

PROPOSTA DE UM PROGRAMA DE ANIMAÇÃO HOTELEIRA: UM ESTUDO FEITO NO COMPLEXO TURÍSTICO FAZENDA DOS MANGAIS RESORT GOLF ECOTURISMO

Proposal For A Comprehensive Hotel Entertainment Program: A Study Carried Out At The Fazenda Dos Mangais Resort Golf Ecotourism Complex

Francisco Lourenço Domingos¹ & Bernardo Domingos Fernandes²

RESUMO

Este artigo tem como tema “proposta de um programa integral de animação hoteleira: estudo feito no Complexo Turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo.” Em correspondência com a problemática abordada, formulou-se como objetivo de investigação propor um programa integral de animação hoteleira para o resort em questão, no sentido de ajudar o mesmo a melhorar sua taxa de ocupação, bem como a sua rentabilidade financeira. A pesquisa empregada é do tipo descritiva e a abordagem usada foi mista, onde prevalecem os aspectos da metodologia qualitativa com elementos da quantitativa com vistas a uma melhor interpretação dos resultados da investigação. Aplicou-se um conjunto de métodos de nível teórico que permitiram elaborar os fundamentos teóricos da investigação a partir da consulta de diferentes autores tais como: histórico-lógico, indutivo-dedutivo, análise-síntese e delphi. A amostra de estudo esteve composta pela diretora do resort, treze (13) funcionários e quarenta e três (43) hóspedes. As informações obtidas a partir da aplicação da entrevista e os questionários refletem que existe uma preocupação de todos os envolvidos na pesquisa no que tange as atividades de entretenimento. Para o tratamento da problemática propôs-se um conjunto de atividades socioculturais que visa envolver os funcionários e hóspedes e desta maneira, contribuir para solução da mesma.

PALAVRAS-CHAVE

Animação; Hotel; Animação hoteleira.

ABSTRACT

This article is founded on “proposal for a comprehensive hotel entertainment program: a study carried out at the fazenda dos mangais resort golf eco-tourism complex, Township. In accordance with the issue in bold, as object of research it is proposed the referred programme to better the occupancy rate as well as raise and stabilize its revenue, helping the hotel to breakthrough and achieve an efficient performance. A descriptive study and a mixed approach have been applied, where aspects of the quantitative and qualitative methodology are highlighted towards a clear comprehension of the results and the process as whole. Theoretical

¹ **Francisco Lourenço Domingos** – Mestre em Inovação em Gestão Turística. Professor na Universidade Agostinho Neto, Camama, Luanda, Angola. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2935-1979>. E-mail: franciscolouren@gmail.com

² **Bernardo Domingos Fernandes** – Licenciado em Gestão de Hotelaria e Turismo. Professor na Universidade Cuito Cuanavale, Menongue, Cubango, Angola. ORCID: <http://orcid.org/0009-0000-5746-4779>. E-mail: gestorfernandes27@gmail.com

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

methods were used enabling to elaborate the research theoretical base through a consult of different authors; namely the historical-logical, inductive-deductive, analyses-synthesis, statistic and delph. The sample includes the Hotel's Chairwoman, 13 employees and 43 guests. Through interview and questionnaires all the participants in the survey revealed a common worry concerning the absence of amusement activities. Thus, to surpass this hindrance, a joint of social and cultural activities thoroughly designed, involving workers and clients is proposed so that the institution stands solidly rooted and go on flourishing.

KEYWORDS

Entertainment; Hotel; Hotel entertainment.

INTRODUÇÃO

Muitos estudos têm sido dedicados à compreensão das causas da fraca rentabilidade e da baixa taxa de ocupação dos empreendimentos hoteleiros ao longo do tempo, dentre elas estão a influência dos preços praticados pelos hotéis, a falta de quadros formados na área em que actuam e o fraco investimento nos programas de entretenimento.

Com o aumento da exigência e da experiência turística dos hóspedes, estes já não procuram apenas um empreendimento hoteleiro para o ócio, pois preferem aqueles hotéis que oferecem um produto que os diferencie das outras unidades hoteleiras, isto é, os que têm na sua grelha comercial programas de animação, incluindo actividades artístico-culturais e desportivo-recreativas. Algumas delas são realizadas dentro dos estabelecimentos hoteleiros, desenvolvidas por um departamento especializado em animação ou por animadores hoteleiros de qualidade.

São muitos os hotéis que já proporcionam programas de animação, bem como todo o trabalho à volta da elaboração, divulgação e aplicação das actividades culturais e desportivas sugeridas aos hóspedes. Essa situação acontece, porque hoje em dia os motivos que levam o hóspede a escolher um hotel tem sido o lazer, descanso, a fuga da rotina diária, e, sobretudo, o facto de estar tudo agrupado num espaço físico. Mediante este cenário os hotéis do distrito urbano da Barra do *Kwanza* estão em desvantagem por não terem este tipo de serviço.

Essa situação afecta, de igual forma, o turismo em Angola, e de forma particular as instituições hoteleiras da província de Luanda, dentre elas o o Complexo Turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. Que por falta de um departamento de animação hoteleira na sua

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

estrutura organizacional e por não ter um técnico especialista em animação, faz com que não tenha um programa de animação hoteleira que complemente as necessidades dos clientes. Isso tem incidido negativamente na taxa de ocupação que o recinto apresenta na atualidade.

A instalação, por suas características, pode aproveitar diversos espaços para oferecer um programa próprio de animação hoteleira que contribua para a massificação do turismo de luxo na região, uma vez que a maioria dos hóspedes que frequentam o resort são de alto padrão de vida. Implementando um programa de lazer o complexo turístico, estaria aumentando os níveis de ocupação e atingindo a satisfação dos clientes. Portanto, tendo em consideração a problemática assumida, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa:

Não existe no resort um programa de animação hoteleira que contribua para satisfação das necessidades dos clientes e possibilite o aumento da taxa de ocupação.

