas. Em relação ao hotel perdemos um pouco para Caminha porque eles têm o rio e nós, apesar de termos o rio, a vista não é tão boa. E também quem vem do porto ou lisboa e escolhe Caminha tem menos 25 km de viagem face a nós aqui.	E7
	Do hotel Minho temos o Portas do Sol, é um bocadinho mais afastado, mas acho que é o principal. Em relação ao restaurante, temos uma quinta de casamentos que é só quinta, a Quinta do Cruzeiro. Em relação ao restaurante, eu diria a Quinta do Caminho que abriu há sensivelmente 1 ano que está a tentar chegar lá, mas estamos a falar de uma sala com 50 lugares e nós dispomos de 1200.	E8
	Em termos de restauração propriamente dita, aqui perto de nós o Escondidinho e em Cerveira talvez a Casa do Lau. Como para além de	E9

	restaurante temos também quinta de eventos aí já passa mais pela Quinta do Amorinho, a Quinta do Prazo, a Quinta do Cruzeiro.	
Questão 6	Nas redes sociais do hotel, o spa é muito promovido face aos demais serviços, qual a principal razão?	
Codificações	Nós dizemos que o spa é a nossa pipoca das redes sociais porque quando pomos uma fotografia do spa, em termos de algoritmo, tanto no Instagram como no Facebook, é o que traz mais potencialidade de visualizações, de partilhas, de comentários, de likes, é uma fotografia do spa. Se pusermos, imaginemos, hoje no domingo, neste preciso momento uma fotografia do spa e daqui a 8 dias, à mesma hora, uma fotografia por exemplo do restaurante ou piscina exterior não tem tanto impacto. Então nós utilizamos o spa para fazer esse chamariz às nossas redes sociais.	E2
	A rentabilização daquele que foi o nosso maior investimento. Para além disso, é algo atrativo e que cativa os clientes, mas em termos de investimento é uma enorme fatia. Como temos consciência que possuímos uma boa equipa de terapeutas e que o spa tem muito boas condições tentamos promovê-lo ao máximo e tentar rentabilizar. É importante ter noção que o spa é uma grande fonte de atração e investimento, mas o retorno financeiro é reduzido porque os gastos são frequentes para manutenção do espaço.	E3
Questão 10	A nível de eventos, que espaços considera concorrentes?	
Codificações	Eu já estou há alguns anos na área hoteleira, mas aqui estou há pouco tempo. No que diz respeito a espaços onde possam realizar este tipo de eventos, existe um em Caminha que tem essa disponibilidade e outros por aí, efetivamente mais pequenos. De qualquer das formas, temos estado bastante bem, tendo em conta o período em que vivemos e é o que lhe digo, eu sei de empresas que fazem cá eventos e que querem repetir o que abona a nosso favor.	E1
	Ora concorrentes em termos de eventos, salas de reuniões e conferências temos já aqui no polo industrial, temos uma parte que utilizam para salas de eventos e esse tipo de conferências. E sei que fazem alguma comunicação com as empresas de cá e acabam por ser um potencial concorrente. Não sei como é o espaço, nunca o visitei, mas a nível de aluguer de salas tem vindo a ter muito potencial. A nível de hotel, talvez o Axis Viana que tem a parte de <i>business center</i> e é quem acaba por nos tirar aqui algum cliente para lá porque é o centro de Viana, é sempre um chafariz porque está muito bem localizado. Uma empresa talvez prefira não vir para aqui para o meio do nada e optar por ir para um centro urbano onde tem muitos produtos turísticos para poder usufruir.	E2
	A nível de espaços com salas de eventos e reuniões, eu diria o Portas do Sol apenas.	E3
	Aqui na zona, que eu conheça, não temos nenhum.	E4
	Eu acho que não. As nossas salas são pequenas e promovem reuniões mais familiares e não vejo o que possa ser concorrente nessa vertente.	E5
	Temos a quinta do Moinho em Valença, o Stop 2 e a quinta do cruzeiro.	E6
	Aqui mais perto temos a Quinta do Amorinho que faz muitos casamentos e a Quinta do Prado que é gira e tem um lago parecido com o nosso, não tão grandes, mas assim uma coisinha. E depois temos em Âncora a Quinta do Cruzeiro que é a loucura dos casamentos, tem vários casamentos por dia, o verão está completamente cheio e em termos de casamentos seria mesmo a Quinta do Cruzeiro.	E7
	A Quinta do Cruzeiro, como referi.	E8
	Quinta do Amorinho, a Quinta do Prazo, a Quinta do Cruzeiro.	E9
Questão 11	No final dos eventos, procuram obter alguma avaliação dos serviços por parte do cliente?	
Codificações	Isso compete mais à Ana Simões e ao diretor, mas penso que perguntam sempre se estão satisfeitos.	E1

	É assim, normalmente mais verbal. Ou seja, perguntamos como correu mas talvez utilizar a parte escrita, e-mail, passados 2 ou 3 dias do cliente/empresa ter ido embora para perceber o que poderá ter corrido bem ou menos bem. Agora que penso, seria importante fazer isso.	E2
	O feedback é completamente informal. Nós vamos acompanhando o evento para perceber se está tudo bem e muitas vezes os clientes não se apercebem de que algo correu menos bem precisamente porque resolvemos as situações imediatamente.	E3
	Na realidade, não tenho essa noção.	E4
	No spa não consigo ter essa perceção.	E5
	Fazemos isso em relação aos serviços, no próprio dia, mas mais informal, sempre verbal. Em relação ao serviço de sala, quando o cliente recebe a conta tem também um pequeno questionário onde pode avaliar se a comida estava boa, se o serviço de sala e o empregado corresponderam às expectativas...	E6
	Nós perguntamos sempre o feedback ao cliente e analisamos o nível de satisfação, de modo oral.	E7
	No dia-a-dia do restaurante entregamos um pequeno inquérito juntamente com o talão da conta, mas nos eventos é apenas algo verbal.	E8
	Sei que no final dos eventos comunicam com os clientes, mas é apenas algo verbal, pouco informal.	E9

