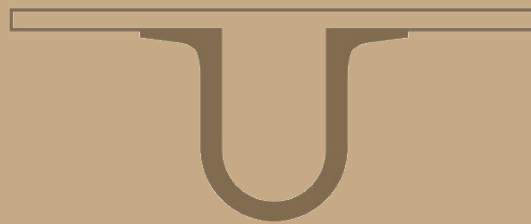




UNIVERSIDADE D
COIMBRA



Beatriz Guerra Ventura

**TURISMO CULTURAL E HOTELARIA: O CASO
INOVADOR DO SAPIENTIA BOUTIQUE HOTEL: BOOKS
AND WINE**

Relatório de Estágio do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios, orientado pela Professora Doutora Fernanda Maria Da Silva Dias Delgado Cravidão e pelo Dr. José Manuel Portugal, apresentado ao Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Junho de 2019

FACULDADE DE LETRAS

TURISMO CULTURAL E HOTELARIA: O CASO INOVADOR DO SAPIENTIA BOUTIQUE HOTEL: BOOKS AND WINE

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Turismo Cultural e Hotelaria: O caso inovador do Sapientia Boutique Hotel: Books and Wine
Autor/a	Beatriz Guerra Ventura
Orientador/a(s)	Fernanda Maria da Silva Dias Delgado Cravidão José Manuel Portugal
Júri	Presidente: Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos Vogais: 1. Doutor Lúcio José Sobral da Cunha 2. Doutora Fernanda Maria da Silva Dias Delgado Cravidão
Identificação do Curso	2º Ciclo em Turismo, Território e Patrimónios
Área científica	Turismo
Data da defesa	25-07-2019
Classificação do Relatório	16 valores
Classificação do Estágio e Relatório	16 valores



UNIVERSIDADE D
COIMBRA



Agradecimentos

“Quando praticas a gratidão, há um senso de respeito para com os outros”.

- Dalai Lama

No fundo, é este o propósito dos agradecimentos em qualquer trabalho académico: mostrar gratidão e respeito por quem nos auxiliou quando precisamos de ajuda numa certa altura da nossa vida estudantil. Numa fase final de estudos do ensino superior e prestes a deixar esta maravilhosa academia, que me acolheu desde 2014, chegou a hora de mostrar o meu apreço, começando por agradecer a todos os professores que me acompanharam durante a minha licenciatura em Estudos Artísticos e durante o meu mestrado na Faculdade de Letras, pela disponibilidade, e simpatia com que desempenham o vosso trabalho.

... À minha orientadora, Doutora Fernanda Cravidão, pelo acompanhamento, rigor académico e dedicação em ajudar-me nesta fase da minha vida académica.

... À minha família, pai, mãe, irmã e avós, pela preocupação, carinho, compreensão, ajuda e investimento nos meus estudos e no meu crescimento pessoal

... À direção do *Sapiencia Boutique Hotel*, nomeadamente na pessoa da Eng^a Catarina Dutra e do Dr. José Manuel Portugal, pela oportunidade de estagiar no hotel e por toda a colaboração associada ao este relatório.

... A todo o *staff* do hotel presente na altura do meu estágio, por me ajudar e orientar durante a minha experiência.

... À Dr.^a Mercedes Gonçalves, coordenadora do Turismo da Universidade de Coimbra, pela colaboração através do fornecimento de dados estatísticos.

... Ao meu amigo Pedro Duarte, em particular, por me ajudar com alguns aspetos do relatório e, por fim, à minha colega de mestrado Inês Carvalho, pelo encorajamento durante o processo de redação.

A todos, um muito obrigada!

Resumo

Turismo Cultural e Hotelaria: O caso inovador do *Sapiientia Boutique Hotel: Books and Wine*

Desde meados do século XX até à atualidade, o setor do turismo revelou um crescimento significativo e tem vindo a tornar-se cada vez mais uma parte essencial para qualquer sociedade. É graças a ele que temos a possibilidade de “escapar à rotina” do dia-a-dia e sair da nossa zona de conforto, disfrutando de experiências únicas e enriquecedoras. Este setor tem vários segmentos, mas o que verdadeiramente interessa abordar aqui é o Turismo Cultural. Este segmento turístico pode ser experienciado em qualquer parte do mundo, mas está profundamente presente na cidade de Coimbra. Com fortes alicerces na cultura e na educação, Coimbra já provou ser digna de ser descrita como “embaixadora da cultura”. Em 2013, a Universidade, a Alta e Sofia foram distinguidas como Património Mundial da Humanidade pela UNESCO. São mais de sete séculos de história, onde predomina a transmissão de conhecimentos, a partilha de culturas e ideologias e a prática das artes e ofícios mais distintos, formando jovens mentes e abrindo novos horizontes.

Os centros históricos são os melhores locais para serem explorados no que toca ao turismo cultural, aliado com o passado histórico de uma cidade. Porém, nem sempre se encontram nas suas melhores condições, tanto a nível de edificado, como a nível de acessibilidade, comércio e hotéis.

O presente relatório tem por objetivo explorar a essência do turismo cultural e do património considerando como ambos se relacionam e realçando a importância do aproveitamento do edificado numa área histórica; mostrar como isso pode fazer toda a diferença e dar mais vida a uma área de edifícios antigos outrora não tão apelativa. Estas renovações podem ser feitas com várias finalidades. O caso de estudo deste relatório, o *Sapiientia Boutique Hotel: Books and Wine*, está relacionado com a hotelaria e a promoção do turismo cultural.

Assim, solicitei estagiar como rececionista desse hotel de 4 estrelas durante três meses, situado na zona histórica da alta de Coimbra, próximo da Universidade de Coimbra, sendo até agora o único hotel situado na zona histórica. Pretendo sublinhar, na minha opinião, o porquê de ser um caso inovador e também o que o distingue de tantos outros hotéis que existem na zona centro de Portugal.

Palavras-chave: Cultura, Hotel, Inovação, Receção, Hóspedes.

Abstract

Cultural Tourism and the Hotel Industry: The innovative case of *Sapiencia Boutique Hotel: Books and Wine*

Since the mid-twentieth century until now, the tourism sector has shown significant growth and has become increasingly an essential part of any society. It is thanks to it that we have the possibility to "escape the routine" of our daily lives and leave our comfort zone, enjoying unique and enriching experiences. This sector has several segments, but what truly matters to approach here is Cultural Tourism. This touristic segment can be experienced anywhere in the world, but it is deeply present in the city of Coimbra. With strong foundations in culture and education, Coimbra has proven itself to be worthy of being described as "ambassador of culture". In 2013, the University, Alta and Sofia were distinguished as a World Heritage Sites by UNESCO. More than seven centuries of history, where the transmission of knowledge, the sharing of cultures and ideologies and the practice of the most distinctive arts and crafts prevail, forming young minds and opening new horizons.

The historical centres are the best places to be explored in what cultural tourism is concerned, allied to the historical past of a city. However, they are not always in their best conditions, both in terms of buildings, accessibilities, commerce and hotels.

The purpose of the actual report is to explore the essence of cultural tourism and heritage, considering how both are related and emphasizing the importance of rehabilitation in historical areas; show how that can make all the difference and give more life to an area of old buildings once not so appealing. These renovations can be made for various purposes. The case study of this report, the *Sapiencia Boutique Hotel: Books and Wine*, is related to the hotel industry and the promotion of cultural tourism.

Therefore, I requested to be a trainee in the reception of this four star hotel for three months, located in the alta of Coimbra, near the University of Coimbra, being until now the only hotel located in the historical area . I intend to underline why it is an innovative concept and also what distinguishes it from many other hotels in the central area of Portugal.

Keywords: Culture, Hotel, Innovation, Reception, Hotel Guests.

Siglas, Abreviaturas

SBH	<i>Sapiencia Boutique Hotel</i>
INE	Instituto Nacional de Estatística
CHUC	Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra
IPC	Instituto Politécnico de Coimbra
ESAC	Escola Superior Agrária de Coimbra
ESEC	Escola Superior de Educação de Coimbra
ISMT	Instituto Superior Miguel Torga
ESEnfC	Escola Superior de Enfermagem de Coimbra
SMTUC	Serviços Municipalizados de Transportes Urbanos de Coimbra
INE	Instituto Nacional de Estatística
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura)
NUTS	Nomenclatura de Unidade Territorial para Fins Estatísticos
ICOMOS	<i>International Council on Monuments and Sites</i> (Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios)
OMT	Organização Mundial do Turismo
DGOTDU	Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano

1. Introdução

1.1 Temática e âmbito de investigação

Esta investigação foi realizada no âmbito da conclusão do mestrado em Turismo Território e Patrimónios, administrado na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e tem como temática o turismo cultural, analisando especificamente na área da hotelaria o caso do SBH, local onde realizei o meu estágio durante de três meses.

Como já mencionei, desde meados do século XX até à atualidade, o setor do turismo revelou um crescimento significativo. Maria Oliveira (2014) afirma que, “Segundo a OMT, nas duas últimas décadas do século XX é visível o crescimento mundial das chegadas de turistas a uma taxa média anual de 5,7%, a qual corresponde à passagem de 287 milhões em 1980 para cerca de 700 milhões em 2000, estando previsto para 2010 o aumento para os 1.000 milhões de turistas. (Pinto, 2008:2).” (Oliveira, M; 2014:15).

Em pleno século XXI, atrevo-me a afirmar que o turismo encontra-se no seu auge de diversidade, com novos segmentos como o “dark tourism”¹. O fenómeno que começou por ser uma simples fuga à rotina, uma viagem às termas e/ou viagens de família até a um destino balnear, mudou progressivamente com o surgimento de mudanças de mentalidade, novos desejos, novas ambições e necessidades, acabando por se alargar em inúmeras possibilidades de escolha. Passando de um turismo restrito em conteúdo e massificado (turismo de sol e mar), para novos cenários como o turismo rural, o turismo de *city-break*, o turismo de aventura, o turismo histórico-cultural, o turismo religioso, o turismo literário, entre muitos outros segmentos.

Nesta investigação, a minha abordagem vai centrar-se apenas no turismo cultural e no impacto que este tem no território através dos equipamentos e infraestruturas. O turismo cultural é um segmento turístico que se caracteriza por ir além do lazer e entretenimento conseguindo proporcionar aquilo que nenhum outro segmento turístico consegue tão eficazmente. Refiro-me à troca de experiências culturais entre visitantes e locais e à partilha de conhecimentos e de vivências entre culturas diferentes, resultando na mais pura das interações sociais. Surge

¹ *Dark Tourism*: Turismo que envolve a viagem para locais historicamente associados com a morte ou com tragédia.

como alternativa ao turismo de massas (nomeadamente ao turismo dos três “s”: *Sun, Sea and Sand*) e como resposta a uma procura cada vez mais exigente de um turista mais culto e em busca de mudança de hábitos.

Como adiantei no resumo, o turismo cultural ganha outra dimensão quando é realizado numa zona histórica de uma cidade. Para que essa prática turística resulte, há que reabilitar os edifícios mais decadentes, se for o caso, e dar-lhes uma nova função, de preferência com um maior interesse turístico, respeitando sempre a vivência dos residentes.

Um dos fatores que me chamou mais à atenção no *Sapiaientia Boutique Hotel* (SBH) foi o facto dos edifícios que o compõem, anteriormente sem uso, terem sido reabilitados com o intuito de abrir um hotel numa área onde não havia alojamento turístico e que, embora com pouco tempo de funcionamento, já mostra promover a atratividade turística desta zona tão importante da cidade, bem como a afluência de turistas à mesma.

Em síntese, a temática desta investigação passa pela importância do turismo cultural e dos centros históricos, bem como a preservação e reabilitação dos mesmos com o intuito de revitalizar determinadas zonas centrais e impulsionar o crescimento do turismo de um modo sustentável, respeitando não só a arquitetura e a paisagem, como também as populações residentes que são, por norma, envelhecidas.

1.2 Objetivos e metodologia

Com o estágio efetuado e o presente relatório pretendo aumentar os meus conhecimentos na área do turismo e da hotelaria, que possam vir a ser posteriormente úteis na minha vida profissional. Facultando também informações a possíveis interessados nessas mesmas áreas e eventuais leitores deste trabalho. Com esta investigação quero conhecer melhor e dar a conhecer o hotel ao público em geral e conseguir ganhar mais conhecimentos na área da hotelaria que me possam vir a ser posteriormente úteis na minha vida profissional. Outro dos meus objetivos é mostrar como edifícios em fase de decadência podem ser reabilitados, obedecendo à matriz da história e da arquitetura locais, dando desse modo também qualidade estética a estes territórios.

Por outro lado, tenciono com este trabalho tentar perceber qual é o perfil do hóspede que frequenta o SBH, na época baixa do ano, mais especificamente desde o final de Fevereiro até fins de Maio. Neste sentido procedi à elaboração, entrega e análise de inquéritos. No decorrer do período mencionado, foi solicitado a vários hóspedes do SBH que respondessem a um inquérito de 10 perguntas, sendo que estas estavam especificamente direcionadas para poder determinar quais as características que definem a maioria destes turistas. Todos os inquéritos foram entregues pessoalmente por mim, tendo sido sempre eu a abordar os hóspedes, após sua chegada ao hotel e durante o decorrer do processo de *check-in* na receção. Os inquéritos foram redigidos em Português e em Inglês e foram organizados conforme se pode ver nos anexos IX e X. Note-se que esta amostra é exploratória, tendo resultado na aquisição de 59 inquéritos (sendo um deles equivalente a 2 pessoas, pois foi respondido por um casal), fazendo assim 60 pessoas. Achei preferível estar presente no decorrer da aplicação dos questionários, pois apesar de mais trabalhoso, acaba por ser mais interessante e recompensador por estar em contacto direto com os sujeitos inquiridos. Deste modo, consegui ter uma melhor perceção no que toca à primeira impressão do hóspede ao chegar à unidade hoteleira em questão.

Ainda no plano metodológico, saliento que fiz uma pesquisa bibliográfica, nomeadamente trabalhos publicados neste âmbito, quer em formato físico, quer em formato digital. O objetivo primordial deste estudo é chamar à atenção do leitor para dois temas de considerável interesse no setor turístico: o crescimento do turismo cultural nos dias de hoje e a sua ligação com o centro histórico de uma cidade (neste caso, Coimbra), numa primeira abordagem; bem como a importância

do aproveitamento do património construído em espaços históricos e da atribuição de novas funções ao mesmo, numa segunda abordagem.

Pretendo igualmente realçar o carácter inovador e único desse empreendimento turístico situado na alta da cidade de Coimbra, mostrando em que este se destaca de tantos os outros hotéis de 4 estrelas que existem nas proximidades da cidade.

1.3 O Estágio

Foi no âmbito do 2º ciclo de estudos em Turismo, Território e Patrimónios, pela Faculdade de Letras da UC que realizei um Estágio no SBH (figura 1), em Coimbra, com a duração de três meses, tendo sido iniciado no dia 17 de Setembro de 2018 e terminado no dia 17 de Dezembro de 2018.



Figura 1: Visão exterior do hotel, fotografia prévia às obras no exterior. Fonte: Diário Imobiliário, retirado a 27/05/2019.

O meu local de ação e aprendizagem foi centrado na receção do hotel, como tinha sido acordado entre mim e um dos sócios, o meu coorientador, o Dr. José Manuel Portugal. Foi aqui que tive o primeiro contacto com o funcionamento logístico de um hotel. A observação e a escuta são “chaves” essenciais em qualquer aprendizagem, e esta não foi exceção. Depressa fiquei envolvida no ambiente de trabalho e criei amizades com os meus designados colegas, não só com os rececionistas, mas com todos os outros funcionários da casa que me acolheu. No SBH, o trabalho é dividido por turnos, tendo eu feito turnos de 8 horas durante 5 dias por semana, resultando em 40 horas semanais. Os turnos foram variando nas partes do dia, havendo alguma flexibilidade a esse nível.

A equipa do SBH está dividida por 5 áreas principais: a administração (composta pelos proprietários do hotel) a receção, o bar, a cozinha e o *housekeeping*. Na administração, temos dois casais: o jornalista Dr. José Manuel Portugal e a sua esposa, Dr.^a Maria Israel,

professora de Português e Francês, juntamente com o músico André Sardet e a sua esposa, a engenheira Catarina Dutra. Na receção do hotel trabalham cerca de 5 pessoas, no bar cerca de 7, na cozinha 6 e no serviço de *housekeeping* 5, podendo estes números alterar consoante as necessidades do hotel.

A receção tem um chefe designado, um membro da equipa da receção encarregue de orientar e coordenar os mais variados trabalhos, nomeadamente ao nível financeiro. Foi o chefe da receção que se encarregou de me orientar no local de trabalho, auxiliado por outros membros da equipa. As atividades desempenhadas por um rececionista são inúmeras, desde o momento da chegada do (s) hóspede (s) até ao momento da sua partida. No entanto, as tarefas de rececionista e de *housekeeping* começam a ser feitas, ainda antes de qualquer hóspede chegar. O rececionista deve acrescentar a reserva no sistema assim que ela é feita, para que possa aparecer no *planning* de reservas e possa ser atribuído um quarto ao hóspede, conforme os seus eventuais requisitos. Também cabe ao rececionista regularizar os pagamentos; no caso de se tratar de uma reserva não-reembolsável, o pagamento é feito previamente no momento da reserva. Caso contrário, o hóspede tem até 7 dias antes da chegada para poder cancelar, pois após esse período, a reserva é cobrada e torna-se não reembolsável. A equipa de serviço de quartos deve garantir a limpeza e boa apresentação dos mesmos e eventuais comodidades extras antes da chegada dos hóspedes (como por exemplo, caso os mesmos peçam um berço para o seu quarto, este deve ser montado antes da sua chegada), informações que são transmitidas pela comunicação entre receção e *housekeeping*. Esta articulação é extremamente importante para o bom funcionamento de qualquer hotel, e o SBH não é exceção.

No decorrer do meu estágio, aprendi a trabalhar com o programa informático que o SBH utiliza na sua gestão, o *New Hotel*, uma plataforma *online* utilizada por cerca de 3500 hotéis em 64 países no mundo, desenvolvida inicialmente em 1984. Através desta ferramenta, o SBH consegue atribuir quartos às reservas, de forma fácil, bem como imprimir diversos tipos de relatórios (relatório de caixa, relatório de chegada ou de saída de hóspedes, relatório de refeições, entre outros), acrescentar movimentos de saldo em cada conta de quarto, verificar o número de hóspedes que estarão presentes no pequeno-almoço diariamente e desempenhar outras funções. Por isso, uma boa parte da minha aprendizagem esteve relacionada com a parte informática, até porque nos dias que correm, quase tudo é feito através de suporte informático.

No momento da iniciação do meu estágio, foram-me atribuídas duas tarefas básicas para executar diariamente: alimentar a mascote do hotel, a tartaruga Esmeralda, que vive num tanque no chamado “Pátio das tias Camellas” e acender as velas interiores e exteriores. A hora de execução da última tarefa depende da iluminação natural, sendo geralmente mais no final do dia.

Como estagiária, efetuei outras tarefas que são feitas diariamente, como é o caso da programação dos *key-cards* e preenchimento dos desdobráveis em cartão onde são postos os mesmos. Estes desdobráveis têm as informações básicas referentes ao *check-in* e ao hotel: nome do hóspede que fez a reserva, número de hóspedes que ficam no quarto, número do quarto (ex: A 401), a data de chegada e a data de *check-out*, bem como informações de contato do hotel, o número da receção e o acesso ao *wifi* (rede e *password*). Para programar os *key-cards*, é necessário aceder a um programa no computador, o “*visionline*”, encostar ou inserir o cartão num aparelho de leitura e colocar os dados respetivos ao *check-in*: número do quarto, número de cartões disponibilizados ao(s) hóspede (s) (normalmente, dois), data de *check-in* e data de *check-out*. Naturalmente, levei imensos hóspedes de diferentes nacionalidades aos seus respetivos quartos, fornecendo todas as informações necessárias e algumas informações e serviços adicionais que poderíamos prestar (como aconselhamento de restaurantes, chamar táxis, fornecimento de mapas da cidade, entre outros).

