ESCOLA
SUPERIOR
DE HOTELARIA
E TURISMO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

MESTRADO
GESTÃO DO TURISMO

A Importância do Alojamento Local no Desenvolvimento Turístico da Região do Porto: O impacto da Lei "Mais Habitação"

Ana Mara Oliveira Nova

[10/**2024**]

Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Mara Oliveira Nova

A Importância do Alojamento Local no Desenvolvimento Turístico da Região do Porto: O Impacto da Lei "Mais Habitação"

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Orientação: Profª Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Profª Especialista Mónica Pereira de Oliveira

Vila do Conde, outubro de 2024

Politécnico do Porto
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Mara Oliveira Nova

A Importância do Alojamento Local no Desenvolvimento Turístico da Região do Porto: O impacto da Lei "Mais Habitação"

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Orientação: Profª Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Profª Especialista Mónica Pereira de Oliveira

Vila do Conde, outubro de 2024

Ana Mara Oliveira Nova

A Importância do Alojamento Local no Desenvolvimento Turístico da Região do Porto: O Impacto da Lei "Mais Habitação"

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Gestão do Turismo

Membros do Júri

Presidente

Profª. Especialista Teresa Alexandra Azevedo Pataco

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Orientador

Profª. Especialista Mónica Pereira de Oliveira

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Arguente

Profª. Doutora Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo – Instituto Politécnico de Bragança

AGRADECIMENTOS

A presente dissertação é o culminar do meu percurso académico. Foram dois anos a ambicionar que este momento chegasse. O percurso não foi fácil e foi na verdade um dos maiores desafios que abracei. Foram muitos dias bons, outros difíceis e principalmente cansativos, mas que no fim valeram a pena.

Não faria sentido começar este trabalho sem agradecer a todas as pessoas que se cruzaram no meu caminho e fizeram juntamente comigo esta caminhada e, mesmo quando os dias não eram os melhores, faziam deles menos maus.

Às minhas orientadoras, a Professora Doutora Dália Liberato e Professora Mónica Oliveira. pelo apoio e motivação constante durante este percurso. Agradeço imenso toda a vossa paciência, orientação e disponibilidade que tiveram para comigo, porque sei que não sou uma pessoa fácil e que quis desistir várias vezes, mas as professoras nunca deixaram.

De seguida, quero deixar o meu agradecimento à minha família, à minha mãe e irmão que sempre me apoiaram em tudo e tornaram todo o meu percurso académico possível, aos meus tios, que são os meus segundos pais, à minha avó, aos meus primos que, para além de me ajudarem se disponibilizaram a participar na minha dissertação e, por fim, mas não menos importante, à minha madrinha por todos os dias me inspirar a ser alguém melhor, assim como os seus filhos, as melhores crianças do mundo!

Por fim, Pai, obrigada por acompanhares sempre o caminho e nunca me deixares cair!

A todos, o meu eterno obrigado, por nunca me deixarem desistir e me apoiarem sempre em tudo, inclusive quando por decisão própria candidatei-me a este mestrado.

RESUMO ANALÍTICO

Atualmente, o turismo é um dos principais setores económicos em Portugal, impulsionado a economia, nomeadamente no que diz respeito ao alojamento. Nesta perspetiva o número de reservas em estabelecimentos de alojamento turístico, nomeadamente os de alojamento local, têm vindo a acompanhar o crescimento da procura turística.

O número de reservas em estabelecimentos de alojamento local (EAL) tem vindo a ser um indicador turístico relevante, ao nível do número de dormidas e dos proveitos. Neste contexto, em 2023 entra em vigor o Regime Legislativo do Programa "Mais Habitação", cujo principal objetivo é proibir licenças de AL em apartamentos e moradias na região Litoral, com o intuito de promover a sua abertura em regiões do interior, permitindo a diminuição das rendas nos alojamentos para a comunidade local e a reavaliação dos alojamentos já existentes até 2030.

Consequentemente, o presente estudo tem como principal objetivo perceber o impacto dos AL no desenvolvimento turístico de uma região, nomeadamente a do Porto, e se serão prejudicados ou beneficiados com a aplicação do Programa "Mais Habitação". A escolha deste destino turístico deve-se ao facto de existir uma grande concentração de AL no Porto e grande parte das reservas dos hóspedes decorrerem nesta tipologia de alojamento. Adicionalmente, serão analisados os métodos tecnológicos utilizados pelos gestores dos alojamentos para perceber de que modo estes influenciam no momento de reservar a hospedagem, assim como identificar o tipo de turista que opta por esta tipologia.

A metodologia da presente investigação será baseada numa análise qualitativa, através de entrevistas com participação de responsáveis/gestores ou proprietários de AL no concelho do Porto, de modo a perceber a perspetiva destes face às novas medidas e perceber qual o método de seleção dos alojamentos locais pelos turistas. Os resultados serão baseados na análise de conteúdo das entrevistas realizadas, de modo que seja possível responder à questão de investigação e dar resposta aos objetivos previamente definidos.

Os principais resultados indicam que o alojamento local desempenha um papel fundamental no desenvolvimento turístico, dado o número de reservas, que contribui

para as receitas do destino. Parte deste sucesso deve-se à introdução das novas tecnologias na gestão do alojamento, por maximizarem o trabalho e por serem uma forma de os funcionários estarem em constante contacto com os hóspedes. Esta interação é fundamental para garantir a satisfação do cliente. Assim, a implementação da "Mais Habitação" irá impactar no desenvolvimento turístico do Porto, pois pode comprometer o desenvolvimento económico do país. Para que esta seja bem-sucedida, é necessário implementar medidas acordadas entre os proprietários de alojamento local e das comunidades locais.

Palavras-chave: Alojamento Local; Porto; Mais Habitação; Perfil do Cliente; Motivações; Novas Tecnologias.

ABSTRACT

Tourism is currently one of the main economic sectors in Portugal, boosting the economy, specifically regarding accommodation. From this perspective, the number of reservations in tourism accommodation establishments, particularly local accommodation, has been keeping pace with the growth in tourism demand.

The number of reservations in local accommodation establishments (EAL) has become a relevant tourism indicator, in terms of the number of overnight stays and revenue. In this context, in 2023 the Legislative Regime of the "Mais Habitação" (More Housing) Program comes into effect, the main objective of which is to ban AL licenses in apartments and villas in the coastal region, with the aim of promoting their opening in inland regions, allowing for lower rents in accommodation for the local community, and the reassessment of existing accommodation by 2030.

Consequently, the main objective of this study is to understand the impact of ALs on the tourism development of a region, namely Porto, and whether they will be harmed or benefited by the application of the "Mais Habitação" Program. The choice of this tourism destination is due to the fact that there is a large concentration of ALs in Porto and a large proportion of guest bookings are made in this type of accommodation. In addition, the technological methods used by accommodation managers will be analyzed in order to understand how they influence the moment of booking accommodation, as well as to identify the type of tourist who opts for this type of accommodation.

The methodology of this research will be based on a qualitative analysis, through interviews with managers or owners of ALs in the municipality of Porto, in order to understand their perspective on the new measures and how tourists select local accommodation. The results will be based on content analysis of the interviews carried out, so that it is possible to answer the research question and respond to the previously defined objectives.

The main results indicate that local accommodation plays a fundamental role in tourism development, given the number of bookings, which contributes to the destination's revenue. Part of this success is due to the introduction of new technologies in accommodation management, as they maximize work and are a way

for staff to be in constant contact with guests. This interaction is fundamental to guaranteeing customer satisfaction. Thus, the implementation of “Mais Habitação” will have an impact on Porto's tourism development, as it could jeopardize the country's economic development. For this to be successful, it is necessary to implement measures agreed upon between local accommodation owners and local communities.

Keywords: Local Accommodation; Porto; More Housing; Customer Profile; Motivations; New Technologies.

Abreviaturas

AL – Alojamento Local

CEAL - Contribuição Extraordinária sobre o Alojamento Local

INE – Instituto Nacional de Estatística

IMI – Imposto Municipal sobre o Imóvel

IRC - Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IRS – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares

OTA – *Online Travel Agency*

P2P – *Peer-to-Peer*

RA – Região Autónoma

ÍNDICE

1 INTRODUÇÃO 14
2 REVISÃO DE LITERATURA 17
CAPÍTULO I – ALOJAMENTO LOCAL 17
1.1 Caracterização de Alojamento Local 17
1.2 Enquadramento Legal 20
1.3 Fatores de Procura 22
1.4 Mercados Emissores 24
1.5 Perfil do Cliente 27
1.6 Vantagens de Reserva em AL 30
1.7 Problemas associados aos Alojamentos Locais 33
1.8 Alojamento Local em Portugal 35
1.9 Alojamento no Porto 38
1.10 Número de Reservas em AL no Porto 43
1.11 Utilização de Plataformas Digitais 45
CAPÍTULO II – "MAIS HABITAÇÃO" 50
2.1 Caracterização da Lei 50
2.2 Enquadramento Legal da Lei no Alojamento Local 52
2.3 Impactes da Lei 53
2.3 Consequências para o desenvolvimento turístico da cidade do Porto 57
3 METODOLOGIA 60
3.1 Metodologia utilizada 60
3.2 Objetivos 61
3.3 População, Amostra, Técnica de Amostragem 62
3.4 Procedimento adotado 62
3.5 Fundamentação Teórica do Guião da Entrevista 64
3.6 Recolha e Tratamento de Dados 67
3.6.1 Características mais valorizadas por um cliente em AL 67
3.6.2 Papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento 76
3.6.3 Evolução do número de reservas em AL no Porto 80
3.6.4 Programa "Mais Habitação" 84
3.6.5 Perfil do cliente em AL 88

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 92
4.1 Objetivo 1 – Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL 92
4.2 Objetivo 2 – Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento 95
4.3 Objetivo 3 – Analisar a evolução do número de reservas em Alojamento local na cidade do Porto 96
4.4 Objetivo 4 – Avaliar as consequências da "Mais Habitação" 97
4.5 Objetivo 5 – Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local; 99
5 CONCLUSÃO 101
5.1 Principais Conclusões 101
5.2 Limitações do Estudo e futuras recomendações 102
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 104
7 APÊNDICES 109
Apêndice A – Consentimento Informado 109
Apêndice B – Guião da Entrevista 110

Índice de Gráficos

Gráfico 1– Percentagem das dormidas em Alojamento Local 24
Gráfico 2– Áreas emissores de turistas para Alojamento Local..... 26

Índice de Figuras

Figura 1: Tipos de Turista em Alojamento Local 28
Figura 2: Etapas 40
Figura 3: Pressupostos 41
Figura 4: Quarteirões 41
Figura 5: Pontos de Visita 42

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Tipos de negócio associados ao alojamento partilhado 49
Tabela 2 – Entrevistas 63
Tabela 3 - Fundamentação Teórica 64
Tabela 4 - Síntese das características mais valorizadas por um cliente em AL 75
Tabela 5 - Síntese do papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento 80
Tabela 6 - Síntese do papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento 83
Tabela 7 - Síntese do Programa "Mais Habitação" 87
Tabela 8 – Síntese do Perfil do cliente 91

1 INTRODUÇÃO

O alojamento local é uma atividade com raízes históricas, tradicionalmente associado a regiões de caráter sazonal, como zonas balneares e estâncias termais, onde a informalidade e o envolvimento local eram traços distintivos. Contudo, o desenvolvimento das novas tecnologias trouxe profundas transformações ao modelo de alojamento de curta duração. O surgimento de plataformas digitais, como o *Airbnb*, o *HomeAway* e o *Booking*, veio permitir uma intermediação a nível global, expandindo significativamente o alcance desta atividade, tanto para anfitriões como para hóspedes.

Num curto espaço de tempo, estas plataformas registaram um crescimento exponencial, estabelecendo-se em grande parte dos países e cidades do mundo, com milhares de anúncios de apartamentos e moradias. Esta expansão rápida despertou a atenção dos governos, que passaram a focar-se na criação de quadros regulamentares para enquadrar e legalizar o alojamento local, com o objetivo de aproveitar os benefícios económicos gerados. Entre esses benefícios destacam-se a criação de emprego, o aumento do rendimento das famílias e a geração de receitas fiscais associadas. Adicionalmente, a reabilitação do património edificado, frequentemente associada ao alojamento local, foi encarada como um contributo valioso para a revitalização urbana, especialmente nos centros históricos (Azevedo, 2019).

A presente dissertação enquadra-se no âmbito do Mestrado de Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo, do Instituto Politécnico do Porto. Esta pretende analisar o impacto do alojamento local no Porto enquanto destino turístico, e como este será afetado com a aplicação da nova regulamentação designada de "Mais habitação". Para tal, será analisado tudo o que torna esta tipologia significante no local, desde as suas características, a quem o procura, as suas motivações e de que forma os avanços tecnológicos permitiram o seu crescimento.

Assim, a seleção deste tema deve-se ao aumento das reservas em alojamento local e ao crescimento do Porto enquanto destino turístico. No ano de 2023 entrou em vigor uma legislação que colocava em causa estes empreendimentos, nomeadamente a proibição de aberturas e o processo de reavaliação daqui a uns anos, correndo o risco de encerrarem permanentemente. A "Mais Habitação" surge como resposta à fraca disponibilidade de imóveis para os residentes, daí ser importante estudar de que forma

uma lei com as seguintes medidas pode colocar em causa uma tipologia de alojamento que recebe um elevado número de turistas, num destino que está com um desenvolvimento turístico em expansão.

No que concerne à estrutura da dissertação, esta encontra-se dividida em 7 partes, sendo que a primeira é dedicada à parte introdutória, onde consta a apresentação do tema e da estrutura do presente estudo.

Em seguida, segue-se a Revisão de Literatura que se encontra dividida em dois capítulos. O primeiro capítulo foca essencialmente no alojamento local e serão apresentados temas como: a Caracterização do alojamento local; O seu enquadramento legal; Fatores de procura; Mercados emissores; Perfil do cliente; Vantagens de reserva em AL; Problemas associados ao alojamento local; Alojamento local em Portugal; Alojamento local no Porto; Número de reservas em AL no Porto e a Utilização das plataformas digitais.

O capítulo seguinte corresponde à análise da "Mais Habitação" enquanto legislação e procede-se à avaliação das suas consequências e impactos. Para tal, serão abordados tópicos como: Caracterização da Lei; Enquadramento Legal da Lei no Alojamento Local; Impactes da Lei e as Consequências para o desenvolvimento turístico da cidade do Porto.

Na terceira parte encontra-se a parte metodológica, onde será exposto o seu enquadramento, o tipo de análise utilizado (qualitativo), assim como, o estudo, a população, a amostra e a técnica de amostragem. Adicionalmente, também é nesta parte que será apresentado o objetivo principal, assim como, os objetivos específicos, a questão de investigação, a explicação de todo o procedimento adotado (a elaboração das entrevistas realizadas a proprietários e responsáveis de alojamento local na região do Porto) e a fundamentação teórica para o guião da entrevista.

Para terminar a metodologia, será exposta a análise dos resultados obtidos das entrevistas, sustentados nos objetivos específicos definidos.

A análise e discussão dos resultados obtidos nas entrevistas encontram-se na quarta parte do documento.

A quinta parte é essencialmente dedicada às principais conclusões do estudo, assim como, as limitações e as recomendações para futuras investigações.

Por fim, as referências bibliográficas que serviram de apoio na parte teórica encontram-se na sexta parte e os apêndices, na sétima e parte final, onde está exibido o consentimento informado e o guião para a entrevista.

2 REVISÃO DE LITERATURA

CAPÍTULO I – ALOJAMENTO LOCAL

1.1 Caracterização de Alojamento Local

Segundo Moreira (2019), o termo "Alojamento Local" é diferente entre diversos territórios estando dependente dos atributos fornecidos. Contudo, existe uma definição geral consentida, onde se afirma que esta tipologia consiste na cedência de um quarto, ou de um espaço habitacional arrendado, por um curto espaço de tempo, mais especificamente num limite inferior a um mês.

De acordo com o Turismo de Portugal (s.d.), denomina-se por alojamentos locais, os estabelecimentos de alojamento temporário de, principalmente, turistas conforme a remuneração, desde que não apresentem as características fundamentais para serem classificados como empreendimentos turísticos. Os alojamentos locais constituem-se como uma tipologia de alojamento muito procurada na atualidade. As tipologias "pós-hotéis", como as estalagens ou albergues, surgem na Europa da Idade Média e o seu conceito é semelhante ao de Alojamentos Locais, devido ao facto de desempenharem a função de acolher numa habitação que é utilizada frequentemente e localizada nas áreas habitacionais da população, o que permite adquirir uma estada característica da região (Cruz, 2016).