## Apêndice G – Análise das questões e codificações para objetivo iii.

Objetivo	Identificar a perceção dos colaboradores face ao hotel e os seus serviços, nomeadamente o departamento de eventos	
Questão 1	O que acha que os clientes valorizam no Hotel Minho e no restaurante Dom Júlio?	
Codificações	<p>Vamos então por partes. Primeira parte, em relação ao hotel, em qualquer hotel, incluindo este, o primeiro impacto é com a receção, portanto, isso é desde logo extremamente importante porque o cliente vem cansado para aqui. Isto é uma unidade hoteleira, não diria rural, mas está inserida num espaço rural e as pessoas visitam-nos para relaxar. Portanto, a receção é absolutamente indispensável no tratamento em que se dá, a maneira como se fala, como se recebe. Não apenas no check-in e no check-out, isso qualquer pessoa consegue fazer. O mais importante é a forma calorosa e simpática como se recebe. Porque vamos imaginar, esse cliente tem algum problema ou não gosta de algo, nós no check-in facilitamos logo a nossa vida. Ou seja, se recebermos bem o cliente, quando ele quiser reclamar já não vem com duas pedras na mão, como se costuma dizer, vem apenas fazer uma referência e abordará a questão da mesma forma como foi recebido. A atividade hoteleira vive da imagem que é passada aos clientes e vive dos comentários que os clientes vão fazendo na internet. Talvez aqui não se sofra muito com isso porque só temos portugueses e espanhóis, mas de uma forma geral, isto porque já estive noutros sítios, de facto as unidades hoteleiras vivem sobretudo daquilo que se diz e se escreve nas redes sociais. A imagem passada deve traduzir-se depois em atos. Na verdade, com a parte da internet o cliente é cada vez mais exigente e a nota que vai dar é em relação ao que viu e não só da simpatia.</p> <p>Na primeira pergunta, perguntou-me em relação ao hotel Minho. Como pode ver, o hotel tem excelentes instalações, temos piscina exterior, piscina interior, spa, um espaço envolvente que daqui não consegue ver, mas que engloba o restaurante, hotel e bar. Possui uma área enorme com picadeiro, zona para passear, lago, e tudo isto é uma mais-valia. Não me lembro, aqui na área, de um hotel com esta mesma área. Ou seja, o quê que distingue o hotel: serviço, serviço e serviço. Depois, a qualidade do espaço e, mais uma vez, serviço. Em todas as áreas é importante o serviço, receção, lavandaria, limpezas, tudo o que envolve o hotel é absolutamente fundamental.</p> <p>Em relação ao restaurante, a única coisa que lhe posso dizer, isto porque a minha área é mais aqui, é que realmente tem muita fama. Tem procura por parte dos nossos clientes, mas sobretudo por muitas pessoas que não são nossas clientes, mas que vão lá jantar. Têm um excelente serviço, excelente carta, muito bom pessoal tanto na cozinha como na sala e funciona tudo lindamente, as críticas dos clientes são muito positivas.</p>	E1
	Na parte do Hotel Minho, o que mais valorizam e mais dá destaque ao hotel é mesmo a parte do spa, do bem-estar, do <i>wellness</i> . É mesmo a cereja no topo do bolo dos serviços do hotel.	E2
	No inverno, valorizam o spa. No verão, as piscinas exteriores, sendo que estando mau tempo ficar aqui é mais limitativo. Quando está bom tempo, ficam aqui, mas sabem que estão a 20 min de Viana, 20 min de praias, 20 min de Vigo, 30 min de Braga, 45 min de Guimarães e 1 hora do Porto, ou seja, com um carro conhecem toda a zona norte. Também aproveitam muito para conhecer a propriedade e toda a envolvente com longos passeios. Nós no check-in damos um mapa da propriedade para ser mais fácil para os hóspedes se situarem e convidámo-los a visitar, caso esteja bom tempo. Gostam muito do lago, dos animais, os póneis para as crianças são uma verdadeira loucura bem como os passeios a cavalo para os adultos. As cabras anãs são algo que cativa muito os clientes e até mesmo os peixes do lago. Na cidade não existe tanto esta variedade e então é ótimo também para quem vive nas cidades e quer conhecer perspetivas diferentes. Temos um	E3

	<p>campo de paintball que, conseguindo-se um grupo de pelo menos 8 pessoas, vendemos como um serviço complementar. Esta situação acontece geralmente com os eventos de empresas.</p> <p>Notamos que as pessoas valorizam muito também o nosso serviço, a simpatia e disponibilidade de todos os colaboradores.</p> <p>Agora estamos na zona que foi remodelada mais recentemente, mas os quartos não sofrem intervenções há bastante tempo. Embora, neste momento, estejamos a melhorar o conforto dos quartos e atoalhados e têxteis de forma a conferir modernidade. Com uma decoração nova e iluminação estamos a conseguir uma diferença interessante, trata-se sempre de uma valorização do produto. Há cerca de 3 anos, antes de eu começar a trabalhar cá, não existia qualquer tipo de tentativa de valorização do serviço ou produto. Existia uma divisória física entre o restaurante e hotel. A partir do momento em que se abre um pouco o espaço e se passa a promover a propriedade como um todo, o cliente passou a gostar muito mais da nossa oferta.</p>	
	Eu acho que eles nos escolhem pela calma do local, pela envolvente que temos na nossa zona e também pelo spa que é um ótimo atrativo, especialmente em dias de chuva como hoje. Procuram um fim de semana tranquilo para relaxamento. Paralelamente a isso, durante a semana trabalhamos muito com empresas.	E4
	Eu acho que gostam de vir aqui primeiro porque é um local bastante calmo e eles gostam de fugir das rotinas e também porque temos muitos recursos para oferecer: o spa, os cavalos, o restaurante que é muito bom, o paintball.	E5
	Procuram-nos pela nossa simpatia e somos elogiados por isso. É importante também o bom atendimento e claro a boa comida.	E6
	Eles procuram uma boa refeição, em termos também de qualidade-preço e, hoje em dia, acho que em termos de serviço eles cada vez ligam mais a um bom serviço e não apenas a boa comida.	E7
	O nosso cliente principal é espanhol, são os galegos, o que acho que o nosso cliente procura é tranquilidade que o hotel dá e no restaurante, alimentação de conforto. Vem, come bem, bebe bem, paga o que tem a pagar e chega ao fim satisfeito com a estadia e a refeição. O espaço exterior é também muito fixe e contam com jardins, cavalos, passeios a cavalo se quiserem, é muito interessante.	E8
	No hotel não consigo fazer grande ponto de comparação porque estou mais por aqui (restaurante). O que valorizam mais no restaurante, eu acho que, essencialmente a comida até porque o nosso maior cliente é espanhol, eles gostam muito de vir para este lado comer e, portanto, acho que é a comida e a localização. O facto de estarmos entre Cerveira e Valença nos beneficia. Portanto, comida, localização e o espaço em si, o ambiente envolvente com todo o jardim.	E9
Questão 2	Que tipo de cliente procura o hotel e o restaurante e com que finalidade?	
Codificações	Nós estamos localizados numa zona rural basicamente, em localidades pequeninas, pelo que não temos um turismo como nas grandes cidades como porto, lisboa, e até Braga. Aqui é um turismo que não vem de avião, temos talvez, não dizendo números certos porque não os tenho, mas 85%/90% são clientes portugueses e galegos enquanto nas grandes cidades vem tudo de avião e possui sempre um intuito diferente daquele que motiva quem vem para aqui. Os únicos estrangeiros que temos são clientes de empresas que possam chegar cá através das zonas industriais perto da nossa unidade. Excepcionalmente, tivemos duas alemãs que estavam a fazer o caminho (entenda-se, de Santiago de Compostela) e nos escolheram a nós, mas o caminho nem passa bem por cá.	E1
	Neste momento, durante o fim de semana, o cliente que nos procura mais é mesmo o cliente que quer relaxar. Durante a semana, temos o cliente de business que quer apenas ficar no hotel, mas, muitas vezes, nem utiliza o	E2