Tentei sempre uma relação de proximidade com as diferentes nacionalidades e falei muitas vezes em inglês e por vezes até um pouco em espanhol, tudo para poder proporcionar uma melhor comunicação. Facultava com todo o gosto informações sobre a decoração do hotel e a história do mesmo, para melhor contextualizar o hóspede, não me cingindo apenas ao fornecimento de informações básicas. Sempre que necessário, dei também indicações geográficas de locais de interesse turístico na cidade, como o Jardim Botânico, a Sé Velha, a Sé Nova, o Museu Nacional Machado de Castro, a Igreja de Santa Cruz, entre outros, bem como locais para refeições perto do hotel, tendo sempre em consideração que o próprio hotel também serve refeições.

No SBH, é permitido ao hóspede deixar a sua bagagem, quer à chegada, se eventualmente chegarem antes da hora do *check-in*, quer à saída. Todas as bagagens são etiquetadas, geralmente com o número do quarto, para que seja mais fácil processar o levantamento das mesmas. Esta foi mais uma das tarefas que me foi incumbida.

Grande parte do trabalho de rececionista passa pelo atendimento de chamadas telefónicas e fornecimento de informações a potenciais clientes ou visitantes do hotel (pessoas interessadas em pernoitar ou em apenas almoçar ou jantar no restaurante). Devido a tratar-se de uma tarefa de grande responsabilidade, era dada a prioridade de atendimento para outro colega que estivesse comigo para poder responder com maior destreza às questões colocadas nesses telefonemas. No entanto, eu conseguia com a maior das facilidades tratar de contactos telefónicos mais simples, como reservas para almoço ou jantar, nas quais era necessário saber o nome, número de pessoas, data e hora pretendida e preferência por interior ou exterior, para informar sobre a disponibilidade.

Outro trabalho que cheguei a fazer, mas muito brevemente, foi a verificação de reservas, que se encontram organizadas por meses em *dossiers*. Com este trabalho pretende-se verificar se tudo está regularizado ao nível das tarifas.

Apesar de ter observado os pagamentos presenciais e ter efetivamente tentado aprender a dinâmica dos mesmos, o tempo limitado do estágio não me permitiu efetuar este procedimento de forma autónoma. No entanto, aprendi a fazer o *check-in*. O processo não é muito complexo, é necessário os documentos identificativos do hóspede (passaporte, cartão de cidadão ou carta de condução) e os dados de um cartão de crédito, do qual nunca é descarregada qualquer quantia sem a permissão do portador, apenas é usado como segurança em caso de estragos de propriedade, saída do hóspede sem pagar ou mesmo para que possíveis despesas no restaurante/bar possam ser colocadas diretamente na conta do quarto. Também preenchi algumas fichas de hóspedes, parte do processo de *check-in* dos mesmos, onde são colocadas as suas informações básicas, como nome, número e data de validade do seu cartão de cidadão bem como data de nascimento.

Uma das conquistas diárias que ia fazendo e para a qual o chefe de receção me incentivava, era a venda de bilhetes para as visitas à UC e para as sessões de fado na casa Fado Hilário, atuando o hotel como intermediário. O programa 1 das visitas à Universidade inclui a visita ao Paço Real (Salas dos Capelos, Sala do Exame Privado e Sala das Armas), à Capela de São Miguel, Biblioteca Joanina (Piso Nobre, Piso Intermédio e Prisão Académica), ao Laboratório Chimico e ao Colégio de Jesus: Galeria de Física Experimental (Séculos XVIII e XIX) e Galeria de História Natural (Século XVIII), sendo a duração aproximada de duas horas e trinta minutos. Vendi bilhetes para ambas as atividades, sendo as visitas de 12 euros por

pessoa (adultos) e 10 euros para sêniores e estudantes. As sessões de Fado eram de 10 euros por pessoa, com direito a um cálice de Vinho do Porto. Atualmente já não se vendem bilhetes para a UC no hotel.

Refira-se também que cabe ao rececionista do SBH informar o hóspede da sua bebida de boas-vindas (o chamado “*welcome drink*”, em inglês). O hóspede tem direito a optar por um cálice de Vinho do Porto ou um sumo de laranja natural, acompanhado de um pequeno pastel de nata, que pode desfrutar enquanto o rececionista insere os dados necessários no sistema (há toda uma logística própria em funcionamento).

Apesar de estar designada apenas à receção, mostrei interesse em ajudar noutras áreas, entre elas o bar e a cozinha, em alturas de menos movimento na receção, não sendo precisa a minha ajuda lá. Desempenhei as mais variadas tarefas e ajudei a agilizar tarefas feitas diariamente pelos meus colegas. Deste modo, alarguei a minha experiência para outros espaços, tive contato com novas atividades e pude conhecer melhor a equipa do SBH.

Colaborei também em alguns trabalhos de tradução, inclusive a tradução para inglês de textos do *website* do hotel e das informações contidas no jornal do hotel.

Perspetivando, foi um trabalho que foi realizado com agrado e embora por vezes pudesse ser cansativo, toda a aprendizagem foi profícua no que diz respeito à minha iniciação no mundo da hotelaria. Parecendo pouco, três meses é tempo bastante enriquecedor neste tipo de aprendizagem. E foi ao longo destes que tive o prazer de fazer parte de uma equipa de trabalho com profissionais da área, com quem convivi, ri e aprendi. Tive a oportunidade de melhorar em algumas áreas relacionadas com a minha formação e ganhei experiência que com toda a certeza me será vantajosa futuramente.

Foi sem dúvida uma ótima escolha de local para estagiar, não só pelas pessoas com quem trabalhei, mas também pelo próprio espaço em si, que é único de tantas formas e tão bonito de se experienciar pessoalmente. No fundo, este relatório acaba também por espelhar um pouco o meu fascínio pelo local, de como ele se “alojou em mim” e a minha vontade de o dar a conhecer ao mundo, seja apenas como um local de passagem e convivência, seja como um local de estada e puro desfruto dos sentidos.

2. Desenvolvimento

2.1 Turismo cultural nos centros históricos: O caso de Coimbra

2.1.1 O Território

A cidade de Coimbra é uma das cidades mais antigas do país. Situada na Região Centro de Portugal, Coimbra é caracterizada desde há muitos séculos atrás, pela sua dualidade topográfica entre as zonas da Alta e Baixa. Segundo Carina Gomes (2008), “Historicamente, estas duas zonas constituem o núcleo original da cidade que, ainda hoje, está morfológica, funcional, social e culturalmente estruturado com base na dicotomia entre a Alta e a Baixa.” (Gomes, C. G. S; 2008: 36). Esta dualidade funcionava como forma de repartição social, explicando esta mesma autora de que modo: “A instalação da Universidade, em 1308, veio reforçar a divisão entre as duas zonas, intensificando-se a dualidade: a Alta ligada ao mundo académico e burguês; e a Baixa, a um meio popular, ligada ao comércio tradicional e aos serviços.” (Gomes, C. G. S; 2008: 36).

Nas suas origens, Coimbra recebeu diversas influências, entre as quais romanas, visigodas, e muçulmanas. Anteriormente denominada de *Aeminium*, na época romana², Coimbra tem na sua história uma grande ligação com a monarquia.

Foi capital de Portugal por mais de um século, entre 1131 e 1255. Foram vários os reis que tiveram como berço esta cidade, entre eles D. Sancho I, D. Afonso II, D. Sancho II, D. Afonso III, D. Pedro I e D. Fernando I. É de enorme importância, realçar também que na Igreja de Santa Cruz, se encontram sepultados o primeiro Rei de Portugal, D. Afonso Henriques, e o seu filho D. Sancho I.

A atual Universidade de Coimbra é considerada o ex-libris da cidade e o maior foco de atração turística, foi a primeira universidade criada em Portugal. A criação desta universidade remonta inicialmente a 1290, por ordem do rei D. Diniz, e foi transferida de modo definitivo para Coimbra em 1537, por ordem do Rei D. João III.

Mas é sobretudo a seguir à reforma pombalina, com as intervenções do Marquês de Pombal, no século XVIII, que a Universidade de Coimbra se assume com maior importância como uma instituição de ensino de elevada projeção e relevância nacional. Segundo Fernando B. Figueiredo e

² Hoje é possível ver os seus vestígios dessa época através da visita ao criptopórtico romano do Museu Nacional Machado de Castro, em Coimbra.

António Leal - Duarte, “A Reforma da Universidade de Coimbra (1772) então levada a cabo pretendia ser a concretização de um projeto que tinha por finalidade sintonizar Portugal com as ideias iluminadas da Europa e encaminhá-lo na direção do progresso e das ciências. A Reforma queria fazer desta universidade não apenas um centro de ensino atualizado, mas um centro de produção de conhecimento útil para servir as necessidades técnicas, científicas, administrativas e religiosas do país.” (Figueiredo, F.B & Leal Duarte, A; 2017: 204). Assim, com o intuito de colocar Portugal como país capaz de acompanhar os avanços da revolução científica dos séculos XVII e XVIII, foi de igual modo criado, no que diz respeito à astronomia, o Real Observatório Astronómico da Universidade de Coimbra.

A própria Biblioteca Joanina foi também construída no século XVIII, altura desta grande reforma no ensino, que incidiu especial enfoco nas ciências exatas e naturais. Como escreveu Claudete Moreira, “... a Biblioteca Joanina, considerada a mais bela biblioteca universitária do mundo, deve a sua construção aos rendimentos provenientes do ouro do Brasil por iniciativa do rei D. João V.¹⁷² Estes factos singulares devem ser elementos potenciadores da valorização do território como destino turístico e, como tal, integrados no *marketing* e na promoção orientados para este mercado externo.” (Moreira, C.C.O; 2013: 178).

Através desta reforma foi feita, entre 1773 e 1777, a construção do edifício do Laboratório Químico (“Laboratório Chimico”) e do Colégio de Jesus, onde se localiza hoje o Museu de Ciência da Universidade de Coimbra, e a criação do atual Jardim Botânico, como parte integrante do Museu de História Natural.

Mas para além desta reforma, houve ainda outra que causou um grande impacto na área da alta da cidade. Refiro-me à reforma do Estado Novo, no início dos anos 40, que resultaram numa demolição extensa de parte da alta.

Mariana da Silva Monteiro explica que “A alteração e demolição de vários edifícios (colégios, igrejas, habitações, lojas, serviços) foram necessárias para alargar o espaço de construção dos novos edifícios universitários. (...) A Cidade Universitária foi surgindo durante mais de 20 anos. As primeiras demolições foram feitas em abril de 1943 e, como divulgado pelo *Diário das Beiras*, o último edifício construído foi inaugurado em 1969, o Departamento de Matemática; contudo, segundo Rosmaninho, as modificações duraram até 1975, data da conclusão do último edifício construído (que hoje acolhe os Departamentos de Física e Química).” (Monteiro, MDS; 2016: 47). Esta autora faz saber também no seu texto, que foram demolidos mais de duzentos edifícios para concretizar este projeto, o que se revela a meu ver como um número surpreendentemente elevado.

Mas numa perspetiva cultural, a riqueza do centro histórico de Coimbra não se limita à história da universidade nem apenas ao centro da cidade em si. A universidade atua como ponto focal, sendo a joia da coroa do centro histórico. No entanto, a cidade possui um vasto património arquitetónico, quer numa margem quer noutra do rio Mondego, de que são exemplos o Mosteiro de Santa Clara-a-Velha, o Mosteiro de Santa Clara-a-Nova, a Igreja de Santa Cruz (já mencionada), a Sé Velha, a Sé Nova, o Jardim Botânico, entre outros. Mais para a frente mencionarei o turismo cultural e o património da cidade Coimbra.

Retomando a questão territorial, segundo Joana Pereira, “O concelho de Coimbra detém uma área de 319,4 quilómetros quadrados e insere-se na NUT II Centro e NUT III Baixo Mondego (Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, 2004)” (Pereira, J.F.R; 2016: 57).

É capital de distrito e é constituído por 18 freguesias ao longo de cerca de 319,4 Km². Essas freguesias são: Almalaguês; Antuzede e Vil de Matos; Assafarge e Antanol; Brasfemes; Ceira; Cernache; Coimbra (Sé Nova, Santa Cruz, Almedina e São Bartolomeu); Eiras e São Paulo de Frades; Santa Clara e Castelo Viegas; Santo António dos Olivais; São João do Campo; São Martinho de Árvore e Lamarosa; São Martinho do Bispo e Ribeira de Frades; São Silvestre; Souselas e Botão; Taveiro, Ameal e Arzila; Torres do Mondego e Trouxemil e Torre de Vilela.

O território tem ligações rodoviárias e ferroviárias para inúmeras cidades, incluindo a capital (Lisboa- entre cerca de 206 a 219 km de Coimbra) e o Porto (a cerca de 117 km), sendo o acesso rodoviário feito através da IC2, do IP3 e da A1 e o acesso ferroviário através de duas estações principais: Coimbra - A e Coimbra – B. A cidade tem a sua própria empresa de transportes públicos (SMTUC) e possibilita também viagens rodoviárias com outras empresas (como a *Transdev*) para zonas próximas (como Vila Nova de Poiares) ou distantes (como Lisboa).

Relativamente à população, o número desta residente, segundo o INE, ronda os 134.156 residentes, de acordo com dados de 2017 (quadro 1). Note-se também a distribuição da população por faixa etária, que revela que a faixa com maior número de residente é de 10. 409, sendo esta a faixa dos 55 aos 59 anos de idade, seguindo-se a faixa dos 50 a 54 anos de idade, com 10.267 pessoas (quadro 1).

Período de referência dos dados	Local de residência (NUTS - 2013) (1)	População residente (N.º) por Local de residência (NUTS - 2013), Sexo e Grupo etário; Anual (2)																		
		Sexo																		
		HM																		
		Grupo etário																		
	Total	0 - 4 anos	5 - 9 anos	10 - 14 anos	15 - 19 anos	20 - 24 anos	25 - 29 anos	30 - 34 anos	35 - 39 anos	40 - 44 anos	45 - 49 anos	50 - 54 anos	55 - 59 anos	60 - 64 anos	65 - 69 anos	70 - 74 anos	75 - 79 anos	80 - 84 anos	85 e mais anos	
	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	
2017	Portugal	10 291 027	425 562	482 612	515 722	555 911	537 290	549 467	591 800	704 918	812 053	767 109	753 649	722 561	659 099	619 886	521 503	424 997	349 350	297 538
	Centro	2 231 346	80 156	92 400	103 330	116 226	114 277	115 003	121 883	146 562	167 516	163 844	163 983	162 180	148 741	138 717	119 237	106 010	91 125	80 156
	Região de Coimbra	436 948	15 716	17 615	19 126	21 336	20 910	20 620	23 137	29 015	33 160	32 244	32 556	32 392	29 551	28 658	24 530	21 974	18 387	16 021
	Coimbra	134 156	5 619	5 582	5 644	6 224	5 987	5 434	7 008	9 143	9 938	9 733	10 267	10 409	9 612	9 709	7 796	6 357	5 069	4 625

População residente (N.º) por Local de residência (NUTS - 2013), Sexo e Grupo etário; Anual - INE, Estimativas anuais da população residente

Nota(s):

(1) A partir de 1 de janeiro de 2015 entrou em vigor uma nova versão das NUTS (NUTS 2013). Ao nível da NUTS II ocorreu apenas uma alteração de designação em "Lisboa" que passou a ser designada por "Área Metropolitana de Lisboa".

(2) Série Estimativas Provisórias Anuais da População Residente, segundo a divisão administrativa correspondente à Carta Administrativa Oficial de Portugal 2013 (CAOP2013) e a nova versão das NUTS (NUTS 2013) em vigor a partir de 1 de janeiro de 2015.

Última atualização destes dados: 15 de junho de 2018

Quadro 1: População residente (Nº) por local de residência (Coimbra) com período referente a 2017. Fonte: INE (2017).

Ao nível de equipamentos e infraestruturas, a cidade está relativamente bem equipada. Ao nível da saúde, os principais hospitais públicos da cidade são o CHUC, o Hospital Pediátrico, Hospital dos Covões e o Hospital Militar. Existem também vários centros de saúde, clínicas privadas de várias especialidades e muitas farmácias disponíveis. No que toca ao ensino e à educação, estão disponíveis dezenas de escolas básicas, cerca de 7 escolas de ensino secundário e 7 colégios, 1 centro educativo, 1 conservatório de música, alguns externatos, institutos, jardins escola, entre outros. Relativamente ao ensino superior, encontram-se instituídos cerca de 11 estabelecimentos, entre os quais a Universidade de Coimbra, o IPC, a ESAC a ESEC, o ISMT, a ESEnfC, entre outros.

Para além da inegável ligação ao ensino (Universidade), à cultura e aos estudantes, a imagem da cidade de Coimbra está associada inevitavelmente também ao rio Mondego, que conforme explicam os autores Claudete Moreira, João Luís Fernandes e Norberto Santos “é o maior curso de água que flui totalmente dentro do território português” (Moreira, C.C.O; Fernandes, J.L.J & Santos, N. N. P; 2015: 109³).

³ Tradução da autora

Em relação ao turismo e à hotelaria, de acordo com dados do INE referentes a 2017, o número de estada média nos estabelecimentos hoteleiros de Coimbra é de 1,5 dias e a taxa líquida de ocupação de camas nos estabelecimentos hoteleiros de Coimbra em 2017 é 48,3% (INE, 2017).

Historicamente, o território de Coimbra registou um crescimento significativo entre o final do século XIX e o início do século XX, bem como um crescimento acentuado a nível demográfico, como afirma Alfredo Fernandes Martins, no capítulo “Essa Coimbra...” do Caderno de Geografia I (1983). A.F. Martins explica a seguinte evolução:

“...ao findar do século, a área da cidade era sensivelmente aquela do 1º quartel; em contrapartida, fora notável o crescimento demográfico no último terço da centúria: o aglomerado urbano contava 12 727 almas em 1864, atingira a cifra de 18 144 habitantes em 1900, ou seja um aumento de 42,5 % em 36 anos (...) Em 1930, a área de Coimbra tinha duplicado; crescera a população para 27 333 habitantes, ou seja um aumento demográfico de 50,6 % ao fim das primeiras décadas da centúria (...) Em 1950, a área da cidade mais do que triplicara a superfície urbana do alvorecer do século, e a população orçaria pelos 45 000 habitantes.” (Martins, A.F; 1983: 72-75).

2.1.2 O Património de Coimbra

Carmen Guerreiro afirma que “A UNESCO em 1998 propôs definir o património como o conjunto de elementos naturais e culturais, tangíveis e intangíveis que são herdados do passado ou criados para interligar umas gerações com as outras ⁷³.” (UNESCO, 1998 apud. Guerreiro, C.J.C; 2018: 33). Mas dentro do património existem várias vertentes a nomear, sendo a cultural a que interessa esmiuçar: foi decretado em diário da república, no dia 8 de Setembro de 2001, segundo a Lei nº107/2001, alínea 1 do artigo 2, que o património cultural engloba “todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objeto de especial proteção e valorização.” (Guerreiro, C.J.C; 2018: 33).

Tal como foi já mencionado, o património da cidade não se concentra somente no centro histórico da mesma, ao longo deste excerto farei uma enumeração de locais de interesse turístico, dentro e fora do centro histórico da cidade.