A nível mundial, ainda não há uma definição concreta para a parte comercial de uma habitação, somente existem os conceitos de "*Home tourism*", "*Short-term rental*", "*Second homes*", "*Holiday residences*", "*Spring house*", "*Chalet*", "*Cottage*", "*Holiday home*", "*Hut*", "*Leisure home*", "*Recreational home*", "*Summer home*", "*Summer house*", "*Vacation home*".

Porém, existe uma definição geral que se pode utilizar, sendo essa a habitação de um espaço direcionado para atividades recreativas e de lazer, mesmo sendo a habitação própria, permanente ou secundária do proprietário. Pode até mesmo ser uma habitação adquirida para uso exclusivo de arrendamento (Alves, 2021).

O Alojamento Local, de todas as tipologias de alojamento, é o que representa uma atividade ímpar na área de turismo, uma vez que é operado por agentes que

proporcionam um serviço único num contexto doméstico. Esta forma de serviço costuma ser selecionada pelos clientes que não se sentem atraídos pelos típicos quartos de hotel e que procuram uma experiência diferente (Hsieh & Lin, 2010, citado por, Dantas, 2019).

Numa outra perspetiva, o Alojamento Local também pode ser caracterizado como uma tipologia na qual os turistas efetuam um determinado pagamento para se alojarem em propriedades privadas, onde existe uma interação entre o cliente e o proprietário, que, geralmente, habita nas casas e partilha os espaços comuns com limites de utilização. A única coisa que distingue o alojamento local das outras tipologias é o termo "casa", como por exemplo, os hotéis, onde o ambiente familiar não consta nos ideais do alojamento. Nestes é visível que os espaços públicos estão abertos ao público e aos colaboradores e os espaços privados são exclusivos aos colaboradores do hotel.

Nos AL, onde o principal princípio é o ambiente mais acolhedor, o anfitrião não precisa necessariamente de habitar na propriedade a tempo inteiro, todavia, os visitantes devem estar conscientes da presença das famílias através de elementos específicos, tais como a mobília, armários trancados, livros, instrumentos musicais, ou até mesmo a informação de como funcionam certos equipamentos. Assim, pode concluir-se que uma característica fundamental em grande parte das situações é a presença do proprietário, fisicamente ou não, desde que haja uma conexão emocional entre ambos (anfitrião e hóspede) (Lynch et al., 2009, citado por, Dantas, 2019).

A lotação máxima dos estabelecimentos de alojamento local é limitada a 9 quartos e 30 hóspedes, com exceção dos *hostels*, que não possuem restrição de capacidade, e dos quartos, cuja limitação é de três unidades. Segundo a legislação portuguesa, a partir de 10 quartos, considera-se um hotel, ainda que possa ser de categoria mais baixa.

Relativamente à capacidade ao nível do número de utentes, esta encontra-se um pouco limitada, uma vez que se está dependente das características, não podendo ultrapassar o número resultante da multiplicação do número de quarto por dois. No que diz respeito aos "apartamentos" e "moradias" existe a possibilidade de acrescentar mais dois hóspedes na sala, de acordo com o INE. Dependendo das condições habitacionais,

todas os alojamentos podem instalar até duas camas complementares para crianças até aos 12 anos de idade.

A capacidade nos "apartamentos" do mesmo edifício encontra-se limitada, sendo que, por edifício o proprietário pode explorar até 9 alojamentos, mais especificamente apartamentos, se aquele número não for superior a 75% do número de frações presentes no edifício. Para este cálculo reconhece-se os estabelecimentos de alojamento local inseridos na categoria de apartamentos registados com o nome do parceiro, ascendentes e descendentes do proprietário, ou até mesmo o titular que explora em conjunto com os nomes coletivos registados como sócios (Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos, 2021).

Um dos outros fatores fundamentais para o desenvolvimento destes estabelecimentos é a implementação de normas de sustentabilidade ambiental. Assim, estes devem favorecer as seguintes circunstâncias:

- Adoção e implementação de práticas que proporcionem o uso eficiente da água;
- Adoção e implementação de práticas que promovam o consumo controlado de energia;
- Informação sobre as práticas de turismo sustentável;
- Utilização de detergentes biodegradáveis;
- Disponibilização e adoção de equipamentos de separação de resíduos urbanos;
- Formação dos colaboradores sobre as boas práticas ambientais;
- Posse de uma certificação ambiental ou um selo de qualidade nacional ou internacional.

Por fim, é fundamental que os AL tenham disponível:

- Um serviço de receção, onde seja possível realizar os *check-ins* e *check-outs* e fornecer informações aos hóspedes, sendo que pode ser realizado presencialmente ou à distância, através pelo telefone ou email.
- Um meio de comunicação com a receção, um número de emergência nacional e um contacto da entidade exploradora (Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos, 2021).

De uma forma geral, é possível afirmar que estas tipologias de arrendamento vieram para diversificar o Turismo tanto a nível internacional, como a nível nacional apresentando características e dispondo um conjunto de requisitos que o tonam particularmente atrativos para os utilizadores (Souza, 2022).

1.2 Enquadramento Legal

Em Portugal, de acordo com a Portaria n.º 517/2008, de 25 de junho, é possível verificar que existem três tipos de alojamento local, tais como os (1) apartamentos, (2) moradias e (3) infraestruturas de hospedagem que reúnem os requisitos de saúde e higiene suficientes (Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014). Ainda na mesma Portaria foram estabelecidas tipologias que proporcionam alojamento aos turistas sem regras, tendo em atenção alguns empreendimentos eliminados no Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, particularmente, as pensões, motéis, albergarias e estalagens, uma vez que não apresentam atributos necessários para se tornarem empreendimentos turísticos. Estes poderão continuar a fornecer a atividade de hospedagem, de modo a evitar o seu encerramento e os seus respetivos pontos negativos (Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014). Surge o Decreto-Lei n.º 15/2014, de 23 de janeiro, onde é reconhecida a necessidade de formalizar o papel de um alojamento local num documento específico, com o intuito de descrever os serviços de hospedagem desta tipologia (Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014). O conceito de alojamento local é atribuído a uma categoria autónoma, em vez de ser apenas residual, o que possibilita a sua distinção enquanto relevância turística. Existem, assim, duas categorias diferentes de alojamento turístico, em Portugal, o Alojamento local e os Empreendimentos Turísticos (Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014).

Ainda, de acordo com o Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014, é possível constatar a existência de três categorias de estabelecimentos. Entre elas são:

1) As Moradias, que são caracterizadas por um prédio independente e de caráter unifamiliar.

2) Os Apartamentos que se baseiam numa proporção de um edifício ou uma parte de um edifício numa área urbana de forma autónoma.

3) Estabelecimento de hospedagem, que é constituído pelos AL compostos por quartos e que não ofereçam certos tipos de refeições, como por exemplo, o almoço e o jantar.

Na eventualidade dos estabelecimentos disporem de camas e não quartos surge uma nova designação, o *Hostel*. Esta tipologia foi enquadrada na primeira

alteração ao Decreto-Lei supracitado pelo DL nº 63/2015 de 23 de abril, onde foi incorporado o conceito de *Hostel* como alojamento local, principalmente no que concerne aos requisitos mínimos para o desenvolvimento da sua atividade, assim como a alteração dos seus artigos.

Embora o *Hostel* seja caracterizado como um Estabelecimento de Hospedagem, não apresenta nenhum limite de camas ou quartos em oposto às outras tipologias de alojamento que têm estabelecido um limite máximo de 30 camas ou 30 hóspedes (Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, 2014).

As zonas comuns são elementos imprescindíveis nos *hostels,* entre elas, as zonas de acolhimento ou de receção e as de estar ou lazer podendo ser no mesmo espaço físico. Para além destas zonas obrigatórias podem existir as áreas de utilidade única para os hóspedes e os seus convidados, se forem aceites. Estas podem ser, por exemplo, a cozinha, a área de refeições, a de bebidas e a de tratamento de roupa. No caso de existir a área da cozinha, o *hostel* deve obrigatoriamente assegurar 1 lugar sentado por cada 10 hóspedes.

Por fim, os *hostels* devem seguir critérios específicos relativamente à mobilidade reduzida, ou seja, quando esta tipologia dispõe de mais de 50 camas ou hóspedes, este deve ter, pelo menos, 1 quarto com instalações sanitárias adaptadas a clientes com mobilidade reduzida, podendo também ser inserida numa instalação sanitária comum, mais especificamente, uma área para pessoas com mobilidade comum (O Guia Essencial Do Alojamento Local, 2021).

4) Os quartos são áreas nas quais o desenvolvimento da atividade de alojamento local são realizadas na área de residência do anfitrião, mais especificamente, no seu domínio fiscal. Esta tipologia só é aceite quando o espaço dispõe no máximo de três unidades (O Guia Essencial Do Alojamento Local, 2021).

Contudo, até nos estabelecimentos de Alojamento Local existe a possibilidade de casos de exploração e intermediação. Estes ocorrem quando:

- O alojamento local é publicitado ou encontra-se disponível como objeto de intermediação de qualquer forma (entidade ou meio), principalmente as agências de viagens e *sites* da *internet*;

- O espaço encontra-se totalmente equipado e mobilado e, para além de ser oferecido o serviço de dormida, tenha também serviços complementares, tais como, os serviços de limpeza, em períodos inferiores a 30 dias;

O último ponto pode ser desconsiderado, quando, dependendo do contrato de arrendamento urbano, esteja adequadamente patente no serviço das finanças.

O desenvolvimento da atividade de alojamento local está sempre dependente de um registo e comunicação prévia no Balcão Único Eletrónico, e não é possível oferecer, disponibilizar, publicitar e intermediar AL que não estejam registados ou se encontrem desatualizados (Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos, 2021).

1.3 Fatores de Procura

Para enfrentar a escassez de acomodações hoteleiras durante períodos de época alta e eventos urbanos, emergiram novos tipos de alojamento dentro da economia colaborativa, que se tornaram concorrentes dos estabelecimentos hoteleiros tradicionais e dos serviços por eles prestados (Dieguez & Ferreira, 2020).

Os AL têm vindo a acompanhar o desenvolvimento do turismo, ou seja, cada vez mais sente-se o aumento na sua procura visto que, os clientes optam por procurar o alojamento para a sua estada em plataformas como, por exemplo, o *Airbnb* deixando de parte a pesquisa nas plataformas oficiais dos hotéis.

Este aparecimento das plataformas digitais traduziu-se numa diminuição de cerca de 80% das receitas previstas em hotéis, sendo que apenas 9% da população iria optar por reservar hotel caso o *Airbnb* não existisse. Esta informação resulta de um estudo que envolveu mais 4400 pessoas que recorrem frequentemente à plataforma nos Estados Unidos, Reino Unido, França e Alemanha. O mesmo comprovou que basicamente metade dos usuários que recorriam ao Airbnb eram acerca de hotéis o que significa que a percentagem de viajantes que utilizaram pelo menos uma vez a plataforma apresenta uma taxa entre 18% e 19%, um aumento de 6/7 pontos em relação aos anos anteriores (Stanley, 2015).

Assim, o desenvolvimento das novas tecnologias auxiliou no crescimento das reservas em alojamento local tendo em conta o facto de os principais elementos que levam os clientes a optar por esta tipologia são a influência *online* através das *OTA*,

plataformas como o *Booking*, redes sociais e *Websites* de classificação *online*, tal como o *TripAdvisor*. Outra forma bastante influente é o método "boca-a-boca" entre familiares, amigos e pessoas conhecidas. As classificações nas aplicações e plataformas acerca dos alojamentos, principalmente os comentários de hóspedes que já adquiriram das instalações e dos produtos, auxilia a quem pretende usufruir (Poseiro, 2019).

Para além dos fatores relacionados aos métodos de reserva e de classificação, outros métodos que levam aos futuros clientes a escolherem o alojamento local são a localização, o preço e o meio envolvente, sendo estes últimos considerados as características mais importantes no processo de tomada de decisão na escolha do alojamento para o período de descanso (*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações?* 2019). Outro fator relevante para a seleção desta tipologia de alojamento são as fotografias utilizadas na sua promoção que desempenham um papel crucial na decisão dos hóspedes, influenciando significativamente a sua escolha de alojamento durante o planeamento de viagens. De acordo com Omnibees (2019), citado por, Alves, 2021, a célebre expressão "uma imagem vale mais que mil palavras" aplica-se de forma precisa neste contexto, sendo a experiência visual um fator determinante na seleção do alojamento, especialmente face à multiplicidade de opções disponíveis *online*.

Adicionalmente, também se pode afirmar que os consumidores escolhem estas alternativas por outras razões, sendo elas, a elevada qualidade dos serviços, comodidades e localização privilegiada, a redução dos impactos ambientais, e a interação com as comunidades locais, atendendo a necessidades sociais, sustentabilidade e autenticidade. A autenticidade e a partilha de novas culturas são aspetos que estão em ascensão, e os alojamentos locais, como *hostels* e plataformas como *Airbnb*, ressaltam esses conceitos.

Os comportamentos dos turistas estão em permanente mutação. Ao optar por alojamentos privados e locais, os turistas tendem a prolongar as suas estadias, gastar mais recursos e viajar com maior frequência. Os grandes estabelecimentos hoteleiros precisam de adaptar os seus serviços a essa nova realidade, onde os turistas procuram oportunidades para fazer novas amizades, estabelecer conexões duradouras, interagir socialmente com os anfitriões e explorar locais fora das rotas turísticas convencionais.

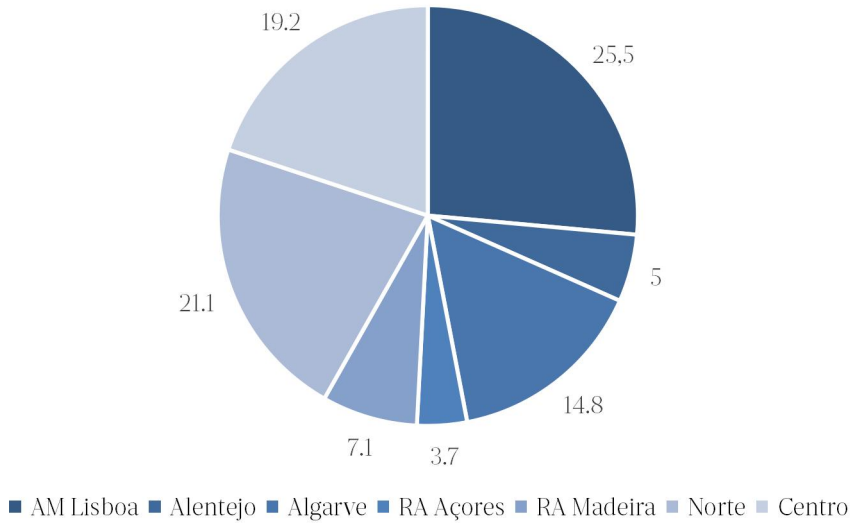
Além disso, os alojamentos locais permitem o contato direto com marcos históricos, oferecendo um mecanismo essencial para vivenciar a autenticidade do património cultural. Esta dinâmica representa um desafio para os hotéis tradicionais, que devem inovar e ajustar suas ofertas para permanecerem competitivos num mercado em rápida transformação (Dieguez & Ferreira, 2020).

1.4 Mercados Emissores

De acordo com os dados recolhidos a 31 de julho de 2022, em Portugal estavam operacionais 3.277 estabelecimentos de alojamento local, o que se traduz numa oferta de 82 900 camas.

No que concerne ao alojamento dos turistas, os AL foram a segunda categoria de estabelecimentos de alojamento turístico escolhida, o que corresponde a cerca de 46,2% da procura. A Área Metropolitana de Lisboa foi a região que apresentou um maior número de camas, mais especificamente, uma percentagem de 25,5%. Em seguida, segue-se o Norte com 21,1% e o Centro com 19,2%, tal como se pode verificar através do Gráfico 1.

Gráfico 1– Percentagem das dormidas em Alojamento Local por regiões NUTSII, em 2022



Fonte: Elaboração Própria, adaptado do INE

Relativamente ao mercado interno, este contribuiu com 31,2% das dormidas totais em alojamentos locais, um aumento de 24,2%.