Assim sendo, estabelece-se a seguinte pergunta científica: Como desenvolver um programa integral de animação hoteleira para complexo turístico fazenda dos Mangais resort golf ecoturismo.? Assim, definiu-se como objectivo: Propor um programa integral de animação hoteleira para o Complexo Turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo.

Para o alcance dos objectivos, bem como dar resposta à pergunta científica acima colocada, empregou-se a abordagem qualitativa com emprego de algumas ferramentas quantitativas, Privilegiou-se essa metodologia porque permitiu aos autores fazerem uma análise directa dos dados bibliográficos recolhidos. Assim, para coleta dos dados, usaram-se técnicas específicas, dentre as quais se destacam a observação, entrevista, questionário.

PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE ANIMAÇÃO HOTELEIRA

A animação hoteleira aparece, nos dias de hoje, como uma necessidade imprescindível se tomar-se em consideração as novas motivações no turismo.

No entanto, Ander (1986) diz que a animação deve passar em primeiro lugar, pelo comportamento do pessoal dos diversos departamentos operacionais que compõem o hotel, na eficácia dos serviços que prestam e das estruturas complementares que apresentam, conjugando esforços para que haja uma comunicação constante entre os clientes, serviços hoteleiros e as actividades postas à sua disposição.

Animar o tempo não é ocupar o tempo, este processo envolve mecanismos de comunicação complexos, englobando as relações estabelecidas através da arte, cultura, lazer e desporto. Para além do intuito recreativo, poderão ter adicionalmente fatores de aprendizagem, de crescimento, de autoconhecimento e de desenvolvimento pessoal, permitindo expressar-se melhor e dar um sentido de pertença no meio em que se insere cuja evolução se faz pela participação (Pereira, 2012).

Carvalho & Alves (2012), definem a animação hoteleira como “conjunto de acções sociais que um estabelecimento hoteleiro leva a cabo de uma forma programada, organizada, avaliada e continuada, com o fim de complementar o bem-estar dos seus clientes”. Assim, compreende-se a animação hoteleira como um processo capaz de entusiasmar, empolgar e dinamizar o entretenimento dentro de uma instalação de alojamento para incentivar os hóspedes a participarem em várias atividades que contribuem para a sua expansão, permitindo-lhes expressar-se melhor e dar-lhes um sentido de pertença a uma comunidade cuja evolução se faz participando.

Do ponto de vista teórico há aspectos essenciais que coincidem quanto aos pontos de vista sobre a animação hoteleira, mas para a pesquisa assume-se a definição de Almeida & Araújo (2017), por ser a mais completa. Com base nesses critérios, os autores da pesquisa presumem que a animação hoteleira pode ser também o conjunto de actividades culturais, lúdicas, de formação desportiva, difusão, convívio e recreio, que são oferecidas aos hóspedes pelas empresas hoteleiras com carácter de restabelecer o seu equilíbrio físico e psíquico, aniquilando a monotonia, o excesso de tensão e o stress.

ANIMAÇÃO E SUAS ATRIBUIÇÕES

É importante destacar que a animação na hotelaria consegue criar e desenvolver hobbies e acções que noutra tempo e lugar eram difíceis de levar a cabo. Ela pode pôr em prática programas que se adaptam às infraestruturas por forma a dotá-las de capacidades que vão ao encontro das necessidades dos clientes (Almeida & Araújo 2017).

A animação na hotelaria tem como objetivo proporcionar momentos de diversão através da prestação de um serviço de qualidade e a sua diversificação de modo a destacar-se da concorrência, hoje os empreendimentos que ainda não oferecem esta alternativa de recreio estão em clara desvantagem em relação aquelas instituições que a possuem.

Para (Bacal, 2003) o programa de animação deve conter determinados ingredientes para que possa ser aceite positivamente pelos clientes das unidades hoteleiras. O número de animadores e a forma de programar, tendo em conta os tempos livres dos clientes, a originalidade, a atenção que se deve prestar aos diversos tipos de clientela, a sua idade, nacionalidade e personalidade.

Carvalho & Alves (2012), enumeraram alguns pontos pertinentes para elaboração de um programa de entretenimento:

- Os programas do dia devem ser expostos nos locais mais frequentados do empreendimento, de modo que possam ser visionados por todos os clientes.
- Os programas podem e devem ser anunciados por vídeo, projector, circuito rádio interno e devem conter ingredientes que possam motivar os clientes levando-os a participar.
- Durante as actividades noturnas, dever-se-á anunciar os programas do dia seguinte, pois a noite é o *prime-time* (tempo oportuno) da animação (p. 32).

Só com uma promoção adequada e eficaz se produzirá sucesso, visto que a animação nas unidades hoteleiras deve ter em conta determinados objetivos, essenciais para a viabilização económica do investimento realizado.

Tabela 1. Metas da animação

Metas	Descrição
Diversão	Procurar que as pessoas se divirtam enquanto estão alojadas nas unidades hoteleiras.
Integração	Procurar integrar os clientes na cultura da unidade hoteleira, na cultura da região onde está implantada e na cultura do país.
Ocupação	Manter os clientes ocupados durante os tempos mortos da sua estadia.
Participação	Motivar os clientes através de promoção adequada, levando-os a participar nos programas de animação elaborados, criando assim alguma interatividade entre o hotel e o cliente.
Tranquilidade	Procurar que os programas de animação, mesmo por vezes sendo muito dinâmicos, ofereçam alguma tranquilidade aos participantes, levando: os a esquecer do que os espera no regresso.
Diversificação	Diversificar ao máximo os programas de animação, permitindo ao cliente a experimentação de várias actividades, interferindo directamente na sua rotina diária.
Interação	Permitir que diferentes tipos de clientes possam interagir em simultâneo, coagindo assim as suas diferenças culturais.
Pedagogia	Criar atividades de animação em que os clientes ao participarem sintam que estão a adquirir algum tipo de saber, cultural, artístico, desportivo, gastronómico, tradicional, histórico.
Fidelização	Aumentar a cumplicidade entre o cliente e o hotel, por forma a que a sua relação se mantenha no futuro.