No topo da cidade, a Universidade de Coimbra continua cada vez mais a chamar a si um grande fluxo de turistas, atrevendo-me mesmo a descrevê-la como sendo “o farol” da cidade. Dentro dela, há uma variedade de espaços culturalmente valiosos, como é o caso da Biblioteca Joanina (Século XVIII – Arquitetura Barroca); o Pátio e Paço das Escolas; a Torre da Universidade (popularmente conhecida como “a Cabra”); a capela de S. Miguel, a Sala dos Capelos, a Sala dos Archeiros, a Prisão Académica, o Museu da Ciência e a Porta Férrea (figura 2).



Figura 2: Figura representativa do núcleo da universidade de Coimbra, com alguns dos seus pontos de interesse turístico assinalados e com legendas adicionadas. Fonte: visit.uc.pt (adaptado com adição de imagens).

Para além do circuito da universidade, existem outros monumentos e locais de interesse cultural, histórico e religioso que, possuindo uma importância significativa no âmbito cultural da cidade, encontram-se localizados ao redor da zona da alta e em direção à baixa da cidade.

Na alta (anexo 4, figura 3): é o caso da Sé Velha (Século XII - Arquitetura Romanesca); da Sé Nova (Século XVI- Arquitetura Barroca); do aqueduto de São sebastião (popularmente conhecido com o “Arcos do Jardim”, á entrada do Jardim Botânico – zona da Alta) e do Jardim Botânico (datado do século XVIII, por iniciativa do Marquês de Pombal – zona da Alta); do Museu Nacional Machado de Castro (junto à universidade e à Sé Nova, o museu disponibiliza a visita ao criptopórtico romano); a Torre do Anto (torre de origem medieval integrada na antiga cerca de Coimbra – atual núcleo da Guitarra e do fado de Coimbra); a Porta e Torre de Almedina (esta porta que está integrada na torre faz a ligação entre a Alta e a Baixa e era a principal porta de entrada do

antigo castelo); a Porta da Barbacã (estrutura mais bem conservada da antiga muralha de Coimbra, também parte da antiga entrada principal para a zona intramuralhada);



Figura 3: Figura representativa do património da alta de Coimbra, classificada pela UNESCO, com legendas adicionadas. Fonte: worldheritage.uc.pt/pt/.

Na Baixa: Os exemplos da Igreja e Mosteiro de Santa Cruz (situada na baixa, datada do século XII, com uma arquitetura Românica e Manuelina); do Parque de Santa Cruz (popularmente conhecido como o “Jardim da Sereia” devido à estátua de um tritão, está localizado na Praça da República e data do século XVIII); dos edifícios dos antigos colégios, com as suas igrejas: os colégios da Nossa Senhora do Carmo, da Graça, de São Pedro dos Terceiros, de São Tomás de Aquino, de São Bernardo, do Espírito Santo, de São Boaventura, de São Agostinho e ainda o antigo Colégio das Artes (atualmente algumas destas igrejas localizam-se na Rua da Sofia e podem ser visitadas, como é o caso da Igreja da Nossa Senhora do Carmo e da Igreja de Santa Justa), entre outros locais (figura 4).

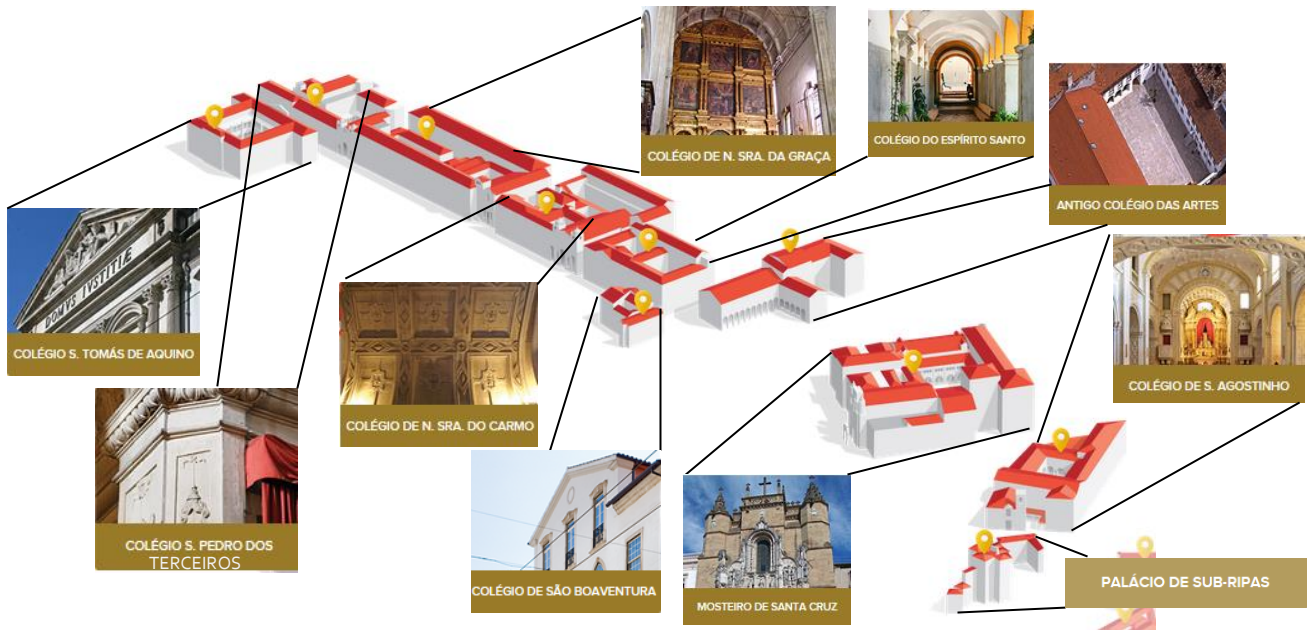


Figura 4: Figura representativa do património da rua da Sofia, classificada pela UNESCO, com legendas adicionadas. Fonte: worldheritage.uc.pt/pt/.

Na outra margem do rio, é possível visitar locais de património e/ou atração turística como o Convento de Santa Clara-a-Velha (Século XIII, Arquitetura de estilo Gótico Mendicante), o Convento de Santa Clara-a-Nova (Séculos XVII e XVIII – Arquitetura Barroca), o Convento de São Francisco (Atual Centro de Congressos, colóquios e eventos da cidade desde 2016, originalmente um convento do Século XVII), o parque temático “Portugal dos Pequeninos” (um parque com estruturas representativas de um Portugal em miniatura para os mais pequenos, um ótimo exemplo de um atrativo cultural recente - 1940), a outra margem do parque verde do Mondego (zona do parque do Choupalinho) e a Quinta da Lágrimas (mais conhecida pelo seu hotel de 5 estrelas, mas que também está aberta ao público para visita aos jardins).

2.1.3 O Turismo Cultural

De acordo com Richards (1996: 12) citado por Ricardo Barbosa (2014: 24), “a cultura e o turismo estão destinados, agora e para sempre a ficarem juntos”, sendo que “esta convergência de turismo e da cultura não é uma coincidência e o turismo cultural não pode ser entendido simplesmente como uma “nova tendência de mercado” (Richards, G; 1996: 22 apud. Barbosa, R.J.S; 2014: 24). Este segmento do turismo tem uma motivação fundamental, que consiste na busca pelo conhecimento, pelas interações sociais com diferentes tipos de culturas e sociedades, pela assimilação de novos costumes, tradições e lugares.

Maria Noémi Marujo (2015: 10) menciona duas visões do turismo cultural, sendo a primeira da ICOMOS e a segunda da OMT: “Em 1976, o ICOMOS (Conselho Internacional de Monumentos e Sítios), na sua Carta de Turismo Cultural, concebia o turismo cultural como aquela forma de turismo que tem por objecto principal o conhecimento de monumentos, sítios históricos e artísticos, e que exerce um efeito positivo sobre estes na medida em que contribui para a sua manutenção e protecção. (...) Também, em 1985, a OMT propôs uma definição ampla e outra mais restrita para o turismo cultural. Num sentido mais amplo, todos os movimentos das pessoas podem ser incluídos na definição porque satisfazem a necessidade humana pela diversidade e tendem a aumentar o nível cultural do indivíduo e a proporcionar novos conhecimentos, experiências e encontros. Num sentido mais restrito, o turismo cultural era definido como os movimentos das pessoas com motivos fundamentalmente culturais, tais como: circuitos culturais e de artes, de espectáculo, viagens a festivais ou a outros eventos culturais, visitas a monumentos, o consumo do folclore ou da arte, etc. (Richards, 1996).” (Marujo, M.N; 2015: 10).

De acordo com a Fundação de Serralves, “O turismo cultural como fenómeno organizado, desenvolveu-se como alternativa à saturação do modelo tradicional, baseado na exploração de um número limitado de centros de atração (praias e grandes cidades) e em resposta a uma procura cada vez mais exigente, segmentada e em mudança” (Fundação de Serralves; 2008: 32). Marujo escreveu que “O turista cultural procura relacionar-se com a comunidade, valorizar a cultura em toda a sua complexidade e singularidade. Ele movimenta-se à procura de ícones que, de certa forma, caracterizam a identidade local/regional e a memória coletiva (...) Portanto, o turista cultural é aquele para quem a cultura assume um papel fundamental no processo de decisão da escolha do

destino e nas atividades (passivas ou ativas) que ele desenvolve durante a sua permanência no local visitado.” (Marujo, N; 2014: 6).

Através deste tipo de turismo é possível obter resultados positivos e negativos, como em qualquer outro segmento turístico. Positivos na medida em que influencia e motiva a recuperação e proteção dos espaços históricos, trazendo benefícios económicos e socioculturais. No entanto, poderá acarretar resultados negativos, pois também torna complicado o controlo da apropriação em massa dos espaços considerados históricos, como é o caso de sítios e monumentos (cfr. Azevedo, F.D.A.S.M; 2010: 35). É por isso que a promoção deste tipo de turismo deve obedecer a critérios de sustentabilidade (s). É necessário ter em consideração a dimensão e estabilidade dos espaços, as acessibilidades, a população residente e as cargas demográficas antes de prosseguir com a atividade turística em si, tentando exercê-la de um modo controlado e com um mínimo de danos ao património.

Tal como afirmei anteriormente, o turismo cultural hoje tem nas cidades em geral, e nos centros históricos em particular, o seu principal território de práticas turísticas.

Para alguns autores, “O centro histórico de uma cidade é, regra geral, a área mais antiga que se tornou progressivamente o centro da cidade moderna” (Sebastião, A.S.C; 2010: 20). Maria João Esperança de Carvalho escreveu que segundo a DGOTDU, o “centro histórico coincide por via de regra com o núcleo de origem do aglomerado, de onde irradiam outras áreas urbanas sedimentadas pelo tempo conferindo assim a esta zona uma característica própria cuja delimitação deve implicar todo um conjunto de regras tendentes à sua conservação e valorização.” (Carvalho, M.J.E; 2011: 9).

Segundo Carlos Fortuna e Carina Gomes, “as cidades e os seus centros históricos converteram-se, a partir dos anos 1980, em destino turístico de eleição, mobilizando recursos e motivações, tanto por parte de produtores, como de consumidores (Gómez, 1998; Law, 1993 & Page, 1995).” (Fortuna, C. & Gomes, C. G. S; 2013: 276).

Numa das suas publicações, Carina Gomes (2008) explica que uma das justificações para a prática da renovação urbana de uma cidade “consiste num apelo à competitividade da cidade através da renovação do centro histórico, criando imagens que possam ser divulgadas para fomentar a procura turística (cfr. Gomes; 2007:9).” (Gomes, C. G. S; 2008: 38).

No que toca ao caso específico de Coimbra, quando falamos desta cidade falamos “de uma cidade com mais de 2.000 anos, sendo, por isso, uma das mais antigas de Portugal e o centro universitário urbano do país, por excelência.” (Fortuna, C. & Gomes, C. G. S; 2013: 280).

Segundo estes autores, “a oferta e a procura turísticas em Coimbra encontram-se fundamentalmente estruturadas em torno de um único atrativo – a Universidade centenária.” (Fortuna, C. & Gomes, C. G. S; 2013: 279).

De acordo com Peixoto (2000), “a cidade é mais do que um espaço: é um conjunto de imagens (...) Quando ouvimos o nome de uma cidade que não nos seja completamente estranho, há sempre algo que nos ocorre a respeito dessa cidadã (...) Em que pensa, por exemplo, ao ouvirmos o nome de Coimbra? Seguramente, na universidade, nos estudantes e no fado. Para quem já foi a Coimbra em época de férias estudantis, a imagem da cidade poderá ser a de um local sem vida própria e sem cultura urbana. Para quem lá vive, Coimbra poderá ter uma imagem positiva que resulta de ser uma cidade em que «tudo está á mão».” (Peixoto, P.J.M; 2000: 102-103). Isto mostra-nos que a perceção de uma cidade depende de pessoa para pessoa, depende da altura em que é feita a visita ou se é feita de todo. Antes de visitar Coimbra, o turista certamente terá uma imagem formada, uma expectativa; depois de visitar, essa imagem seguramente será modificada conforme as experiências que viver.

2.1.4 Universidade de Coimbra, Alta e Sofia – Classificação pela UNESCO

No dia 23 de Junho de 2013, a cidade de Coimbra atingiu um patamar de excelência a que apenas algumas cidades chegam: a Universidade, Alta e Sofia foram classificadas como Património Mundial da Humanidade pela UNESCO (figuras 2, 3 e 4). Este acontecimento mudou a forma como a cidade encarava o turismo, alterou o seu posicionamento como destino turístico e contribuiu para um aumento da afluência de turistas.

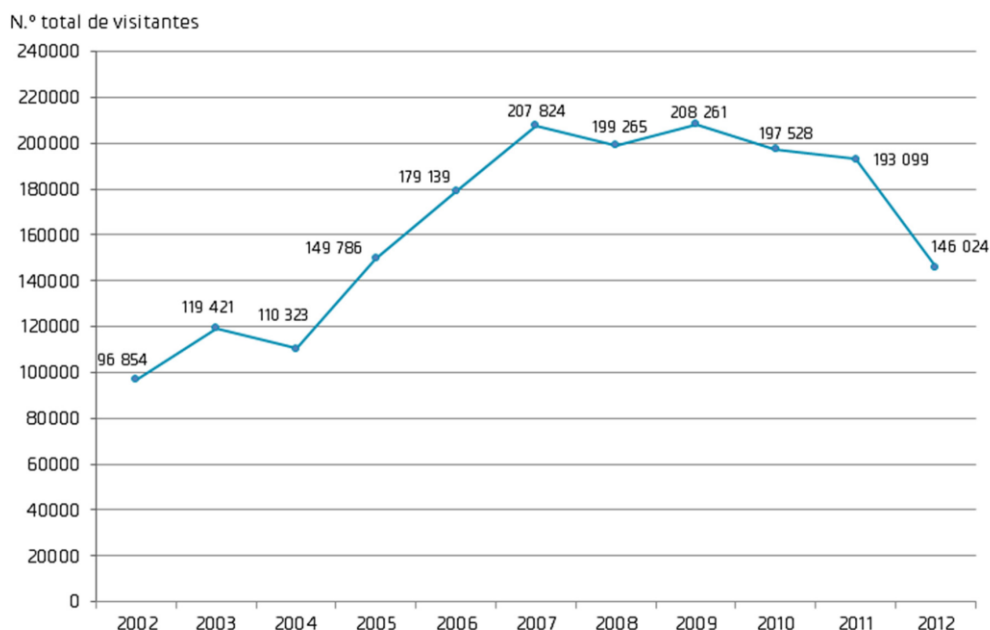
A autora Joana Pereira explica que “Para ser distinguido pela UNESCO o património tem de ser único e realçar as suas características próprias. Assim, da mesma forma que a Sala dos Grandes Atos ou Sala dos Capelos só existe na Universidade de Coimbra, a janela do capítulo do Convento só existe no Convento de Cristo, em Tomar.” (Pereira, J.F.R; 2016: 36). A obtenção desta classificação tornou-se fundamental para definir o destino Coimbra como um destino de Turismo Cultural. No entanto, a classificação em si não é suficiente por si só para ver crescer a cidade ao nível turístico. É necessário potencializar e promover a imagem do destino junto dos agentes e operadores turísticos, tirando partido do marketing para uma gestão estratégica do destino.

A mesma autora escreve ainda que “existe uma relação clara entre património cultural, destino turístico e marketing. Mais que uma relação clara, existe uma interligação entre estes conceitos, uma vez que não existem uns sem os outros. O património cultural existe num determinado destino turístico que por sua vez, é divulgado e promovido através do marketing e da sua estratégica.” (Pereira, J.F.R; 2016: 96).

De acordo com Guerreiro, “Coimbra em 2014 sentiu logo um aumento do número de turistas após a classificação da Universidade-Alta e Sofia como Património Mundial da UNESCO em 2013.” (Guerreiro, C.J.C; 2018: 25). Para justificar esta afirmação, a autora acrescenta que “Entre janeiro e dezembro de 2014, Coimbra recebeu mais de 93 mil visitantes estrangeiros, que representam um acréscimo de cerca de 19% em relação ao ano anterior” (Correio da Manhã, 2015 apud. Guerreiro, C.J.C; 2018: 25).

Note-se ainda que “Em 2013 o Turismo da Universidade de Coimbra teve um total de 238.851 visitantes, e em 2016 de 442.102.”, ou seja, em 3 anos de diferença, aumentou para quase o dobro dos visitantes (Perestrelo e Merendeiro, Maria; 2017 apud. Guerreiro, C.J.C; 2018: 25).

Note-se o seguinte gráfico do nº total de visitantes à Universidade de Coimbra que efetuaram o circuito turístico do Paço das Escolas, de 2002 a 2012:



Nota: Os dados apresentados tem uma taxa de erro por defeito de 10% a 20% pois no período considerado alguns visitantes por se encontrarem na Universidade de Coimbra foram beneficiários de condições especiais de visita não tendo sido portadores de bilhete.

Gráfico 1: Numero total de visitantes da Universidade de Coimbra que efetuaram o circuito turístico do Paco das Escolas, de 2002 a 2012. Fonte: Claudete Moreira (2013), com base em dados cedidos pela Divisão de Identidade, Imagem e Comunicação, Serviço de Informações do Circuito Turístico da Universidade de Coimbra, Coimbra. Dados recolhidos a 13/06/2019.

Ao examinar o gráfico 1, depreende-se imediatamente que o maior *boom* nas visitas está compreendido entre o período de 2004 e 2007, onde se verifica que passam de 110.323 visitantes para 207.824, quase o dobro. O decréscimo mais acentuado confirma-se entre 2011 e 2012, mas é a partir de 2012 que os valores voltaram a escalar. Note-se que em apenas 5 anos (entre 2002 e 2007), os valores das visitas ao circuito subiram para mais do dobro, sofrendo oscilações consideráveis mínimas até 2011.

Observe-se os seguintes quadros correspondentes aos dados do turismo da Universidade de Coimbra:

	meses							
	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago
total 2012								
total 2013	4 473,00	6 610,00	12 907,00	22 213,00	32 181,00	27 869,00	24 479,00	33 804,00
total 2014	6 892,00	6 331,00	13 002,00	27 397,00	37 841,00	31 510,00	30 899,00	42 824,00
total 2015	7 363,00	7 979,00	17 673,00	31 187,00	44 372,00	41 492,00	39 136,00	49 947,00
total 2016	10 384,00	10 700,00	26 339,00	37 128,00	53 059,00	52 767,00	47 802,00	60 425,00
total 2017	15 786,00	16 649,00	28 134,00	50 127,00	58 721,00	56 217,00	54 581,00	66 499,00
total 2018	15 590,00	16 914,00	29 270,00	43 822,00	56 663,00	51 827,00	53 624,00	66 147,00

	meses				
	set	out	nov	dez	total qt
total 2012					200 000,00
total 2013	35 172,00	23 946,00	8 510,00	6 687,00	238 851,00
total 2014	43 680,00	32 122,00	11 003,00	8 815,00	292 316,00
total 2015	51 222,00	37 943,00	12 028,00	10 014,00	350 356,00
total 2016	63 216,00	47 619,00	18 195,00	14 468,00	442 102,00
total 2017	67 390,00	51 535,00	19 409,00	16 535,00	501 583,00
total 2018	64 329,00	48 413,00	20 213,00	16 111,00	482 923,00

Quadros 2 e 3: Nº de visitantes à Universidade de Coimbra desde 2012 até 2018.