Os mercados externos também aumentaram a sua quota, uma vez que registaram 6,8 milhões de dormidas (+139,7%), ou seja, um acréscimo de 68,8% neste segmento representando um aumento de 68,1% em relação a 2019.

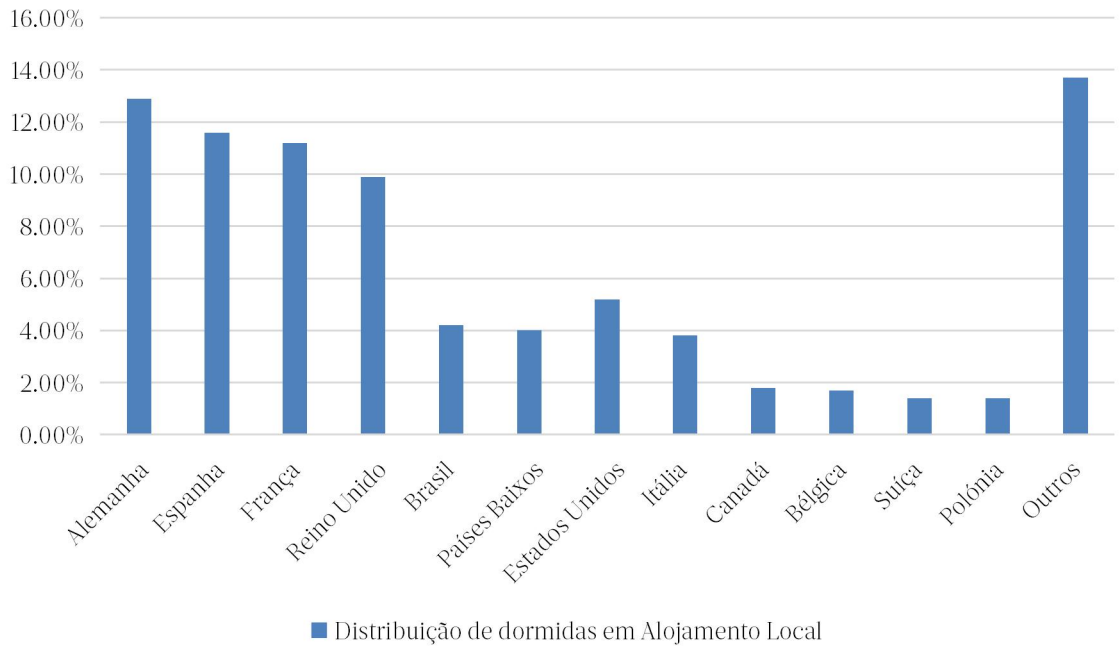
Contudo, em comparação a 2019 ocorreram alguns declínios, nomeadamente as dormidas dos residentes (5,4%) e dos não residentes (2,4%). Assim sendo, as dormidas dos residentes ocorreram fundamentalmente no Centro (24,9% de dormidas de residentes em AL), Área Metropolitana de Lisboa (21,8%) e o Norte (20,4%).

No que diz respeito às dormidas dos não residentes, os destinos preferenciais foram a Área Metropolitana de Lisboa com 42,6% das dormidas em alojamento local. O Norte segue com 19,8% e o Algarve com 15,5%.

De forma geral, a região onde maior parte dos residentes se centralizou foi no Alentejo com 71,1% das dormidas e no Centro com uma taxa de 58%. Em oposição, os não residentes optaram por permanecer na Área Metropolitana de Lisboa (81,1% das dormidas), na Região Autónoma da Madeira (79,6%) e no Algarve (72,3%).

Os principais mercados emissores no Alojamento Local são: a Alemanha, Espanha, França, Reino Unido, EUA, Brasil, Países Baixos, Itália, Canadá, Bélgica, Suíça e Polónia. Estes países contribuíram com 80% das dormidas de não residentes, sendo que 4 congregaram 45,6% das dormidas de não residentes neste tópico. Estes são a Alemanha com 12,9%, a Espanha com 11,6%, a França com 11,2% e, por fim, o Reino Unido com 9,9% (Instituto Nacional de Estatísticas, 2022) (Gráfico 2).

Gráfico 2– Países emissores de turistas para Alojamento Local



Fonte: Elaboração Própria, adaptado do INE no Inquérito à Permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (IPHH)

A cidade do Porto registou um marco histórico nos meses até julho, com transações provenientes de cartões estrangeiros com um total de 344 milhões de euros, um aumento de 36% em comparação ao mesmo período de 2022. Este incremento sublinha a significativa contribuição dos não residentes para o desenvolvimento da economia local. Somente no mês de julho, o consumo gerado por cartões estrangeiros atingiu 73 milhões de euros.

No que diz respeito aos proveitos totais dos estabelecimentos de alojamento local no Porto, o primeiro semestre de 2023 alcançou um recorde de 193,6 milhões de euros, correspondendo a cerca de 48% das receitas totais correspondentes aos empreendimentos de alojamento local no Porto.

A receita média por quarto disponível (RevPar) também apresentou um aumento significativo entre janeiro e maio, situando-se em uma média de 62,6 euros.

Conforme a análise da vereadora do Turismo e Internacionalização da Câmara do Porto, estes dados do INE indicam um aumento no dinamismo económico do setor turístico e uma maior atratividade do destino. Alinhado com a visão sustentável do Município, este crescimento é estratégico para atrair visitantes que permanecem por

períodos mais longos e possuem maior poder de compra, promovendo um impacto positivo no desenvolvimento económico local.

Os principais mercados emissores de visitantes no Porto, nos primeiros cinco meses do ano, foram Espanha, Estados Unidos da América, França, Brasil, Reino Unido e Alemanha. É particularmente notável o crescimento progressivo do mercado americano, que já se destaca como um dos mais preponderantes em termos de número de hóspedes, dormidas e consumo gerado (Porto., 2023).

1.5 Perfil do Cliente

De acordo com a análise realizada pelo Centro de Investigação Aplicada e Novas Tecnologias, em conjunto com a *Homeaway* (2018) e com os estudos do *Marketing* FutureCast Lab – ISCTE (2017, 2018) citado por Poseiro (2019) foi determinado que quem opta maioritariamente por ficar instalado em alojamento local são pessoas do género feminino correspondente a cerca de 52% do número total de pessoas, na faixa etária entre os 30 e 49 anos. Para além disso, o grupo de pessoas que elege esta tipologia como o alojamento são essencialmente as famílias, casais e amigos.

No que diz respeito às fontes de informação sobre alojamento local, observa-se uma preferência evidente por plataformas especializadas em arrendamento, seguidas de recomendações pessoais. As reservas são predominantemente realizadas *online*, destacando-se o *Booking* como o principal canal, seguido a *Airbnb* e, embora menos frequentemente, a *Homeaway*. No que concerne aos critérios mais relevantes na escolha do AL, a localização, o preço e as avaliações de outros hóspedes na plataforma são os mais citados pelos utilizadores. Em geral, satisfeito com este tipo de alojamento, o turista tende a recomendar a sua experiência e a optar pelo mesmo alojamento se tiver oportunidade de repetir (Poseiro, 2019).

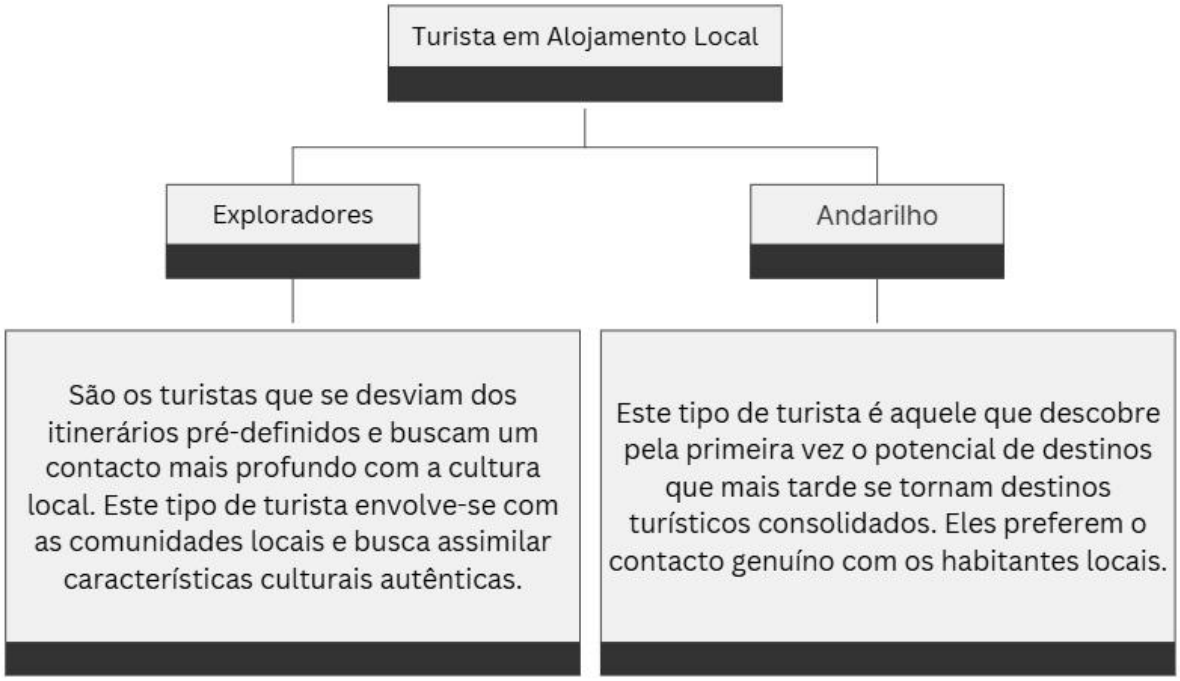
Atualmente, observa-se uma alteração de paradigma nos comportamentos e preferências dos clientes turísticos, nos quais procuram estadas financeiramente mais acessíveis e que genuinamente reflitam a autenticidade de cada região. Estes estabelecimentos, na sua maioria, que anteriormente eram destinados a residências privadas, possuem, consequentemente, uma atmosfera mais familiar, íntima e

acolhedora. Estes atributos contribuem significativamente para o sucesso deste modelo de hospedagem (Empis, 2015, citado por, Alves, 2021).

Um fator igualmente relevante, tanto para o proprietário quanto para o hóspede, é a dispensa do cumprimento de pagamentos de taxas comerciais e determinados requisitos habituais aplicados às unidades hoteleiras (Schäfer & Braun, 2016).

Assim, pode-se concluir que este tipo de alojamentos, que proporciona um serviço personalizado num ambiente familiar, atrai aqueles que se encontram insatisfeitos com os quartos de hotel convencionais. (Dantas, 2019).

Figura 1: Tipos de Turista em Alojamento Local



Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Alves (2021)

A partir da Figura 1 é possível considerar que o turista de alojamento local está mais alinhado com as duas tipologias de turistas apresentadas, pois são aqueles que procuram, antes de tudo, uma interação próxima com as comunidades locais, expressando o desejo de viver como um residente local. Além disso, optam predominantemente por plataformas digitais em vez de agências de viagens. De forma geral, pretendem uma experiência com contacto direto com a cultura local,

estabelecendo relações com os proprietários dos alojamentos, o que confere uma dimensão mais pessoal à sua estadia (Alves 2021).

No caso português, a maioria dos turistas que optam por alojamentos locais são famílias que desejam passar uma semana fora do seu ambiente natural, conforme revelado pelo Barómetro do Alojamento Local (AL) divulgado pela *Homeaway*. No ano de 2019, 1,98 milhões de turistas portugueses escolheram o AL como a opção para o seu período de lazer.

O estudo indica que os principais utilizadores do alojamento local são famílias, representando 42,1% dos hóspedes, seguidas por casais (39,5%) e grupos de amigos (17,5%). Além disso, 94% das estadas têm uma duração de até sete noites, com um número médio de 3,7 turistas por alojamento.

Os apartamentos foram o tipo de alojamento preferido pelos viajantes, com 51,6% de preferência, seguidos pelas moradias, com 27,1%. Em termos de localização geográfica, os destinos mais procurados pelos turistas portugueses foram o Algarve (25,1%), a região Norte (22,4%) e o Centro (19,3%).

Destaca-se ainda um aumento significativo na procura pelo Alentejo, que registou 18,2% das preferências, um acréscimo de 5% em comparação com os dados de 2018 (Notícias ao Minuto, 2019).

A tendência do Alojamento Local em centros urbanos como Porto e Lisboa deve-se à diversificação dos segmentos de mercado, que privilegiam estadias de média e longa duração. Estes segmentos abrangem nómadas digitais, pacientes em tratamentos prolongados (os que necessitem de ajuda), professores, estudantes e profissionais de saúde.

Além do típico turista que opta por estadias curtas, de até uma semana, novos segmentos estão a emergir no mercado do AL, como o segmento empresarial. Este segmento de duração prolongada resulta em "acordos com grandes empresas" que frequentemente enviam colaboradores a determinados destinos ou cidades para a realização de trabalhos, como consultoria.

As multinacionais estão constantemente a realizar formações e a desenvolver projetos, inserindo-se assim num contexto corporativo de média duração. Esta diversificação permite aos proprietários de AL não dependerem exclusivamente de um único segmento.

Durante o verão, o AL pode focar-se mais no turismo, enquanto no inverno pode direcionar se para outros segmentos, como por exemplo o segmento estudantil, com os programas de *Erasmus* ou estágios, ou até mesmo o económico.

De acordo com a legislação vigente, o AL é definido como um alojamento temporário, destinado principalmente a turistas. No entanto, não se restringe apenas a este público, podendo também atender aqueles que estão a trabalhar, a realizar um projeto em outro país ou cidade, ou a conduzir uma investigação, desde que seja uma residência temporária (*Nómadas digitais, doentes e professores, os novos clientes do AL*, 2022).

1.6 Vantagens de Reserva em AL

O alojamento local apresenta vantagens em diversos aspetos resultante do crescimento da procura. Assim, salienta-se a notável flexibilidade conferida ao proprietário do estabelecimento no que concerne às decisões relativas ao imóvel, incluindo a possibilidade de venda, alteração do tipo de arrendamento ou utilização para fins próprios.

Os hóspedes desfrutam de uma experiência mais reservada e o custo, relativamente mais acessível, pode ser atribuído à oportunidade de adicionar pessoas adicionais aos apartamentos. Ademais, é possível capitalizar os apoios à reabilitação urbana, através da restauração de alguns apartamentos antigos.

Ao investir em atividades complementares ao turismo, o proprietário pode tirar proveito das estratégias de *cross-selling* entre negócios, direcionando clientes de um estabelecimento para outro, não só em alojamento, mas também noutros serviços. Esta sinergia pode ser ampliada mediante a criação de uma plataforma integrada que congregue todos os negócios, incrementando lucros gerados por cliente.

Por outro lado, ao proporcionar uma rede integrada de experiências, o alojamento local eleva a satisfação dos clientes e fortalece a sua marca, consolidando, por conseguinte, a sua posição no mercado (Pereira, 2018, citado por, Silva, 2020).

Segundo Della Corte *et al.* (2015), foram identificados fatores que exercem influência direta sobre os clientes durante a sua estadia em Alojamentos Locais:

- **Acessibilidade:** Refere-se à facilidade de acesso aos locais de interesse, assim como à existência e qualidade dos sistemas de transporte disponíveis.
- **Conforto do Alojamento**: O conforto é reconhecido como um fator estratégico para competir eficazmente com outros estabelecimentos de hospedagem.
- **Ruas e Sinalização**: A clareza e simplicidade da sinalização viária e das vias públicas são consideradas como aspetos relevantes.
- **Qualidade e Diversidade de Restaurantes**: A qualidade e diversidade da oferta gastronómica constituem um fator determinante para os clientes, abrangendo critérios como variedade, qualidade e preço.
- **Entretenimento:** A diversidade de atrações capazes de entreter os clientes contribui significativamente para a sua satisfação e para a ocupação do tempo durante a estadia.
- **Preço e Valor**: A relação entre qualidade e preço é um elemento de considerável importância para a maioria dos clientes, influenciando diretamente as suas decisões.
- **Acessibilidade à Informação**: Na era digital, a disponibilidade de informações através de agências turísticas e plataformas *online* como o *Booking* e o *Airbnb* desempenha um papel crucial na satisfação do cliente. A pesquisa, precisão e rapidez na obtenção das informações são consideradas como aspetos cruciais.
- **Transporte Local**: A facilidade de deslocação para vários locais a partir do alojamento, bem como a disponibilidade e qualidade do transporte local, são fatores de elevada relevância.
- **Segurança:** O sentimento de segurança é fundamental para os clientes, tornando a segurança do destino um fator de extrema importância.
- **Infraestruturas para Deficientes**: A existência de infraestruturas adequadas para receber pessoas com mobilidade reduzida, sem barreiras que dificultem a sua acessibilidade, tem um impacto direto na satisfação dos clientes.