	<p>spa. Procura-nos, essencialmente, porque estamos perto da zona industrial e frequentam o Restaurante Dom Júlio, realizando lá todas as refeições.</p> <p>No momento do check-in, optamos por promover sempre os serviços do Dom Júlio para potenciarmos a experiência do cliente para que seja única na envolvência do complexo turístico.</p>	
	<p>Durante a semana, business. Temos zonas industriais aqui perto que nos visitam, zonas industriais de Valença, Paredes de coura. Os clientes internacionais dessas zonas ficam sempre cá e é o que nos suporta durante a semana, principalmente durante a época baixa. Posso dizer-lhe que foi a razão para não fecharmos na pandemia, para que esses clientes nunca ficassem na mão porque as fábricas nunca fecharam e se nós fechássemos não teriam para onde ir. Foi mais por uma questão de respeito, porque têm estado connosco todos estes anos e não queríamos também que se habituassem a ficar noutros locais. Essa decisão trouxe-nos prejuízos avultadíssimos, mas foi tomada consciente. Ao fim de semana, lazer é o que nos suporta. Nas épocas festivas como S. Valentim, Carnaval e Páscoa são alturas boas com muita procura e depois a nossa época alta começa no 15 de junho até 15 de setembro, em que trabalhamos muito bem. Existe também um evento em Vigo, que é a feira do peixe, nessa semana trabalhamos muito bem e temos até reservas de um ano para o outro e nessas datas nunca temos quartos livres. Os feriados de dezembro são também uma ótima altura assim como a semana entre Natal e passagem de ano até aos reis. Este público de lazer são 75% famílias portuguesas do Norte, 15% de espanhóis e 10% de outras nacionalidades.</p> <p>O restaurante tem o cliente do hotel, claro, muitos grupos e no verão, eventos como batizados, casamentos e comunhões. Já chegaram a ter 3 casamentos no mesmo dia, dependendo da capacidade das cerimónias é possível, um jantar de Natal de uma empresa com 700 pessoas. Resumidamente, têm um leque muito variado de “clientela” e ao fim de semana procuram o restaurante muitos espanhóis. É interessante ver este intercâmbio entre portugueses e espanhóis que cruzam a fronteira e têm uma grande relação de proximidade.</p>	E3
	<p>Acho que abrangemos um pouco de tudo. Temos muitos estrangeiros, principalmente de empresas e portugueses que nos visitam em família, assim como espanhóis dada a proximidade.</p>	E4
	<p>Temos vários tipos de cliente, o cliente de empresas, estrangeiros, portugueses. No caso dos estrangeiros temos de tudo, espanhóis pela proximidade e outras nacionalidades devido aos caminhos de santiago.</p>	E5
	<p>Os portugueses e os espanhóis principalmente para o restaurante. Vamos tendo franceses e outras nacionalidades também pela proximidade aos aeroportos.</p>	E6
	<p>Estrangeiros, principalmente espanhóis. Após a pandemia, está um pouco 50/50 (entre portugueses e espanhóis) mas aos fins de semana continuam a ganhar os espanhóis.</p>	E7
	<p>O espanhol é o nosso cliente principal e é principalmente para ele que trabalhamos. Temos 2, 3 variedades de bacalhau porque eles pedem e então nós damos variedade.</p>	E8
	<p>Essencialmente o espanhol, se bem que desde a pandemia mudou um bocadinho. Nesta fase, talvez estejam mais equilibradas e é essencialmente o espanhol ao fim de semana e durante a semana o cliente da zona fabril, não os operários, mas os cargos de direção por estarmos muito perto da zona industrial de Cerveira e de Valença.</p>	E9
Questão 3	<p>Os clientes possuem sempre algumas reclamações. Quais são as queixas mais frequentes?</p>	
Codificações	<p>Deixe-me dizer-lhe que o cliente nunca apresenta as queixas no momento do check-out, o cliente refere sempre imediatamente. Quando um cliente tem uma reclamação, a primeira coisa que faz é ir à receção por isso é que</p>	E1

	<p>comecei por lhe referir que o serviço de receção é tão importante para aliviar ou limitar ou ajudar a resolver de forma tranquila essas situações que vão sempre acontecendo porque alguém prefere uma almofada mais baixa ou mais alta. Na generalidade das unidades hoteleiras, seria impossível ter todo o tipo de almofadas. Há pessoas que simplesmente não se dão bem a dormir fora de casa, também pode acontecer.</p>	
	<p>Em relação a queixas mais frequentes eu diria uma queixa muito repetitiva é sobre a política do spa para crianças, ou seja, nós temos uma política que sempre foi integrada desde a abertura do spa em que as crianças até aos 16 anos só podem utilizar os serviços de spa da parte da manhã. Inicialmente, até há dois anos atrás, as crianças só poderiam utilizar até às 13h, agora alargamos um pouco e podem utilizar até às 14h30. O porquê desta política, é para manter a serenidade do spa na parte da tarde. O spa é pequenino para a dimensão que nós temos de quartos, acaba por ser muito reduzido, então da parte da tarde como há mais tratamentos tentamos que o espaço seja o mais sereno possível. É uma das reclamações mais frequentes, mais repetitivas tanto online como ao balcão. Quase todos os fins de semana temos reclamações acerca disso.</p>	E2
	<p>Aqui é principalmente a questão de os quartos já estarem algo ultrapassados e algumas como falha de uma máquina, uma bomba avariada que faz arrefecer a água, e depois há sempre aqueles 3% que têm sempre reclamações a fazer, mas o que eu costumo dizer às equipas é para tentarem não agradar a esses 3% porque logo à partida eles não querem soluções, só querem reclamar e reclamar. Nós, por exemplo, não respondemos a comentários na internet, quer sejam positivos como negativos. O cliente chega e dá a sua opinião, nós não comentamos comentários porque não nos parece oportuno. Não denunciemos nem bloqueamos críticas, deixamos que escrevam livremente o que acharam do nosso serviço e infraestruturas e depois os restantes é que devem saber ler e filtrar os comentários e tirar as suas próprias conclusões. Talvez 90% sejam opiniões favoráveis e saber filtrar é importante, então nós deixamos tudo para que cada um possa filtrar à sua vontade.</p>	E3
	<p>Não muito, vamos dizer que reclamam mais diretamente na receção. Nós no housekeeping não temos muita noção das reclamações. Geralmente, reclamam acerca do facto de terem que sair do edifício para as refeições no Dom Júlio.</p>	E4
	<p>Em relação ao spa eles queixam-se do horário porque quem tem crianças só pode usar a piscina da parte da manhã e ficam um pouco insatisfeitas em relação a isso.</p>	E5
	<p>Graças a Deus não temos muitas queixas. É claro que algum cliente pode reclamar de algo como é o caso do bacalhau, os espanhóis gostam de uma forma e os portugueses gostam de outra. A nível geral, tem-nos corrido muito bem.</p>	E6
	<p>Eu por acaso não concordo com essa afirmação. Não acredito que eles possuam sempre reclamações. Claro que alguns clientes entram logo com cara fechada e nós aconselhamos uma mesa e eles dizem “Essa não”, apontamos para outra e continuam a negar, aí já começamos a perceber o tipo de cliente. Mas também é importante a forma como abordamos, o primeiro impacto conta muito e se formos sorridentes já quebra ali e já não tem muito por onde pegar.</p>	E7
	<p>A reclamação mais frequente no restaurante é tempo de espera. Quando acumulamos, por exemplo, um casamento e dois batizados com a sala do restaurante a funcionar ao mesmo tempo, o que acontece é o tempo de espera. “Esperamos meia hora pelo nosso prato”, “mas gostaram?”-“Sim, estava bom!” e então esperaram, mas comeram bem e gostaram, então não é muito preocupante. Mas é claro que temos que tentar dar a volta e pensar sobre isso.</p>	E8