Fonte: Elaboração própria a partir de Almeida & Araujo (2017, p. 43).

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

Com base em Faria (2008) o entretenimento dos hóspedes dentro dos empreendimentos hoteleiros, permite oferecer em todos os momentos do dia numerosas e diversificadas atividades recreativas vocacionadas para os hóspedes. Não é suficiente organizar as iniciativas e esperar que os hóspedes adiram espontaneamente, é necessário cativá-los a participar, porque animação nas unidades hoteleiras nunca será obrigação ou responsabilidade, é apenas prazer, espontaneidade, divertimento, inter-relação e lazer.

Embratur (2008) reforça que animação bem compreendida é propícia ao ser humano a coragem de se exteriorizar, de aflorar recursos esquecidos, informar, sugerir, encorajar, criar condições favoráveis e dar o exemplo, libera o ser humano, dá-lhe a liberdade de se tornar ativo.

Desta maneira pode-se entender que, os autores à cima citados, consideram que um programa de animação, bem elaborado e estruturado serve de estímulo e proporciona uma melhor forma de estar mental e afetiva à um determinado grupo de pessoas, permitindo assim a participação num conjunto de atividades que contribuam para o seu bem-estar emocional, físico e profissional.

A animação implica um conjunto de três processos importantes: O primeiro diz respeito a criação de condições, onde todos os indivíduos do grupo têm a hipótese de se revelar a si mesmos, criando um processo de revelação. O segundo diz respeito a um processo de relacionamento onde os indivíduos do grupo relacionam-se entre si, seja através do diálogo, concertação ou através do conflito. O último processo diz respeito à criatividade onde os grupos questionam o seu desenvolvimento, a sua capacidade de expressão, iniciativa e responsabilidade (Janeiro, 2004).

No entanto, para que um programa de animação hoteleira tenha êxito é necessário que respeite os três momentos da experiência turística que são: antes do consumo do produto hoteleiro, durante o consumo e depois do consumo. Essas etapas ajudam a reinventar os programas de entretenimento e superar as expectativas dos hóspedes.

FINALIDADES DA ANIMAÇÃO DENTRO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

A animação pressupõe um conjunto de finalidades que possibilitem o desenvolvimento dos vários intervenientes envolvidos, pois ela é recíproca.

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

A animação deve contribuir para suprimir as barreiras e desenvolver o prazer da descoberta e o desejo de contactos entre os hóspedes, permitindo assim, que o indivíduo saia do seu isolamento. Ela deve encorajar o esforço pessoal, a criatividade individual e o espírito de iniciativa (Almeida & Araújo, 2017).

No entanto, ela deve ser elaborada e programada para atender aos desejos e necessidades de quem a procura.

Segundo Onat (2013), a animação passa por diversas finalidades, tais como: educativa, cultural, social e económica. Nessa senda, Ansarah (2014) aconselha que sempre que se criar um programa de animação tem de ter em conta as finalidades, porque os programas de animação causam um impacto e geram aos participantes um saber acrescentado, daí a qualidade dos programas e o cuidado na seleção dos orientadores. Ter em conta normalmente o grau avançado de formação dos participantes.

MODALIDADES DE ANIMAÇÃO

A animação não pode ser vista como um todo, mas sim como um sistema composto por várias modalidades de animação, ou seja, conjunto de atividades selecionadas e direcionadas para vários tipos de pessoas diferentes. Com efeito, embora o objetivo seja satisfazer necessidades, o objeto pode ser diferenciado e diversificado, adequado às necessidades de cada um e, com potencialidades capazes de despoletar motivação e interesse que levem à participação. A animação é composta pela “cultura, organização das pessoas, projetos, iniciativas e o desenvolvimento social (Almeida & Araújo, 2012).

Assim, podem ser consideradas como modalidades de animação: a animação sociocultural é uma modalidade definida como uma tecnologia social, baseada numa pedagogia participativa e tem como finalidade atuar em diferentes sentidos da qualidade de vida, mediante a participação das pessoas no seu próprio desenvolvimento sociocultural (Ander, 1989).

Assim, a animação sociocultural pode ser vista como um processo sistémico que pretende a participação ativa de grupos de pessoas em projectos ligados à cultura, tendo como objetivo o relacionamento dos participantes e o desenvolvimento social dos mesmos.

São exemplos de animação sociocultural: exposições, fotografia, artesanato, seminários, projeção de documentários, festivais de cinema e teatro, visitas a centros de cultura, jornadas

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

gastronómicas, enológicas e etnológicas, passeios e visitas a monumentos históricos, actividades de entretenimento, concursos literários, organização de bailes e concursos de dança, concursos de confeções culinárias, desfiles de moda, shows de magia, jantares temáticos, jogos de salão, concursos do saber fazer.

Animação Institucional: é um tipo de animação muito usada em grandes manifestações públicas, recorrem a ela, entidades públicas que pretendem realçar alguma data histórica, alguma tradição ou mesmo um meio de atrair mais visitantes. Politicamente é um instrumento muito poderoso, apoiado muitas vezes em manifestações culturais e desportivas, serve como base a aumentos das taxas de ocupação e consumo local (Faria, 2008).

Animação Interna: a animação interna ganha cada vez mais importância, devido às constantes exigências ao nível dos conceitos de produtividade e qualidade, elevando os graus de concentração e disponibilidade. Dai o investimento que cada vez mais as grandes empresas fazem na disponibilidade de espaços de animação internos, ginásios, salões de jogos, refeitórios equipados com áudio e vídeo, jardins de infância, grupos culturais, torneios, etc., (Araújo, 1986).

