

No último século as alterações climáticas têm pronunciado de forma acelerada um problema que afeta aspetos económicos, ambientais e sociais causados pelo Homem. Em 2013 começou a preocupação da União Europeia pela quantidade de lixo nos aterros incentivando à reciclagem. A ilha de plástico foi um *BOOM* no ano de 2018 que retratou visualmente um problema real pela sua quantidade de produção e poluição sobretudo nos oceanos.

A maior fonte de produção e consumo provém de indústrias, a indústria hoteleira é uma fonte de consumo de plástico pela importância da higiene causando o consumo descartável.

Este TFM é um planeamento de marketing com base na sustentabilidade para o grupo Hotéis Real, o objetivo é perceber e guiar na forma que são utilizados os recursos no grupo com a finalidade de reduzir e reutilizar propondo aplicações sustentáveis.

O tipo de estudo é essencialmente quantitativo e o método de recolha de dados utilizado foi o *mixed-method*. Na análise qualitativa foi feita uma entrevista em profundidade a um representante do departamento de qualidade e projetos. Na análise quantitativa realizou-se um inquérito por questionário recolhendo dados em dois hotéis na zona de Lisboa do grupo Hotéis Real, obteve-se uma amostra não probabilística de 103 hóspedes.

Este plano de marketing sustentável propõe maioritariamente alternativas aos desperdícios com especial emergência na problemática atual dos plásticos sugerindo táticas de reutilização. Pretende-se alcançar um público-alvo mais jovem que são os consumidores futuros, que têm tendência para um consumo de turismo sustentável, experiências únicas e um consumo consciente e uma maior fidelização.