Fonte: Turismo da Universidade de Coimbra. Dados recolhidos a 13/06/2019.

Ao analisar os quadros 2 e 3 é possível concluir que desde 2012 até 2017, houve um aumento crescente no número de turistas que visitaram a Universidade de Coimbra, decrescendo com a entrada no ano de 2018. Esta realidade pode ser justificada, em primeiro lugar, pela classificação da Universidade, Alta e Sofia como Património Mundial da Humanidade da UNESCO, que permitiu aumentar o nível de projeção e de destaque da cidade de Coimbra para o mundo.

No entanto, podemos considerar um outro fator como contribuinte para tal resultado. Nos últimos anos (de 2012 para a frente), o crescimento no turismo verificou-se em vários locais do país (não só em Coimbra), o que se pode dever ao facto de Portugal ser um país bastante seguro em comparação ao resto do mundo. De acordo com o *Global Peace Index* de 2019, Portugal é 3º país mais pacífico do mundo. Esta valência revela-se significativa se pensarmos nas crescentes ameaças e atentados terroristas que têm vindo a acontecer nos últimos anos na Europa e nos restantes

continentes do mundo. A título de exemplo podemos considerar as tragédias que aconteceram em países como a Tunísia (o tiroteio numa praia de uma estância turística em Junho de 2015), a França (2 atentados em 2015 e outro em 2016), Bélgica (Aeroporto de Bruxelas, 2016), Turquia (2016), Alemanha (Feira de Natal em Berlim, 2016), Reino Unido (3 atentados em 2017) e Espanha (Barcelona, 2017).

Ainda podemos também considerar o fator político e económico, mais especificamente o caso da crise política e económica da Grécia em 2010, que com certeza contribuiu também para um desvio na afluência de turistas para outros lugares da Europa, como Portugal por exemplo.

No entanto, na minha perspetiva, à medida que o tempo, desde essas crises e/ou confrontos violentos vai passando, as pessoas vão naturalmente voltando aos seus destinos de preferência iniciais, anteriormente soube ameaça, passando um determinado período de tempo pós-fatalidade. Por exemplo, os turistas que eventualmente se terão desviado para Portugal ou outros países em vez da Tunísia após o tiroteio, hoje provavelmente já se sentirão mais inclinados para voltar à Tunísia como seu destino turístico, pois já passam dois anos.

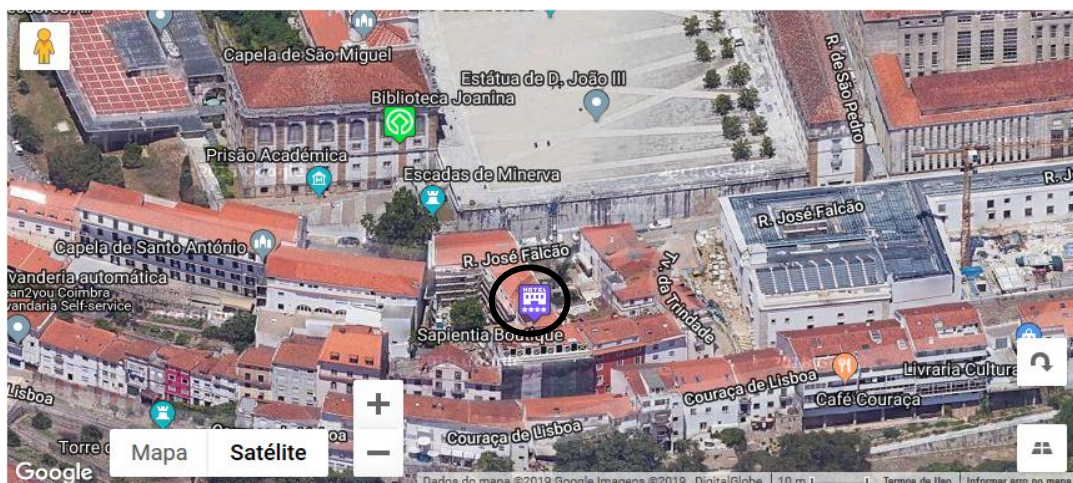
Segundo os quadros 2 e 3, de 2017 para 2018 houve uma diminuição no número de visitantes, ou seja, deu-se a primeira quebra nos valores. Conclui-se assim que a tendência neste momento está no decréscimo dos números e que a fase de melhores valores foi durante o ano de 2017, possivelmente devido às razões mencionadas acima.

Eis uma analogia peculiar: O turismo funciona por “modas”. Cabe aos operadores turísticos definir e promover “essas tendências”, tentar vendê-las; e ao turista cabe perceber quais os destinos mais recomendados e que estão a fazer mais “furor”, podendo optar ou não por eles.

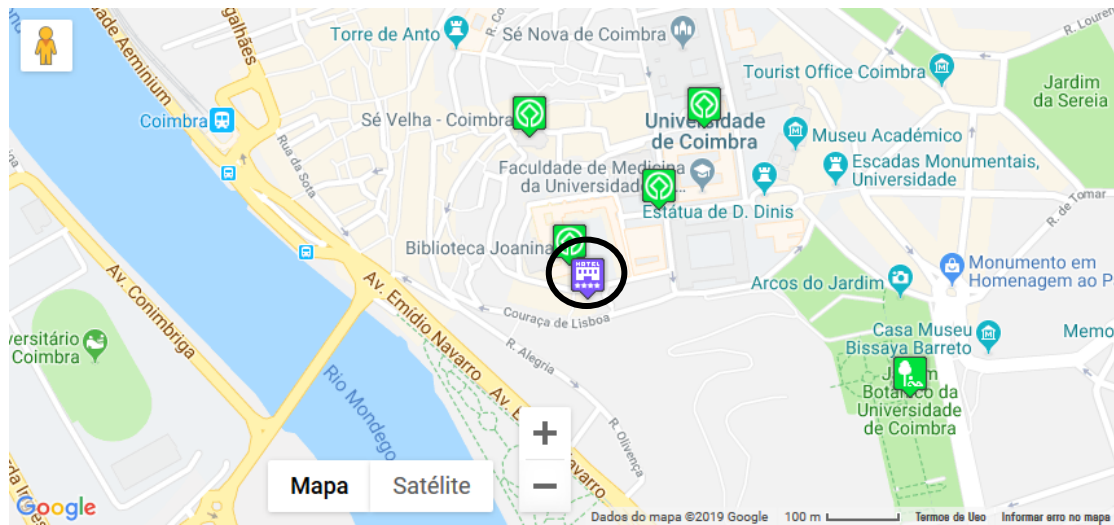
2.2 O Hotel

Ao fazer uma pesquisa no *website* da *booking.com*, pude conferir que existem cerca de 200 unidades hoteleiras em Coimbra. Estas incluem vários tipos de alojamento, como hotéis (Ibis, Vila Galé, Oslo, *Stay hotel...*), *hostels* (Penedo da Saudade *Suits & Hostel*, *Serenata hostel...*), apartamentos, *guest houses*, entre outras. Dessas 200, apenas 21 são hotéis, mas o único hotel na zona da alta de Coimbra é o SBH. De 5 estrelas em Coimbra existe apenas o Hotel *Quinta das Lágrimas* (e nos arredores de Coimbra, o *Palace Hotel do Bussaco*) e de 4 estrelas existem 7, sendo um deles o SBH (que sobressai com a melhor classificação - 9,3), e mais cerca de 8 nos arredores. De 3 estrelas existem 5 hotéis na cidade (dando destaque para o hotel *Oslo*- com uma classificação de 8,6) e 6 nos arredores. Relativamente ao desempenho do SBH no ano de 2018, fui informada que a percentagem de ocupação nesse ano foi de 72% e a estada média de 1,3 noites, o que demonstra uma grande adesão, mas com um período de estada tendencialmente de curta duração.

O SBH está localizado na alta da cidade de Coimbra, na rua José Falcão, nº4, junto ao Largo Augusto Hilário, em frente da rua Couraça de Lisboa, mesmo por detrás das escadas de Minerva e consequentemente da Faculdade de Direito e da Biblioteca Joanina (mapas 1 e 2). O hotel encontra-se portanto a 100 metros da Faculdade de Direito e do Pátio das Escolas, ou seja a 2 minutos a pé da Universidade de Coimbra, a 5 minutos do Jardim Botânico para um lado e da Sé Velha para o lado oposto, tendo fácil acesso à zona da Portagem e da baixa de Coimbra, bem como a vários locais de interesse histórico-cultural.



Mapa 1: Imagem de satélite da localização geográfica do SBH, na alta da cidade de Coimbra, assinalado com um círculo. Fonte: *Google Maps* - retirado a 07/05/2019.



Mapa 2: Localização geográfica do SBH dentro da cidade de Coimbra, assinalado com um círculo.

Fonte: *Google Maps* - retirado a 07/05/2019.

A primeira vez que visitei o SBH foi numa visita de estudo no âmbito do mestrado. Foi-nos requisitado que fizéssemos um relatório, ao qual eu dei o título de “Relatório sobre o *Sapientia Boutique Hotel: Books and Wine Hotel* – Um conceito “diferente”.

O nome do hotel teve origem, quando, durante um passeio os atuais proprietários, junto à porta de Minerva (que fica a caminho do hotel, vindo da Faculdade de Direito e descendo as escadas de Minerva), repararam na inscrição que estava na porta, a palavra “Sapientia”, que significa Sabedoria. A esta inscrição se juntou todo um conceito cheio de classe, aliado aos livros de conhecidos autores portugueses e à degustação de vinho. Não é difícil entender o porquê do nome “Sapientia”, visto que o hotel localiza-se lado a lado com a UC e que a própria temática envolvente no hotel está relacionada com a sabedoria, com a cultura e com a literatura/escrita portuguesa.

A origem das instalações do hotel tem a sua história também. Antes de o hotel existir. Aquele espaço era o “CUMN Jesuíta: Centro Universitário Manuel da Nobrega”, onde, nos anos 70, viviam padres jesuítas e os estudantes que iam para pôr os estudos em dia. Foi o primeiro centro universitário de jesuítas a surgir em Portugal, tendo sido depois realocado para junto da Praça da República. Atualmente, a tasca e o pátio das tias Camellas do SBH, nomeados em homenagem às tias Camellas e à tasca mais conhecida do século XIX em Coimbra. A “Tasca das tias Camellas”, onde Eça de Queirós e Antero de Quental comeram e beberam, muito perto da localização atual do hotel, na alta de Coimbra (antes do Estado novo a destruir).

O Hotel (figura 5) é constituído por três edifícios do século XVIII e XIX (mapa 3), possuindo um total de vinte e duas unidades de alojamentos (todas elas com o nome de um escritor português que deixou a sua marca por Coimbra, como Luís de Camões, Antero de Quental, Miguel Torga, Fernando Pessoa, Fernando Namora, entre outros). As vinte e duas unidades de alojamento dividem-se por cinco diferentes tipologias, nomeadas de seguida da mais barata à mais cara: os duplos, o *loft* (apartamento com dois pisos), as *júnior suites* (especialmente pensadas para quem tem crianças) e os apartamentos (incluindo apartamentos superiores). Não havendo dois quartos iguais, o que significa que se um cliente voltar e ficar num quarto diferente, vai sempre ter uma experiência diferente da anterior. Os preços variam muito conforme a época e o tipo de quarto pretendido. A numeração dos quartos divide-se conforme os edifícios (A, B ou C) e os andares (exemplo: A 401, B 602...).



Figura 5: Comparação da entrada principal do hotel antes (em cima) e depois das obras (em baixo).
Fonte: *Tripadvisor*, retirada do *website* a 27/05/2019 (de cima) e captura da autora a 25/05/2019 (de baixo).



Mapa 3: Visão superior do hotel, assinalando os 3 edifícios do mesmo com um círculo. Fonte: Sapo Mapas, retirada a 15/06/2019.

Para além dos quartos, o hotel dispõem de um bar e restaurante, uma sala de estar comum aos hóspedes e visitantes, um *rooftop* e um pátio. Toda a decoração do hotel é bastante moderna e requintada, tendo os sócios optado por um conceito diferente do habitual, muito enraizado na literatura portuguesa, aliada à degustação diária de vinho, criando um ambiente de convívio e conversa entre pessoas. O Dr. José Manuel Portugal, numa entrevista à revista NiT, explicou que, “Toda a decoração fez-se a partir de algumas viagens que fizemos ao estrangeiro, a visitar hotéis em zonas históricas, feiras. Para consolidar um projeto é preciso ver o que se faz noutros lados, apesar do nosso espaço ter o nosso cunho português”. A decoração destaca-se pela aposta nos tons neutros como o branco, cinza e preto, aliados ao uso das madeiras maciças (existindo uma mesa em madeira maciça no restaurante), fazendo fusão entre os estilos moderno e clássico/antigo. Exemplificando, os aspetos mais clássicos podem-se ver nos frisos com relevo em branco no teto de uns apartamentos superiores (figura 6), bem como no *design* de alguns roupeiros nesses mesmos quartos (figura 7).



Figura 6: Exemplo de um teto num estilo mais clássico, num dos apartamentos superiores do SBH, com um friso trabalhado em relevo. Fonte: *website* do SBH – retirado a 07/05/2019.



Figura 7: Exemplo de roupeiro de estilo mais clássico, num dos apartamentos superiores do SBH. Fonte: *website* do SBH – retirado a 07/05/2019.

Já nos pormenores mais modernos podemos observar o modo como as casas de banho são concebidas (figura 8), nos papéis de parede alusivos a determinados autores como Eça de Queirós e Luís de Camões e também nos dois baloiços de verga que existem em dois quartos (figura 9).



Figura 8: Exemplo do *design* moderno de uma casa de banho de um quarto do SBH; também é possível ver alguns dos *amenities* que são disponibilizados em cada quarto. Fonte: *website* do SBH – retirado a 07/05/2019.

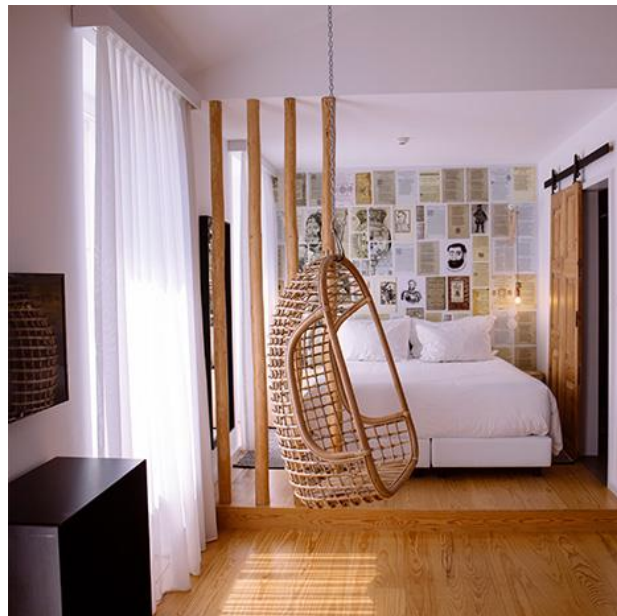


Figura 9: Exemplo de modernidade na decoração através da colocação de um papel de parede alusivo ao autor Luís de Camões e da instalação de baloiços de verga em dois quartos. Fonte: *website* Bebes.comes – retirado a 07/05/2019.

2.2.1 O tempo e os espaços do hotel

O bar, conhecido como a “tasca das tias Camellas” (figura 10), também ele decorado de forma elegante, bem como a sala anexada ao mesmo. Uma sala de estar muito sossegada (figura 11), com dois sofás, candeeiros, revistas e brinquedos, que é ótima para poder desfrutar de uma bebida e ler um livro (tendo ao lado à disposição, instalações sanitárias, igualmente modernas). Ainda relativamente às casas de banho de uso comum, uma opção que os sócios decidiram utilizar, e que mostra consideração pelo meio ambiente e pela ecologia é o uso de pequenas toalhas individuais de mão, em pano. É uma opção bastante mais sustentável que a utilização de papel.



Figura 10: Tasca das tias Camellas, local de restauração do SBH. Fonte: *website* do SBH – retirado a 22/05/2019.

Existe um aspeto curioso relativo ao serviço do bar que é necessário sobressair: todos os cafés são servidos com um mini poema em formato de pergaminho, enrolado com um pedaço de cordão (figura 11). Alguns dos autores escolhidos são autores portugueses como Fernando Pessoa e seus heterónimos (de obras como “O Livro do Desassossego” e “Odes” de Ricardo Reis, um dos quatro heterónimos de Fernando Pessoa), Vergílio Ferreira (“Conta Corrente IV”), entre outros. Um Exemplo de poema oferecido com o café pode ser o seguinte:

“Adoramos a perfeição, porque não a podemos ter; repugná-la-íamos, se a tivéssemos. O perfeito é desumano, porque o humano é imperfeito.” – O Livro do Desassossego, de Fernando Pessoa.



Figura 11: Em cima, a sala de estar comum do SBH, tanto para hóspedes como para visitantes; em baixo, exemplos dos poemas servidos com o café aos clientes. Fonte: *website* do SBH - retirado a 22/05/2019.

Todos os dias, às 18 horas da tarde, o sino da torre da universidade, popularmente conhecida como “a Cabra”, dá as suas badaladas que assinalam o final do dia para os estudantes. Esse momento assinala o início da “Hora do Vinho”, hora em que a equipa do bar do SBH disponibiliza gratuitamente para os seus hóspedes a prova do seu vinho da casa: o vinho “Antonino Vidal”, que também se encontra disponível para compra no *lobby market* do hotel, junto à receção. Curiosamente, o nome do vinho é uma homenagem a Antonino Vidal, que foi professor na Universidade de Coimbra, diretor do Jardim botânico e dedicado à área do vinho também. Nesta hora, os hóspedes podem disfrutar do seu copo de vinho, quer seja no interior ou no pátio, num momento de relaxamento e/ou de convívio e troca de palavras.

A “tasca das tias Camellas” tem uma capacidade total de vinte e seis pessoas, sendo possível também aos hóspedes pedirem serviço de quarto em vez de comer no espaço comum. Este espaço é composto por várias mesas de madeiras, bem como cadeiras de madeira e metal, um balcão em madeira maciça com luzes suspensas sobre o mesmo, tendo copos e garrafas de álcool arrumados por cima do mesmo. Há determinados pormenores na sala que se devem mencionar, como uma antiga bicicleta, flores, loiças dispostas em armários de madeira escura e um balcão lateral em madeira e uma parede envidraçada com vista para o pátio e para o *lounge*.

Em relação à comida servida no hotel, existe a carta de verão e a carta de inverno e há também o cuidado de ter à disposição opções para vegetarianos e vegans, bem como alterar refeições de acordo com possíveis intolerâncias alimentares dos clientes. O conceito idealizado para os momentos à mesa é o da partilha: de conversa e de histórias, com vinho, queijos e enchidos a acompanhar. Os pratos são pratos tipicamente portugueses, mas um pouco reinventados, servidos em tábuas e panelinhas de ferro, de uma forma mais descontraída e tradicional.