- **Hospitalidade**: A capacidade de acolhimento, simpatia e prestabilidade são consideradas como características essenciais para um alojamento de qualidade.
- **Organização de Eventos Culturais**: A promoção de eventos relacionados com a herança local, gastronomia, música, entre outros, pode influenciar positivamente a satisfação do cliente.
- **Limpeza Urbana:** A limpeza e higiene urbana são fatores determinantes para a satisfação dos clientes durante a sua estadia.

Assim, os alojamentos locais apresentam como principais pontos positivos a sua localização no destino e a capacidade de fornecer ao visitante uma estada menos formal e única. Também é possível alojar um maior número de pessoas, especialmente grupos, de forma mais acessível e económica (JLL, 2015 citado por, Cruz, 2016). Deste modo, pode afirmar-se que esta forma de alojamento permite que o cliente se sinta próximo do destino e da comunidade, visto que, são apartamentos ou moradias direcionadas para a habitação, contrariamente aos hotéis que apresentam critérios e estruturas diferentes, sendo semelhantes e pouco diferenciadores em centros urbanos.

O desenvolvimento da tecnologia e a digitalização possibilitaram que diferentes visitantes troquem impressões e avaliações sobre acomodações. Por um lado, isso proporciona aos hóspedes um certo nível de segurança ao escolher um local onde se hospedar, ajudando-os a encontrar acomodações que correspondam às suas expectativas.

De modo geral, os *hostels* oferecem mais e melhores oportunidades para os viajantes de curta duração a conhecerem novas pessoas e de diferentes culturas, graças às instalações compartilhadas e às áreas comuns, como sala de estar, *lounge*, chuveiro e cozinha.

Adicionalmente, outros estudos também identificaram outros fatores tangíveis importantes que aumentam a satisfação dos hóspedes, como instalações de auto-atendimento e a possibilidade de alugar certos equipamentos. Além disso, os resultados mostram que os hóspedes de *hostels* desejam socializar, participar de atividades e eventos, vivenciar experiências locais e sentir-se em casa (Kuzmanović & Vukić, 2021).

A interação com os residentes por meio das redes sociais é uma parte essencial da experiência no ecoturismo, promovendo a troca cultural e social, apresentando, assim, outra vantagem na reserva de um alojamento local. Deste modo, quando existe uma conexão entre um turista e um membro da comunidade local esta é vista como vantajosa por ambos, uma vez que, há um desejo mútuo de participar nessa interação.

Nesta transação, qualquer coisa pode ser trocada: dinheiro, bens, serviços, conhecimento, informações e até mesmo atenção e gentileza. As expectativas de ganho nessa troca variam. Neste contexto, também é possível, é possível verificar como se forma e se mantém a relação entre os locais e os turistas. A comunidade local vê o turismo como uma forma de melhorar as suas condições económicas, enquanto os turistas procuram comunicação e experiências autênticas.

A interação é o meio de construir relações entre turistas e moradores locais, sendo um processo de troca onde se compartilham informações, sentimentos e experiências, facilitando o desenvolvimento de um vínculo (Tabaeeian et al., 2022).

1.7 Problemas associados aos Alojamentos Locais

O crescimento da atividade turística tem progressivamente reconfigurado as interações entre visitantes e residentes, particularmente em cidades de grande relevância histórica na Europa. Esta pressão turística torna-se notavelmente mais intensa nas áreas centrais urbanas, onde recursos como terrenos, edifícios, infraestruturas viárias e estacionamentos tornam-se escassos. O encarecimento dos imóveis residenciais e dos espaços comerciais tem contribuído para o gradual afastamento dos habitantes e comerciantes dos núcleos urbanos, um cenário que compromete o desenvolvimento e a sustentabilidade local (Russo, 2002, citado por, Dantas, 2019). Atualmente é comum observar num mesmo edifício múltiplos apartamentos destinados a alugueres de curta duração, o que gera uma sensação de insegurança devido às constantes flutuações de hóspedes, além do consequente ruído e desconforto associados. Este impacto adverso na qualidade de vida dos residentes pode ser provocado por qualquer forma de aluguer de curta duração, independentemente de

envolver unidades completas ou parciais, e quer seja praticado esporadicamente ou de forma continuada (Wegmann & Jiao, 2017).

A gentrificação figura entre as consequências negativas mais comuns e prejudiciais do crescimento acelerado e descontrolado do turismo (Almeida-García et al., 2021, citado por, Rodrigues et al., 2023). Esse fenómeno resulta num rápido fluxo de novos residentes, permanentes ou temporários, com rendimentos superiores aos da comunidade local, o que frequentemente força os moradores originais a se deslocarem para áreas residenciais mais acessíveis.

Este processo está estreitamente relacionado ao *overtourism* e muitas vezes é consequência dele (Szromek et al., 2020 citado por, Rodrigues *et al.*, 2023). Ao definir o *overtourism*, alguns estudos destacam os seus efeitos negativos nas comunidades residentes, considerando-o um crescimento que leva à superlotação em áreas onde os moradores residem e sofrem consequências dos picos temporários e sazonais do turismo, impondo mudanças permanentes nos seus estilos de vida e restringindo o seu acesso a comodidades e ao bem-estar (Milano *et al.*, 2019, p. 2 citado por, Rodrigues et al., 2023).

O fenómeno da gentrificação também pode ser interpretado como uma forma de desenvolvimento urbano onde os residentes de maior estatuto socioeconómico substituem a população tradicional de menor renda. Esse processo frequentemente resulta em especulação imobiliária, mas também na renovação e requalificação de espaços públicos (Rodrigues *et al.*, 2023).

Outra, das principais desvantagens do alojamento local, é a instabilidade dos rendimentos, uma vez que a receita mensal varia consideravelmente, sendo fortemente influenciada pela sazonalidade e outros fatores externos alheios ao controlo do proprietário. Adicionalmente, observa-se uma menor capacidade de controle dos custos, dado que muitos deles são variáveis, como os associados ao consumo de água, eletricidade, gás, comunicações e outros encargos correntes. Este contexto é ainda agravado pelo inevitável aumento do desgaste do imóvel em virtude da frequente rotatividade de hóspedes.

A necessidade de uma gestão mais abrangente também se destaca como uma preocupação, sendo comum que as unidades de alojamento local sejam administradas por empresas especializadas, as quais, em troca dos seus serviços, absorvem parte

significativa das receitas, impactando diretamente na rentabilidade global do empreendimento. Alternativamente, na ausência de uma gestão "exercida por terceiros", o proprietário assume a responsabilidade integral pelo acompanhamento e gestão de todos os aspetos operacionais do alojamento. Isso inclui desde a gestão de reservas e cancelamentos online até o processo de *check-in* e *check-out*, bem como a manutenção e limpeza do apartamento (Silva, 2020).

De forma a compreender-se melhor este fenómeno, apresenta-se o caso holandês, onde a proliferação de alojamentos locais tem conduzido a um aumento significativo do fluxo turístico nas áreas centrais da cidade, acarretando efeitos adversos na qualidade de vida dos residentes locais. A perturbação causada pelos turistas mais ruidosos e festivos constitui apenas um dos aspetos negativos identificados. Como agravante, o encarecimento dos imóveis tem vindo a afastar os residentes genuínos que desejam habitar no núcleo urbano. Por último, mas não menos importante, assiste-se a uma transformação do tecido empresarial, com empresas anteriormente voltadas para a integração comunitária sendo gradualmente substituídas por aquelas que se concentram exclusivamente no setor turístico. Estabelecimentos tradicionais, como mercearias locais, estão a ser progressivamente substituídos por negócios orientados para o aluguer de bicicletas e outras atividades turísticas (Zee, 2016, citado por, Dantas, 2019).

1.8 Alojamento Local em Portugal

A modalidade de alojamento local, tem desempenhado um papel de relevo no panorama turístico português há muitos anos, mesmo que de forma informal. De facto, em Portugal, especialmente em áreas de grande incidência turística, observa-se uma tradição histórica na oferta de apartamentos, moradias e quartos para arrendamento, muito antes da regulamentação e legislação desta atividade e muitas vezes desenvolvidos de forma ilegal. A introdução de regulamentação, aliada à crescente exigência por parte dos hóspedes, possibilitou uma notável evolução do conceito de AL nos últimos anos. Esta evolução resultou na criação de um ambiente fiscal e jurídico

estável, estimulando, assim, um aumento significativo dos investimentos neste setor (AHRESP, 2017, citado por, Dantas, 2019).

De acordo com Pereira (2022) a procura de alojamentos locais tem vindo a crescer de forma significativa. Na Europa, e em 2022, o número de reservas alcançou números nunca registados. Isto deve-se ao aumento da procura após a pandemia. Este tipo de Turismo é conhecido como *Revenge Tourism*. A pandemia do COVID-19 transformou o setor do turismo e os repetidos confinamentos levaram ao desejo e à ânsia de viajar. Durante os 3 primeiros meses do ano, Portugal ocupava um dos primeiros lugares no *ranking* em relação às reservas em alojamentos locais, mais especificamente cerca de 38%, um aumento de 12% comparativamente ao ano de 2019, onde ocupava o 2º lugar.

No âmbito nacional, no mês de dezembro, o setor do alojamento local testemunhou a estadia de 1,8 milhões de hóspedes, refletindo um incremento de 10,9%, e a realização de quatro milhões de dormidas, representando um aumento de 8,2%. Ao longo do ano, o número total de dormidas registou um crescimento de 10,7%, com uma variação de 2,1% entre os residentes e de 14,9% entre os não residentes (Neves, 2024).

No que diz respeito à sua concentração, a cidade de Lisboa é onde se regista o maior número de reservas nesta tipologia de hospedagem. Além disso, é possível observar uma taxa de reserva acima dos 45%, um aumento significativo de 156% relativamente ao ano de 2019, que representava uma taxa de 17,7% (Pereira, 2022). No período de janeiro a abril de 2023, os alojamentos locais registaram 8,4 milhões de hóspedes (+31,3%) e 20,9 milhões de dormidas (+29,9%). Estes valores, em comparação ao ano de 2019, constituíram um aumento de 14,7%, sendo que 18,7% eram residentes e 13,0% eram não residentes (Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano, 2023).

No contexto abrangente dos meios de alojamento, que englobam estabelecimentos de alojamento turístico, tal como os campos de campismo, colónias de férias e pousadas da juventude, foram registados 32,5 milhões de hóspedes e 85,2 milhões de dormidas em 2023, representando crescimentos de 12,7% e 10,4%, respetivamente. Observou-se um aumento de 2,5% nas dormidas de residentes e um crescimento de 14,8% nas de não residentes.

A nível regional, os incrementos mais significativos nos dados de alojamento foram observados nos Açores, com um notável crescimento de 27,7%, seguido pelo Norte, com um aumento de 25,5%. Em comparação com os números de 2019, os maiores aumentos foram registados na Madeira, com um crescimento de 23,4%, sendo o Norte imediatamente a seguir, com um acréscimo de 22,8% (Neves, 2024).

No contexto da classificação NUTS II, a distribuição dos estabelecimentos de alojamento e a capacidade de camas em diferentes regiões de Portugal em 2023 revela que a região Norte registou um total de 858 estabelecimentos de alojamento, com uma capacidade de 20.098 camas. Na região Centro, foram contabilizados 458 estabelecimentos, proporcionando um total de 10.718 camas. A região do Oeste e Vale do Tejo contou com 288 estabelecimentos, oferecendo 7.110 camas.

Na Grande Lisboa, foram registados 573 estabelecimentos de alojamento, com uma capacidade total de 20.570 camas. A Península de Setúbal apresentou 94 estabelecimentos, com 2.089 camas disponíveis. A região do Alentejo reportou 274 estabelecimentos, com uma capacidade de 5.612 camas. No Algarve, o número de estabelecimentos foi de 578, disponibilizando 16.482 camas.

A Região Autónoma dos Açores contabilizou 258 estabelecimentos, com uma capacidade de 3.932 camas. Por fim, a Região Autónoma da Madeira registou 226 estabelecimentos de alojamento, com um total de 4.884 camas.

No agregado nacional, o número total de estabelecimentos de alojamento foi de 3.607, com uma capacidade total de 91.495 camas (*TravelBI by Turismo de Portugal - Alojamento Local | Dashboard*, 2024).

No que diz respeito à distribuição dos estabelecimentos de alojamento local em Portugal no ano de 2022, os dados revelam um panorama abrangente e detalhado. No contexto nacional, foram contabilizados um total de 7.095 estabelecimentos de alojamento turístico. A região Norte destacou-se com 1.929 estabelecimentos, seguida pela região Centro com 1.024. A região do Oeste e Vale do Tejo contou com 526 estabelecimentos, enquanto a Grande Lisboa registou 886.

Na Península de Setúbal, foram identificados 142 estabelecimentos de alojamento turístico. A região do Alentejo reportou um total de 704 estabelecimentos, enquanto o Algarve apresentou 1.050 estabelecimentos, destacando-se como uma das regiões com maior concentração de alojamentos turísticos.

A Região Autónoma dos Açores contabilizou 444 estabelecimentos, e a Região Autónoma da Madeira registou 390 estabelecimentos de alojamento turístico.

Adicionalmente, no que concerne à disponibilidade de quartos nestes empreendimentos, em Portugal, no ano de 2022, as estatísticas refletem uma ampla distribuição por diversas regiões. Em termos nacionais, foram contabilizados 200.748 quartos disponíveis. A região Norte destacou-se com um total de 37.664 quartos, enquanto o Algarve apresentou uma capacidade significativa com 52.521 quartos.

A Região Autónoma dos Açores registou 7.532 quartos, e a Região Autónoma da Madeira disponibilizou 17.349 quartos.

Esta distribuição de quartos evidencia a capacidade de acomodação turística nas diversas regiões de Portugal, sublinhando a importância do setor do alojamento turístico para a economia nacional e regional (*PORDATA - Ambiente de Consulta*, 2024).

1.9 Alojamento no Porto

O crescimento do mercado turístico deve-se a um aumento significativo da procura, acompanhado de uma resposta na oferta. Este cenário resultou na reforma do edificado, o que provocou uma elevação dos preços, particularmente evidente nos aumentos das rendas e nos serviços de hotelaria e restauração.

Por outro lado, a resposta do lado da oferta revelou-se de forma singular. Não se restringiu a um mero aumento quantitativo na disponibilização de alojamentos. Paralelamente, as novas tecnologias haviam-se integrado na atividade, viabilizando plataformas de reserva *online*, como a *Booking*, que ampliaram a procura a uma escala verdadeiramente global. Além disso, essas inovações criaram oportunidades para novos modelos de negócio, alicerçados no reconhecimento de um potencial de oferta até então inexplorado. Surgiram, assim, plataformas como o *Airbnb*, que, de maneira inédita, proporcionaram a pequenos negócios locais o acesso a uma procura global, fomentando, dessa forma, o crescimento do denominado alojamento local (Castro *et al.*, 2019).

De acordo com Bernardo (2022), no caso da área Metropolitana de Lisboa, a Câmara Municipal, com a ascensão do turismo criaram áreas turísticas com

delimitação semelhante dedicadas à instalação limitada de alojamento local. Assim sendo, foram estabelecidas um conjunto de normas que estabelecem as zonas de contenção relativas e as zonas de contenção absolutas (são definidas dependendo do cálculo do rácio entre o número de AL e as habitações disponíveis para a habitação, sendo que devem estar entre os 10% e os 20% e superior a 20% respetivamente).

O Porto enquanto destino turístico tem consistentemente mantido uma tendência de crescente atratividade, consolidada ao longo do tempo. Este destino tem vindo a recuperar a procura nos períodos pós-pandemia, tornando-se superiores à média nacional. Além da inegável atratividade do Centro Histórico e da Baixa, outras áreas começaram a desenvolver dinâmicas próprias. Destacam-se as zonas do Bonfim, Campanhã e Miragaia, que têm registado um significativo aumento do consumo estrangeiro em atividades turísticas. Em contraste, as áreas da cidade com menor potencial turístico, particularmente nas freguesias predominantemente residenciais como Ramalde e Paranhos, requerem um maior esforço de ativação para proporcionar uma fruição mais ampla tanto para os residentes quanto para os visitantes.