Animação turística: é um conjunto de actividades que permite ao turista usufruir de uma determinada experiência. É um complemento da oferta primária (alojamento, restauração, serviços), e são actividades que podem ser lúdicas, culturais, desportivas e ambientais. Estas actividades ocupam o tempo livre dos visitantes aquando da estadia, contribuindo para o aumento do número de dias no hotel, conferindo à unidade hoteleira um maior sucesso entre os visitantes (Lacerda & Sousa, 2009).

Para além disto, a animação turística pode ser entendida como um conjunto de técnicas orientadas para potenciar e promover um turismo que estimula as pessoas a participarem, crítica e informadamente, na descoberta dos locais, sítios e monumentos que visitam.

No contexto cultural, a animação turística leva a um desfrute turístico-cultural do património, contribuindo de uma forma positiva para o visitante, para o próprio património e para a comunidade local (Lacerda & Sousa, 2009).

SIMBIOSE ENTRE LAZER E O TURISMO

O lazer tem uma relação bastante intrínseca com o turismo, sendo muitas vezes subalternizado e visto em algumas perspectivas como um subproduto, face à grandiosidade e a dimensão da

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

atividade turística, nessa diversidade de interpretações, Gomes (2025) manifesta sua preocupação sobre a rotulação do lazer como um segmento do mercado turístico destinado a divertir e entreter pessoas por meio de atividades recreativas operacionais e descontextualizadas.

Dumazedier, recapitulado por Barros et al. (2023), afirma que o lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se livremente, para repouso, diversão, recreação e entretenimento ou para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora, após desocupar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais. A partir deste pode depreender-se três funções do lazer: Descanso, divertimento, recreação e entretenimento e a função de desenvolvimento.

Por sua vez, Gomes (2025), define o lazer como um componente da cultura que possibilita desfrutar a vida por meio de diferentes atividades culturais, tais como festas e eventos, músicas, danças, jogos, práticas corporais, artes cênicas e visuais, textos literários, passeios, viagens, diversões eletrônicas e virtuais, atividades comunitárias.

CARACTERÍSTICAS DO CAMPO DE ESTUDO

O Mangais Golf Resort, está localizado na Barra do Kwanza, a cerca de 55 km da cidade de Luanda, o mesmo dispõe de uma área com mais de 200 hectares de extensão territorial e fácil acesso, em área com paisagens naturais e palmeiras, destacando-se por sua combinação de natureza e com grande potencialidade para o lazer e atividades diversas.

O resort oferece um campo de golfe de 18 buracos com 7000 metros de comprimento, projetados com foco na sustentabilidade e equilíbrio ecológico, utilizando a grama *Seashore Paspalum*, dois campos relvados para prática de *football* e 4 km de margem do rio kwanza. Quanto ao meio de hospedagem, os Mangais contam com um lodge com 40 unidades habitacionais, repartidos em quartos e suites modernas e confortáveis, com vista para o campo de golfe ou para a natureza. No que diz respeito a gastronomia, tem dois restaurantes (Serviço à la carte e serviço buffet) com culinária internacional e tradicional angolana.

Para relaxar existe um spa com serviços de massagens, voltados ao turismo de bem-estar que aproveitam o contacto com a natureza circundante.

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

Mangais tem potencialidades para prática do lazer tais como: Golf, passeios a cavalo, pesca no rio kwanza, passeios de barco, observação de pássaros, hipismo, polo, safari, parapente, passeios de bicicletas, piquenique, caminhadas à pé, serviços de banhos de piscinas para bom proveito pessoal e familiar e outras opções de lazer.

O resort também oferece a possibilidade de realização de eventos sociais, incluindo contacto com o desporto equestre.

O Mangais Golf Resort apresenta-se como um destino que pode ajudar a desenvolver o turismo de luxo em Luanda em particular e Angola no geral, combinando lazer, atividades ao ar livre e contacto com a natureza, com um foco especial, além do golf, alargando o seu produto hoteleiro, diversificando o leque da sua grade comercial com atividades lúdicas. Quanto à mão de obra qualificada, o complexo turístico pode contratar os profissionais formados em Turismo, gestão hoteleira e animação turística pela Universidade Metodista de Angola e a Universidade Agostinho Neto, para planificar, organizar e executar as atividades de animação no contexto hoteleiro, proporcionando uma estada agradável num ambiente natural sereno, saudável e sustentável.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização deste trabalho, recorreu-se a uma pesquisa descritiva, tendo em conta que este tipo de pesquisa possibilita descrever as situações, eventos e as características de determinada população ou fenómeno.

A pesquisa descritiva procura descrever as características do fenómeno pesquisado ou de determinada população pesquisada onde se utiliza a pesquisa de campo para coleta de dados, e são utilizados vários instrumentos como: a observação, a entrevista, o questionário entre outros (Gil, 2008).

Já na definição de Zassala (2017) é uma investigação que procura determinar a natureza e o grau de condições existentes. No entanto, a descritiva tem como característica significativa a utilização de técnicas padronizadas de colecta de dados e com objetivo de estudar as características de um grupo (sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade), as condições e identificar relações entre variáveis determinando a natureza dessa relação.

Para o alcance dos objetivos propostos, privilegiou-se a abordagem mista, onde se empregaram os elementos da metodologia qualitativa a partir das técnicas de investigação tais como: questionários aos hóspedes, funcionários do hotel em causa e entrevista a diretora administrativa do hotel. Sem desprezar os aspectos da metodologia quantitativa, que culminou com o uso dos dados recolhidos no campo cuja finalidade é descritiva.

O uso da abordagem quantitativa permitiu compreender as particularidades do desenvolvimento do programa de animação hoteleira, bem como proceder a sua tabulação e a consequente elaboração de quadros e gráficos na apresentação de resultados.

