

SETÚBAL RM Guest House Experience com ascensão meteórica na área do alojamento local

“Não é por acaso, trabalhamos muito para estes resultados”

Rita Martins é a face visível de um projecto de sucesso imediato. A aposta num nicho de mercado médio-alto no segmento hoteleiro de alojamento local mostra-se a mais acertada e em apenas três anos já acumula prémios nacionais e estrangeiros

POR LUÍS BANDADAS

Numa altura em abrem cada vez mais hotéis, hostels e guesthouses a jovem empresária setubalense tem o mérito, entre outros, de ter encontrado espaço na área para uma oferta diferenciada onde a qualidade prevalece. E quando aliada a pormenores de classe requintada enquadrados num ambiente envolto em mistério, que lhe confere a mistura de cores, luzes e perfumes, está encontrada a fórmula de sucesso. O luxo, o conforto e atendimento personalizado colocam a RM Guest House Experience ao nível de uma unidade hoteleira de muitas estrelas. O único detalhe que a impede de ter esse estatuto é uma questão de aritmética física. Por lei um hotel tem de ter no mínimo nove quartos. Por cima do Museu do Choco, e em plena Avenida Luísa Todi, o melhor alojamento local do mundo está localizado num ponto privilegiado na cidade junto ao Fórum Luísa Todi. Tem sete quartos temáticos. Consoante a época e a tipologia do quarto, os preços variam entre 100 e 210 euros por noite, para duas pessoas com pequeno-almoço incluído. A RM Guest House Experience não passa despercebido aos especialistas e críticos do ramo hoteleiro. A prova disso estão os galardões internacionais que já recebeu. Até ao momento; o Travel and Hospitality Awards - Luxury Boutique Hotel of the Year 2019 Lisboa/ Portugal. O Seven Star Luxury Hospitality and Lifestyle Award - Special Award e o World Luxury Hotel Awards - Luxury Guest House Continent Winner Europe.

Em termos de funcionamento e



RM GUEST HOUSE. Romeu Martins, Frederica Martins e Rita Martins. Família admite transformar unidade num hotel

gestão da RM Guest House, Rita Martins co-proprietária com o marido, o empresário e arquitecto Romeu Martins, assume essa responsabilidade. A jovem Frederica Martins, filha do casal, também já está muito envolvida no projecto tendo a seu cargo a promoção da imagem e serviços da RM nas plataformas digitais.

Rita Martins recebeu O SETUBALLENSE no elegante espaço e começou por revelar que “apesar de estarmos um pouco surpreendidos por todas estas conquistas que vamos alcançando, a verdade é que nada é por

acaso, trabalhamos para estes resultados”. A empresária não colhe todos os louros para si e deixa um elogio aos seus colaboradores mais próximos. “A gestão deste espaço tem sido um desafio e estamos muito satisfeitos pela equipa que tem trabalhado em sintonia connosco. O resultado está à vista com todos estes prémios que significam o reconhecimento nacional e internacional da qualidade da RM Guest House Experience”.

Para além de manter e, “se possível, aumentar a qualidade da oferta”, é fundamental, sublinha Rita Martins,

“estarmos atentos a tudo o que vai acontecendo à nossa volta. Perceber o que os nossos parceiros, a nível internacional vão fazendo porque assim também vamos evoluindo. É neste patamar de excelência que queremos competir”.

Para esta meteórica ascensão foi importante de início, frisa “perceber exactamente o que o mercado necessitava. Nós procurámos posicionar-nos no mercado médio-alto onde existia uma lacuna em Portugal e na cidade em particular. Esse é o primeiro factor. Depois o atendimento. A prestação de um serviço diferenciado ao cliente faz toda a diferença. Nós queremos que o cliente se sinta em casa quando chega à RM. Estes detalhes aliados ao conforto e tranquilidade que proporcionamos a quem nos visita, penso, faz toda a diferença”.

E quem visita maioritariamente a RM? “90% são estrangeiros”, revela Rita Martins. A gestora não esconde que gostava de uma percentagem mais equitativa com o turista português. “Se conseguirmos atrair mais portugueses será um orgulho. Temos uma boa afluência por altura do Natal e passagem de ano mas gostávamos

de crescer no mercado nacional”. Contudo Rita Martins está consciente das dificuldades que enfrenta nesse desafio e explica porquê. “As nossas portas estão abertas a toda a gente, todos são bem-vindos. Mas o turista português tem o hábito de reservar em cima da hora e quando quer muitas vezes já não existe disponibilidade. A maioria dos nossos hóspedes reserva com antecedência e é aqui que o turista estrangeiro tem um comportamento diferente do português. Esse é o factor principal para termos uma percentagem tão desequilibrada entre o cliente estrangeiro e o português”.

Com este crescimento e aceitação do mercado, Rita Martins, confessa que dar o salto para a categoria de hotel “é tentador”, até porque em termos de estrutura física o actual edifício tem capacidade de expansão. “Mudar de segmento não está fora dos planos até porque sentimos que continuaremos a ser competitivos. O espaço existe, a vontade também, mas a prioridade no presente é continuarmos a trabalhar para servir cada vez melhor os nossos clientes e prosseguir este rumo de crescimento”.