A história, aliada à atividade vinícola e à gastronomia, formam pilares indiscutíveis da atratividade de um destino de distinção. Sobressaem-se os elementos turísticos de uma tipologia imbuída de "Património e Cultura", compreendendo 47% do conjunto de atrativos. Dentro deste desígnio, resplandece a diversidade de museus, centros temáticos, estátuas, esculturas, fontes e monumentos, enriquecendo a experiência do visitante.

Para além dos domínios do Centro Histórico e Baixa, existe uma notável profusão de pontos de interesse nas Uniões de Freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos, incluindo áreas emblemáticas como a Boavista e o Campo Alegre, e nas Uniões de Freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde, englobando a Foz Velha e a orla marítima. Ao longo da costa, desde o Castelo de São João da Foz até à Praia do Molhe, destaca-se igualmente a densidade de infraestruturas de apoio à visitação, como estabelecimentos hoteleiros e espaços gastronómicos de renome.

O Porto está a apresentar os primeiros sinais de um fenómeno: o excesso de pressão turística. O diagnóstico revela indícios dessa pressão nas áreas do Centro Histórico e da Baixa da Cidade, especialmente durante os períodos de época alta. Estas regiões concentram a maior parte da oferta e da procura turística, representando, em

2022, 71% dos empreendimentos turísticos e 79% das transações realizadas por estrangeiros. A dinâmica turística nesses locais sugere um cenário de saturação, afetando a qualidade de vida dos residentes e prejudicando a experiência dos visitantes, embora ainda esteja dentro de limites controlados. Algumas áreas, como Santo Ildefonso e São Nicolau, registam um menor crescimento no número de estabelecimentos de alojamento local e consumo estrangeiro, o que pode indicar uma leve contenção nesse padrão de pressão.

O destino Porto deve priorizar o delicado equilíbrio entre o turismo e a vida local, uma vez que, a análise de várias partes da cidade do Porto revelaram dinâmicas crescentes de atratividade. No entanto, a sustentabilidade do destino está intrinsecamente ligada à harmonização entre as características residenciais e culturais existentes e a intensificação do turismo. Por conseguinte, o Município do Porto concluiu o estudo intitulado "Estratégia para a dispersão dos fluxos turísticos e a criação de Quarteirões no Concelho do Porto". Este documento pretende ser uma ferramenta estratégica para orientar as políticas turísticas, promovendo a descentralização dos fluxos e da oferta turística, garantindo a sustentabilidade a longo prazo do destino Porto.

Este estudo propõe delimitar a cidade em oito quarteirões (cada um com os seus respetivos pontos turísticos) (Figura 4), usando etapas (Figura 2) e oito pressupostos estratégicos (Figura 3).

Figura 2: Etapas

Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Câmara Municipal do Porto (2024)

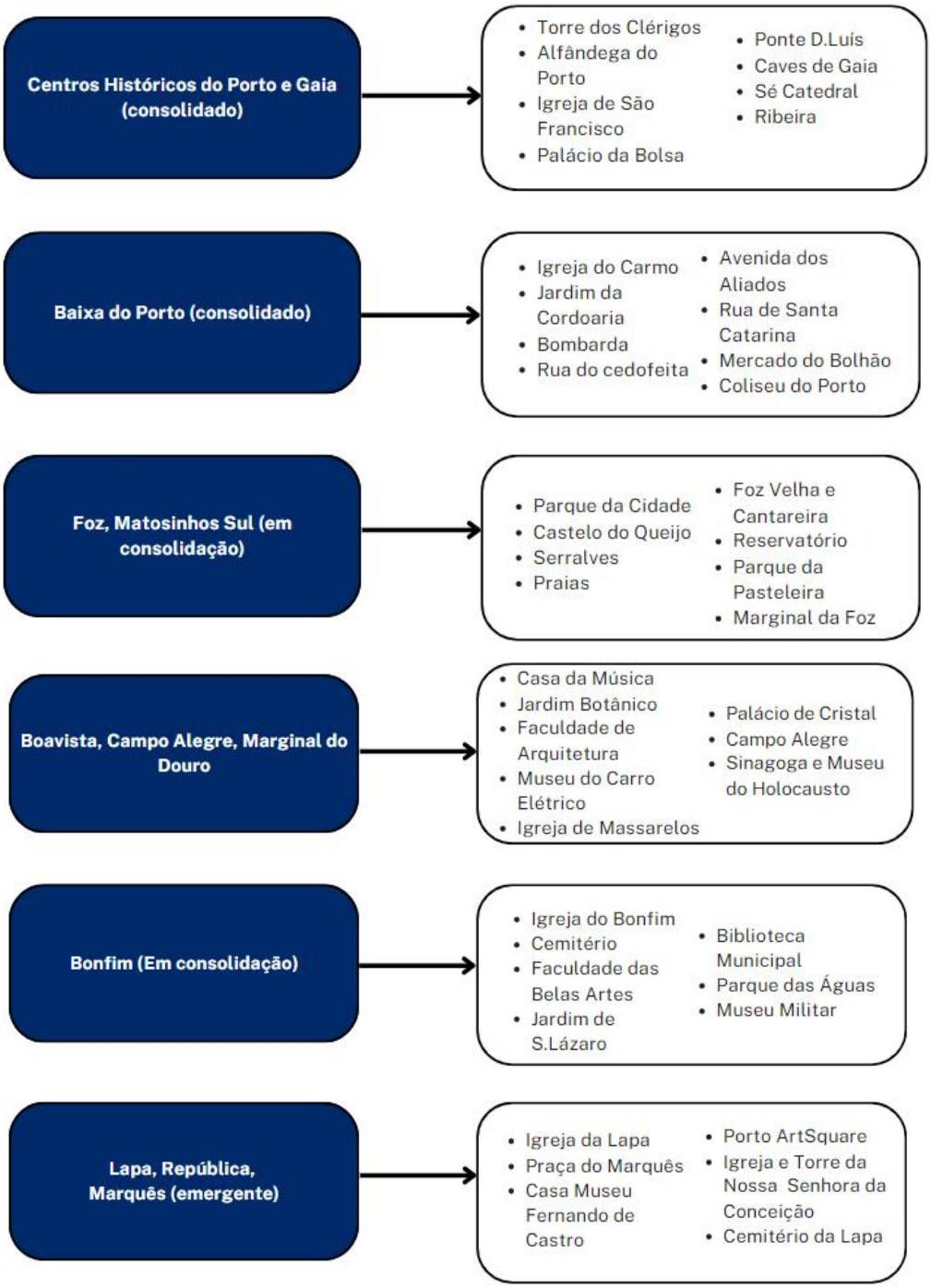
Figura 3: Pressupostos

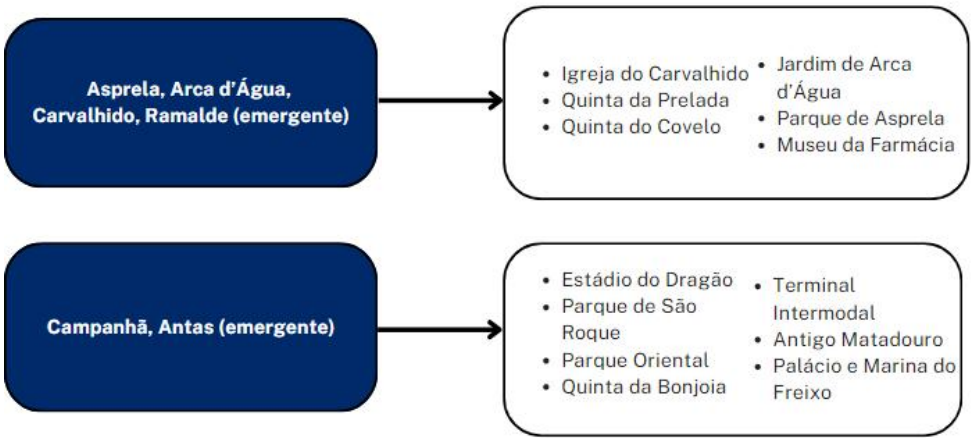
Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Câmara Municipal do Porto (2024)

Figura 4: Quarteirões

Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Câmara Municipal do Porto (2024)

Figura 5: Pontos de Visita





Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Câmara Municipal do Porto (2024)

O projeto em questão adotou uma visão holística da cidade, visando compreendê-la não apenas como um destino turístico e de visita, mas também como um espaço de vida, trabalho e interação social para seus habitantes.

A reorganização da cidade em quarteirões atrativos para os visitantes tem como objetivo desacelerar e reverter a tendência de pressão turística excessiva em áreas atualmente sobrecarregadas, como o Centro Histórico e a Baixa do Porto, através da distribuição dos fluxos turísticos. Dessa forma, com a implementação da estratégia proposta, espera-se melhorar a experiência dos visitantes tanto nas áreas atualmente congestionadas quanto em outros quarteirões da cidade, consolidando a atratividade desses locais. Além disso, a redistribuição dos fluxos turísticos contribui para uma distribuição mais justa dos benefícios económicos do turismo no município do Porto.

Como consequência da implementação desta estratégia, prevê-se que a maior atratividade dos quarteirões aumente a ocupação dos hotéis e as receitas geradas pela taxa turística e pelo setor de turismo em geral, impulsionando assim a competitividade do setor e dinamizando a economia local (Câmara Municipal do Porto, 2024).

1.10 Número de Reservas em AL no Porto

No período de janeiro a abril de 2023, os alojamentos locais registaram 8,4 milhões de hóspedes (+31,3%) e 20,9 milhões de dormidas (+29,9%). Estes valores, em comparação ao ano de 2019, constituíram um aumento de 14,7%, sendo que 18,7% eram

residentes e 13,0% eram não residentes (Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano, 2023). Contudo, não é somente na cidade de Lisboa que se sente o impacto da procura turística. A região Norte nos 4 primeiros meses do ano corrente também registou um aumento não só da procura turística das cidades, como também na procura de hospedagem em alojamento local. Assim sendo, o Norte, no que diz respeito ao número de hóspedes nas diversas tipologias de alojamento obteve, em 2023, um total de 1,8 milhões de hóspedes representando uma taxa de 26,9%, sendo 920,9 mil turistas internacionais (50,6%) que representavam uma quota de 50,7%. Relativamente ao número de turistas nacionais, estes foram cerca de 893,9 mil (13,3%) o que se traduz numa percentagem de quota de 49,3% (TravelBI by Turismo de Portugal - Hóspedes, s.d.). Ainda durante o período dos 4 primeiros meses de 2023, as dormidas nacionais obtiveram um aumento de 30% das dormidas totais, sendo 16,7% residentes e 37,1% não residentes, ou seja, um aumento de 46,8% nos proveitos totais. A cidade do Porto acompanhou o crescimento a nível nacional, na medida em que, cada mês apresenta valores superiores de dormidas nos anos de 2022 e 2019. Estes valores assinalam uma representatividade de 46,7% face à região Norte. Relativamente ao número de hóspedes, a cidade contribuiu com 41,1% (746.489) para o número de hóspedes totais para a região Norte (Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano, 2023). Os alojamentos locais registaram um número de 1.569.543 dormidas na cidade do Porto, o que representa um aumento de 48% em relação aos meses de janeiro a abril de 2022 e um aumento de 31% quanto ao ano de 2019 (INE, 2023). Por fim, a receita média por quarto disponível (RevPar) também obteve um aumento considerável na região Norte de 36,8€, cerca de 35% em relação ao ano de 2022 e 21,85€ em comparação a 2019.

Consequentemente, os proveitos em alojamentos locais também incrementaram ao atingir os 211 milhões de euros, um aumento de 44,14% face ao ano 2022 e 46,20% em comparação a 2019, podendo concluir-se que o destino apresenta uma atratividade relevante com impacte nesta tipologia de alojamento (INE, 2023).

De forma geral e, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), a cidade do Porto registou 5,9 milhões de dormidas em 2023. Esta quantidade representa 7,6% do total nacional de dormidas. No mesmo período, Portugal

superou a marca de 30 milhões de hóspedes e alcançou um total de 77 milhões de dormidas. Além disso, as receitas provenientes do setor turístico atingiram um valor recorde, na ordem dos seis mil milhões de euros. Estes resultados representam um acréscimo de 21,9% em relação ao ano de 2022. Este aumento desagrega-se num crescimento de 8,8% nas dormidas de residentes e de 24,7% nas dormidas de não residentes. Em 2022, foram contabilizadas mais de 4,8 milhões de dormidas na cidade. Os municípios com maior destaque de crescimento em época pré-pandemia são o Porto (28%), Funchal (24,2%) e Lisboa (8,3%).

O mês de agosto destacou-se como o período com o maior número de dormidas na cidade do Porto, ultrapassando as 656 mil. Este desempenho foi seguido pelos meses de setembro e outubro, que registaram 626 mil e 595 mil dormidas, respetivamente. Nenhum outro mês apresentou um número inferior a 284 mil dormidas, valor verificado em janeiro de 2023.

Segundo a vereadora do Turismo e Internacionalização, Catarina Santos Cunha, este incremento nos proveitos provenientes da atividade turística evidencia a vitalidade do setor e a capacidade do turismo para gerar valor, além de impulsionar o dinamismo económico-social, tanto da cidade quanto de toda a região e do país. A mesma ainda afirma que se identifica uma margem significativa para expansão, a qual requer uma fundamentação sólida numa estratégia inteligente, sustentável e equilibrada. De momento encontram-se empenhados em colaborar estreitamente com o ecossistema de operadores, *stakeholders* e a comunidade local, visando alcançar o propósito de atrair um turismo que não apenas agregue valor, mas também promova de forma positiva a qualidade de vida dos residentes (Neves, 2024).

1.11 Utilização de Plataformas Digitais

Apesar do alojamento local ter alcançado grande visibilidade recentemente, impulsionada pela expansão da economia compartilhada e pelas plataformas de intermediação, como *Airbnb* e *HomeAway*, que simplificam substancialmente o processo, é crucial destacar a relevância das plataformas digitais na promoção desse tipo de hospedagem. Essas ferramentas digitais proporcionam uma eficiente

convergência entre prestadores de serviços e clientes, (Quaternaire Portugal, 2017, citado por, Moreira, 2019).

Diante do crescimento expressivo do turismo em Portugal, muitos proprietários estão a aproveitar a oportunidade para colocar as suas propriedades no mercado de alojamento local, obtendo assim uma renda adicional mensal. No entanto, a diversidade de plataformas de alugueres de curta duração pode ser confusa, uma vez que algumas se concentram na hotelaria tradicional, enquanto outras são específicas para alugueres de curta duração.

Embora as três plataformas (*Airbnb*, *Booking* e *Homeaway*) possuam algumas semelhanças, como a possibilidade de criar anúncios gratuitamente e a opção de processar pagamentos através do site, existem diferenças substanciais entre elas.

O *Airbnb* foi fundado em 2008 nos Estados Unidos e destacou-se rapidamente como a principal plataforma utilizada por proprietários individuais no mercado de alojamento local. Inicialmente foi concebido para o aluguer de quartos em residências particulares e evoluiu para se tornar numa escolha popular para proprietários que desejam alugar suas casas e apartamentos.

Principais características do *Airbnb*:

- Flexibilidade para criar descrições detalhadas e anúncios personalizados.
- Comunicação direta entre proprietários e hóspedes.
- Opção de alugar apenas determinadas partes da casa.
- Comissão de 3% (IVA incluído) para os proprietários por reserva, com uma taxa adicional de 12% (IVA incluído) cobrada diretamente ao hóspede.

Originalmente focado na hotelaria tradicional, o *Booking* expandiu os seus serviços para incluir a promoção de apartamentos e moradias no mercado de alojamento local.

Principais características da plataforma *Booking*:

- Amplamente reconhecido e utilizado globalmente.
- Plataforma intuitiva e fácil de usar.
- Excelente suporte ao cliente, tanto para proprietários quanto para hóspedes.

Contrariamente ao *Airbnb* e ao *Booking*, a *HomeAway* é geralmente utilizada para anunciar grandes propriedades, ideais para receber um número elevado de hóspedes, sendo uma opção popular para pausa em família ou grupos de amigos.