Na tasca das tias Camellas é possível almoçar, lanchar e jantar. As opções de lanche podem variar. Desde um gelado da marca “*Fini*” até uma tosta mista com sumo de laranja natural, entre outras opções. Para as refeições maiores, alguns dos pratos principais servidos atualmente são “Bacalhau à Brás do século XIX”, “Robalo em molho de salsa verde”, “Mousse de espinafres e arroz *Basmati*”, “Salada de Camarão”, “Risoto de espinafres e cogumelos (prato vegetariano)”, “Peito de Frango gratinado”, “Tentúgal de Cabrito com grelos salteados, batata torneada e puré de maçã”. Não descurando as “tábuas de enchidos”, como a especial “Tábua Sapiëntia”, para dois, composta de uma seleção de queijos e enchidos portugueses, frutos secos, compotas, mini empadas de galinha, mini pratos regionais/tradicionais e pão. Como sobremesas, destacam-se o *cheesecake* de frutos vermelhos e a sobremesa “Sapiëntia”, que consiste num *Brownie* com nozes, pipoca caramelizada e gelado.

O pátio, que tem como nome “Pátio das tias Camellas” (figura 12), está situado no meio dos 3 edifícios, decorado com diversas mesas e cadeiras pretas de metal, situadas ao redor de uma nogueira centenária (mais de 180 anos) e um *lounge* logo de seguida com bancos de pedra compridos e cadeirões almofadados, bancos de madeira, mesas e um pequeno fogareiro central que é acendido nos dias mais frios, dispendo o espaço de iluminação noturna (com lâmpadas penduradas na árvore, no centro da esplanada, bem como candeeiros para colocar velas) e de música pré-selecionada que passa também nos corredores do hotel e no *rooftop*. Para dar mais vida e um ambiente ainda mais acolhedor, existe também um tanque onde vive um tartaruga de tamanho médio chamada “Esmeralda” (figura 13).



Figura 12: Pátio das tias Camellas, local de convívio e refeição. Fonte: *website* Ebookers.com, retirado a 22/05/2019.



Figura 13: Tartaruga de estimação do SBH, habita no tanque de água existente no Pátio das tias Camellas. Fonte: Captura da autora a 13/10/2018.

O *rooftop* (figura 14) está localizado no 6º andar do edifício C e é composto por mesas e cadeiras de metal, bem como um balcão com lugares sentados e um bar que apenas funciona raramente e como apoio. A vista é imensa, sendo possível ver o Pátio das Escolas, a Faculdade de Direito, o rio Mondego e toda uma imensidão de locais na cidade.

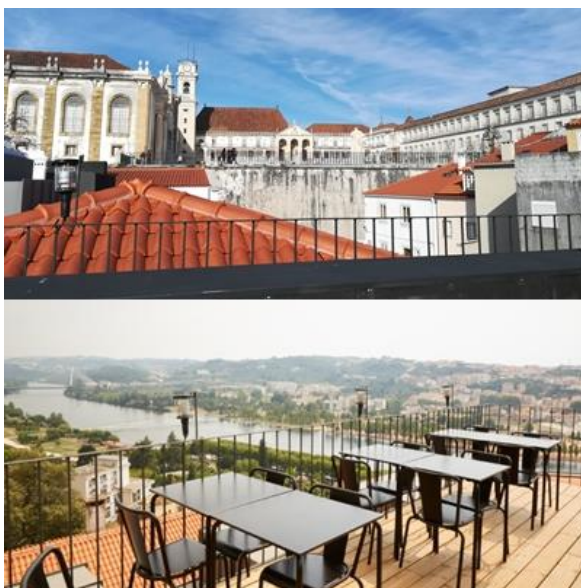


Figura 14: *Rooftop* “Cheio de estrelas” do SBH, no 6º andar no edifício C. Fontes: Captura da autora a 12/12/2018 (em cima) e retirada do *website nit.pt*, a 22/05/2019 (em baixo).

O hotel tem duas entradas: a principal, através do largo Augusto Hilário, e a do pátio (figura 15). Junto à porta de passagem para o pátio, é possível visualizar-se no chão um piso transparente que permite ver uma antiga cisterna do século XVI (figura 16), com sete metros de profundidade, atualmente utilizada como garrafeira do hotel.



Figura 15: Entrada secundária do hotel, que dá acesso ao pátio das tias Camellas, após as obras.
Fonte: Captura da autora a 25/05/2019.



Figura 16: Antiga cisterna do século XVI, atualmente utilizada como garrafeira do hotel.
Fontes: retirado do *website* do SBH, a 22/05/2019 (lado esquerdo) e captura da autora a 12/12/2018 (lado direito).

É possível reservar o espaço do hotel para eventos: casamentos, aniversários e batizados, tendo sempre em conta a capacidade do espaço e os horários dos hóspedes, para não causar incómodo aos mesmos (isto é possível verificando se os hóspedes tencionam jantar no bar do hotel ou tentando conjugar as horas marcadas, reservando sempre mesas para os hóspedes também). Também é possível reservar um dos quartos do hotel, o quarto “Ramalho Ortigão”, para servir de sala de reuniões (figura 17): esse apartamento com 40 metros quadrados adapta-se a uma sala de reuniões com capacidade para um plateia de 20 pessoas ou mesa de reunião para 12. Para este efeito, a sala dispõem de ar condicionado, acesso *wireless*, canetas e folhas de papel, águas, uma tela de projeção e um quadro *flipchart*. Como complemento, é possível requisitar, mediante consulta prévia, o acesso a *welcome drinks*, *cocktails* de boas vindas ou *coffee break* do evento.



Figura 17: Quarto Ramalho Ortigão, o quarto transformado em sala de reuniões. Fonte: Captura da autora a 12/12/2018.

2.2.2 O que o SBH disponibiliza para o hóspede:

Os serviços e requisições que estão disponíveis pelo hotel, são apresentados ao hóspede no livro do apartamento. De seguida, passo a enumerar alguns: adaptadores de tomada (que se podem pedir na receção); *amenities* (para além dos já existentes no quarto, tem à disposição para o hóspede kits de barbear, kits dentários, kits de sapatos, kits de costura, tábua e ferro de passar a ferro, chaleira, entre outros artigos); berço (que pode ser montado previamente à chegada do hóspede se este o requisitar ou após a sua chegada, mediante contato com a receção); cofre (os quartos dispõem de cofre); serviço de *Concierge* (a equipa de receção poderá ajudar o hóspede com todos os seus pedidos e desejos, como por exemplo marcação de mesas, recomendações de restaurantes, arranjos de flores, bilhetes para Museus e Teatros, impressão de documentos, entre outros); mapas e roteiros (disponíveis na receção); serviço de engomadoria; serviço de receção 24 horas por dia; serviço de *room service* entre as 9:00 e as 22:00 horas, entre muitos outros.

2.2.3 O que o SBH disponibiliza ao público em geral:

O hotel disponibiliza programas que executa anualmente, como é o caso da ceia de natal e da ceia de ano novo (cada um com ementas e preços diferentes), bem como programas exclusivos que oferece aos clientes, para momentos únicos e inesquecíveis, como é o caso do programa “Só nós dois é que sabemos” (anexo VII) e do “Às vezes o amor”. O primeiro inclui um jantar exclusivo a dois no *Rooftop* sob um céu estrelado, acompanhado por violinos ou fado e a ainda o acender e lançar a 4 mãos do “Balão dos Desejos”. O segundo inclui uma estadia de 1 noite, com direito a champanhe no *Rooftop* sob um céu estrelado, acompanhado de uma serenata e do acender e lançar a 4 mãos o “Balão dos Desejos”.

O SBH já tinha sido informado pela Câmara Municipal de Coimbra há alguns anos atrás que seria feita a reconstrução da rua José Falcão, onde se localiza o hotel. Mas apenas entre finais de 2018 e inícios de 2019 se iniciaram e terminaram as obras nesta zona histórica. As obras na entrada principal também se iniciaram no corrente ano e acabaram em finais de Abril, com o intuito de fazer uma rampa de acesso a pessoas com mobilidade reduzida, pois a entrada anterior eram escadas de pedra e causava algum transtorno, não só por causa da mobilidade das pessoas mas também pelo transporte da bagagem.

Relativamente ao estacionamento para os hóspedes, o SBH dispõem de 6 lugares na rua José Falcão reservados para o hotel, sendo também possível arranjar estacionamento noutras locais nas proximidades. Agora, que o hotel já pode disfrutar dos resultados das obras na rua e na sua entrada, o maior inconveniente para o hóspede, poderá ser sem dúvida, o estacionamento, que é limitado e apenas no exterior. No entanto, convenientemente, uma parte considerável dos hóspedes chegam e partem de táxi, o que não implica o uso de estacionamento. Quanto à acessibilidade, a meu ver, não é uma dificuldade significativa, visto que se trata de uma zona histórica e que por isso mesmo, apesar de ser um local de menor visibilidade e com um acesso através de uma rua secundária, compensa pela sua localização excelente e pela proximidade dos locais de atração turística ⁴. Os acessos ao hotel, quer sejam de carro ou a pé, melhoraram consideravelmente este ano, graças às recentes obras de requalificação da via pública.

⁴ É importante referir que o SBH recebeu por dois anos consecutivos (2018 e 2019) o prémio Chave de Prata atribuído pela “Boa cama, Boa mesa”, do jornal Expresso.

2.3 A importância do Hotel na comunidade regional e local

O SBH, como hotel de 4 estrelas localizado na zona histórica da cidade de Coimbra, detém um papel fundamental no que toca à comunicação entre o turista que chega a Coimbra e a comunidade local e regional com que este entra em contato. Como hóspedes, os turistas que ficam no SBH dispõem de um *staff* competente que se mostra disponível para os ajudar a compreender melhor a história que está inerente tanto ao espaço do hotel, como aos mais variados espaços culturais da cidade, bem como sendo também possível solicitar por um mapa da cidade e indicações dentro da mesma, seja de locais de atração turística ou seja de locais de restauração para usufruir da gastronomia portuguesa.

Mas não é apenas por palavras que o SBH expande os horizontes culturais do seu visitante, mas também por ações. É possível para o hóspede reservar na receção do hotel, bilhetes para ir ouvir Fado de Coimbra a um dos estabelecimentos mais próximos (o Fado Hilário, parceiro do hotel, embora existam outras casas de fado na cidade), bem como proceder ao aluguer de um veículo *tuk tuk* através da empresa *Tuk a Day*, caso o hóspede deseje visitar a cidade de um modo turístico e com uma visão diferente do comum, que é a de andar a pé. Está disponível o aluguer para entre 3 a 6 pessoas e o preço varia entre o 45 e os 90 euros por viagem. Já fora da cidade, por vezes, é recomendado ao turista por parte do *staff* que visite também a zona histórica de Conimbriga e também o Bussaco. Se o turista for em seguida em direção ao sul, sugerem-se as visitas a Tomar, Fátima, Batalha, Alcobaça e Óbidos.

No entanto, a meu ver, seria importante dar mais atenção à divulgação desses locais, não dando tanto enfoque apenas à cidade em si e à UC, e indo mais além da menção ocasional de Conimbriga e do Bussaco. Zonas como Penacova, Miranda do Corvo, Luso, Montemor-o-Velho, Lorvão, entre outros, seriam importantes de mencionar em acréscimo às anteriores e com maior frequência e empenho, visto que são locais do distrito de Coimbra que se encontram a pouca distância da cidade e que podem ajudar bastante a complementar a visita dos turistas a Coimbra, alargando a influência dos mesmos sobre o território do centro e podendo resultar num maior tempo de estadia e mais dormidas, independentemente de estas serem ou não no SBH. Seria interessante sugerir aos hóspedes uma visita aos restantes locais com classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO, que são o Mosteiro da Batalha (na Batalha), o Mosteiro de Alcobaça (em Alcobaça) e o Convento de Cristo, em Tomar.

Um dos fatores que mostra maior contribuição por parte do hotel no rumo à promoção da região e dos produtos regionais é a existência do chamado “lobby market” (figura 18), junto à recepção do hotel, onde é possível adquirir produtos regionais, tais como: vinhos, bolachas caseiras, compotas, chocolates e objetos de decoração. Mais detalhadamente, as compotas são provenientes de zona de Gouveia, da marca “Companhia das Abóboras”; a granola e a bolacha “Amêndoa Maria” são confeccionadas por uma senhora residente em Coimbra; os pacotes de “Bolachas Acadêmicas” são comprados à pastelaria Vasco da Gama, em Coimbra; o vinho “Antonino Vidal” tem origem no Douro, da vinícola 100 Hectáres (figura 18); a flor de sal vem de Castro Marim; os artigos de decoração são de uma marca dinamarquesa chamada “Nicolas Vahé”; a loiça é da Costa Nova, em Aveiro e por fim os chocolates da marca “Choco Parfait” são confeccionados e vendidos por um estudante de hotelaria.

Ainda assim, o SBH não fica por aqui. Quero dizer com isto que para além da venda destes produtos regionais *in loco*, é importante destacar que a própria mercadoria que o SBH recebe para as suas confeções ao nível da restauração contribui também para o desenvolvimento regional e quiçá nacional. A este nível, o hotel dispõe de várias parcerias comerciais com várias empresas, das quais eu fiz o levantamento: *Aviludo* (Aveiro); *Frutibairrada*: fruta (Coimbra); *Makro* (loja de Coimbra); *Sabores á maneira* (pastelaria e padaria de Santa Clara e Castelo Viegas); *Companhia das Abóboras*: queijos e enchidos (Gouveia- Guarda); *Nespresso*: café; *Licor Beirão* (Lousã); *Gradirripas*: tábuas da comida (Santarém); *Lugrade*: bacalhau (Coimbra); *Nutriva* (Coimbra). Ao nível do serviço de lavandaria do hotel, também dispõem de parcerias locais: *Elis* - lavandaria para os quartos (algumas localizações ao longo da zona centro e Norte) e *Lavandarias Elegante*-lavandaria para os hóspedes (Coimbra).

Assim, é possível verificar que uma boa parte dos produtos vendidos no *lobby market* são da região de Coimbra e a maioria das parcerias do hotel também são regionais, com algumas exceções em ambos os casos. Com isto posso concluir que o hotel está a cumprir o seu papel como alicerce do comércio regional e local, apoiando empresas locais e algumas nacionais e pondo à disposição dos seus hóspedes apenas os melhores produtos regionais e de melhor qualidade.



Figura 18: À esquerda, o *lobby market* do SBH, logo à entrada, onde estão expostos alguns produtos para venda; à direita, o vinho da casa: “Antonino Vidal”. Fonte: Captura da autora a 22/05/2019.

2.4 O perfil do hóspede: Análise dos inquéritos

Este capítulo tem por base uma abordagem prática, ao contrário dos anteriores. Como antes referido, um dos objetivos deste relatório é traçar o perfil do hóspede que pernoita no SBH. Para isso, foi feita a entrega e levantamento de inquéritos presencialmente e em época baixa, como mencionado na metodologia.

Pretendo, mais especificamente, com estes inquéritos, procurar respostas a algumas questões essenciais para definir o perfil do hóspede, como por exemplo: se são maioritariamente pessoas no ativo da sua vida profissional ou não; qual o país de origem da maioria dos hóspedes; o que é que os mesmos acham do hotel (da receção, do bar/restaurante e dos quartos); como souberam da existência do hotel; se acham que o hotel tem um carácter único e porquê, entre outras perguntas.

De seguida mostro os resultados obtidos, por categorias e em formato de texto, gráficos e quadros. Posteriormente apresentarei as conclusões que retirei dos mesmos, no capítulo das considerações finais.

2.4.1 Idade

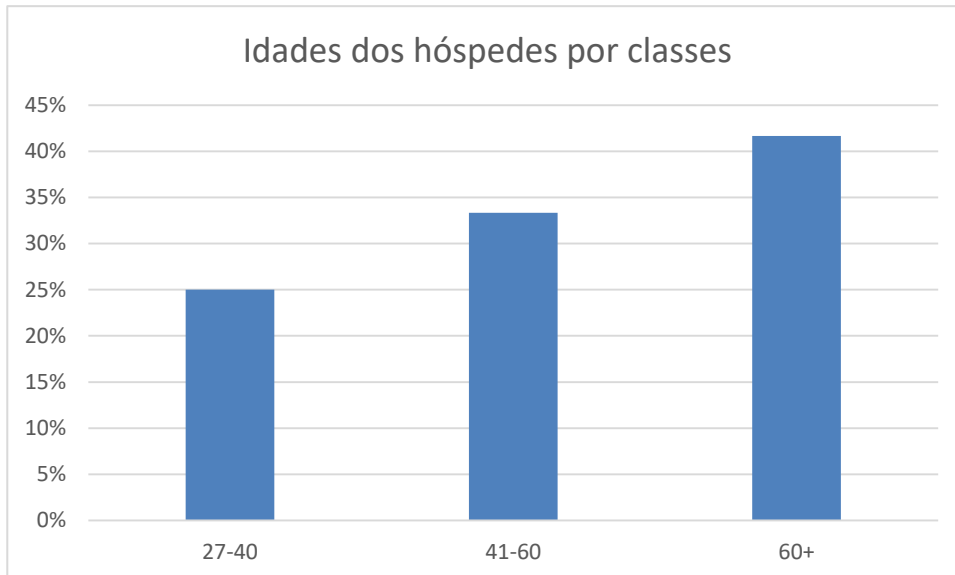


Gráfico 2: Distribuição das idades dos hóspedes do SBH, por classes, no total da amostra. Fonte: Elaboração da autora.

Ao olharmos para o gráfico 2, podemos verificar claramente que mais de 40% dos hóspedes que visitaram o SBH no período da amostra foram hóspedes com 60 ou mais anos de idade, sendo que o inquirido mais novo tinha 27 anos (sexo feminino) e os dois mais velhos com 79 (ambos do sexo masculino). No entanto, naturalmente, alguns hóspedes adultos viajam acompanhados de crianças, mas esse fator não é tido aqui em consideração pois o alvo da amostra são adultos.

Após ter distribuído os inquéritos pessoalmente, posso confirmar que a grande maioria das pessoas com quem falei eram de idade mais avançada, adultos e séniores, alguns deles reformados, como já mencionei.

2.4.2 Género

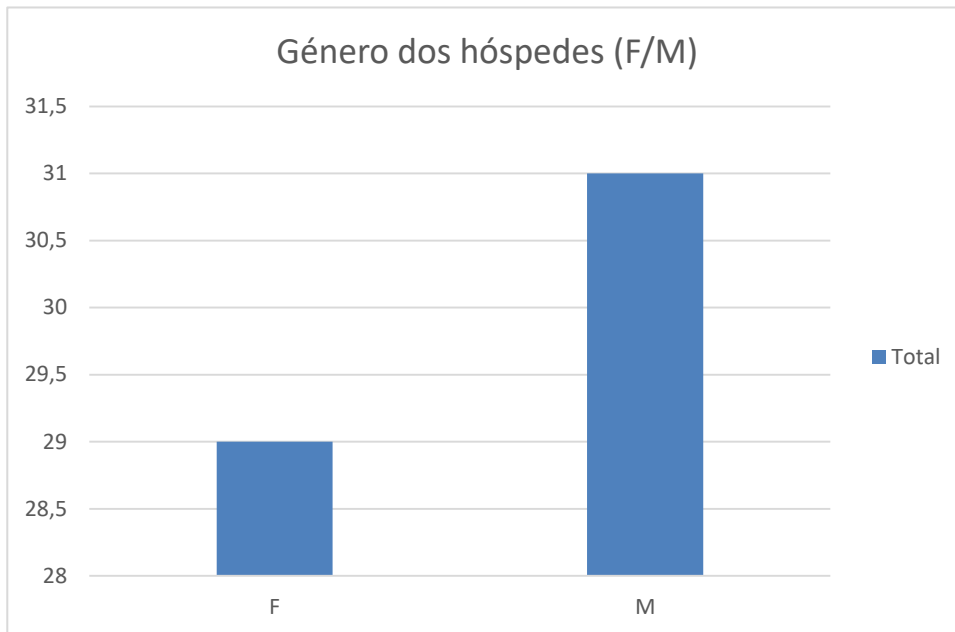


Gráfico 3: Distribuição do género dos hóspedes no total da amostra. Fonte: Elaboração da autora.