Esse tipo da abordagem ressalta a importância de garantir a precisão dos resultados e evita distorções à interpretação dos dados. Possibilitando assim, examinar com exatidão aquilo que pode ser mensurado. Logo, a abordagem quantitativa gera uma maior margem de segurança com relação às inferências feitas. Segundo Prodanov & Freita (2013), é assim chamada porque geralmente resulta em números, estatisticamente analisados.

Já a abordagem qualitativa utilizou-se em toda fase da pesquisa, porque permitiu efectuar uma série de leituras sobre o tema em abordagem, com o propósito de descrever minuciosamente o que os diferentes autores ou especialistas escrevem sobre o assunto e, a partir daí, estabelecer uma série de correlações e no final, dar-se um ponto de vista conclusivo.

Para Carvalho (2009), Os métodos qualitativos dão ênfase à validade da investigação, e permitem permanecer próximos ao mundo empírico. Estão destinados a assegurar um estreito ajuste entre os dados e o que as pessoas realmente dizem e fazem, observando às pessoas em suas vidas cotidianas, as escutando falar e vendo os documentos que produzem, pode-se obter um conhecimento direto da vida social, não filtrado por conceitos, definições operacionais e escalas classificatórias.

É comum autores não diferenciarem abordagem quantitativa da qualitativa, pois consideram que a pesquisa quantitativa é também qualitativa. Entende-se, então, que a maneira pela qual se pretende analisar o problema ou fenómeno e o enfoque adotado é o que determina uma metodologia quantitativa ou qualitativa. Assim, o tipo de abordagem utilizada na pesquisa dependerá dos interesses do pesquisador e do tipo de estudo que ele desenvolverá. É importante acrescentar que essas duas abordagens estão interligadas e se complementam.

Durante a realização da pesquisa, foram utilizados métodos teóricos recomendados para a realização de estudos descritivos, tais como: histórico-lógico, indutivo-dedutivo, análise-síntese e delph.

Para Marconi & Lakatos (2010), O método histórico-lógico: consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar a sua influência na sociedade de hoje, pois as instituições alcançaram sua forma atual através de alterações de suas partes componentes, ao longo do tempo, influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época.

Optou-se por este método para analisar os antecedentes e estudos em relação ao papel da animação hoteleira, no decorrer do tempo até a actualidade, auxiliando assim a resenha histórica da primeira parte deste artigo.

Análise-Síntese: define-se análise como processo cognitivo que consiste em decompor um objecto de estudo separando cada uma das partes do todo, para estudá-lo de forma individual. Já a síntese consiste em integrar os componentes dispersos de um determinado assunto a fim de estudá-lo no todo (Marconi & Lakatos, 2010, p. 289).

Utilizou-se este método por um lado para analisar as bibliografias consultadas relacionadas com programas de animação no contexto hoteleiro, logo, permitiu analisar o problema como um todo e suas partes, isto é, as principais causas e, por conseguinte, compreender corretamente a informação obtida. Por outro lado, empregou-se este método para filtrar a quantidade de informação recolhida nas bibliografias consultadas, fazendo uma composição das partes, de forma a ter uma conexão lógica daquilo que foi exposto, ficando com maior clareza e transmitindo as ideias-chave da investigação de forma segura e elementar a todos os leitores do trabalho. Mediante esse método permitiu chegar a critérios sobre o tema em questão.

Indutivo-Dedutivo: o método indutivo defende que na investigação deve partir-se das constatações de dados específicos para a conclusão das questões gerais, por conseguinte o método dedutivo, contrariamente ao indutivo, faz-se do geral para o particular, ou seja, raciocinar dedutivamente a partir de premissas gerais em busca de uma verdade particular. As conclusões são obtidas a partir das premissas, usando-se o raciocínio lógico e uma vez encontrado, as conclusões são incontestáveis (Marconi & Lakatos, 2010, p. 68).

Optou-se por estes métodos para efectuar a análise da amostra de estudo e os seus resultados generalizando a população do hotel em referência, além disso, possibilitaram fazer

generalizações com base no estudo que feito previamente sobre os fundamentos teóricos que sustentam a proposta de um programa integral de animação hoteleira para o hotel em causa, que facilitou igualmente chegar a conclusões lógicas sobre o problema em estudo. Neste contexto este método foi usado também para sintetizar os dados recolhidos através dos estudos das principais bibliografias, e extrair as ideias pertinentes que sustentam a pesquisa, partindo dos aspectos abrangentes ao particular, dos quais se destacam o estudo efetuado nos livros de textos e programas. E por serem dois procedimentos teóricos que desempenham papéis importantes na pesquisa científica.

A utilização do método estatístico, possibilita-se determinar, em termos numéricos, a probabilidade de acerto de determinada conclusão, bem como a margem de erro de um valor obtido. Assim, o método estatístico passa a se caracterizar por razoável grau de precisão, o que o torna bastante aceite por parte dos pesquisadores com preocupações de ordem quantitativa (Gil, 2008).

Portanto, este método passa a caracterizar-se por razoável grau de precisão, o que o torna bastante aceite por parte dos pesquisadores com preocupações de ordem quantitativa. Os procedimentos estatísticos fornecem considerável reforço às conclusões obtidas, sobretudo mediante a observação. Este método utilizou-se para fazer o processamento de informações obtidas, nos cálculos percentuais, para quantificar o grau de significação dos resultados obtidos na investigação.

O método delph pode ser definido como um instrumento de pesquisa qualitativa que envolve a construção de uma posição comum a um grupo de indivíduos sobre um tema ou questão (Marques & Freitas, 2018).

Por ser um método interativo de construção de uma posição consensual, utilizou-se para conhecer as opiniões dos especialistas no ramo sobre a proposta do programa integral de animação hoteleira.

A amostra de estudo esteve composta pela diretora do complexo turístico, treze (13) funcionários e quarenta e três (43) hóspedes.

Para Marconi e Lakatos (2010) “amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo ou população, é uma parte do todo que chamamos universo, e que serve para representar”.