Principais características do *HomeAway*:

- Tendência para reservas com maior antecedência (cerca de 3 meses).
- Estadas geralmente mais longas (média de 5 noites por estada).
- Comissão de 5% + IVA sobre o valor total da reserva (Feels like home, s.d.).

De um modo geral, existe um vasto número de turistas que opta por não se hospedar em acomodações turísticas convencionais, como hotéis, mas sim em residências de pessoas desconhecidas. (Guttentag, et al., 2018). Esse tipo de consumo colaborativo é considerado uma das principais forças disruptivas no setor do turismo e é amplamente conhecido como alojamento *peer-to-peer* (Oliveira, 2019.

O termo P2P, acrónimo de *Peer-to-peer*, significa "ponto a ponto". Cada ponto simboliza uma pessoa, permitindo que P2P seja compreendido como "pessoa a pessoa". As plataformas utilizadas para essas transações são consideradas meramente ferramentas que facilitam a conexão entre as partes envolvidas, oferecendo maior segurança ao longo do processo de oferta e contratação de bens ou serviços.

As plataformas intermediadoras, como aquelas empregadas no alojamento P2P, promovem uma distribuição mais eficiente dos recursos no setor de turismo. Isso se deve à redução dos custos de acesso a bens e serviços, tornando-os mais sustentáveis e económicos (Silva, 2022).

O conceito de "*peer-to-peer*" (P2P) é operacionalizado através de plataformas como *Craigslist*, *WeWork* ou *Airbnb,* entre outras. Embora as trocas imobiliárias entre particulares tenham existido por meio de anúncios classificados em jornais, as tecnologias digitais expandiram significativamente o alcance espacial e setorial dessas práticas. Na última década, o setor de turismo de alojamento tem estado na vanguarda dessa digitalização das atividades de intermediação, especialmente devido à expansão

de empresas internacionais líderes, como a *Airbnb* (Heo e Blengini 2019, citado por, (Mermet, 2021).

As plataformas digitais atualmente facilitam a conexão entre residentes de uma cidade turística que possuem propriedades subutilizadas e uma procura turística espacialmente dispersa, ávida por experiências alternativas. Essas plataformas, como a *Airbnb*, atuam apenas como intermediárias, com o principal objetivo de conectar turistas a residentes locais que desejam alugar suas propriedades.

O modelo de negócio dessas plataformas depende fortemente da participação voluntária dos residentes locais para fornecer a oferta física de alojamento. Dessa forma, as plataformas de aluguer de curta duração (STR) oferecem a cada residente a oportunidade de participar no setor da indústria do alojamento local, aproveitando uma parte subutilizada de sua residência (Mermet, 2021).

O alojamento P2P também referido como *consumer-to-consumer* representa uma tendência emergente que tem transformado a indústria do turismo e hotelaria (Guttentag, 2015; Guttentag & Smith, 2017 citado por, Oliveira, 2019). Este fenómeno, conhecido igualmente como aluguer de alojamento, não é uma prática recente, dado que o aluguer de casas tem uma longa história (Magno & Ugolini, 2018, citado por, Oliveira, 2019). Existem registos históricos desse tipo de alojamento desde o século XVIII, onde, durante as "*Grand Tours*", os viajantes procuravam frequentemente hospedagem em residências particulares (Black, 2010, citado por, Oliveira, 2019).

Contudo, as limitações na comunicação entre anfitriões e turistas, bem como questões de confiança, impediram o crescimento significativo do alojamento P2P até recentemente. O advento da *Web* 2.0, junto com a crescente popularidade e reputação das plataformas digitais entre os usuários, foi crucial para o desenvolvimento deste mercado (Guttentag, 2015, citado por, Oliveira, 2019).

Assim sendo, é possível concluir que existem 3 tipos de negócio associados à tendência do compartilhamento de alojamento.

Tabela 1 - Tipos de negócio associados ao alojamento partilhado

DESIGNAÇÃO	DESCRIÇÃO
ALUGUER DE CASA	TRANSAÇÕES ONDE OS ANFITRIÕES ALUGAM AS SUAS CASAS OU QUARTOS PARA PESSOAS QUE PROCURAM ALOJAMENTO DE CURTA DURAÇÃO
PARTILHA DE CASA	TRANSAÇÕES ONDE OS ANFITRIÕES OFERECEM A SUA CASA, PARTILHANDO-A COM O VISITANTE. NA MAIORIA, NÃO EXIGE QUALQUER RECOMPENSA ECONÓMICA
TROCA DE CASA	TRANSAÇÕES COM PARTILHA DE GASTOS, ONDE OS INDIVÍDUOS TROCAM AS SUAS PROPRIEDADE.

Fonte: Elaboração Própria, adaptado de Oliveira (2019)

CAPÍTULO II – "MAIS HABITAÇÃO"

2.1 Caracterização da Lei

O Conselho de Ministros aprovou um vasto conjunto de medidas destinadas a abordar de maneira abrangente e integral as diversas dimensões dos desafios habitacionais da atualidade. Deste modo, o ex-primeiro ministro destacou que a habitação é uma preocupação central e abrangente na sociedade portuguesa, afetando não apenas famílias carenciadas, mas também jovens e famílias de classe média. Através do programa Mais Habitação, o governo procura abordar todas as vertentes desse problema significativo. Assim, foram estabelecidos 5 eixos de intervenção. Entre eles:

1- <u>Aumento da oferta habitacional:</u>
   - Facilitação da reconversão de terrenos e imóveis destinados ao comércio para habitação.
   - Disponibilização de terrenos e edifícios para cooperativas e setor privado construírem habitações acessíveis.

2- <u>Simplificação do licenciamento:</u>
   - Introdução de termos de responsabilidade para projetos de arquitetura, reduzindo o licenciamento municipal.
   - Penalização financeira de entidades públicas que não cumpram prazos legais para decisões.

3- <u>Reforço do mercado de arrendamento:</u>
   - Incentivos para colocação de casas devolutas no mercado através de arrendamento.
   - Apoio à transição de alojamentos locais para arrendamento habitacional.

4- <u>Combate à especulação imobiliária:</u>

- Restrição da concessão de novos Vistos *Gold* para investimentos imobiliários.
- Limitação do aumento das rendas de acordo com a inflação.

5- <u>Apoio às famílias:</u>
- Isenção de mais-valias na venda de casas para amortização de crédito à habitação.
- Benefícios fiscais e apoios para famílias no arrendamento e crédito à habitação.

Estas medidas fazem parte de uma nova geração de políticas de habitação, complementadas por estratégias nacionais e locais que visam aumentar significativamente a oferta pública de habitação, apoiadas pelo Programa de Recuperação e Resiliência (PRR) (*Governo aprova pacote Mais Habitação*, 2023).

A lei "Mais Habitação" é apresentada num documento e é constituída por um conjunto de medidas que têm o intuito de promover a habitação com preços acessíveis. A legislação publicada a 6 de outubro de 2023 (sexta-feira) no Diário da República entra em vigor no sábado posterior (Mais Habitação entrou em vigor, 2023). Assim, as medidas presentes na legislação são:

- Criação de um CEAL (contribuição extraordinária sobre apartamentos e estabelecimentos de hospedagem), a "Taxa Medina";

- Necessidade de aprovação prévia por unanimidade do condomínio para instalar um novo AL;

- Possibilidade de os condomínios encerrarem um AL sem nenhum motivo concreto;

- A validade dos registos será concluída em 2030, sem promessa de renovação subsequente;

- Proibição de registos de novos AL em prédios habitacionais em quase todo o Litoral;

- Novos registos de AL passam a ter apenas 5 anos de validade;

- Intransmissibilidade: Titulares impedidos de transmitir registos de AL ou vender 1% da empresa;

- Agravamento do Imposto Municipal sobre o Imóvel para o alojamento local;

- Juntas de Freguesia ganham o poder de fiscalizar e pedir o encerramento de um AL (ALEP Associação do Alojamento Local em Portugal, 2023).

De uma forma geral, o governo irá proibir as novas licenças de alojamento local no litoral, ou seja, serão apenas autorizados alojamentos no interior do país, onde não existe a massificação e poderá contribuir para um aumento da procura turística dessas regiões. Outra medida impactante será o procedimento de uma avaliação, em 2030, dos AL existentes e em funcionamento (Villalobos, 2023).

2.2 Enquadramento Legal da Lei no Alojamento Local

A promulgação da Lei n.º 56/2023, em 6 de outubro, marca um avanço substancial no ordenamento jurídico português ao introduzir uma série de medidas destinadas a regular e aprimorar o setor de alojamento local. Este conjunto normativo não apenas reformula disposições preexistentes, mas também estabelece novas diretrizes com o intuito de fomentar uma gestão mais equilibrada e sustentável desta atividade.

As principais alterações desta legislação são a implementação de incentivos para a reconversão de estabelecimentos de alojamento local em unidades destinadas ao arrendamento habitacional permanente. Conforme preconizado pelo novo Artigo 74.º-A, são concedidas isenções de tributação em IRS e IRC para rendimentos prediais provenientes de contratos de arrendamento habitacional. Para beneficiar desta isenção, os imóveis anteriormente dedicados a alojamento local devem ser transferidos para o arrendamento habitacional até 31 de dezembro de 2024, com o registo do contrato de arrendamento realizado no Portal das Finanças dentro deste mesmo prazo.

Paralelamente, o Artigo 22.º institui uma contribuição extraordinária sobre apartamentos e estabelecimentos de hospedagem integrados em frações autónomas de edifícios destinados a alojamento local (CEAL). Esta contribuição, aplicável aos titulares da exploração dos estabelecimentos de alojamento local e aos proprietários dos imóveis onde esta atividade é desenvolvida, visa primordialmente promover um uso

mais racional dos recursos habitacionais, especialmente em áreas urbanas com alta densidade populacional.

A incidência objetiva da CEAL abrange imóveis habitacionais afetos a alojamento local em 31 de dezembro de cada ano civil, conforme definido no Artigo 3.º. São excluídos desta incidência os imóveis localizados em áreas do interior ou em freguesias que preencham critérios específicos de equilíbrio habitacional, conforme detalhado no mesmo artigo. A base tributável é calculada com base no coeficiente económico do alojamento local e no coeficiente de pressão urbanística, ambos estabelecidos nos Artigos 6.º e 7.º, respetivamente, com a aplicação de uma taxa fixa de 15%, conforme previsto no Artigo 9.º.

A legislação estabelece procedimentos claros para a liquidação e pagamento da CEAL, conforme delineado nos Artigos 10.º e 11.º, assegurando que a receita gerada seja consignada ao Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P., para programas destinados à promoção da habitação e reabilitação urbana, conforme especificado no Artigo 12.º. É relevante salientar que a CEAL não é dedutível para efeitos de IRS e IRC, conforme estipulado no Artigo 13.º, estando sujeita às normas do Regime Geral das Infrações Tributárias em caso de incumprimento, conforme previsto no Artigo 14.º.

Este conjunto de medidas visa não apenas regular o mercado de alojamento local de forma mais eficaz, mas também garantir uma gestão mais eficiente dos recursos habitacionais, alinhando-se com os objetivos de desenvolvimento urbano sustentável e equitativo estabelecidos pela política nacional (Lei n.º 56/2023, de 6 de outubro, 2024).

2.3 Impactes da Lei

A implementação do programa "Mais Habitação" gerou diversos impactos notáveis. A redução do imposto sobre as rendas e a maior proteção conferida aos senhorios foram bem recebidas pelos profissionais do setor imobiliário. Em contrapartida, a limitação ao aumento das rendas nos novos contratos e o arrendamento coercivo de imóveis devolutos suscitaram preocupações, desincentivando o mercado. No entanto, os novos incentivos fiscais para a transição de

imóveis de Alojamento Local para o mercado de arrendamento tradicional têm o potencial de aumentar a oferta habitacional.

A Lei 56/2023, de 6 de outubro, entrou em vigor a 7 de outubro, com algumas disposições efetivas somente após 120 dias. Ainda assim, estas medidas introduziram novas incertezas no mercado. Os senhorios demonstram apreensão diante da restrição aos seus direitos imposta por esta lei, especialmente no que diz respeito ao arrendamento coercivo e à limitação das rendas nos novos contratos, resultando em um grande desincentivo à celebração de novos contratos de arrendamento.

Além disso, os senhorios, que historicamente já enfrentavam uma "carga fiscal exagerada" e um "sistema judicial complexo", agora sentem-se ainda mais penalizados com as políticas do programa "Mais Habitação". As medidas que impedem a atualização das rendas dos imóveis aos valores de mercado adequados comprometem a rentabilidade e a manutenção do património, desmotivando os proprietários a disponibilizarem seus imóveis para arrendamento.

Os novos contratos de arrendamento com limite de renda visam restringir o aumento das rendas das casas nos novos contratos, e já estão a causar impactos no mercado de arrendamento em Portugal. Embora o programa "Mais Habitação" imponha restrições à liberdade dos senhorios em novos arrendamentos, dado que muitos desses imóveis já possuem preços de mercado relativamente atualizados, o investimento no mercado de arrendamento ainda pode ser compensador para os proprietários.

O Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU) introduziu uma nova compensação aos senhorios, correspondendo a 1/15 do valor patrimonial do imóvel, além da isenção de IRS e IMI. No entanto, como muitas casas possuem um Valor Patrimonial Tributário (VPT) bastante baixo, o apoio concedido é, na prática, residual. Esta alteração nas rendas antigas gerou uma enorme frustração entre os senhorios, minando ainda mais a credibilidade do investimento no mercado de arrendamento.

O programa "Mais Habitação" também introduziu novos incentivos para a conversão de imóveis de Alojamento Local para o mercado de arrendamento tradicional, destacando-se as seguintes medidas:

- Aumento dos impostos sobre AL: Além do IRS, foi introduzida a Contribuição Extraordinária sobre os Apartamentos em AL (CEAL), com uma taxa de 15% aplicável a apartamentos e estabelecimentos de hospedagem integrados em

frações autónomas de edifícios dedicados ao AL. Existem, no entanto, exceções para imóveis situados em zonas do interior ou que não são consideradas zonas de pressão urbanística, bem como para imóveis que não sejam frações autónomas ou partes ou divisões suscetíveis de utilização independente.

- Interrupção da emissão de novos registos de AL: A emissão de novos registos de AL para apartamentos e estabelecimentos de hospedagem foi suspensa em todo o território nacional, exceto em regiões do interior, regiões autónomas, municípios onde não foi declarada carência habitacional.
- Conversão de AL para arrendamento habitacional: Imóveis AL registados até 21 de dezembro de 2022 que sejam transferidos para o arrendamento até 31 de dezembro deste ano estarão isentos dos rendimentos prediais de IRS e IRC até o final de 2029. Este incentivo exige que os imóveis sejam destinados a habitação permanente, excluindo habitações. Este benefício fiscal representa uma economia de 25%.

A suspensão da emissão de novas licenças para Alojamento Local (AL) tem o potencial de aumentar significativamente a oferta de imóveis para arrendamento em Portugal. Paralelamente, a transição para o arrendamento de longa duração emerge como uma alternativa viável, proporcionando aos proprietários uma isenção no pagamento de IRS e IRC sobre as rendas até o final de 2029.

Com as novas restrições impostas ao AL, afirma-se que o arrendamento tradicional se tornou uma opção mais atrativa, devido à incerteza em torno da continuidade das unidades de alojamento a médio prazo, decorrente da limitação temporal das licenças existentes e das novas exigências para a renovação. Esse cenário é exacerbado pelo aumento dos encargos fiscais, incluindo IMI e a Contribuição Extraordinária sobre os Apartamentos em AL (CEAL), que tendem a reduzir significativamente a rentabilidade dos proprietários que optam por manter negócios de alojamento turístico.

Por outro lado, há quem considere que transferir um AL para arrendamento tradicional representa um negócio de maior risco e potencialmente menos rentável. Mesmo ocupado apenas 10 dias por mês, um Alojamento Local pode gerar rendimentos superiores aos obtidos pelo arrendamento de longa duração.

Essas reflexões destacam a complexidade e as diferentes perspetivas em torno das políticas de habitação recentemente implementadas, exigindo um equilíbrio cuidadoso entre os interesses dos proprietários, a disponibilidade de habitação no mercado

Por fim, uma das medidas mais controversas do programa Mais Habitação é o arrendamento coercivo de habitações devolutas há mais de dois anos, suscitando questionamentos quanto à sua conformidade constitucional. De acordo com certas entrevistas, constata-se que essa medida não deve ter impacto significativo na oferta de casas para arrendamento no país (Sousa, 2024).