Ao observarmos o gráfico 3, relativo aos géneros dos hóspedes, podemos constatar de imediato que dentro do limite da amostra recolhida, a maioria dos inquiridos foram indivíduos do sexo masculino, mas que a diferença para o sexo feminino é reduzida, apenas mais dois homens que mulheres (29 mulheres e 31 homens).

2.4.3 Nacionalidade dos hóspedes

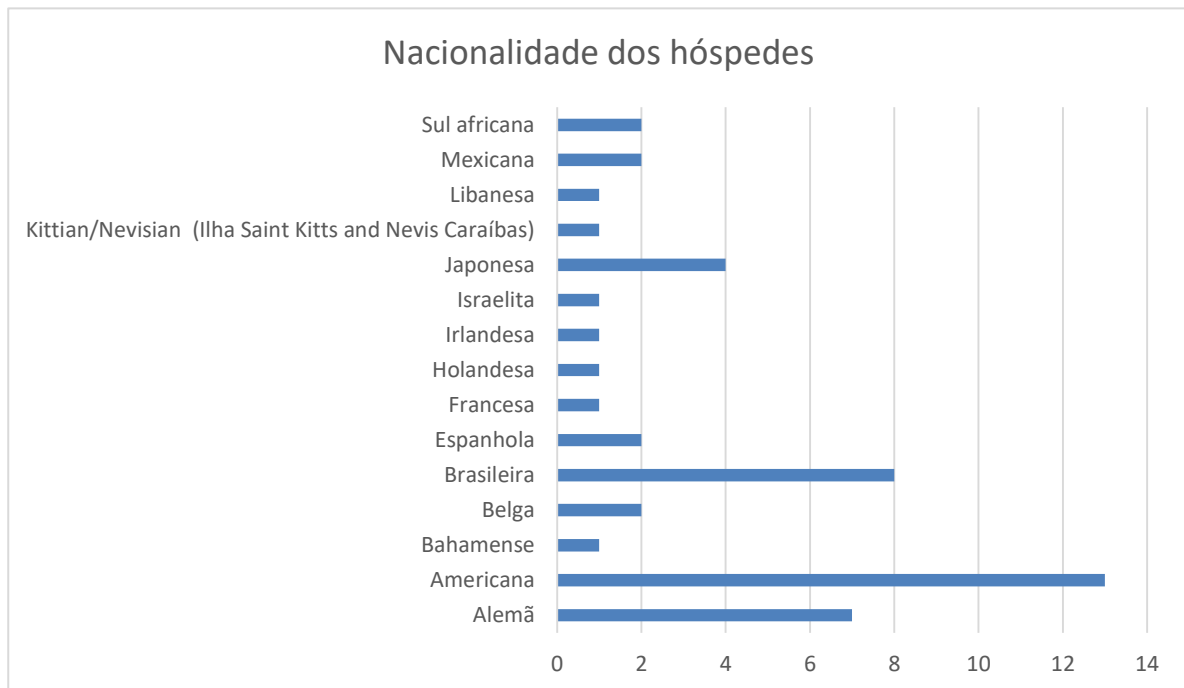


Gráfico 4: Distribuição das Nacionalidades dos hóspedes do SBH, no total da amostra. Fonte: Elaboração da autora.⁵

Dentro do total dos inquiridos desta amostra exploratória, podemos confirmar pelo gráfico 4 que o top 3 de nacionalidades é composto pela Americana (1º), seguindo-se a Brasileira (2º) e a Alemã (3º). De seguida, em porções menores, temos a nacionalidade Japonesa (com 4 pessoas) e as nacionalidades Belga, Espanhola, Mexicana e Sul-Africana com 2 pessoas cada. Todas as outras apresentaram apenas uma pessoa na contagem.

⁵ Estes valores, tal como todos os valores dos outros gráficos, podem oscilar e/ou mudar conforme as épocas e alturas do ano. Note-se também que muitos dos inquiridos não colocaram nacionalidade e/ou país de residência, de modo que não é possível averiguar se houve alguma pessoa portuguesa. Caso tenha havido, não mencionou ser, porque ninguém colocou “Portugal” como país de residência nem “portuguesa” como nacionalidade.

2.4.4 Ocupação profissional dos hóspedes

Relativamente à ocupação profissional dos inquiridos, as respostas variaram bastante ao nível de profissões, maioritariamente cargos médios a altos em termos de rendimento, entre elas quatro respostas “engenheiro”, quatro respostas “Professor(a)”, três cargos diferentes ligados ao turismo, um “Médico”, uma “Doutora”, três “Juizes(as)”, um “Chanceler Universitário”, um “Diretor geral”, um “Advogado”, uma “Enfermeira”, um “Psicólogo, uma “Agente Imobiliária”, entre outros. No entanto, treze responderam que eram “reformados(as)” e quatro responderam “Dona de Casa”. Concluo com isto que, de modo generalizado, o hóspede do SBH é um hóspede razoavelmente abastado e que na maioria dos casos mostra ter ou ter tido uma carreira promissora.

2.4.5 Países de residência dos hóspedes

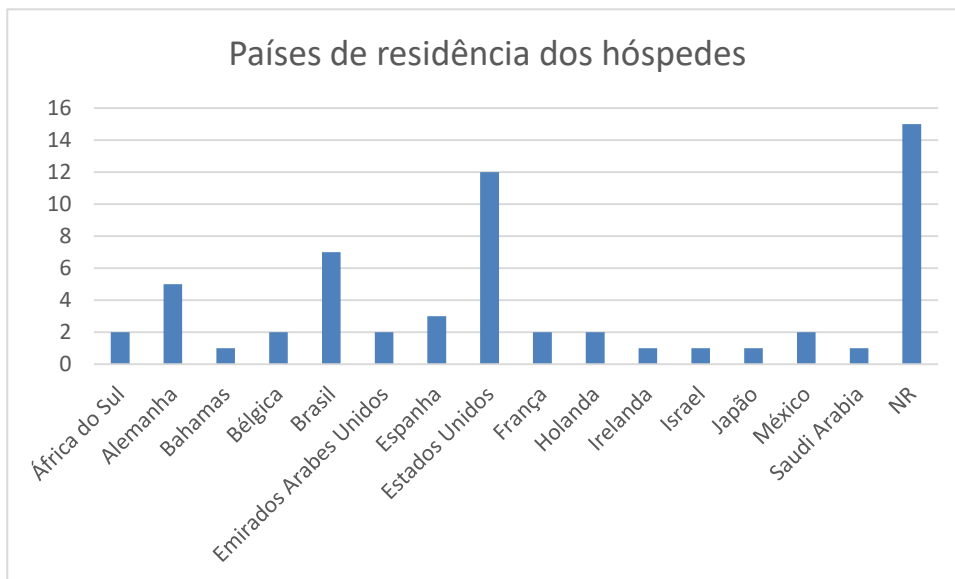


Gráfico 5: Distribuição dos países de residência dos hóspedes do SBH, no total da amostra. Fonte: Elaboração da autora.

Houve um aspeto interessante que pude reparar à medida que inseria os dados da amostra no programa *excel*. Alguns dos indivíduos inquiridos responderam que tinham uma nacionalidade que não coincidia com o seu país de residência, o que é algo completamente comum, mas que me chamou à atenção, por exemplo: uma japonesa de 67 anos que vive em França ou uma alemã de 79 que vive na Holanda.

No entanto, como se pode verificar no gráfico 5, a maioria das pessoas questionadas absteve-se a responder à questão, o que infelizmente não me permite ter uma noção total para a análise. Mesmo assim, com as respostas conseguidas, é possível depreender que os três países com maior número de respostas continuam a ser os mesmos das Nacionalidades (gráfico 4): Estados Unidos (1º), Brasil (2º) e Alemanha (3º). Conclui que a maioria das pessoas vive no país onde nasceu, salvo um pequeno número de exceções.

2.4.6 Primeira vez em Coimbra?

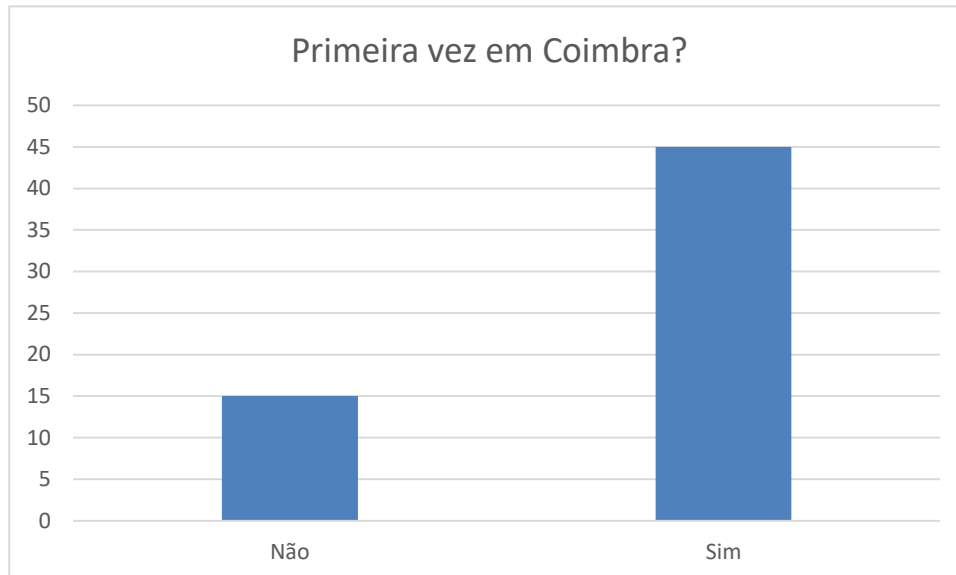


Gráfico 6: Distribuição de respostas dos hóspedes do SBH quando questionados se é a primeira vez na cidade. Fonte: Elaboração da autora.

Quando questionados se era a primeira vez que visitavam a cidade de Coimbra, a grande maioria respondeu que sim, o que já seria de esperar, visto que a maior afluência de turistas no SBH é, em geral, turistas estrangeiros, havendo alguns portugueses pontualmente. Através do gráfico 6, podemos confirmar que das 60 pessoas que participaram na amostra, 45 estiveram pela primeira vez na cidade.

2.4.7 Qual a razão da sua visita?

Dentro do grupo de pessoas que estiveram a visitar Coimbra pela primeira vez, foi-lhes perguntado o motivo da sua visita à cidade, ao que 41 responderam em “Turismo”, 5 responderam por motivos de “Trabalho/Negócios” e 14 pessoas abstiveram a sua resposta a esta questão. Claramente, mesmo com 14 respostas em branco, dá para perceber que a maioria dos hóspedes questionados deslocaram-se à cidade de Coimbra por motivos turísticos e de lazer.

2.4.8 Porque voltaram?

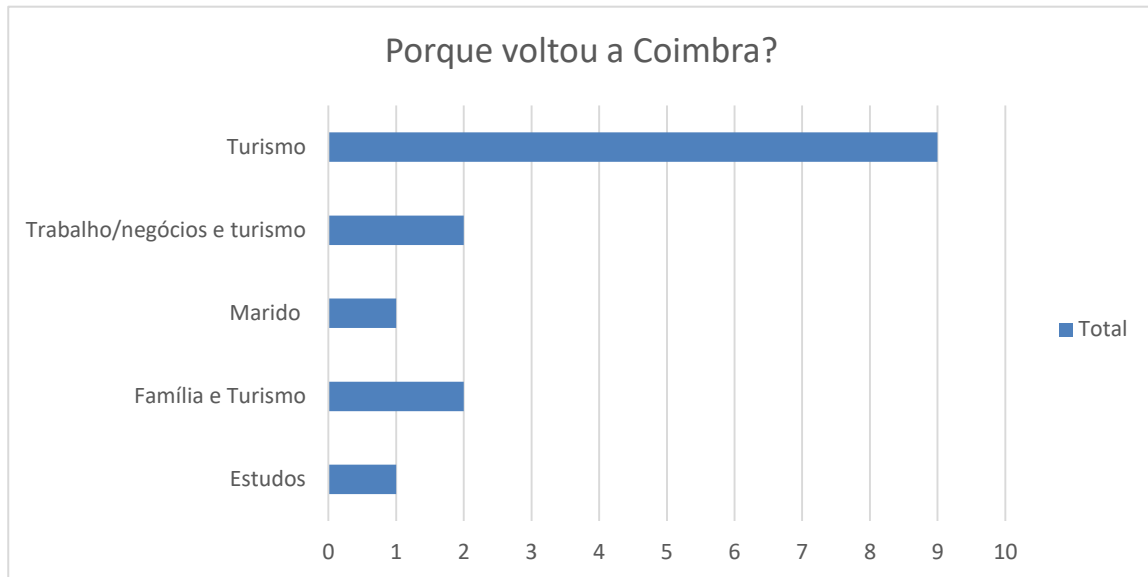


Gráfico 7: Distribuição de respostas dos hóspedes do SBH quando questionados sobre o porquê do seu retorno à cidade. Fonte: Elaboração da autora.

Ao contrário dos anteriores, as pessoas que responderam não ser a sua primeira visita à cidade, foram interrogadas pelo motivo do seu retorno. Como se pode confirmar pelo gráfico 7, o turismo continua a ser o maior motivo de vinda, quer seja para as pessoas na sua primeira visita ou não. No entanto, surgem outros fatores a ter em consideração, como a vida familiar e os estudos, que apesar de serem uma mínima parte da amostra, não deixam de ser motivos válidos e importantes para um resultado mais diversificado de respostas.

2.4.9 Como teve conhecimento do SBH?

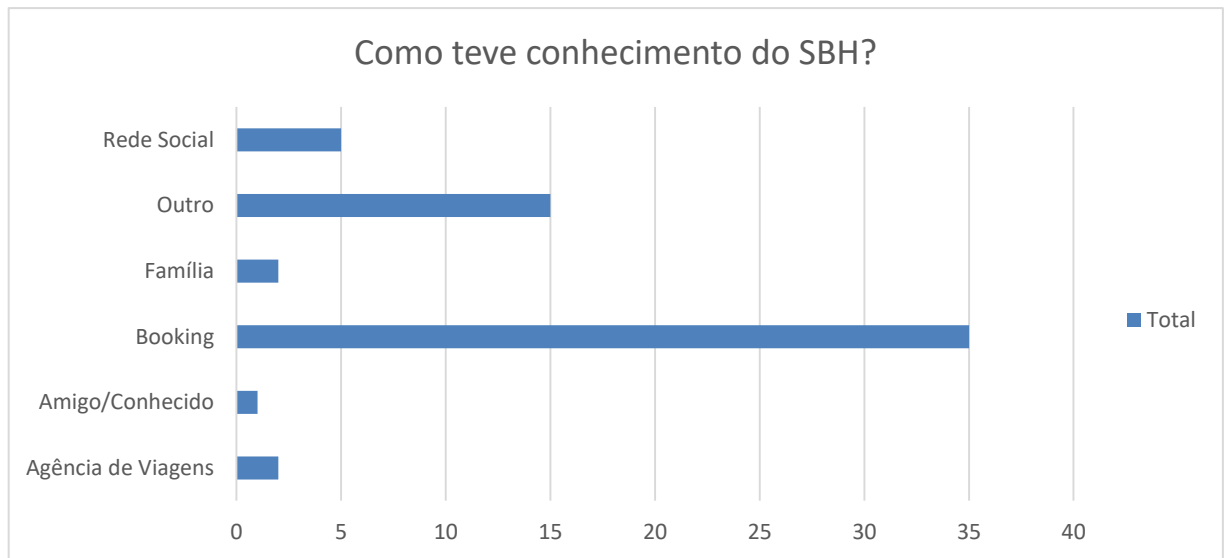


Gráfico 8: Distribuição de respostas dos hóspedes do SBH quando questionados sobre como tiveram conhecimento do hotel. Fonte: Elaboração da autora.

Ao observar o gráfico 8, imediatamente nos deparamos com um fator desproporcionalmente maior que os outros. A maioria dos hóspedes respondeu que teve conhecimento do SBH através do *website* da *Booking* (*www.Booking.com*), o que é normal visto que é um dos *websites* mais conhecidos no mundo de avaliação e aluguer de alojamentos. De seguida, as respostas com um maior número de seleção foram a opção “Outro” e a opção “Rede Social”, sendo que algumas pessoas especificaram qual: a resposta “Tripadvisor” ocorreu por 7 vezes; “Internet” surge 3 vezes; “Hotels.com” surge duas vezes, “blog” aparece por duas vezes, entre outras especificações.

2.4.10 Já pernoitou em Coimbra?

Consegui inferir também que apenas quatro já tinham pernoitado em algum alojamento turístico de Coimbra, sendo que três responderam em “Vários” e um respondeu especificamente a “Residencial Botânico”.

2.4.11 Sentiu-se bem-vindo?

Quando questionados se se tinham sentido bem-vindos na altura da sua chegada ao hotel, todos os inquiridos responderam afirmativamente, ou seja todos se sentiram bem-vindos no mesmo, o que demonstra uma tendência para o bom atendimento ao público por parte do *staff* do hotel.

2.4.12 Avaliação dos serviços ao hóspede

Avaliação dos serviços ao hóspede

	Receção	Bar/Restaurante	Quartos
<i>3 valores</i>	_____	1/57	2/54
<i>4 valores</i>	7/60	8/57	4/54
<i>5 valores</i>	53/ 60	48/57	48/54
<i>Branco e/ou Nulo</i>	_____	3/57	6/54
<i>Respostas (Total):</i>	60	57	54
<i>Média:</i>	4,88	4,82	4,85

Quadro 4: Avaliação dos hóspedes aos serviços principais que o hotel oferece. Fonte: Elaboração da autora.

O quadro 4 mostra o processo de cálculo da média das respostas em cada uma das três categorias. Este cálculo permitiu-me chegar a uma conclusão relativamente à opinião dos hóspedes desta amostra sobre os serviços primários do hotel. Como se pode comprovar pelos números da última linha do quadro, a média mais alta foi atribuída à receção do hotel com 4,88 em 5, seguindo-se os quartos, com 4,85 em 5 e por fim o bar/restaurante, com 4,82 em 5. Contudo, as diferenças entre os valores de cada categoria não se revelam significativas, pois tratam-se de três valores aproximados uns dos outros. A meu ver, este resultado é bastante positivo, quer nos números quer na ordem de preferência dos hóspedes, pois atua como uma prova da qualidade do hotel.

2.4.13 Qual o tipo de turismo que lhe interessa mais?

No que toca às preferências em termos de tipo de turismo, foram colocadas as seguintes opções possíveis de assinalar para a pergunta “Como turista em Coimbra, qual o tipo de turismo que lhe interessa mais?”: “Histórico/Cultural”; “Religioso”; “Arqueológico”; “Negócios”; “Eventos”; “Património Imaterial (Fado, Gastronomia...)” e “Outro”. Quase todos os inquiridos mostraram interesse pelo turismo Histórico/Cultural, salvo cerca de quatro. Uma boa parte limitou-se a seleccionar apenas esse segmento, mas alguns mostraram preferência em aliar esse tipo de turismo com o Património Imaterial. Depois destes dois, o Turismo ligado à Arqueologia é o 3º com mais poder nesta amostra, seguindo-se o religioso, com apenas três menções e o de negócios e eventos ambos com uma. Houve também um inquirido que sugeriu um segmento diferente: “Turismo Integrado – Fado, Gastronomia, Histórico”.