Para a seleção dos sujeitos intervenientes na pesquisa empregou-se uma amostra do tipo não probabilística (não causais).

Segundo Hernández (2005), nas amostras não probabilísticas, a seleção dos elementos não depende da probabilidade, senão de causas com as características do investigador ou do que faz a amostra. Aqui o procedimento não é mecânico, nem em base à fórmulas de probabilidade, senão que depende do processo de tomada de decisões de uma pessoa ou grupo de pessoas. As amostras não probabilísticas, as quais se chamam também amostras dirigidas supõem um procedimento de seleção informal e um pouco arbitrário.

Quanto ao procedimento de seleção utilizou-se a amostra de sujeitos voluntários, o mesmo autor considera que esse tipo de procedimento depende dos sujeitos que voluntariamente acedem a participar no estudo. Nestes casos a seleção dos indivíduos que serão sujeitos à análise depende de circunstâncias fortuitas. Este tipo de amostra procura-se que os sujeitos sejam homogêneos em variáveis tais como idade, sexo, inteligência, de maneira que os resultados ou efeitos não obedeçam a diferença individuais, senão às condições às que foram submetidos (Hernandez, 2005).

A coleta de dados foi realizada através da observação sistemática, entrevista e aplicação de questionário. Do ponto de vista empírico, a classificação das técnicas utilizadas se acolhe aos critérios classificatórios de Zassala. “Existem várias técnicas de coleta de dados. As mais importantes são: o questionário, a entrevista, a observação, os testes e o estudo documentário” (Zassala, 2017, p. 103).

Para a realização da pesquisa utilizou-se as seguintes técnicas de recolha de informação: Questionário, tornou o processo de interação entre o pesquisador e os participantes na procura de informação de forma extensiva, entretanto, os participantes foram informados que o fim da pesquisa é meramente acadêmico e de melhoria dos atuais serviços oferecidos e criação de novos produtos turísticos, assegurando que suas identidades seriam mantidas no anonimato, contudo, participaram os que se mostraram recetivos. Dirijiu-se à 43 hóspedes e 13 funcionários do complexo turístico entre os dias 17/08/2023 e 27/09/2023, por meio de um link disponibilizado a partir da recepção do resort, contou com 19 perguntas e as respostas chegavam os pesquisadores na medida em que cada formulário preenchido pelos inquiridos, com o objetivo de obter informação sobre a relevância da temática no campo de estudo. Quanto

à forma ou classificação escolheu-se perguntas fechadas. A entrevista aplicou-se à diretora administrativa do complexo turístico no dia 15/08/2023 e contou com 5 perguntas, com objetivo de obter informação sobre as causas que fazem com que o Mangal Golf Resort não tenha um programa de animação. Para a realização do processamento dos dados se utilizou a tabulação, que acolhendo os critérios de (Zassala, 2017, p. 93-94), teve lugar na investigação no momento em que se construiu uma base de dados estatísticos a partir da atribuição de determinados valores numéricos às respostas dos pesquisados.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A observação sistemática teve como objectivo recolher informação sobre os níveis de satisfação dos clientes, pretendeu-se com isso avaliar a estada, atendimento ao público, as instalações e os níveis de satisfação pelos serviços que recebem. As observações realizadas trazem as seguintes informações:

Observou-se que 90% das pessoas que frequentam os Mangais são da classe média alta e 10% correspondem a classe média

Registou-se certo descontentamento dos hóspedes em relação aos serviços prestados pelo resort mangais;

Baixa taxa de ocupação, durante o período da pesquisa; Verificou-se que as infraestructuras do resort têm condições para desenvolver atividades de animação no recinto.

Não se observou algum desenvolvimento de atividades recreativas, desportivas ou de outro tipo no recinto durante as observações feitas como parte da pesquisa.

Com base nos resultados da entrevista as respostas da diretora do complexo turístico apresentam informação que permite confirmar e avaliar um programa integral de animação hoteleira como elemento que contribua para melhorar a taxa de ocupação na instituição e elevar o nível de satisfação dos clientes.

Percebe-se, que a direção do complexo tem conhecimento das necessidades que a instituição atravessa em melhorar o seu produto hoteleiro com programas de entretenimento que possam dar outra imagem perante o público.

Deste modo, está claro que o Complexo Turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo precisa de um programa integral de animação hoteleira que ajude a melhorar a taxa de

ocupação, já que a direção da instituição não planifica atividades de lazer que permitam brindar os hóspedes com serviços de qualidades satisfazendo as suas necessidades e deste modo superar as suas expectativas.

Daí, precisa-se planificar e oferecer muito mais do que camas, dado que só dessa forma poderá enriquecer a estada dos hóspedes. Portanto, o lazer é uma oferta imprescindível no mundo contemporâneo.

RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS

Pergunta nº 1. Consideras que um programa integral de animação hoteleira é uma mais-valia para o resort e ajudaria a desenvolver o turismo de luxo em Luanda/Angola? Dos 56 sujeitos participantes na pesquisa 79% responderam positivamente e 21% responderam de forma negativa, compreende-se que: 79% da amostra reconhecem que um programa integral de animação no hotel é de extrema importância, porque se for bem elaborado poderá contribuir para valorizar, promover, dinamizar o intercâmbio cultural por lado. Por outro lado, os resultados obtidos neste questão revelam que o turismo de luxo em Angola, com especial destaque para a província de Luanda, encontra-se ainda numa fase incipiente, apesar do elevado potencial natural e cultural da região. A análise dos dados demonstra que, embora existam iniciativas pontuais no setor da hotelaria de luxo, as infraestruturas turísticas permanecem subdesenvolvida e pouco integrada numa estratégia nacional coerente Isto demonstra a grande importância que o lazer pode desempenhar num resort com as características dos mangai, o programa de animação além de diferenciar a oferta, também contribuirá para conservação da identidade da população local, isto porque promove a cultura, permite o reforço cultural através do intercâmbio entre visitante e o visitado.