Assim, pode afirmar-se que esta nova lei traz repercussões não só para o turismo, como também para os residentes e os proprietários/gestores de alojamento local, uma vez que, no âmbito da habitação, as novas disposições legislativas são vistas como um avanço significativo na mitigação dos efeitos negativos da gentrificação e da subida dos preços imobiliários. A criação de um fundo destinado à habitação acessível, aliada à restrição das licenças de alojamento local, constitui um passo importante para assegurar que os residentes locais não sejam forçados a deixar suas cidades devido à pressão económica decorrente do aumento dos preços dos imóveis e das rendas. Essas medidas procuram equilibrar a dinâmica do turismo com o direito à habitação, protegendo as populações residentes de processos de exclusão social e garantindo que possam continuar a viver nas suas cidades.

Por outro lado, os proprietários de imóveis e as empresas que gerem propriedades voltadas para o alojamento local enfrentam desafios decorrentes da implementação da nova legislação. O aumento dos custos de conformidade e a limitação na obtenção de novas licenças podem afetar negativamente a rentabilidade dos negócios nesse setor. No entanto, os operadores que já detêm licenças e que cumpram os novos requisitos regulamentares poderão beneficiar de um ambiente de menor concorrência e de um mercado mais regulamentado. A introdução dessas regras pode contribuir para a criação de um setor mais estável e previsível, onde a qualidade dos serviços e a conformidade legal são valorizadas, resultando em um mercado mais equilibrado e sustentável a longo prazo (Diário de Notícias, 2024).

2.3 Consequências para o desenvolvimento turístico da cidade do Porto

De acordo com Almeida (2017), citado por, Bernardo (2022), a expansão do alojamento local (AL) catalisou um "*boom*" imobiliário em Lisboa, atraindo um crescente número de investidores estrangeiros interessados na aquisição de imóveis na cidade. Esse interesse é impulsionado pelo elevado retorno financeiro obtido com o arrendamento de curta duração, o que torna os imóveis mais lucrativos e, portanto, mais atraentes para os investidores internacionais. No entanto, essa valorização imobiliária, impulsionada pelo turismo, tem um impacto direto no mercado de arrendamento, elevando os preços das habitações a níveis inacessíveis para as famílias locais. Como consequência, a população residente é gradualmente deslocada, provocando mudanças socioeconómicas significativas na cidade.

Deste modo, é possível observar que uma das principais razões apontadas para o descontentamento da população residente é o crescimento do alojamento local, especialmente nos bairros históricos de Lisboa. Os residentes, diante da subida dos preços das rendas, sentem-se cada vez mais incapazes de suportar os custos de habitação. Esse aumento é impulsionado pela pressão exercida pelos proprietários, que optam por alugar os imóveis a turistas por valores significativamente mais elevados. Como resultado, muitos residentes sentem-se forçados a abandonar os bairros onde viveram grande parte de suas vidas e migrar para a periferia de Lisboa, onde os preços imobiliários são mais acessíveis em comparação ao centro, aumentando o descontentamento dos residentes após a implementação da Lei do Arrendamento em 2012 que permitia aos proprietários expulsar os inquilinos das suas propriedades.

Recentemente, com a aplicação das medidas impostas pela nova lei foi reportado um "aumento expressivo" de cancelamentos de Alojamento Local, coincidindo com o fim dos vistos *gold* que concediam nacionalidade a investidores estrangeiros que adquirissem imóveis em Portugal. Este fenómeno é parte de um contexto mais amplo envolvendo o programa "Mais Habitação", uma iniciativa do Governo, que visa a transformação de unidades de AL em habitação de arrendamento, acompanhada de benefícios fiscais, estipulando que as novas rendas não ultrapassem 2% do valor anterior.

Em Lisboa, por exemplo, foram registados 1024 pedidos voluntários para cessar atividades de AL até o final do ano passado, sendo que 556 desses pedidos ocorreram somente em dezembro, estabelecendo um recorde significativo. Em comparação, o ano de 2022 testemunhou 220 pedidos de cancelamento ao longo de todo o ano. Esta tendência reflete uma mudança substancial no mercado de alojamento local, agora mais focado na transição para outras formas de arrendamento (*Programa "Mais Habitação" não travou aumento do preço das casas e das rendas*, 2024).

Os estudos divulgados à data de hoje sobre o impacto dessas políticas confirmam as preocupações levantadas pelo setor de alojamento local, argumentando que o pacote de medidas do Governo pode "destruir muito" e oferecer pouco em termos de benefícios para a habitação. De acordo com o presidente da associação do setor, a maioria dos proprietários não vê no atual conjunto de medidas uma oportunidade favorável para realizar investimentos significativos. Pelo contrário, muitos proprietários manifestam relutância em transferir suas propriedades de alojamento local para arrendamentos tradicionais de longa duração ou para habitação permanente, seja para uso pessoal ou familiar.

Este cenário delineia um ambiente desafiador para os reguladores e os participantes do mercado imobiliário, à medida que buscam equilibrar interesses diversos e assegurar o acesso a habitações adequadas num contexto de transformação regulatória e económica (Agência Lusa, 2023).

De forma geral, a relação entre o alojamento local (AL) e o impacto nos valores imobiliários é direta e significativa. A exploração turística, especialmente através do arrendamento de curta duração, estabelece-se como uma fonte altamente lucrativa de rendimento. Isto pode resultar na redução da disponibilidade de imóveis para compra ou arrendamento de média e longa duração em determinadas áreas. Com a diminuição da oferta de habitações destinadas à residência permanente, os preços dos imóveis tendem a aumentar substancialmente.

Quando um local se torna atrativo para o turismo, a procura por esses espaços cresce, pressionando ainda mais o mercado imobiliário. Dada a escassez de imóveis, a procura intensificada leva a uma elevação nos preços, tornando a habitação menos acessível para a população local.

Além disso, o AL tem desempenhado um papel crucial na revitalização urbana, especialmente em áreas da cidade que estavam em elevado estado de degradação. A reabilitação do edificado, muitas vezes impulsionada pela procura por imóveis adequados ao turismo, tem contribuído para a valorização dos bairros históricos. Como resultado, essas áreas passaram por um processo de sobrevalorização imobiliária.

Adicionalmente, estes empreendimentos também desempenham um papel importante na economia dos destinos turísticos. A renda gerada por essa atividade contribui para a economia local, podendo, indiretamente, melhorar a qualidade de vida da população residente. Portanto, pode-se considerar um AL como um motor de crescimento económico que pode trazer benefícios para a comunidade local, desde que seja gerido de maneira sustentável (Bernardo, 2022).

Para concluir, o setor do turismo tem sido um dos principais motores da economia portuguesa e poderá enfrentar impactos significativos com a implementação das novas restrições ao alojamento local. A limitação de novas licenças poderá reduzir a oferta disponível, resultando em preços mais elevados para os turistas que visitam o país. Embora isso possa inicialmente parecer um revés, espera-se que essa medida contribua para a melhoria da qualidade do alojamento oferecido, promovendo uma experiência turística mais sustentável e alinhada com as exigências de um turismo responsável. A redução da oferta pode também incentivar investimentos em alojamentos de maior qualidade e com melhores serviços, elevando o padrão geral do setor turístico em Portugal (Diário de Notícias, 2024).

3 METODOLOGIA

3.1 Metodologia utilizada

O impacte dos alojamentos locais no desenvolvimento turístico com a legislação “Mais Habitação” na Região do Porto, será estudado através da análise qualitativa.

A investigação qualitativa visa explorar e proporcionar uma compreensão mais profunda de problemas do mundo real. Ao invés de se concentrar na recolha de dados numéricos, como acontece na investigação quantitativa. O estudo quantitativo gera hipóteses e aprofunda a interpretação dos dados, permitindo uma análise mais abrangente, focada nas experiências, perceções e comportamentos dos participantes.

Posto isto, o estudo qualitativo é caracterizado pela formulação de perguntas abertas, cujas respostas não podem ser facilmente traduzidas em números, focando-se em questões como "Como?" e "Porquê?". Devido à sua natureza flexível, o desenho metodológico não segue uma estrutura linear, contrastando com o rigor formal da investigação quantitativa. Um dos seus pontos fortes é a capacidade de explicar processos e padrões do comportamento humano, frequentemente difíceis de quantificar. Os fenómenos complexos, como experiências, atitudes e comportamentos, escapam muitas vezes à captura precisa, quando são aplicados métodos quantitativos. Além disso, permite que os participantes expressem as suas vivências, motivações e sentimentos, oferecendo uma perspetiva mais detalhada sobre os seus pensamentos e emoções num momento específico ou durante um determinado evento. Assim, esta metodologia revela-se essencial para uma compreensão mais profunda de questões complexas, complementando e enriquecendo os dados obtidos por abordagens quantitativas (Tenny *et al.*, 2017).

Esta investigação tem como questão principal: “De que o alojamento local influencia o desenvolvimento turístico da região do Porto analisando o Programa “Mais Habitação”?” Para este estudo será aplicado a análise qualitativa através de entrevistas a diversos proprietários e responsáveis/gestores de alojamento local do concelho do Porto, com o objetivo de perceber as suas perspetivas acerca das novas medidas e quais

serão as suas consequências. Também se pretende que, os entrevistados exponham o seu ponto de vista acerca da importância dos alojamentos locais na região do Porto e o motivo pelo qual os hóspedes optam, em grande parte das vezes, por reservar nesta tipologia de alojamento. Após a realização das entrevistas serão analisados os resultados, apresentadas as conclusões e, posteriormente, propostas para futuras investigações com base na investigação realizada.

3.2 Objetivos

De acordo com o enquadramento teórico e à questão de investigação ("De que modo a "Mais Habitação" irá influenciar o desenvolvimento turístico na cidade do Porto?") foi estabelecido um objetivo principal, que se encontra dividido em cinco objetivos específicos.

Estes pretendem dar resposta à problemática principal do presente estudo, a análise do impacto do alojamento local no Porto enquanto destino turístico e como, de certa forma, este irá impactar com a nova regulamentação em vigor.

Assim sendo, estes são:

Objetivo Principal:

- Averiguar o impacto do alojamento local no desenvolvimento turístico na região do Porto analisando o Programa "Mais Habitação", como forma de influência positiva ou negativa.

Objetivos específicos:

- Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL.
- Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento;
- Analisar a evolução do número de reservas em Alojamentos Locais na cidade do Porto;
- Avaliar as consequências da legislação "Mais Habitação";
- Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local;

3.3 População, Amostra, Técnica de Amostragem

A população selecionada a este tipo de estudo seria um conjunto de proprietários e de responsáveis/gestores de alojamento local da Área Metropolitana do Porto.

Relativamente à amostra, esta compreende um conjunto de indivíduos responsáveis por AL que estejam cientes das condições implicadas pela "Mais Habitação" e que detenham uma opinião acerca da mesma e de como esta poderá influenciar o desenvolvimento turístico da cidade. Deste modo, foram realizadas 6 entrevistas, das quais envolveram vários dirigentes desta tipologia de alojamento, sendo que algumas destas empresas são constituídas por mais do que um proprietário ou responsável com opiniões definidas e objetivas sobre o conteúdo desta investigação.

Por fim, no que concerne à amostragem, esta será teórica, onde será possível observar uma aglomeração de informação que irá permitir adquirir as respostas necessárias para concluir o presente estudo. Esta técnica identifica quem tem maior capacidade e competência para responder eficazmente aos objetivos definidos.

3.4 Procedimento adotado

O procedimento adotado foi a metodologia qualitativa, através da aplicação de entrevistas. Estas encontram-se estruturadas com base num guião e são de resposta aberta, de modo a dar a total liberdade aos entrevistados de responderem e exporem os seus pontos de vista sobre a temática e obter uma perceção dos elementos fundamentais de um AL que levam aos hóspedes a optarem por esta forma de alojamento (Apêndice B).

Assim, este estudo foi possível através da pesquisa *online* dos endereços eletrónicos dos alojamentos e, posteriormente foram enviados *emails* para as propriedades, de modo a ter contacto direto com os respetivos proprietários ou responsáveis de alojamento local. No conteúdo do email foram enviados, em anexo, o consentimento informado (Apêndice A) e o guião completo da entrevista (Apêndice B),

dando a opção de ser realizada por videoconferência, ou por escrito. O propósito de colocar estes dois documentos foi para dar logo a entender aos entrevistados o conteúdo e dar a oportunidade de pensar e refletir sobre as respostas. Uma vez que este estudo foi realizado durante a considerada época alta, as entidades, por falta de disponibilidade, dado ao elevado número de trabalho, optaram por responder à entrevista via *email*.

Tabela 2 – Entrevistas

Organização	Função	Data	Modalidade
Soho Porto Apartments	Responsável	29/09/2024	Escrito
Soho Porto Apartments	Proprietário	29/09/2024	Escrito
Guestify	Proprietário	29/09/2024	Escrito
InSitu	Responsável	29/09/2024	Escrito
Formosa 79 Apartments	Responsável	29/09/2024	Escrito
Oporto Aparthotel	Responsável	29/09/2024	Escrito

Fonte: Elaboração Própria

Após a aplicação das entrevistas e a recetividade das respostas, segue-se a interpretação e análise dos mesmos. O facto de se tratar de entrevistas escritas, tornou o processo mais prático, uma vez que não houve a necessidade de transcrever as respostas para um documento *word,* para que seja possível analisar todas as respostas. Na sequência, foi criado um documento, onde foram colocadas as perguntas e todas as respostas para que o processo de análise fosse mais fácil.

De um modo geral, será utilizada a Teoria Fundamentada, visto que, de acordo com, McLeod, 2024, constitui uma abordagem indutiva, na qual a teoria é construída a partir dos dados recolhidos no contexto real, ao invés de se procurar comprovar ou refutar uma hipótese previamente estabelecida, como ocorre numa abordagem científica dedutiva. O mesmo autor refere ainda que a amostragem teórica é um dos componentes constituintes da teoria fundamental pelo facto de o investigador recorrer à amostragem teórica para selecionar novos participantes ou fontes de dados, tendo como base as descobertas emergentes do seu estudo. O principal objetivo é recolher

dados que contribuam para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das categorias emergentes e dos conceitos teóricos em construção.

3.5 Fundamentação Teórica do Guião da Entrevista

Com o propósito de desenvolver a presente investigação, foi elaborado um guião de entrevista (Anexo B), concebido para responder tanto aos objetivos gerais como aos específicos anteriormente definidos. A formulação das questões teve como referência não apenas os referidos objetivos, mas também a revisão da literatura previamente efetuada, conforme ilustrado na tabela que se apresenta de seguida:

Tabela 3: Fundamentação Teórica

Questões da entrevista	Fundamentação Teórica
Objetivo 1 - Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL	
1-Características dos seus imóveis mais valorizados pelos clientes. Selecione os 3 mais apreciados pelos hóspedes (por exemplo, limpeza, comodidades, conforto, relação preço-qualidade, localização ou outro relevante). De que modo estes influenciam a forma de gestão do alojamento?	*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações? (*2019), JLL (2015) citado por, Cruz (2016), Silva (2020).
1.1 Porque considera que são as mais apreciadas e de que forma influenciam a forma de gestão do alojamento?	*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações? (*2019), JLL (2015) citado por, Cruz (2016), Silva (2020).
1.2 Quais são os atributos que os hóspedes menos valorizam? Também influenciam a forma de gestão da unidade?	Russo (2002), citado por, Dantas (2019), Wegmann & Jiao (2017), Almeida-García et al., (2021), citado por, Rodrigues et al., (2023), Szromek et al., (2020) citado por, Rodrigues et al., (2023), Milano et al., (2019), citado por, Rodrigues et al., (2023), Rodrigues et al., (2023), Silva, (2020).
2-Com base no feedback que recebe dos hóspedes, quais os atributos do alojamento local que são frequentemente mencionados como decisivos para a escolha do seu imóvel em particular?	*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações? (*2019), JLL (2015) citado por, Cruz (2016), Silva (2020).