Esmioçando os interesses revelados na pergunta anterior, pude constatar, através de uma sub-questão, quais os locais Histórico/Culturais que mais despertariam interesse aos inquiridos. Assim, revelou-se que os locais de maior interesse são, por ordem decrescente, os “Edifícios Históricos”, as “Igrejas/Catedrais/Mosteiros”, as “Muralhas/Castelos”, os “Museus”, as “Ruínas Antigas” e por fim, com um número bastante menor, os “Cineteatros/Anfiteatros (antigos ou recentes)”.

2.4.14 Já ouviu falar do conceito "Boutique hotel"?

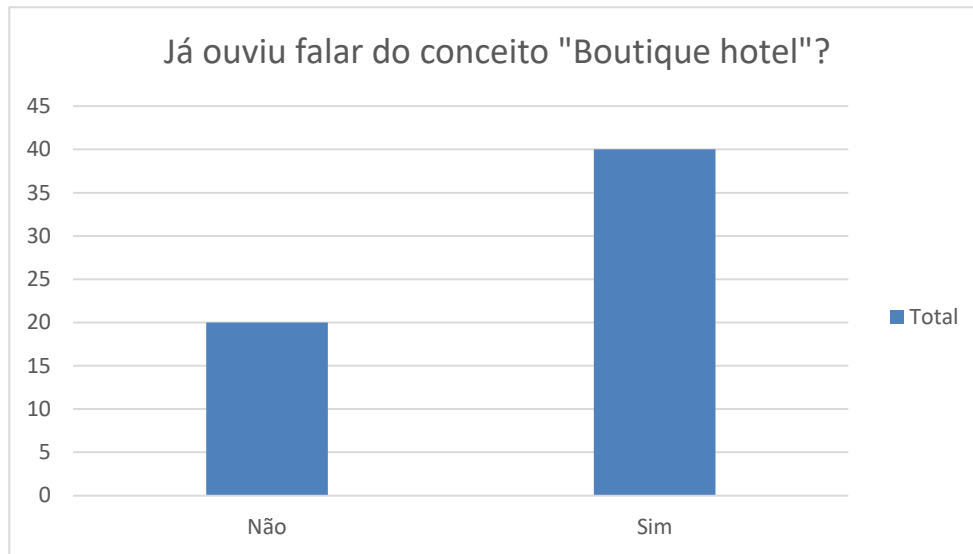


Gráfico 9: Distribuição de respostas dos hóspedes do SBH quando questionados se já tinham ouvido falar do conceito “Boutique hotel”. Fonte: Elaboração da autora.

Com base na observação do gráfico 9, facilmente se percebe que 40 das 60 pessoas já tinham ouvido falar do conceito de boutique hotel. Este conceito que define um hotel como sendo de pequena escala (entre 10 a 100 quartos), com grande individualidade e interatividade (contato entre o hóspede e os empregados), caracterizado também pelos seus elementos de decoração e *design* modernos, podendo estes ser ou não vendidos ao público (no caso do SBH, existe um *lobby market*).

2.4.15 O SBH é um hotel único? Porquê?

Eis a questão final: “**Por fim, gostaria de saber se considera o *Sapiaentia Boutique Hotel* um hotel único, que se destaca?** Considerando a qualidade do mesmo, os seus quartos, os seus espaços comuns, a comida servida e a sua temática e decoração (que gira em torno da literatura portuguesa, aliada à gastronomia e vinho também português) ”. Importa expressar que todos afirmaram que “Sim”, mas nem todos o justificaram.

Na página seguinte, observe-se o quadro 5, onde exponho alguns dos comentários positivos e todos os negativos que encontrei redigidos ao longo de toda a amostra de inquiridos. No total, houve 44 comentários positivos (uns mais simples outros mais extensos) e 5 apontamentos negativos. Procedi à tradução daqueles que estavam escritos em inglês, que se revelaram ser a maioria.

Comentários positivos	Comentários negativos
“Para além da localização, o edifício em si e o <i>design</i> interior é excepcional. Preserva a estrutura antiga e adiciona um toque único na decoração.”	Falta de caixote do lixo no quarto
“Para mim, um dos melhores hotéis que já fui.”	Dificuldade de acesso de carro
“Muito uma combinação de respeito pelos valores históricos e tendências modernas (comida, <i>design</i>). Arrependemo-nos de ficar apenas uma noite! Os lençóis de algodão e fronhas... Fora deste mundo! Nós gostamos realmente da nossa (curta) estadia!”	Falta de suporte para a bagagem nos quartos
“Não faz parte de uma cadeia. Sente-se muito original. Foi uma experiência que não vou conseguir em outro lugar. ”	Chuveiro fraco no quarto
“Tem uma excelente equipa, é muito acolhedor, a decoração é muito gira e impera o bom gosto.”	O <i>website</i> devia ser melhorado
“Considero um hotel único pois reúne serviço excelente, <i>design</i> moderno combinando com história e respeitando o património.”	
“Porque a estada na cidade se faz mais interessante, aliando o turismo com a cultura local em escala ampla, o que permite ao hóspede conhecer de perto aspetos próprios da literatura portuguesa, além de valorizar a gastronomia e os vinhos de Portugal. O <i>Sapiencia Boutique Hotel</i> está de parabéns.”	
“As comodidades, a decoração, os quartos, maravilhoso! Quem me dera que pudéssemos ficar mais tempo! ”	
“Detalhes de grande qualidade. Simpatia dos funcionários. Vista de fim do dia no terraço”	
“Pela singularidade e excelente integração na zona histórica de Coimbra”	

Quadro 5: Quadro comparativo de comentários dos hóspedes. Fonte: Elaboração da autora.

3. Considerações finais

Após toda a pesquisa e análise efetuadas, passo a expor em seguida as minhas considerações finais a respeito dos vários conteúdos abordados ao longo deste relatório.

Começando pelo Turismo Cultural, está clarificado que, apesar de eventuais divergências entre autores e entidades, o Turismo Cultural é uma parte integrante essencial em todo o setor turístico, pela motivação que desperta no turista para sair da sua área de residência e expandir os seus conhecimentos e a sua cultura geral, evitando cair num turismo rotineiro e mais limitado, como o turismo balnear. Através deste tipo de turismo, o turista relaciona-se não só com o espaço e com as pessoas que o habitam, mas também com a sua história ancestral que exerce uma carga cultural positiva no território. O turismo e a cultura “andam de mãos dadas”, e é nas cidades, seja qual for a sua dimensão, que mais se pode ver o potencial para a prática deste tipo de turismo. Nestas há uma história por contar, desde o seu núcleo (a zona do centro histórico) até à sua periferia.

Coimbra é sem sombra de dúvidas uma cidade dotada de um peso cultural e histórico imenso, com mil e um contos para contar e tanto para se ver, no que concerne ao património edificado (Universidade, Igrejas, Catedrais, Mosteiros ...) como ao património imaterial (Gastronomia e Fado), que são as vertentes que mais se destacam dentro da cidade. Em 2013, com a classificação da UNESCO, Coimbra ascendeu a um estatuto de notável consideração mundial ao nível do património. Assim, surgiu mais um motivo para alcançar a atenção dos turistas (quer portugueses, quer estrangeiros) e os motivar a visitarem a “cidade dos estudantes”, enriquecendo assim os seus conhecimentos.

O SBH, na alta da cidade, destaca-se por diversos fatores, como o da sua localização, da sua arquitetura moderna aliada à preservação das raízes históricas do local, do seu *design* de interiores e exteriores e do seu *staff* empenhado em fornecer o melhor atendimento possível. Mas é o fator da temática “Books and Wine” que vai diferenciar este hotel, com a sua homenagem à literatura portuguesa (na decoração e serviço de bar) e aos vinhos nacionais. Juntos, proporcionam momentos de convívio e serenidade, num conceito diferente e inovador. Após resolvida a inconveniência da acessibilidade pela entrada principal, o fator menos favorável, neste momento a meu ver, para o SBH é o facto do *website* do hotel estar apenas disponível em português. Quanto ao estacionamento, não haverá muito a fazer, como de resto, todos podemos entender, visto tratar-se de uma zona histórica com espaços limitados.

Através dos inquéritos, pude aperceber-me que o perfil do hóspede que pernoita no SBH é o de um hóspede predominantemente acima dos 40 anos (maioria com 60 ou mais) e cujas ocupações profissionais podem variar bastante, mas que por norma tem uma posição superior no seu local de trabalho ou é reformado(a). Quanto às nacionalidades, são geralmente mais estrangeiros que visitam Coimbra pela primeira vez por motivos ligados maioritariamente ao turismo e têm quase todos interesse pelo turismo histórico-cultural. A maior parte tem conhecimento do hotel pela internet, nomeadamente pela *Booking*, por uma rede social ou *blog/website* de viagens e são poucos os que já alguma vez pernoitaram na cidade num alojamento turístico.

Ao nível da satisfação, o hotel recebe algumas queixas por vezes, como qualquer alojamento hoteleiro, mas o *feedback* geral conseguido por esta amostra revelou que todos os hóspedes inquiridos se sentiram bem-vindos e gostaram bastante das instalações e serviços do hotel, tendo todos eles considerado o SBH como um hotel único, pelos mais variados motivos (expressos no quadro 5).

Em síntese, remetendo ao título dado a este relatório, concluo que o SBH é uma opção inovadora de estabelecimento hoteleiro, que reúne os requisitos necessários para uma agradável estada na cidade de Coimbra, o que se pode comprovar desde a decoração dos espaços, onde se mistura do antigo com o moderno, até às variadas ofertas disponíveis (desde a gastronomia aos serviços prestados). Também pela sua proximidade com o extenso património cultural e histórico que Coimbra possui. É um exemplo de sucesso de como o reaproveitamento de edifícios antigos num centro histórico pode dar uma nova vida ao mesmo.

Bibliografia

- Alarcão, J. de. (1999). *A evolução urbanística de Coimbra: das origens a 1940*. Cadernos de Geografia. Obtido de <https://digitalis-dsp.uc.pt/handle/10316.2/41012>
- Azevedo, F. D. A. S. M. (2010). *O papel do sector do turismo na reabilitação urbana da baixa do Porto* (Universidade do Porto). Obtido de <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57697/1/000143778.pdf>
- Barbosa, R. J. S. (2014). *A Influência das indústrias criativas sobre o turismo na cidade do Porto* (Escola Superior do Porto). Obtido de https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/10219/1/ricardo_Azeve.pdf
- Carvalho, M. J. E. de. (2011). *O Centro Histórico na Dinamização das Cidades - O Centro Histórico do Porto* (Universidade do Porto). Obtido de <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/57334>
- Figueiredo, F. B., & -Duarte, A. L. (2017). *A reforma pombalina da Universidade de Coimbra e a institucionalização das Ciências Matemáticas e Astronómicas em Portugal*. Em Imprensa da Universidade de Coimbra (Ed.), *A Universidade pombalina: ciência, território e coleções científicas*. Coimbra. obtido em https://digitalis.uc.pt/pt-pt/livro/reforma_pombalina_da_universidade_de_coimbra_e_institucionaliza%C3%A7%C3%A3o_das_ci%C3%A2ncias_matem%C3%A1ticas_e
- Fortuna, C. & Gomes, C. G. S. (2013). *Turismo, cidade e Universidade: o caso de Coimbra*. Em Imprensa da Universidade de Coimbra (Ed.), *Turismo e Cultura Destinos e Competitividade*. Obtido de https://digitalis.uc.pt/pt-pt/livro/turismo_cidade_e_universidade_o_caso_de_coimbra
- Fundação de Serralves. (2008). *Estudo Macroeconómico - Desenvolvimento de um cluster de indústrias criativas na região do Norte*. Obtido de [https://www.serralves.pt/fotos/editor2/inserralves/Estudo Macroeconomico Desenvolvimento de um Cluster de Industrias Criativas da Regiao do Norte.pdf](https://www.serralves.pt/fotos/editor2/inserralves/Estudo_Macroeconomico_Desenvolvimento_de_um_Cluster_de_Industrias_Criativas_da_Regiao_do_Norte.pdf)
- Garrido, Á.F.R (2008). *A Universidade e o Estado Novo: De “corporação orgânica” do regime a território de dissidência social*. Revista Crítica de Ciências Sociais, (81), 133–153.

<https://journals.openedition.org/rccs/656>

- Gastal, S. & Palma, V. R. (2013). *Historic Gardens and Patrimonialization by UNESCO: The Botanical Garden of Coimbra, Portugal*. 123–142. Obtido de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cics_ebooks/article/view/2561
- Gomes, A. L. A. (2013). *Turismo Cultural e Museus: o caso do Museu do Abade de Baçal*. Obtido em <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/36095>
- Gomes, C. G. S. (2012). *A cidade e o turismo: dinâmicas do turismo urbano em Coimbra*. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/310805941_A_cidade_e_o_turismo_dinamicas_do_turismo_urbano_em_Coimbra
- Gomes, C. G. S. (2008). *A (re)criação dos lugares. Coimbra: cidade e imaginário turístico* (Universidade Nova de Lisboa). Obtido de https://www.academia.edu/468306/A_re_criacao_dos_lugares_Coimbra_cidade_e_imaginario_turistico
- Gomes, C. G. S. (2011, Abril). *A cidade, o turismo e a (re)invenção dos lugares: Ausências e emergências nos imaginários turísticos urbanos*. 366. Obtido de <https://ces.uc.pt/en/publicacoes/outras-publicacoes-e-colecoes/oficina-do-ces/numeros/oficina-366>
- Guerreiro, C. J. C. (2018). *O Património Mundial da UNESCO em Portugal continental e a animação turística : uma proposta de roteiro cultural para a empresa Go ! Leisure & Heritage* (Universidade de Coimbra). Obtido de <https://eg.uc.pt/handle/10316/82554>
- Margarido, A. P. (1987). *A morfologia urbana da «Alta» de Coimbra: ensaio sobre o traçado da malha e sua evolução*. Cadernos de Geografia, (6). Obtido de https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/40551/1/A_morfologia_urbana_da_Alta.pdf
- Martins, A. F. (1983). *Esta Coimbra: Alguns apontamentos para uma palestra*. Cadernos de Geografia, (1), 35–78. Obtido de https://digitalis.uc.pt/pt-pt/artigo/esta_coimbra_alguns_apontamentos_para_uma_palestra
- Marujo, M. N. (2014). *A Cultura, o Turismo e o Turista: Que Relação?* Revista Turydes: Revista de

- Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 7(16), 1–12. Obtido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turista-cultural.pdf>
- Marujo, M. N. (2015, Junho). *O Estudo Académico Do Turismo Cultural*. 8(18), 1–19. Obtido de https://www.researchgate.net/publication/290997938_O_ESTUDO_ACADEMICO_DO_TURISMO_CULTURAL/download
- Monteiro, M. da S. (2016). *A Evolução da paisagem urbana da Alta de Coimbra*. Obtido de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/32629>
- Moreira, C.C.O. (2013). *Turismo, Território e Desenvolvimento Competitividade e Gestão Estratégica De Destinos*. Universidade de Coimbra.
- Moreira, C.C.O, Fernandes, J. L.J & Santos, N.N.P.dos. (2015). *From Coimbra to Figueira da Foz : field trip*. *Cadernos de Geografia*, (34). Obtido de https://digitalis.uc.pt/en/artigo/coimbra_figueira_da_foz_field_trip
- Peixoto, P.J.M. (2000, Fevereiro). *Gestão estratégica das imagens das cidades: Análise de mensagens promocionais e de estratégias de marketing urbano*. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (56). Obtido de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/10901>
- Pereira, J. F. R. (2016). *O potencial da classificação da Universidade, Alta e Sofia como Património Mundial da UNESCO para a divulgação do destino* (Escola Superior de Educação de Coimbra). Obtido de https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/17685/1/JOANAF_PEREIRA.pdf
- Pinto, B. C. (2016). *A Importância Hoteleira na Retenção de Turistas no Concelho de Coimbra* (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril). Obtido de <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/18233>
- Queirós, F. (2007). *Reabilitação de Centros Históricos* (Universidade de Coimbra). Obtido de <http://www4.fe.uc.pt/fontes/trabalhos/2007007.pdf>
- Sebastião, A. S. C. (2010). *Planeamento estratégico para o Centro Histórico de Torres Vedras*. Universidade de Lisboa. Obtido em <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/3862>
- Vilas Boas, R. N. da S. (2010). *A Rua larga de coimbra das origens à actualidade*. Universidade de Coimbra. Obtido de <https://eg.uc.pt/handle/10316/14648>

- Oliveira, M. (2014). *A Influência dos Eventos na Taxa de Ocupação Hoteleira* Study Case - *Montebelo Viseu Hotel & Spa*. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Obtido de https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/8757/1/2014.04.005_.pdf
- Books & Wine*. (2018). Obtido de <https://bebespontocomes.pt/2018/07/25/books-wine/>
- Sapiaentia Boutique Hotel | Books & Wine Hotel*. (s.d.) Obtido de <http://www.sapiaentiahotel.com/>
- Universidade de Coimbra Alta e Sofia — Património Mundial. (s.d.) Obtido de <http://worldheritage.uc.pt/pt/>
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE). (s.d.) Obtido de https://ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main
- PORDATA - Estatísticas, gráficos e indicadores de Municípios, Portugal e Europa. (s.d.) Obtido de <https://www.pordata.pt/>
- Sapo Mapas. (s.d.) Obtido de <http://mapas.sapo.pt/?ll=39.577629%2C-7.845068&z=7&t=m&theme=Map>
- Universidade de Coimbra. *História da Ciência na UC*. (s.d.) Obtido de https://www.uc.pt/org/historia_ciencia_na_uc/Textos/cienciaseexactas/areformapombalina
- Correio da Manhã. (2015). *Turistas Estrangeiros em Coimbra aumentaram 19% em 2014*. Obtido de https://www.cmjornal.pt/economia/detalhe/turistas_estrangeiros_em_coimbra_aumentaram_19_em_2014
- Observador. (2016). *Aeminium, a antiga cidade romana de Coimbra, de que hoje só restam vestígios*. Obtido de <https://observador.pt/2016/02/08/aeminium-antiga-cidade-romana-coimbra-hoje-so-restam-vestigios/>
- UCCLA | Coimbra. (s.d.) Obtido de <https://www.uccla.pt/membro/coimbra~>
- Coimbra | All About Portugal. (s.d.) Obtido de <https://www.allaboutportugal.pt/pt/coimbra>
- Câmara Municipal de Coimbra. (s.d.). *Viver o Património em Coimbra*. Obtido de <https://www.cm-coimbra.pt/areas/visitar/planear-a-visita/roteiros/viver-o-patrimonio-em-coimbra>

Câmara Municipal de Coimbra. (s.d.). *Património Mundial do Centro*. Obtido de <https://www.cm-coimbra.pt/areas/visitar/planear-a-visita/roteiros/patrimonio-mundial-do-centro>

Universidade de Coimbra. (s.d.). *O Bem / The Property*. Obtido de <http://www.uc.pt/ruas/property>

Pequena Rececionista. (s.d.). *Sapiencia, o Boutique Hotel de 4* em Coimbra*. Obtido de <https://apequenarececionista.blogspot.com/2017/07/sapiencia-o-boutique-hotel-de-4-em.html>

Jornal de negócios. (s.d.) *Portugal sobe a terceiro país mais pacífico do mundo*. Obtido de <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/portugal-sobe-a-terceiro-pais-mais-pacifico-do-mundo>

Universidade de Coimbra | Faculdade de Letras. (s.d.) *Normas para apresentação de dissertações, relatórios e trabalhos de projeto*. Obtido de https://www.uc.pt/fluc/regulamentos_normas/normas12/dissertacoes_relatorios_trabalhosprojeto

Conselho local de ação social de Coimbra. (2018). *Diagnóstico social do concelho de Coimbra*. Obtido de <https://www.cm-coimbra.pt/wp-content/uploads/2018/06/Diagno%CC%81stico-Social-2018.pdf>