	Agradar a todos é quase impossível, mas nunca há assim algo que seja recorrente. Pontualmente, uma vez que se vende muito bacalhau e o espanhol consome muito bacalhau, há sempre um que considera que está mais salgado ou mais insosso. Mas nota-se mais neste caso porque é o que vendemos mais. Tirando isso, não há nada assim muito recorrente.	E9
Questão 5	No seu ponto de vista, o que os distingue dos demais concorrentes?	
Codificações	Penso que consegui responder na questão anterior.	E1
	Na parte do hotel talvez mesmo a envolvência e o estilo nórdico que foi utilizado aqui na parte da arquitetura, os materiais utilizados e a preocupação ambiental que nós temos no hotel acho que são fatores que fazem diferenciação entre os outros. Claro que há coisas em que somos melhores do que eles e vice-versa, mas isso é como tudo, tentamos todos os dias melhorar sempre para que o cliente no final tenha ido agradado com a sua estadia.	E2
	O facto de funcionarmos como uma propriedade enquanto um todo faz-nos ter muita vantagem porque aqui na nossa zona não há ninguém como nós. Então, é sem dúvida um enorme benefício competitivo.	E3
	Sem dúvida a natureza que temos à nossa volta. Podem fazer aqui muitas atividades ao ar livre que não fazem em mais lado nenhum.	E4
	Acredito que a envolvente da natureza e todos os recursos que podem ser aproveitados como o spa, o campo de paintball, o picadeiro e o lago.	E5
	Penso que o serviço e a qualidade. Qualidade no serviço e na matéria-prima.	E6
	Aqui não nos falta nada e agora os dois edifícios estão completamente novos, vamos reformulando todos os anos um bocadinho. Enquanto que os nossos concorrentes só são restaurantes ou só são hotel com um pequeno restaurante. Nós temos quinta, temos paintball, temos equitação, temos aqui vastas atividades que eles conseguem usufruir.	E7
	Os empregados de mesa são estupidamente simpáticos, são muito dados, trabalham o que for preciso. Nós tentamos sempre dar o melhor e o que o nosso cliente pede. Nós temos os nossos menus feitos e o cliente quando acha que não é aquilo que querem eles procuram e nós fazemos sempre. Daqui a umas semanas vamos ter um grupo de 100 pessoas que querem comida indiana e nós vamos fazer. Vamos procurar, vamos pesquisar, procurar a quem sabe e vamos fazer.	E8
	Uma das grandes vantagens que eu acho que nós temos é que tanto o Escondidinho como a Casa do Lau são apenas restaurantes. Na quinta do Amorinho e Quinta do Prazo são apenas quintas, enquanto nós somos os 2.	E9
Questão 8	No departamento de eventos, o que poderão ser problemas a resolver?	
Codificações	Não consigo salientar problemas, tem tudo corrido lindamente dentro do período em que vivemos.	E1
	Ora, problemas a resolver, antes demais seria a divulgação do espaço. Acho que está pouco divulgado e mesmo aqui ao redor toda a gente sabe que temos aqui uma sala, mas ninguém sabe capacidade, sabe preços, se é possível ou não alguém/empresa aqui de perto fazer eventos cá. Temos algumas empresas daqui de perto, mas alguns nem sabem que o hotel Minho tem salas para aluguer. Sabem do alojamento e do spa, mas a parte da divulgação seria importante trabalhar e acima de tudo tentar perceber até que ponto é que nós poderíamos desenvolver essa parte, dar conhecimento do espaço. Porque acho que as redes sociais acabam por se perder, mesmo a gente pondo alguma coisa sobre a parte business acaba por se perder porque não há um contacto direto com a pessoa que trabalha nessa área. Podemos ter uma ou outra pessoa que nos siga ou que vá vendo, mas eu apostaria só ali numa divulgação mais expressiva, mais intensa que não temos e isso é um ponto a resolver.	E2
	No departamento de eventos, começamos logo por referir que não temos departamento próprio. Todos os colaboradores ajudam nesse sentido, com	E3

	as dificuldades que este facto traz consigo. No nosso caso, não se justifica ter um departamento próprio, é muito difícil conseguir rentabilidade e, muito sinceramente, tendo em conta que conseguimos sem mais recursos, não avançamos com esse investimento. Em termos de eventos, os tipos de eventos do hotel e restaurante são autónomos e distintos. Trocamos serviços e, por exemplo, os clientes que realizam eventos no restaurante usufruem do hotel com preços mais baixos e vice-versa.	
	Acho que não existem problemas. Neste momento, também não temos muitos eventos e também por essa razão não me estou a recordar.	E4
	Nessa parte eu não domino mesmo e não sei o que responder.	E5
	A única coisa que poderíamos mudar, e não sei se seria do agrado dos clientes, seria colocar mais restrições. Somos uma quinta que facilita muito, por exemplo, até ao último dia final dá para fazer várias alterações. Imagine que você vai casar e tem 100 pessoas, veio casar e ok se só veio 85, você só paga 85 e muitas quintas não funcionam assim. Se vamos continuar a proceder assim? Isso dá muito em que pensar, enquanto antes era muito mais fácil, agora tudo está a aumentar, as coisas estão a começar a ser cobradas por cabeça, por pessoa e não está fácil. Enquanto antes conseguíamos oferecer, por exemplo, noite de núpcias no Hotel Minho, fogo de artifício e a decoração básica, essa decoração básica já nos começa a ser cobrada por pessoa. Estamos a ser prejudicados e não conseguimos jogar de um lado e compensar do outro, estamos cercados.	E7
	Normalmente, os nossos eventos contam com ajuda exterior, uma decoradora que trata dos espaços e os coloca à medida. Acho que temos problemas de divulgação daquilo que fazemos e que temos capacidade para fazer. Precisamos de alguém para ter ideias, para falar com dj's, para pedir orçamentos. Seria importante para dinamizar, talvez perceber o que poderia agradar aos espanhóis já que são o nosso principal cliente restaurante/hotel.	E8
	Sinceramente, não sei.	E9
Questão 9	Que ações tomaria para dinamizar o departamento de eventos da unidade?	
Codificações	Repare, sabe que o período que passamos e que ainda estamos a passar, não só a pandemia que veio agravar a situação, mas também a guerra, portanto, estamos sempre limitados tendo em conta o mundo em que vivemos, mas aquilo que se pode fazer já está a ser feito quer pela ana simões como pelo nosso diretor que tudo fazem para dinamizar isso. Fazem contactos, emails, publicações e tudo e mais alguma coisa para empresas que fazem cá apresentações e depois repetem o que quer dizer que alguma coisa correu bem porque tanto podem fazer cá como noutra sítio qualquer. Ou seja, tudo o que se pode fazer está a ser feito, mas é preciso ter noção do quadro em que vivemos e que apesar do turismo neste ano de 2022 ter uma previsão semelhante ao turismo de 2019, sobretudo nas grandes cidades, estamos a fazer o nosso melhor obter bons resultados.	E1
	Talvez uma comunicação, não digo agressiva, mas de uma forma mais intensa mesmo junto aqui dos órgãos autárquicos, a junta de freguesia, ou até mesmo a câmara municipal de Cerveira ou de Valença e ter mais parceria da divulgação desse espaço que é fundamental. Nós estamos aqui e muitas vezes e temos 1 ou 2 eventos, antes tínhamos muitos mais. Mas acho que essa parte da divulgação, saberem que temos essa vertente sem estar cá hospedado acho que seria uma mais-valia.	E2
	No departamento de eventos, começamos logo por referir que não temos departamento próprio. Todos os colaboradores ajudam nesse sentido, com as dificuldades que este facto traz consigo. No nosso caso, não se justifica ter um departamento próprio, é muito difícil conseguir rentabilidade e, muito sinceramente, tendo em conta que conseguimos sem mais recursos, não avançamos com esse investimento. Em termos de eventos, os tipos de eventos do hotel e restaurante são autónomos e distintos. Trocamos	E3