Pergunta nº 2. Na estada no hotel gostarias de realizar actividades de animação? Nesta questão 77% responderam sim e 23% responderam não, nota-se que 77% dos hóspedes do hotel não procuram apenas uma cama para descansar ou degustar a rica gastronomia, eles gostam de outros serviços extras que os façam sentir-se em casa e aproveitar o lazer. Portanto, o Mangais Golf Resort tem de reinventar as suas estratégias no mercado e potenciar o seu produto hoteleiro com programas de entretenimento.

Pergunta nº 3. Acha que um bom programa de animação trazer-te-ia mais vezes ao hotel? Os resultados obtidos (91%) gostaria que o complexo turístico fazenda dos Mangais acrescentasse

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

no seu produto hoteleiro um programa de animação hoteleira e apenas 9% dizem que não precisa.

Pergunta nº 4. A barra do Kwanza é uma zona rica em cultura se o (a) senhor (a) tivesse que escolher uma das actividades sociocultural qual seria? 74 % dos inqueridos preferem ouvir e dançarem música tradicional e apenas 16% preferem outras modalidades, no entanto, atendendo o potencial histórico-cultural que o destino oferece decidiu-se criar programas de cariz sociocultural para melhorar serviços do hotel em causa. É de salientar que os inquiridos foram contundentes nas suas respostas e se percebe que sentem falta de algum incremento nos serviços do hotel algo que os possa manter no estabelecimento, de maneira a aproveitarem os seus tempos livres da melhor forma possível.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA ENTREVISTA E DOS QUESTIONÁRIOS

Assim, por um lado, verifica-se que existem condições em termos de infraestrutura no resort para albergar a proposta de um programa integral de animação hoteleira. Os resultados da entrevista mostram que há interesse e preocupação por parte da direção do hotel em melhorar o produto hoteleiro através do programa de animação.

Os questionários reforçam a ideia que os hóspedes e os funcionários concordam que se deve implementar programas que possam melhorar a qualidade dos serviços e desta forma superar as expectativas dos utentes possibilitando maior arrecadação de receitas. No entanto, de acordo com resultados das técnicas e dos instrumentos de recolha de informação fica claro, que a direção, funcionários e os hóspedes acreditam que os serviços prestados pelo resort necessitam de um elemento novo que o torna mais atrativo. Pode-se notar que, uma parte da amostra está ciente do contributo que este setor tem para o reforço cultural, afirmando que, animação permite valorizar, promocionar e dinamizar o intercâmbio cultural.

Por outro lado, observou-se que a província de Luanda é rica em recursos turísticos sejam eles naturais ou antrópicos, possui condições favoráveis para atrair turistas de alto poder aquisitivo, sobretudo interessados em experiências exclusivas ligadas à natureza, contudo, a ausência de investimentos estruturantes e pouca oferta de formação especializada no setor da hotelaria limitam a oferta de serviços compatíveis com os padrões internacionais de luxo.

Os dados apontam ainda para uma baixa presença de cadeias hoteleiras internacionais na região, o que dificulta o acesso a mercados externos e reduz a visibilidade de Luanda como

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hoteleira: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

destino de turismo de luxo. Essa realidade contrasta com outras regiões africanas, onde a presença de marcas reconhecidas tem impulsionado a confiança dos turistas e o desenvolvimento sustentável do setor.

Do ponto de vista da gestão hoteleira, verificou-se uma carência significativa em termos de gestão de experiências personalizadas e oferta gastronómica *premium*, fatores-chave para o segmento de luxo. Os instrumentos de recolha de informação mostraram que o resort ainda opera com padrões generalistas, sem segmentação clara para o turismo de alto padrão.

Outro resultado relevante refere-se à percepção dos próprios turistas, que destacaram como desafios a falta de segurança em determinadas zonas e a ausência de pacotes turísticos integrados. Estes elementos comprometem a atratividade do destino e contribuem para a preferência de turistas de luxo por outras regiões do continente, como a África do Sul e a Namíbia.

Apesar dos desafios identificados, os dados também sugerem oportunidades promissoras. O interesse crescente de investidores privados e a abertura governamental para parcerias público-privadas, podem impulsionar o desenvolvimento da hotelaria de luxo nos próximos anos. A criação de políticas de incentivo ao turismo sustentável e à capacitação profissional são passos necessários para consolidar Luanda como um destino de luxo de referência nacional e regional.

Em suma, os resultados deste estudo evidenciam que Angola, e particularmente a província de Luanda, possui um potencial latente para o desenvolvimento do turismo de luxo. No entanto, para que esse potencial se materialize, é necessário um esforço coordenado entre o setor público, privado e académico, visando melhorias estruturais, qualificação da oferta e posicionamento estratégico no mercado internacional.

PROPOSTA DE UM PROGRAMA DE ANIMAÇÃO HOTELEIRA PARA O COMPLEXO TURÍSTICO FAZENDA DOS MANGAIS

Julga-se ter chegado a bom porto, por isso se considera pertinente elaborar um programa integral de animação hoteleira que poderá ser utilizado para o desenvolvimento de diferentes atividades de cariz socio-cultural e recreativas, com objetivo de melhorar a taxa de ocupação dos Mangais, pelo que deve ser conservado e monitorado.