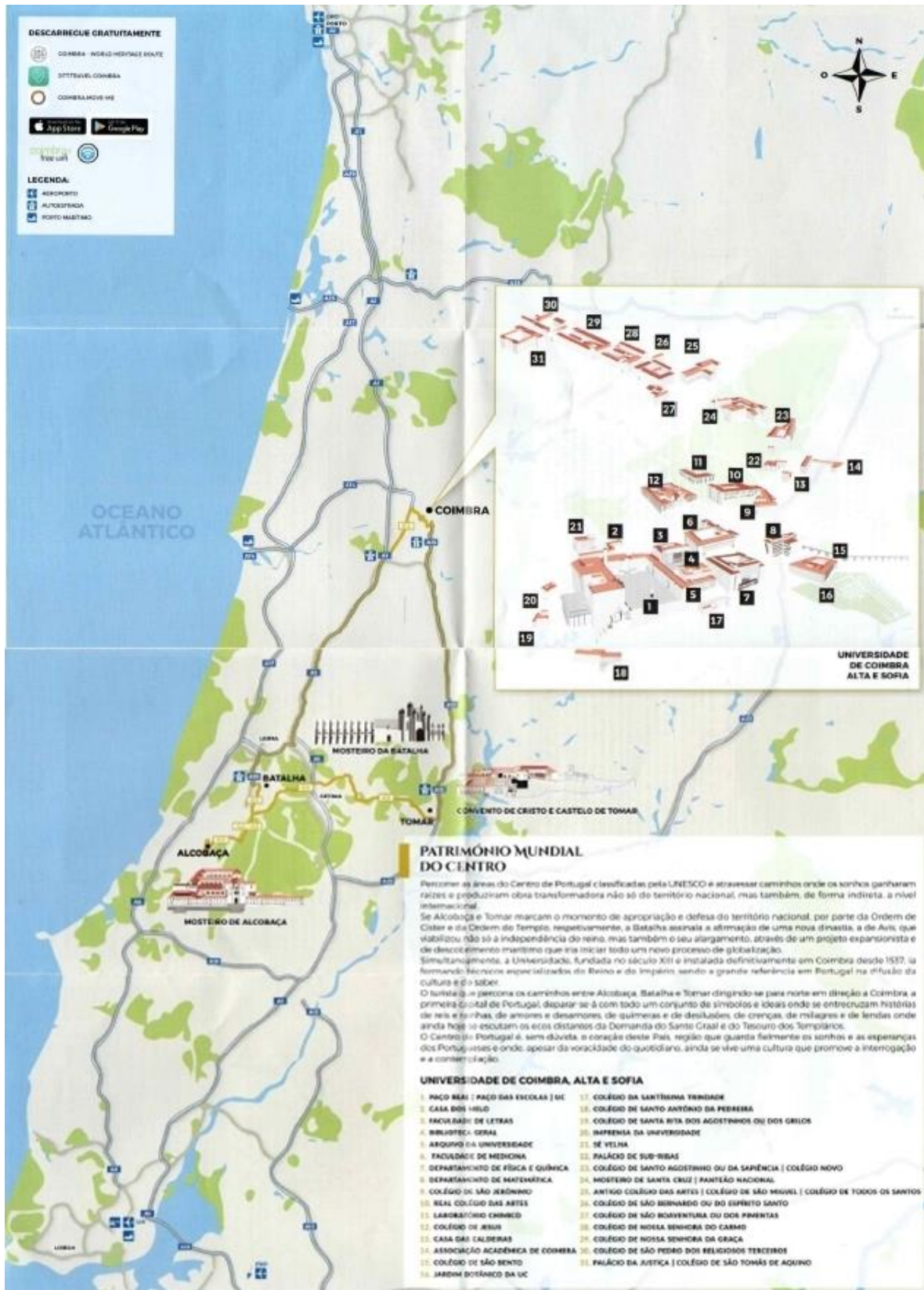
Anexos



Anexo I: Gravura de ilustração do património da cidade de Coimbra. Fonte: Agenda Cultural Semestral de 2018, Câmara Municipal de Coimbra (Junho 2019).



Anexo II: Mapa “Viver o Património em Coimbra”. Fonte: <https://www.cm-coimbra.pt/areas/visitar/planear-a-visita/roteiros/viver-o-patrimonio-em-coimbra> (Junho 2019).



Anexo III: Mapa “Património Mundial do Centro”, com as localizações do Mosteiro da Batalha, Mosteiro de Alcobaça e Convento de Cristo. Fonte: <https://www.cm-coimbra.pt/areas/visitar/planear-a-visita/roteiros/patrimonio-mundial-do-centro> (Junho 2019).



Anexo IV: Mapa legendado da área do Bem inscrito na Lista de Património Mundial (dividido por área de Património Mundial e Área de Proteção). Fonte: Universidade de Coimbra - <http://www.uc.pt/ruas/property>. (Junho de 2019).



Anexo V: Logótipo do SBH. Fonte: *Blog* “Pequena Rececionista”:
<https://apequenarececionista.blogspot.com/2017/07/sapiencia-o-boutique-hotel-de-4-em.html>

(Junho 2019).



Hora do Vinho

Quando o sino da histórica Torre da Universidade toca para as 18.00, começa a Hora do Vinho

O fim de tarde no *SAPIENTIA* é um hino aos sentidos com a degustação de um néctar de grande harmonia e forte personalidade.

Oferecemos a todos os hóspedes um copo do nosso vinho de marca registada “*Antonino Vidal*”.

Haverá experiência mais interessante do que sentir a magia de um copo de um bom vinho e depois escolher uma poltrona para relaxar?

O “*Antonino Vidal*” é servido na “*Tasca das tias Camellas*” e no Pátio Português.

A Hora do Vinho é uma homenagem à memória de Antonino José Rodrigues Vidal, Professor da Universidade de Coimbra no séc. XIX. Foi também produtor de vinhos e o primeiro dono de um dos edifícios onde está o *SAPIENTIA*.

Os “*Guest Assistants*” explicam as coordenadas da história e a simbologia do momento...

Anexo VI: Texto sobre a “Hora do Vinho” do SBH. Fonte: SBH.



Só nós dois é que sabemos

- Jantar exclusivo a dois no nosso *Rooftop* “Cheio de estrelas” acompanhado por Violinos ou fado
- Acender e lançar a 4 mãos o “Balão dos desejos”

É um programa de romance para ser vivido em exclusivo no *rooftop* “Cheio de Estrelas”.

Foi desenhado para nos fazer viver tal como as estrelas, que namoram a vida inteira no escuro das noites...

Sabemos que a cumplicidade e a magia a dois é ficar encostado nas palavras e dizer com os olhos tudo o que a alma sente.

No *Sapiencia Boutique Hotel* estamos convencidos que o sonho se faz no silêncio e na cumplicidade da música que toca valsas para um tempo que passa...

No *Só nós dois é que sabemos*, imagine-se num fim de tarde ou princípio de noite, sentado no topo do mundo com uma vista absolutamente deslumbrante e onde quase pode tocar com os dedos na lua.

No *Só nós dois é que sabemos*, delicie-se a 360 graus com o rio moreno que se espraia com as pontes a ligar as margens...ao mesmo tempo que contempla toda a história de uma Universidade com mais de 700 anos.

Experimente uma mesa tranquilamente para dois, um jantar elegantemente servido e acompanhado por violinos.

Envolvidos pela noite e pelo ambiente, ainda há tempo para a descoberta de acender e lançar a 4 mãos o “Balão dos desejos”...

Na Capital do amor em Portugal, faça parte da história e seja uma das personagens de um momento de pura magia.

Nós medimos a alquimia dos desejos pela anatomia de um coração.

É por tudo isto que no **Sapientia Boutique Hotel** estamos onde a lua já foi um barco e onde as estrelas dormem mais brilhantes do que nunca.

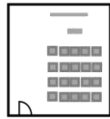
Porque afinal...***Só nós dois é que sabemos!***

Anexo VII: Programa romântico “Só nós dois é que sabemos” do SBH. Fonte: SBH.

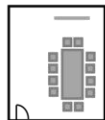


SALA DE REUNIÃO RAMALHO ORTIGÃO

O Sapiaentia Boutique Hotel promove eventos nos seus espaços interiores, disponibilizando um apartamento adaptado, para sala de reunião ampla e com luz natural, com diferentes disposições e utilizações.



Plateia: 20 pessoas



Mesa reunião : 12 pessoas



A sala dispõe de:

- Ar condicionado/ Acesso wireless/ Canetas e folhas de papel/ Águas
- Tela / Quadro Flipchart
- Área total da sala de reuniões: 40 metros quadrados

Pode ainda marcar as suas refeições no nosso Restaurante *Tasca das Tias Camellas* e fazer um evento à sua medida.

Consulte-nos para obter as nossas propostas de menus para welcome drinks, cocktails de boas vindas ou coffee break do seu evento.

Anexo VIII: Imagens e informações sobre a Sala de reuniões “Ramalho Ortigão”. Fonte: SBH.



Inquérito aos hóspedes do *Sapiencia Boutique Hotel*

O presente questionário insere-se num estudo de caso de Mestrado, no âmbito da apresentação de um relatório de estágio de 2.º ciclo de estudo em Turismo, Território e Patrimónios, pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. O presente inquérito pretende estabelecer qual o perfil do hóspede que visita o hotel *Sapiencia*.

Este inquérito é totalmente anónimo, sendo todos os dados **apenas** utilizados para esta pesquisa e **nunca** facultados de modo algum a terceiros à investigação. Deste modo, como aluna de mestrado, peço a colaboração de todos os inquiridos da forma mais **sincera** e **objetiva** possível.

Muito obrigada pela sua ajuda!

Ficha de informação-base:

Idade: _____

Género: M F

País de residência (preencha apenas se não morar em Portugal): _____

Nacionalidade (preencha este campo apenas se não tiver nacionalidade portuguesa): _____

Profissão: _____

1. É natural de Coimbra? (*considerando naturalidade de Coimbra todos os que residam no distrito de Coimbra*)

Sim Não

Se respondeu “Sim”, não precisa de responder às perguntas 2 e 8.

2. É a primeira vez que visita Coimbra?

Sim Não

Se respondeu “Sim” à questão 2, qual o âmbito da sua primeira visita à cidade?

Família Trabalho/Negócios Turismo Outro

Qual?

Se respondeu “Não” à questão 2, o que o(a) fez voltar?

Família Trabalho/Negócios Turismo Outro

Qual?

3. É a primeira vez que visita o Sapiencia Boutique Hotel?

Sim Não

Se respondeu “Não” à questão 3, o que o(a) fez voltar?

Família Trabalho/Negócios Turismo Gosto pela experiência anterior
Outro

Qual?

4. Como teve conhecimento do *Sapiientia Boutique Hotel*?

Amigo/conhecido Família Booking.com Agência de viagens Rede
Social Outro

Se respondeu “Agência”, por favor refira a mesma: _____

Se respondeu “Rede Social”, por favor refira a mesma: _____

Por fim, se respondeu “Outro”, por favor refira qual: _____

5. Já pernitoou alguma vez num alojamento turístico em Coimbra?

Sim Não

Se respondeu “Sim” à questão 5, em qual ficou?

6. À chegada ao hotel, sentiu-se bem-vindo(a)?

Sim 😊 Não ☹️

Se respondeu “Não”, por favor mencione o porquê (relembrando que o questionário é anónimo)

7. Como hóspede do *Sapiencia Boutique Hotel*, por favor avalie de 1 a 5 o processo de **Receção/Check in, Bar/restaurante e Housekeeping/quartos (sendo “1” o pior e “5” o melhor):**

Receção: 1 2 3 4 5

Restaurante/Bar: 1 2 3 4 5

Quartos: 1 2 3 4 5

8. Como turista em Coimbra, qual o tipo de turismo que lhe interessa mais?
(pode seleccionar mais do que uma opção)

Histórico-Cultural Religioso Arqueológico Negócios Eventos

Património Imaterial (Fado, Gastronomia...) Outro

Se na **pergunta 8** respondeu “Outro”, por favor indique qual:

Se na **pergunta 8** respondeu “Histórico-Cultural”, quais os locais histórico-culturais que mais lhe despertam mais interesse? (pode selecionar mais do que uma opção)

Museus Edifícios históricos Igrejas/Catedrais/Mosteiros
Cineteatros/Anfiteatros (antigos ou recentes) Muralhas/Castelos
Ruínas Antigas Outro? Qual? _____

9. Já alguma vez tinha ouvido falar do conceito “Boutique Hotel”?

Sim Não

Última pergunta, muito importante:

10. Por fim, gostaria de saber se considera o *Sapiaientia Boutique Hotel* um hotel único, que se destaca? Considerando a qualidade do mesmo, os seus quartos, os seus espaços comuns, a comida servida e a sua temática e decoração (que gira em torno da literatura portuguesa, aliada à gastronomia e vinho também português)

Sim Não

Na sua opinião, porquê?

Novamente, muito obrigada pela sua ajuda! O seu contributo será essencial para esta pesquisa!

Anexo IX: Inquérito aos hóspedes do SBH (versão portuguesa). Fonte: Elaboração da autora.



Survey for the guests of *Sapiientia Boutique Hotel*

This questionnaire is inserted in a Master's Case Study, in the framework of the presentation of a report of internship of 2nd cycle of studies in Tourism, Territory and Heritage, by the *Faculdade de Letras* of Coimbra University. With this survey, I intend to establish the profile of the guests of *Sapiientia Boutique Hotel*.

This questionnaire is absolutely anonymous, therefore, all the data acquired will be used **only** for this research and **never** shall they be provided to anyone outside of the investigation.

Thus, as a Master's Student, I ask for the collaboration of all the respondents in the most **sincere** and **objective** way possible.

Thank you very much for your help.

Basic Information Sheet:

Age: _____

Gender: M F

Country of residence (fill only if you do not live in Portugal): _____

Nationality (fill in this field only if you do not have Portuguese nationality):

Occupation: _____

1. Are you a citizen of Coimbra? (*Considering “citizen of Coimbra” those who live within the district of Coimbra*)

Yes No

If you answered “Yes”, you don’t need to answer the questions 2 and 8.

2. Is it the first time you visit Coimbra?

Yes No

If you answered “Yes” to question 2, what was the reason for your first visit to Coimbra?

Family Work/Business Tourism Another

Another reason? Which one?

If you answered “No” to question 2, what made you come back?

Family Work/Business Tourism Another

Another reason? Which one?

3. Is it the first time you visit *Sapiencia Boutique Hotel*?Yes No *If you answered “No” to question 3, what made you come back?*Family Work/Business Tourism fondness of the last experience in
the hotel Another

Another reason? Which one?

4. How did you hear about *Sapiencia Boutique Hotel*?Friend/Acquainted Family Booking.com Travel Agency Social
Network Another *If you answered “Travel Agency”, please refer to it: _____**If you answered “Social Network”, please refer to it: _____**Finally, if you answered “Another”, please refer to it: _____***5. Have you ever stayed overnight in a tourist accommodation in Coimbra?**Yes No *If you answered “Yes” to question 5, in which one?***6. Upon arrival at the hotel, did you feel welcomed?**

Yes 😊 No 😞

If you answered “No”, please mention why (remembering that this questionnaire is anonymous)

7. As a guest of the *Sapientia Boutique Hotel*, please evaluate from 1 to 5 the process of Check-in/Reception, the services of the Restaurant/Bar and the Housekeeping and Rooms (being “1” the worst and “5” the best):

Check-in/Reception: 1 2 3 4 5

Restaurant/Bar: 1 2 3 4 5

Housekeeping and Rooms: 1 2 3 4 5

8. As a tourist in Coimbra, what type of tourism interests you the most? (you can select more than one option)

Historical/Cultural Religious Archaeological Business Tourism
Events Intangible Heritage (Fado, Gastronomy...) Another

*If in the **question 8** you answered “Another”, please indicate which one:*

If in the **question 8** you answered "Historical/Cultural", which Historical/Cultural sites interest you the most? (you can select more than one option)

Museums Historical Buildings Church's/Cathedrals/Monasteries
Cinema-theaters/Amphitheaters (old or new) Ancient Walls/Castles
Ancient Ruins Another? Which one? _____

9. Have you ever heard of the "Boutique Hotel" concept?

Yes No

Last question, very important:

10. Finally, I would like to know if you consider the *Sapiencia Boutique Hotel* a Unique hotel, that stands out? Considering the quality of the hotel, the accommodations, shared places, the food served and its thematic and decoration (regarding Portuguese literature, allied to Portuguese gastronomy and Portuguese wines)

Yes No

In your opinion, why is that?

Again, thank you so much for your help! Your contribution will be essential to this research!

Anexo X: Inquérito aos hóspedes do SBH (versão inglesa). Fonte: Elaboração da autora.

Índice de anexos

Anexo I	78
Anexo II	78
Anexo III	79
Anexo IV	80
Anexo V	81
Anexo VI	81
Anexo VII	82-83
Anexo VIII	84
Anexo IX	85-89
Anexo X	90-94

Índice de figuras e mapas

Figura 1.	17
Figura 2.	28
Figura 3.	29
Figura 4.	30
Mapa 1.	38
Mapa 2.	39
Figura 5.	40
Mapa 3.	41
Figura 6.	42
Figura 7.	42
Figura 8.	43
Figura 9.	43
Figura 10.	44
Figura 11.	45
Figura 12.	47
Figura 13.	48
Figura 14.	48
Figura 15.	49
Figura 16.	49
Figura 17.	50
Figura 18.	55

Índice de quadros

Quadro 1.	25
Quadros 2 e 3.	36
Quadro 4.	65
Quadro 5.	69

Índice de gráficos

Gráfico 1.	35
Gráfico 2.	57
Gráfico 3.	58
Gráfico 4.	59
Gráfico 5.	60
Gráfico 6.	61
Gráfico 7.	63
Gráfico 8.	64
Gráfico 9.	67

Índice Geral

Agradecimentos	5
Resumo.....	7
Abstract	9
Siglas, Abreviaturas	11
1. Introdução	13
1.1 Temática e âmbito de investigação	13
1.2 Objetivos e metodologia	15
1.3 O Estágio.....	17
2. Desenvolvimento	22
2.1 Turismo cultural nos centros históricos: O caso de Coimbra	22
2.1.1 O Território	22
2.1.2 O Património de Coimbra	27
2.1.3 O Turismo Cultural	31
2.1.4 Universidade de Coimbra, Alta e Sofia – Classificação pela UNESCO	34
2.2 O Hotel.....	38
2.2.1 O tempo e os espaços do hotel	44
2.2.2 O que o SBH disponibiliza para o hóspede.....	51
2.2.3 O que o SBH disponibiliza ao público em geral	51
2.3 A importância do Hotel na comunidade regional e local.....	53
2.4 O perfil do hóspede: Análise dos inquéritos	56
2.4.1 Idade.....	57
2.4.2 Género.....	58
2.4.3 Nacionalidade dos hóspedes	59

2.4.4 Ocupação profissional dos hóspedes.....	60
2.4.5 Países de residência dos hóspedes	60
2.4.6 Primeira vez em Coimbra?.....	61
2.4.7 Qual a razão da sua vista?.....	62
2.4.8 Porque voltaram?	63
2.4.9 Como teve conhecimento do SBH?	64
2.4.10 Já pernoitou em Coimbra?	65
2.4.11 Sentiu-se bem-vindo?.....	65
2.4.12 Avaliação dos serviços ao hóspede.....	65
2.4.13 Qual o tipo de turismo que lhe interessa mais?.....	66
2.4.14 Já ouviu falar do conceito "Boutique hotel"?.....	67
2.4.15 O SBH é um hotel único? Porquê?	68
3. Considerações finais	70
Bibliografia	73
Anexos	79
Índice de anexos.....	96
Índice de figuras e mapas.....	98
Índice de quadros	98
Índice de gráficos	99