	serviços e, por exemplo, os clientes que realizam eventos no restaurante usufruem do hotel com preços mais baixos e vice-versa.	
	Agora fui apanhada desprevenida, não me ocorre nada.	E4
	Eu nessa parte não domino e, por isso, não sei o que dizer. Em relação ao spa em específico, tentava promover o espaço nas atividades de empresas para que pudessem conhecer melhor.	E5
	Talvez a questão da publicidade. Não temos muito dinheiro para investir em publicidade, mas acho que seria importante esse investimento.	E6
	A única coisa que poderíamos mudar, e não sei se seria do agrado dos clientes, seria colocar mais restrições. Somos uma quinta que facilita muito, por exemplo, até ao último dia final dá para fazer várias alterações. Imagine que você vai casar e tem 100 pessoas, veio casar e ok se só veio 85, você só paga 85 e muitas quintas não funcionam assim. Se vamos continuar a proceder assim? Isso dá muito em que pensar, enquanto antes era muito mais fácil, agora tudo está a aumentar, as coisas estão a começar a ser cobradas por cabeça, por pessoa e não está fácil. Enquanto antes conseguíamos oferecer, por exemplo, noite de núpcias no Hotel Minho, fogo de artifício e a decoração básica, essa decoração básica já nos começa a ser cobrada por pessoa. Estamos a ser prejudicados e não conseguimos jogar de um lado e compensar do outro, estamos cercados.	E7
	Por exemplo, aqui na zona inferior, mesmo na quinta, temos um palco com sistema de luz e de som que praticamente não usamos porque não sabemos ainda muito bem para que o vamos fazer. Ou criação de <i>sunsets</i> que está em pensamento na zona do bar/jardins, precisaríamos talvez de uma pessoa apenas para fazer isso.	E8
	Esta parte já não é da minha competência e não lhe consigo responder.	E9
Questão 12	Considera que o facto de serem uma propriedade (entenda-se restaurante+hotel+espaço envolvente) os beneficia?	
Codificações	Sem dúvida alguma.	E1
	Sim, imenso! Porque quando estamos a fazer o check-in ao cliente e anunciamos que somos um complexo turístico e apresentamos um mapa da propriedade, os clientes ficam surpresos por não ser só o hotel, ou seja, não compraram só o hotel, o quarto. Ou seja, tem aqui uma envolvência que acaba por dinamizar mais e ter mais coisas para fazer durante a estadia e isso é bastante bom. Utilizar a questão do complexo turístico logo no check-in faz com que o cliente fique mais alerta e potencia melhor a experiência que ele tem aqui connosco.	E2
	Sim, diferencia muito. O nosso espaço, tanto interior como exterior, principalmente a piscina exterior que é sobredimensionada, e muitas outras coisas que nos beneficiam enquanto propriedade.	E3
	Sim, nós recebemos muitas famílias e é maravilhoso para passarem ótimos momentos. Conseguem sempre ter atividades e novas coisas para ver.	E4
	Eu acho que sim. Eu quando saio procuro um hotel com atividades para fazer e acredito que se tivesse filhos iria adorar um espaço como este. E, ainda por cima, agora com a atividade de paintball é ótimo também para grupos de amigos.	E5
	Claro que sim! Podem dar um passeio pelo nosso jardim, temos animais, temos o ar livre, lago, campo de paintball, é tudo agradável porque não ficam presos e podem passear e visitar.	E6
	Claro que sim!	E7
	Sim, acho que sim.	E8
	Sim, porque estando ligados somos independentes. Há muitos clientes que vêm à procura do hotel e vindo para o hotel dão esse ponto como negativo porque têm que sair efetivamente do espaço para jantar, não está tudo no	E9

	mesmo edifício. Contudo, acho que é benéfico porque conseguimos dar apoio ao hotel e ao cliente externo, somos um pouco neutros.	
Questão 13	Poderia ser um benefício desenvolver uma comunicação nas redes sociais, do Hotel Minho e restaurante dom Júlio como um todo?	
Codificações	Eu percebo a ideia, mas vamos lá ver, a publicação é feita de forma diferente e separada apesar do proprietário dos espaços ser o mesmo. Aliás, nós no hotel vendemos como um todo e no check-in até oferecemos um flyer onde se explica onde é o hotel e o restaurante e que é tudo a mesma área. Em termos do online, pode ou não dependendo da maneira como vemos as coisas. Sendo feito de forma independente sempre damos mais destaque aquele objeto. Se for feito de forma conjunta pode, eventualmente, não se conseguir destacar algumas partes de um objeto e do outro objeto. Ou seja, se unir tudo no mesmo pode haver muita informação e as pessoas podem cansar-se de procurar no meio de tanta informação. Por outro lado, se publicarmos de forma sucinta para não cansar pode acontecer de falhar alguma informação importante. Fazendo de forma separada consegue-se destacar cada objeto. Quem gosta do restaurante procura a página do restaurante e quem gosta do hotel procura a página do hotel. Contudo, se você for à página do hotel tem lá publicações do restaurante e fica a saber que é tudo no mesmo espaço. Assim, há um chamamento diferente.	E1
	Não, isso nunca pensamos. O que fazemos muitas vezes é divulgar fotografias e indicar que se encontra na mesma propriedade. Fazer uma comunicação conjunta, talvez seria uma boa ideia, mas depois perdia um bocadinho o foco da questão de ser o hotel e de ser o restaurante. Sim, usar fotografias do complexo, indicar que somos “irmãos”, mas fundir as redes sociais não faz muito sentido porque a gestão é separada e iria trazer confusão também ao cliente.	E2
	De forma objetiva, não. Nós temos públicos diferentes e o que vamos fazendo é angariando mercado de um lado e do outro, nas redes do hotel falamos do restaurante e vice-versa. A comunicação acaba por ser separada e assim conseguimos focar-nos mais no que é nosso e ir conjugando. Acredito que assim conseguimos chamar e captar o público mais acertado.	E3
	Realmente é uma boa questão. Há muitos clientes que cá chegam e não sabem que o Dom Júlio é o nosso restaurante. Talvez promover numa só página o complexo turístico ou resort para terem acesso a todos os serviços de forma mais simples. A questão das duas páginas pode fazer transparecer a divisão entre os dois edifícios.	E4
	Nunca nenhum cliente nos referiu que nos procurou devido a essa razão, portanto, não lhe sei dizer se isso influenciou em alguma situação.	E5
	Não sei até que ponto porque as pessoas do restaurante são locais e para o hotel vêm de fora. Não quer dizer que nos sites do hotel não refiram o restaurante e vice-versa agora tudo junto não sei até que ponto ajudaria. O cliente do hotel pode ser cliente do restaurante, mas, na maioria das vezes, o cliente do restaurante não é do hotel.	E6
	Para ser sincera, nunca pensei nisso. Nós dividimo-nos um bocadinho, mas o restaurante já faz isso de vez em quando. Pega numa fotografia do hotel e publicita e vice-versa, agora não falamos propriamente. Mas, por exemplo, como, isto é, o espaço e jardins, o hotel publicita-nos muito mais, porque promove todos estes espaços verdes que são nossos e se calhar já existe um bocadinho desta comunicação conjunta.	E7
	Sim, por mim sim. Na minha opinião, fazia muito sentido. Por exemplo, eu sei que temos duas páginas, mas nós na cozinha, por exemplo, damos muito apoio no pequeno-almoço e mesmo a sala também. Todo o pessoal almoça e janta em conjunto no refeitório do restaurante, resolvemos problemas todos em conjunto.	E8
	Pelo mesmo motivo que referi anteriormente, acho que tendo as duas situações diferentes acabamos por ser mais abrangentes, até porque temos	E9