Tabela 2. Programa de animação hoteleira para o Complexo Turístico Fazenda dos Mangais

Tipos de atividades	Timing da animação	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo	Destinatários
Animadores	Francisco	Manuel	António	Afonso	Vunge	Micanda			
Atividades termais, saúde e bem-estar	9h/10h	Caminhadas culturais e paisagísticas	Yoga e massagem	Ginástica matinal	Yoga e massagem	Caminhadas culturais e paisagísticas	Golf ou Birdwatching	Safari fotográfico Ou hipismo	Atividades para adultos
Jogos	14h/16h	Passeios de bicicletas	Passeios de barcos no rio Kwanza	Safari fotográficos ou canoagem	Birdwatching ou Passeio de barco	Exposições de artesanato local ou hipismo	Música ao Vivo com banda	Música ao Vivo com banda	Atividades para adultos
Visitas guiadas	17h/19h	Hotel tour	Garden tour	Hipismo ou polo	Piquenique no campo	Golf ou polo	Golf ou polo	Parapente ou Birdwatching	Atividades para toda família

Fonte: Elaboração própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise e interpretação dos dados recolhidos, chegou-se as seguintes considerações:

A observação revelou que no Complexo Turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo, não existe um programa de animação hoteleira que contribua para satisfação das necessidades dos clientes e possibilite o aumento da taxa de ocupação. Essa situação afeta, de igual forma, o turismo em Angola, e de forma particular as instituições hoteleiras da província de Luanda, dentre elas o Mangais Resort Golf.

Existem condições técnicas (infraestruturas) para implementação de um programa integral de animação hoteleira. Mas por falta de uma equipe de animadores e de um departamento faz com que o mesmo não seja dotado de actividades de entretenimento para proporcionar uma oferta diversificada de qualidade. Para que o resort mude a situação que apresenta na atualidade, deve reinventar as suas estratégias criando serviços inovadores de acordo as necessidades dos hóspedes.

Ficou provado que existe certa preocupação por parte dos inqueridos com as atividades de entretenimento na instituição em causa, e são apologistas de que um programa de animação acrescentaria valor aos serviços do complexo turístico.

A direção reconhece que os produtos complementares são considerados pilares importantes na estratégia de desenvolvimento económico do hotel.

Os resultados da entrevista e dos questionários provam que tanto a diretora, os funcionários bem como os hóspedes são unânimes em aceitar que o recinto em causa precisa ser dotado de um conjunto de atividades que atraía e chame atenção ao público, fazendo com que a estada se torne diferente, agradável e inesquecível, provocando ao cliente a vontade de voltar.

Portanto, caracterizou-se a animação, atendendo às suas modalidades, tipologias e marketing de um programa de animação dando especial ênfase à animação no contexto hoteleiro.

Dado o carácter histórico e cultural da província no geral, identificou-se atividades de cariz sociocultural, recreativas e de convívio como o foco da proposta do programa integral de animação hoteleira para melhorar os serviços da instituição em causa e desta forma brindar os hóspedes com um produto hoteleiro inovador.

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hotelaria: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

Assim, em correspondência com as potencialidades do resort elaborou-se uma proposta de animação hoteleira que corresponderá de forma eficaz com as necessidades dos clientes.

REFERÊNCIAS

- Almeida, P., & Araujo, S. (2017). *Introdução á gestão de animação turística*. Lisboa: Lidel.
Recuperado el 20 de julho de 2018
- Ansarah, L. O. (2014). *Animação turística um fenómeno da moda*. São Paulo: Atlas.
- Araújo, J. M. (1986). *Guia do Animador e Dirigente Desportivo*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Bacal, S. (2003). *Lazer e o universo dos possíveis*. São Paulo: Aleph
- Barros, G. De, Junior, V., & Passos, R. P. (2023). *Lazer e qualidade de vida Leisure and quality of life. April*. [Link](#)
- Carvalho, P. &. (2017). Animação turística, inovação e criatividade no desenvolvimento rural. [Link](#)
- Carvalho, P., & Alves, L. (2012). *Animação no contexto hoteleira*. Porto: Porto editora.
- Embratur. (9 de agosto de (2008). Informação e Animação Turística: . *Módulo 8: Animação em Turismo Curso Profissional Técnico de Turismo*, pág. 17.
- Faria, M. B. (2008). *Gestión de animación y recreacion*. Havana: villa Clara.
- Gil, A. C. (2008). *Metódos e Técnicas de pesquisa Social* (6 ed.). São Paulo: Atlas.
- Gomes, C. L. (2025). O Lazer como fundamento do Direito ao Turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 19, e-3124, 2025. [Link](#)
- Hernandez, S. (2005). *Metodologia de la investigacion enfoque cualitativo, cuantitativo y mix*. Cidade do México: Interamerica.
- Janeiro, J. A. (2004). *O guia técnico de hotelaria*. Lisboa: Citop.
- Lacerda, L. L. L. de, & Sousa, C. A. G. de. (2009). A animação sociocultural e a formação profissional em turismo: reflexões sobre a animação turística. *Revista Turismo Em Análise*, 20(2), 369. [Link](#)
- Maria de Andrade Marconi, E. M. (2010). *Fundamentos de Metodologia Científica* (7ª ed.). São Paulo: Atlas.sa.
- Marques, J. B. V., & Freitas, D. de. (2018). Método DELPHI: Caracterização e potencialidades na pesquisa em Educação [Delphi method: Characterization and potentials in Education research]. *Pro-Posições*, 29(2), 389–415. [Link](#)
- Onat. (2013). *Observatório Nacional das actividades de Animação Turística*. [Link](#)

Domingos, F. L., & Fernandes, B. D. (2025). Proposta de um programa de animação hotelaria: um estudo feito no complexo turístico Fazenda dos Mangais Resort Golf Ecoturismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 17(1), e170111.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v17ip170111>

Pereira, p. (Pereira, P. (2012). Animação no contexto hoteleira. Porto: Porto editora. de 2012).

Animação no contexto hoteleira. Porto. Porto : editora.

Spinola, V., & Carvalho, P. (2016). *a Animação Em Contexto Hoteleiro: O Caso Do Hotel Vila Porto Mare 1 (Ilha Da Madeira/Portugal)*. 9(March 2016), 1–21. [Link](#)

Zassala, C. (2017). *iniciação à pesquisa científica* (Vol. Iv). (A. Isabel, Ed.) Luanda, Luanda, Angola: Mayamba.