	<p>targets diferentes. Ou seja, o cliente se vem para o hotel sabe que pode usufruir do restaurante e o cliente de fora sabe que é sempre bem-vindo. Em termos de cruzar targets, acho que conseguimos abranger muito mais. Às vezes acontece do cliente externo não se sentir bem, por exemplo, não sei se já entrevistou no hotel, mas eu acho que enquanto cliente externa e moradora de Vila Nova de Cerveira, eu acho que as pessoas não sabem que podem ir ao spa não estando alojadas no hotel.</p> <p>E o facto de estarmos separados é uma mais-valia nesse aspeto.</p>	
Questão 14	Sente que o prémio “7 Maravilhas da nova gastronomia” que o restaurante arrecadou veio alterar o tipo de cliente que procura o Dom Júlio e o Hotel Minho?	
Codificações	Pode, com certeza, tudo o que são prémios significa que alguém/organização entendeu dar a alguma entidade, neste caso nós, um reconhecimento relativamente aos seus serviços, portanto é sempre positivo. Desta circunstância não advém absolutamente nada negativo, isso é um facto, portanto, para nós, é fantástico. Claro que isso pode atrair pessoas, principalmente numa zona em que é tradição comer-se bem, aqui no Norte há essa tradição e, efetivamente, esse prémio pode sempre atrair novos clientes.	E1
	É assim, que procura o Dom Júlio sim. Na altura em que ganharam o galardão acredito que houve ali um impacto e algum interesse na parte do restaurante. Para o hotel, acho que não trouxe assim nada de diferente. Sim, é um galardão, mas não houve nada assim que se destacasse nem houve nenhum cliente que pergunte. Talvez na parte do restaurante, acredito que sim. Mas na parte do hotel, não.	E2
	Alterar, não veio. Acredito que possa ter chamado mais gente e ter trazido mais visibilidade, mas no tipo de cliente não criou alteração significativa.	E3
	Veio aumentar o nº de clientes e veio também fidelizar os clientes que já tínhamos. Um prémio só pode trazer coisas boas.	E4
	Nunca nenhum cliente nos referiu que nos procurou devido a essa razão, portanto, não lhe sei dizer se isso influenciou em alguma situação.	E5
	Alterar, acho que não. Aumentou. Naquela altura houve gente que veio de longe para conhecer. Na grande maioria das vezes chegam cá e vêm o prémio e têm curiosidade de experimentar.	E6
	Alterar, não. Veio cliente novo curioso, acho que foi a parte gira. Nas primeiras semanas vinham mesmo à procura do prato, ligavam, nós ainda não tínhamos ganho o prémio e só colocamos na carta quando ganhamos, e até lá ligavam e nós por encomenda fazíamos, mas só depois tivemos diariamente. Quanto mais na parte final ficávamos, mais procura tínhamos.	E7
	Na altura das gravações, quando passou na televisão, sim. O restaurante é relativamente recente e quando apareceu na televisão muita gente daqui de perto que não conhecia decidiu vir visitar e vir aqui ver, saber e provar. Em relação ao prato do veado, nós tínhamos um prato de veado “Veados à D.Dinis” uma vez que Vila Nova de Cerveira é a terra do Cervo, do Veados, e então quem consumia esse prato quis também conhecer antes de recebermos o prémio, quando começou a passar na televisão. Quando fomos premiados, o número de clientes à procura do prato aumentou sim.	E8
	Não consigo associar que seja diretamente graças a isso, mas também. Tem sido um aglomerado de fatores, o facto de estarmos no pós-pandemia fez com que o tipo de cliente mudasse, não consigo associar que seja apenas de uma coisa.	E9
	Foi o facto de entrarmos para as 7 maravilhas, o facto de termos uma pandemia e de as pessoas estarem sedentas de sair e o fator da obra. Quando abrimos em dezembro de 2019, nunca imaginávamos que passados 3 meses iríamos estar a fechar e só agora começamos a ter a perceção do que realmente a imponente obra está a refletir. Acho que foi, sinceramente, o conjunto de tudo. Até porque enquanto Braseirão do Minho não tínhamos	

	muito cliente aqui da zona, apenas os operários que vinham cá comer a diária durante o trabalho, não havia aluguer de espaço para eventos ou aniversários e agora já se começa a ver um bocadinho isso.	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

## Apêndice H – Análise das questões e codificações para objetivo iv.

Objetivo	Construção de uma análise s.w.o.t. da unidade e do departamento de eventos	
Questão 7	Enumere, por favor, alguns pontos fortes e pontos fracos da sua propriedade e dos seus serviços.	
Codificações	<p>Repare, não vejo as coisas como pontos fracos. Todos nós, sejam pessoas individuais ou coletivas, temos os nossos pontos fortes e fracos, mas o que eu distingo, e já lhe referi anteriormente, é aquilo em que esta unidade hoteleira se distingue das outras: espaço envolvente com picadeiro que não conheço em mais lado nenhum, todas as valências que temos aqui são distintas face a todas as outras. E isso desde logo torna a nossa unidade forte, portanto não estou a ver quais sejam os pontos fracos. Os pontos fracos são aqueles que qualquer empresa que tem pessoas a trabalhar, porque as pessoas estão num dia melhor e noutro dia pior. Não considero que seja um ponto fraco, mas sim uma condição humana.</p> <p>Portanto, prefiro sempre distinguir os pontos fortes que este hotel efetivamente tem, seja o hotel, o restaurante ou o nosso bar que é frequentadíssimo por clientes de fora.</p>	E1
	<p>Então, ponto forte a questão do spa, sem dúvida e a parte envolvente, ou seja, a parte da natureza, piscina exterior, a parte dos cavalos, todo esse contacto com a natureza é uma coisa que hoje em dia muita gente procura. Pontos fracos, eu diria a localização porque estamos aqui um bocadinho longe de tudo embora possa ser um ponto positivo, mas, normalmente, é quase sempre um ponto fraco; e outro ponto fraco talvez não combater a política do spa talvez com atividades durante a tarde para entreter e combater as reclamações do spa.</p>	E2
	<p>Os nossos pontos fortes passam pela envolvente natural com diversos recursos que não encontramos em locais semelhantes como o lago, picadeiro de cavalos, campo de paintball. Os nossos pontos fracos podem ser a descentralização urbana e o restaurante ser num local diferente do hotel que pode dificultar no inverno.</p>	E3
	<p>O pequeno-almoço é espetacular e muito gabado pelos clientes assim como o nosso spa e o quarto em si, é de uma linha simples, mas normalmente acham agradável. Portanto, estes são os principais pontos fortes.</p> <p>Como ponto fraco será o facto de sair do edifício para o restaurante e também a marcação de horários para a piscina interior devido ao Covid.</p>	E4
	<p>Pontos fortes o facto de estar num local calmo e sossegado, mas, ao mesmo tempo, perto dos aeroportos e de locais como Cerveira e Caminha ou Vigo. Quanto a pontos fracos, quem não procura calma e sossego e prefere o centro da cidade não vai gostar da nossa propriedade.</p>	E5
	<p>Talvez a localização, se estivéssemos numa grande cidade seríamos bem mais procurados. Temos evoluído e mesmo em relação a eventos como casamentos notamos que a nossa evolução é bem vista. Até cavalos temos para que a noiva chegue a cavalo ou elementos assim bem diferenciadores.</p>	E6
	<p>Os nossos pontos fortes foram a mudança disto tudo, fizemos a remodelação e em relação a tudo o que há na zona somos o “boom”, a novidade. Neste momento é o que nós temos mais a nosso favor. A ideia é termos o nosso melhor serviço a concorrer com o bom serviço que os outros também têm. E depois é o espaço, tudo o que for para batizados e casamentos gosta do jardim, do lago, aqui tudo ganha.</p> <p>Ponto fraco é a localização, o facto de ser um pouco longe. Se pegássemos nisto e puséssemos ou numa cidade ou perto de uma cidade, ou a 20 min do porto ou a 20 min de lisboa seria diferente.</p>	E7
	<p>Pontos fracos, o pessoal que trabalha connosco tem que trabalhar mesmo. Aqui não passamos 8 horas mais ou menos a trabalhar, aqui trabalhamos mesmo. Então temos alguma dificuldade na mão de obra, não é uma</p>	E8

	<p>questão de valores, de números, mas sim de carga de trabalho. Todos nós temos que dar um extra para chegarmos todos a algum lado.</p> <p>Ponto positivo, conseguimos ter aqui um ciclo: quinta, jardins, animais, bar, restaurante, hotel, piscina, paintball. Conseguimos dar tudo o que os nossos clientes precisam quer venham em família ou não durante 4 ou 5 dias. Quanto a comida, temos a carta, temos diárias diferentes todos os dias a meia-pensão diferente também para quem quiser comprar. Acho que é um dos pontos positivos.</p>	
	<p>Um dos pontos fortes, a localização, acaba por se tornar um ponto fraco. Apesar de nos situarmos na ligação de Cerveira-Valença, que é uma vantagem, às vezes torna-se um ponto fraco porque, por exemplo, quando há feira em Valença enchem primeiro os restaurantes em Valença e apenas depois vem para aqui. Portanto, eu acho que o que nos torna fortes também nos torna fracos.</p> <p>A mesma situação acontece no hotel, as pessoas por estarem a 6km de Cerveira, às vezes preferem ficar mesmo na vila e passear a pé e aqui estão distantes. Por outro lado, às vezes querem apenas sossego e descanso e então preferem ficar mais distantes.</p>	E9

## Apêndice I – Análise das questões e codificações para objetivo v.

Objetivo	Definir estratégias e ações a implementar	
Questão 15	O que mudaria na unidade e nos seus serviços, se tivesse a possibilidade de mudar tudo o que desejasse?	
Codificações	<p>Repare, acho que o mais importante é referir que não há nenhuma unidade ou empresa ou pessoa que tem tudo perfeito e não é necessário mudar rigorosamente nada. Portanto, nós, como qualquer unidade que se preocupa com o seu cliente, temos sempre o intuito de querer melhorar. Por muito bem que possamos estar, por muito boa classificação que possamos ter ou por muito boas recomendações e comentários que nos possam dar, isso não significa que tenhamos que estar sentados à espera que assim continue.</p> <p>Sendo assim, não lhe consigo dizer uma situação A e B que possa ser melhorada porque não identifico nenhuma em especial, mas falo-lhe de modo geral em que há sempre algo a melhorar.</p>	E1
	<p>Isso é difícil. Ora, neste momento, mudaria a forma como lidamos com o pequeno-almoço, que neste momento é por turnos. Acredito que para nós, a nível de logística, é muito mais fácil porque conseguimos controlar quem temos em cada turno, mas pondo-me no lugar do cliente às tantas é um pouco aborrecido ter que me limitar àquele período para usufruir do espaço. Neste momento, era aquilo que eu mudaria.</p>	E2
	<p>Modernizava a parte dos quartos. Aqui, tal como na grande maioria dos locais, os maiores problemas são estruturais e esses são os mais difíceis de resolver. Para deixarmos os quartos como gostaríamos teríamos de destruir toda a infraestrutura e voltar a erguer o que, como é óbvio, não é possível por várias razões. Implica o fecho total ou, no mínimo, parcial do hotel e isso é algo que, só por si, acarreta um grande investimento. E se não encerrarmos vamos incomodar os hóspedes durante a sua estadia o que não é também o mais conveniente.</p>	E3
	<p>Talvez amanhã já lhe soubesse dizer isso tudo, mas assim de repente, não sei.</p>	E4
	<p>A nível geral do hotel, não sei o que mudaria.</p> <p>Em relação ao spa, melhoraria a divulgação e apostava no cliente externo. Acredito que seria uma vantagem não depender apenas do cliente de alojamento.</p>	E5
	<p>Não tenho pensado nisso porque temos vindo a fazer pequenas coisas, mas grandes remodelações é difícil porque tudo isto é um projeto recente e é preciso pagar. Temos feito pequenas coisas como o picadeiro e vamos iniciar um parque infantil também lá em baixo. De infraestruturas neste momento não.</p>	E6
	<p>A ideia é remodelar um bocadinho, mas neste momento a prioridade seriam talvez as suites do hotel.</p>	E7
	<p>A principal necessidade que surgiu quando se começou a levantar as restrições do covid é mão de obra, mão de obra, a nossa mão de obra está cada vez mais escassa e mais cara, preciso de arranjar muitas pessoas para trabalhar.</p> <p>Em relação ao hotel, mudaria talvez alguns espaços interiores para o pessoal não estar tão apertado porque não têm zonas de comidas.</p> <p>Relativamente ao restante, foi muito bem pensado há muito pouco tempo e tem funcionado bem.</p>	E8

	<p>Em termos de restaurante, vou expor este ponto porque também já o fiz com a direção. Eu acho que isto é um pouco com a percepção que tenho enquanto cliente. Nós temos cliente fidelizado e cliente que vem, por exemplo os espanhóis para comer bacalhau, mas é sempre o prato tradicional, ou à lagareiro ou frito, não tem nada de especial, é vulgar e quase todos têm. Mas eu enquanto cliente gosto de procurar novas características, por exemplo, eu vou ali porque ali como o melhor X de sempre que não encontro em lado nenhum. Não desvalorizando nada do que temos, era ter aquela coisa de destaque. Isso agora já acontece graças às 7 maravilhas, já nos procuram por algo específico, mas podia ser algo novo.</p>	E9
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## Apêndice J – Análise da concorrência: caracterização empreendimentos hoteleiros

### Hotel Inatel Cerveira, Vila Nova de Cerveira

O Hotel Inatel Cerveira, dispõe de uma centena de quartos e suites. No mesmo edifício, restaurante e bar prometem satisfazer as necessidades de todos os hóspedes com produtos tradicionais e variados.

O complexo disponibiliza campo de ténis e salão de jogos equipado com mesa de bilhar e ténis de mesa.

No exterior, piscina e jardins para que os hóspedes possam relaxar e aproveitar os dias de verão (INATEL, 2022).

*Ilustração 15: Hotel Inatel Cerveira*



Fonte: (INATEL, 2022)

### Hotel Minho Belo, Vila Nova de Cerveira

O Hotel Minho Belo, apresenta um bar para que os hóspedes possam usufruir de uma agradável bebida e uma sala de jogos equipada com bilhar e ténis de mesa.

O edifício conta ainda com sala onde são servidos pequenos-almoços, mas sem serviço de restaurante e, no exterior, piscina (Hotel Minho Belo, 2022)

*Ilustração 16: Hotel Minho Belo*



Fonte: (Hotel Minho Belo, 2022)

### **Prazer da Natureza Resort & Spa, Caminha**

O hotel Prazer da Natureza Resort & Spa oferece diversos tipos de quarto, apartamentos e villas para que cada hóspede possa escolher o que mais o caracteriza. Dispõe de spa com piscina interior aquecida, jacuzzi, sauna, banho turco e espaço para massagens e tratamentos de bem-estar. Para as crianças, um parque infantil

Ainda no interior, bar e restaurante onde é possível degustar dos típicos sabores do Minho.

No exterior, piscina de água salgada disponível para aproveitar os dias de calor (Prazer da Natureza, 2022).

*Ilustração 17: Prazer da Natureza Resort & Spa*



Fonte: (Prazer da Natureza, 2022)

### **Hotel Flor de Sal, Viana do Castelo**

Situado em frente ao mar, o Hotel Flor de Sal dispõe de um espaço de alojamento com sessenta quartos, incluindo suites de luxo.

No interior do edifício, restaurante e bar à disposição dos hóspedes e, ainda, um espaço *Fitness Center* da responsabilidade da empresa Solinca. Este espaço conta com piscina interior de água salgada aquecida, sauna, banho turco, massagens e tratamentos de estética.

No exterior do edifício, piscina exterior coberta com jacuzzi.

Para os que viajam em negócios, três salas de reuniões com vista para o mar e um auditório com capacidade até duzentas pessoas (Hotel Flor de Sal, 2022).

*Ilustração 18: Hotel Flor de Sal*



Fonte: (Hotel Flor de Sal, 2022)

### **Hotel Porta do Sol Conference Center & Spa, Caminha**

O Hotel Porta do Sol disponibiliza cento e seis quartos e sete suites com jacuzzi.

Para refeições, restaurante panorâmico e para os que viajam em negócios, salas de conferências.

Com o objetivo de proporcionar momentos de descontração, *kid's club* para os mais pequenos, ginásio e salão de jogos. Um generoso spa com circuito completo de jatos de água, jacuzzi, sauna, banho turco e salas para tratamentos e massagens.

No exterior do edifício, uma piscina para adultos e uma piscina para crianças com uma envolvente de jardins e bar de apoio (Porta do Sol, 2022).

*Ilustração 19: Hotel Porta do Sol Conference Center & Spa*



Fonte: (Porta do Sol, 2022)

### **Monte Prado Hotel & Spa, Melgaço**

O Hotel Monte Prado dispõe, para além de unidades de alojamento, de um espaço de restaurante e bar, spa com piscina interior aquecida, *jacuzzi*, jatos de água, banho turco, duche *Vichy*, duche jato, hidromassagem e três salas de tratamentos e relaxamento. Para quem viaja em negócios, centro de negócios com quatro salas de reunião e salão de eventos (Monte Prado Hotel, 2022).

*Ilustração 20: Monte Prado Hotel & Spa*



Fonte: (Monte Prado Hotel, 2022)

### **Design Wine & Spa Hotel, Caminha**

Design Wine & Spa hotel situa-se a poucos metros da praia. O seu edifício é distinto porque, através de alta tecnologia, gira cerca de trinta e cinco graus duas vezes por dia para que os hóspedes possam usufruir da agradável vista.

Dispõe de restaurante e bar. Spa com piscina interior, banho turco, tratamentos e massagens, e sauna.

*Ilustração 21: Design Wine & Spa Hotel*



Fonte: (Design Wine Hotel, 2022)

### **Hotel Meira, Vila Praia de Âncora**

O Hotel Meira, dispõe de cinquenta e dois quartos devidamente equipados. Para refeições, o espaço de restaurante e bar.

O espaço destinado ao bem-estar conta com sauna, banho turco e salas de tratamentos e massagens.

No exterior, piscina para os dias de maior calor (Hotel Meira, 2022).

*Ilustração 22: Hotel Meira*



Fonte: (Hotel Meira, 2022)

### **Hotel Feel Viana, Viana do Castelo**

O hotel Feel Viana dispõe de quartos, suites e *bungalow*. Perto da praia, num local repleto de natureza. O centro de bem-estar conta com diversos tratamentos relaxantes e massagens. Ainda neste espaço, ginásio com aulas de grupo nas modalidades de yoga e pilates. No que diz respeito a refeições, dispõe de restaurante e bar (FeelViana, 2022).

*Ilustração 23: Feel Viana*



Fonte: (FeelViana, 2022)

### **Axis Viana Business & Spa Hotel, Viana do Castelo**

O hotel Axis Viana dispõe de oitenta e sete quartos distribuídos pelos seus cinco pisos.

Para refeições espaço de restauração e bar disponíveis.

No que diz respeito ao bem-estar, piscina interior e exterior, sauna, banho turco e sala de musculação.

Para quem viaja em negócios, cinco salas de reuniões (Axis Hotéis & Golfe, 2022).

*Ilustração 24: Axis Viana Business & Spa Hotel*



Fonte: (Axis Hotéis & Golfe, 2022)

## Apêndice K – Análise da concorrência: caracterização estabelecimentos restauração

### Azenha dos Rodetes, Vila Nova de Cerveira

Na Azenha dos Rodetes, em Vila Nova de Cerveira, é possível usufruir de eventos sociais. No espaço exterior existe a possibilidade de montar uma tenda com capacidade até 130 pessoas sentadas, o valor tem como base os 80€ por pessoa. (Casamentos.pt, 2022a)

*Ilustração 25:Decoração evento social Azenha dos Rodetes*



Fonte: (Casamentos.pt, 2022a)

### Quinta da Malaposta - Boutique Hotel & Eventos, Vila Nova de Cerveira

A Quinta da Malaposta-Boutique Hotel & Eventos, em Vila Nova de Cerveira permite realizar eventos sociais com o número máximo de 250 pessoas sentadas. O valor varia consoante o tipo de serviço solicitado, sendo o preço base por pessoa de 75€. (Casamentos.pt, 2022b)

*Ilustração 26: Quinta da Malaposta-Boutique Hotel & Eventos*



Fonte: (Casamentos.pt, 2022b)

### **Quinta do Cruzeiro, Caminha**

Na Quinta do Cruzeiro, situada em Caminha, é possível realizar vários serviços em simultâneo e conta com espaço para 1200 pessoas sentadas distribuídas por 2 salas distintas: sala piscina com 1000 lugares e sala jardim com 200. O valor por pessoa é variável consoante o serviço acordado e inicia nos 60€ (Quinta do Cruzeiro, 2022).

*Ilustração 27: Quinta do Cruzeiro*



Fonte: (Quinta do Cruzeiro, 2022)

### Quinta do Amorinho, Valença

A Quinta do Amorinho, situada em Valença, acolhe 250 pessoas sentadas e todo o tipo de eventos sociais. A nível de serviço, possuem catering próprio e o valor por pessoa tem como base 60€, variando mediante opções de pratos e complementos. (Quinta do Amorinho, 2022).

*Ilustração 28: Espaço interior Quinta do Amorinho*



Fonte: (Quinta do Amorinho, 2022)

### **Quinta do Prazo, Valença**

A quinta do Prazo surge após uma remodelação de uma velha quinta agrícola que se transformou em restaurante e espaço para eventos sociais. Possuem catering próprio e as salas dispõem de capacidade para 400 pessoas. Relativamente a valores, rondam os 30€ por pessoa no restaurante e a partir de 50€ por pessoa para eventos.

*Ilustração 29: Quinta do Prazo*



**Fonte:** (Quinta do Prazo, 2022)