3-Com base na sua experiência, quais as estratégias de apresentação/promoção e marketing do imóvel (como fotos, descrições detalhadas, ou destaque de comodidades) que têm sido mais eficazes para atrair reservas e atender às expectativas dos clientes?	Omnibees (2019), citado por, Alves, 2021
4- Um alojamento local é uma forma de alojamento diferente dos hotéis tradicionais. Na sua opinião, o que motiva os hóspedes a optar por um alojamento local em vez de outros tipos de alojamento, como hotéis?	Dieguez & Ferreira (2020), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas,(2019), JLL (2015) citado por, Cruz, (2016), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas, (2019), Dantas (2019),
4.1 Há alguma característica específica que considera essencial/determinante na decisão?	Dieguez & Ferreira (2020), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas,(2019), JLL (2015) citado por, Cruz, (2016), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas, (2019), Dantas (2019),
4.2 Existe alguma caraterística que os prejudica relativamente aos outros tipos de Empreendimentos Turísticos? Se sim, exemplifique e justifique.	Dieguez & Ferreira (2020), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas,(2019), JLL (2015) citado por, Cruz, (2016), Lynch et al., (2009), citado por, Dantas, (2019), Dantas (2019),
Objetivo 2 - Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento	
1-Atualmemente, em simultâneo com o crescimento da atividade turística assistimos ao uso crescente da tecnologia. De que forma as novas tecnologias, como as plataformas de reserva online e aplicações de comunicação, influenciam o processo de reserva e a interação com os clientes durante a estada?	Quaternaire Portugal (2017), citado por, Moreira (2019), Feels like home, (s.d.), Guttentag, et al., (2018) e Mermet (2021)
2-Quais as ferramentas digitais ou tecnologias utilizadas para melhorar a experiência do hóspede após a reserva, como *check-in* automático, guias digitais do imóvel ou atendimento ao cliente via telefone, entre outros.	Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos (2021)
3-Como avalia o impacto das tecnologias de informação e comunicação, e de gestão de propriedades na eficiência da operação do seu alojamento local e na satisfação dos hóspedes	Quaternaire Portugal (2017), citado por, Moreira (2019), Feels like home, (s.d.), Guttentag, et al., (2018) e Mermet (2021)
4-Considera que existe alguma ferramenta digital ou tecnologia falta no seu alojamento local? Se sim, tenciona adquiri-la?	Quaternaire Portugal (2017), citado por, Moreira (2019), Feels like home, (s.d.), Guttentag, et al., (2018) e Mermet (2021)
Objetivo 3 - Analisar a evolução do número de reservas em Alojamento Local na cidade do Porto	
1-Estatisticamente, a cidade do Porto tem assistido a um aumento significativo no número de reservas em empreendimentos de alojamento local. Como avalia a evolução do número de reservas no seu alojamento local na cidade do Porto no último ano? Quais os fatores que, na sua ótica, influenciaram essa tendência?	TravelBI by Turismo de Portugal - Hóspedes, (s.d.), Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano (2023), INE, (2023) e Neves, (2024)

2-Quais os períodos do ano em que observou maior ou menor volume de reservas no Porto, e como tem adaptado a sua estratégia para maximizar a ocupação ao longo do ano?	TravelBI by Turismo de Portugal - Hóspedes, (s.d.), Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano (2023), INE, (2023) e Neves, (2024)
3-De que forma as mudanças no mercado, como a regulamentação local ou o aumento da concorrência, têm afetado o número de reservas no seu alojamento local? Identifica alterações no segmento de mercado que utiliza? Nacionalidade, tipo de cliente, duração da estada?	TravelBI by Turismo de Portugal - Hóspedes, (s.d.), Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano (2023), INE, (2023), Neves, (2024) e Diário de Notícias (2024),
Objetivo 4 - Avaliar as consequências da legislação "Mais Habitação"	
1- A "Mais habitação" surge como uma forma de dar resposta à procura de imóveis a preços acessíveis, aos residentes. De que forma a legislação pode influenciar a gentrificação nas grandes cidades portuguesas? Acredita que as medidas propostas serão eficazes para proteger as comunidades locais e aumentar a oferta?	Governo aprova pacote Mais Habitação (2023), Mais Habitação entrou em vigor (2023), ALEP Associação do Alojamento Local em Portugal (2023), Villalobos (2023) Sousa (2024), e Lei n.º 56/2023, de 6 de outubro 2024.
2- Sabemos que uma das propostas seria a proibição de abertura de novos AL em regiões do litoral. Como é que a legislação "Mais Habitação" afeta a dinâmica entre o turismo e a habitação, particularmente no que diz respeito ao equilíbrio entre a oferta de alojamento local e a proteção dos direitos dos residentes?	Governo aprova pacote Mais Habitação (2023), Mais Habitação entrou em vigor (2023), ALEP Associação do Alojamento Local em Portugal (2023), Villalobos (2023) e Lei n.º 56/2023, de 6 de outubro 2024.
3- Tendo em conta os avanços tecnológicos e a evolução do número de reservas em alojamento local no Porto que, de certo modo, contribuem para o desenvolvimento turístico da cidade, de que forma é que a "Mais Habitação" impactava no Turismo da cidade?	Agência Lusa (2023), Bernardo (2022) e Diário de Notícias (2024)
Objetivo 5 – Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local	
1-Identificar o perfil do cliente possibilita a personalização da experiência de compra do hóspede. Identifique o perfil, em termos globais, predominante no seu alojamento local. Por exemplo, o nível de conhecimento de seu cliente, as características socioeconómicas, como interage com o alojamento local, se participa nas atividades e se consome outros serviços, qual o motivo da reserva/compra de alojamento em alojamento local?	Empis (2015), citado por, Alves (2021), Schäfer & Braun (2016), Dantas (2019), Alves (2021), Notícias ao Minuto (2019), Nómadas digitais, doentes e professores, os novos clientes do AL (2022)
2-Considerando o perfil mencionado anteriormente, é possível identificar o motivo da viagem, a estada média e a época de maior ocupação?	Empis (2015), citado por, Alves (2021), Schäfer & Braun (2016), Dantas (2019), Alves (2021), Notícias ao Minuto (2019), Nómadas digitais, doentes e professores, os novos clientes do AL (2022)

3-Tem algum conhecimento relativamente à taxa de repetição do seu alojamento local?	Empis (2015), citado por, Alves (2021), Schäfer & Braun (2016), Dantas (2019), Alves (2021), Notícias ao Minuto (2019), Nómadas digitais, doentes e professores, os novos clientes do AL (2022)

Fonte: Elaboração Própria

3.6 Recolha e Tratamento de Dados

3.6.1 Características mais valorizadas por um cliente em AL

a) Principais características mais valorizadas por um cliente na escolha de um AL

A localização é um dos fatores principais na seleção de um AL (E1, E2, E3, E4, E5 e E6). Juntamente a este fator é possível acrescentar a limpeza, sendo que, juntamente com a localização, estes dois fatores desempenham um papel fundamental na escolha de um alojamento, pois na presença destes é possível maximizar a satisfação do cliente (E1, E2, E5).

Outro fator considerado importante é o conforto (E3, E4, E5 e E6) que surge com frequência, uma vez que, o imobiliário de qualidade e disposição da decoração tornam o espaço mais acolhedor tendo um impacto significativo na experiência do cliente.

Por fim, os funcionários, as comodidades e o serviço. O atendimento pelos funcionários (E2) e as comodidades oferecidas (E3, E4 e E6), garantem a satisfação do cliente durante a estadia e pode ser um fator decisivo no momento de reserva de outros hóspedes e no caso do retorno dos hospedes que já estiveram alojados no Al em questão.

b) Características mais valorizadas e como influenciam a forma de gestão

A limpeza, a localização e o conforto são consistentemente destacadas como as características mais valorizadas pelos hóspedes. Estas influenciam diretamente a

experiência do cliente. Primeiramente a limpeza, que é constantemente mencionada como um elemento fundamental, que gera confiança e boas avaliações, sendo essencial para a gestão operacional (E1, E2, E5). A escolha de uma equipa interna de limpeza, demonstra como a gestão da limpeza é centralizada para manter padrões elevados (E5).

A localização é percebida como um fator chave de atração para turistas, tanto nacionais quanto internacionais, por facilitar o acesso a pontos turísticos e reduzir a necessidade de transportes públicos (E2, E3, E4, E5 e E6).

Em seguida, o conforto que está associado à qualidade da experiência do hóspede, impactando diretamente a satisfação. O conforto engloba tanto o mobiliário quanto a eficiência da manutenção do espaço, ou seja, o facto de um AL dispor uma equipa própria de cada departamento constituí uma sensação de conforto ao cliente, ao assegurar que os imóveis estejam sempre em condições ideais para os hóspedes, evitando problemas que possam comprometer a estadia. A equipa interna facilita a resposta imediata a imprevistos e o controlo de qualidade contínuo (E3, E5 e E6).

Deste modo, estes fatores influenciam a gestão do alojamento porque, é importante contar com equipas internas, para garantir uma operação eficiente, como por exemplo, no caso do conforto, (E1 e E5). A decisão de ter equipas de limpeza e manutenção próprias contribui para a rapidez na resolução de problemas, minimizando possíveis impactos negativos na experiência do hóspede e mantendo a confiança (E5).

A localização central e a proximidade de pontos turísticos influenciam diretamente as estratégias de *marketing* e segmentação de clientes. Estas características tornam o imóvel mais atrativo e fácil de promover a diferentes perfis de turistas (E3, E5 e E6).

As comodidades são outro fator que influenciam o modo de gestão visto que, estas estão diretamente ligadas à segmentação de mercado e à estratégia de preço. Imóveis com *Wi-fi* gratuito, cozinhas equipadas e outros serviços adicionais permitem justificar preços mais elevados e segmentar o público que procura mais conveniência (E3, E4 e E6).

c) Aspetos menos valorizados

Atualmente, no mercado atual, não há atributos que sejam significativamente menos valorizados pelos hóspedes. Assistimos a uma crescente exigência dos clientes, o que leva os gestores a considerar todos os fatores como importantes para garantir uma boa experiência (E1, E2, E3, E4 e E6). O mercado está altamente competitivo e os hóspedes estão exigentes, levando à necessidade de manter um nível elevado em todos os atributos oferecidos (E1 e E2).

Devido à vasta oferta de alojamentos locais, todos os detalhes são importantes e qualquer atributo pode ser determinante na escolha do cliente (E3, E4 e E6).

Porém, ainda que menos prioritários, existem alguns aspetos que possam ser pouco valorizados pelos hóspedes em contextos específicos. Por exemplo, o pequeno-almoço é menos valorizado pelos hóspedes, especialmente devido à grande oferta de opções de restauração nas proximidades. Este aspeto sugere que a localização do imóvel pode influenciar a relevância de certos serviços internos (E1). Outro aspeto que os hóspedes têm vindo a desvalorizar é a presença de *ameneties* nos apartamentos (E6).

Para que haja um equilíbrio nos investimentos: os gestores evitam gastar demasiados recursos em áreas que não são prioritárias para os hóspedes, como a cozinha ou uma decoração excessiva. Isto permite uma gestão mais eficiente dos custos, enquanto se foca nos aspetos mais valorizados, como conforto e limpeza (E5).

Assim pode-se concluir que existe uma grande exigência do mercado, onde praticamente todos os atributos do alojamento são considerados relevantes para os hóspedes. No entanto, é possível identificar certos atributos que, dependendo do contexto (como a localização ou o tipo de estadia), têm menor impacto nas decisões dos clientes. Isso influencia a gestão do alojamento, que deve equilibrar os seus investimentos e alocar recursos de forma estratégica para maximizar a experiência dos hóspedes sem desperdiçar recursos em áreas de menor importância.

d) Atributos decisivos na escolha do imóvel

O contributo que é constantemente considerado como decisivo é a localização. A proximidade de pontos turísticos, transportes públicos e áreas centrais da cidade é

um fator primordial na escolha do imóvel (E1, E3, E4, E5 e E6). A proximidade das atrações turísticas e a facilidade de deslocação a pé destacam-se como elementos cruciais para a maioria dos hóspedes, (E5).

A localização central torna-se num diferencial importante, pois permite aos hóspedes explorarem as principais atrações sem a necessidade de transporte (E5).

A limpeza é outro fator frequentemente mencionado como um atributo decisivo pelo facto de que, um ambiente limpo gera confiança e satisfação. Este atributo, sendo fundamental para o bem-estar do hóspede, é frequentemente referido em avaliações e *feedbacks* (E1, E2 e E4).

O papel dos anfitriões é outro fator decisivo. Os mesmos referem que a prontidão em resolver problemas e a disponibilidade para responder a questões ou fornecer informações são características muito apreciadas (E1, E3 e E6). Dentro do serviço e atendimento, os funcionários também revelam um papel fundamental, visto que a qualidade da receção e o apoio oferecido aos hóspedes têm um impacto direto na experiência, influenciando a decisão de escolha (E2).

As comodidades e a tipologia também são fatores decisivos para alguns hóspedes, principalmente os que procuram conforto e praticidade, nomeadamente, em espaços que incluam serviços como *Wi-Fi* gratuito, cozinhas equipadas e outras facilidades que melhoram a estadia (E2 e E4). O *Layout* e as características do espaço influenciam a escolha dos hóspedes, especialmente aqueles que procuram um tipo específico de acomodação (E2).

As avaliações *online* funcionam como um fator de credibilidade, influenciando diretamente a decisão de reserva. Imóveis com muitas avaliações positivas tendem a atrair mais hóspedes, pois oferecem uma garantia implícita de qualidade e confiança. Esta ênfase nas avaliações sugere que, além das características intrínsecas do imóvel, a reputação *online* é um elemento decisivo no processo de escolha (E5).

Por fim, as fotografias dos imóveis são um ponto mencionado, pelo facto de as imagens que os hóspedes vêm nas plataformas de reserva desempenharem um papel crucial na tomada de decisão, pois oferecem uma primeira impressão visual da qualidade e estado do alojamento (E2).

Assim, a análise das respostas revela que os principais atributos decisivos para a escolha de um alojamento local são a localização, a limpeza e o serviço prestado pelos

anfitriões. Outros fatores como as comodidades, a tipologia do imóvel e o *feedback* de outros hóspedes também têm um papel importante no processo de decisão.

e) Estratégias de apresentação e promoção

As fotografias de qualidade, as descrições detalhadas e transparentes, e o uso inteligente de plataformas *online* são consideradas uma forma forte de promover os alojamentos, juntamente com *feedback* dos clientes.

O uso das fotografias realistas e descritivas é destacado como uma das estratégias mais eficazes devido ao facto de a fotografia ser considerada o primeiro ponto de contacto entre o cliente e o imóvel, sendo crucial para criar uma boa impressão (E1, E2, E3, E4, E5 e E6). Deve-se utilizar fotografias profissionais, de alta resolução, que mostrem as principais áreas do imóvel, destacando características como o quarto, a sala, a cozinha e a casa de banho (E5). Estas precisam de corresponder à realidade, ajudando a alinhar as expectativas do cliente, do que é visto *online* e o que se encontra no local (E2).

Neste contexto, é importante a utilização de descrições claras e precisas, detalhando as comodidades oferecidas e a proximidade de atrações turísticas e transportes públicos (E1 e E5). Isso é essencial para evitar mal-entendidos e alinhar as expectativas dos clientes com o que será oferecido. O "ser transparente" nas descrições é crucial para garantir uma boa experiência do cliente e, consequentemente, melhorar as avaliações (E5).

A interação, o *feedback* e a presença nas plataformas *online* são grande parte das vezes considerados como uma estratégia importante para construir confiança e atrair novos clientes. As respostas às avaliações dos clientes são uma ferramenta eficaz para atrair novos hóspedes, ao mostrar uma gestão atenta e preocupada com a satisfação do cliente (E1). A importância das avaliações positivas nas plataformas de reserva, sugerindo que, além das fotografias iniciais, é o *feedback* positivo que pode ser um fator decisivo na escolha de um imóvel (E3 e E6).

A disponibilidade em várias plataformas de reserva é apontada como uma estratégia essencial para garantir visibilidade e atrair reservas, uma vez que permite aos hóspedes ter acesso a descrições, fotografias e comentários de outros clientes. Isso

ajuda a garantir que o imóvel seja facilmente encontrado e comparado por potenciais clientes (E2 e E4).

No geral, a honestidade e a transparência na apresentação do imóvel são apontadas como essenciais para garantir que os hóspedes saibam exatamente o que esperar, aumentando a confiança e melhorando a experiência final.

f) Diferença entre um alojamento local e um hotel tradicional

No que concerne à diferença entre alojamento local e os hotéis tradicionais, são vários fatores que destacam as vantagens do AL em termos de autenticidade, privacidade, flexibilidade e custo-benefício. Esses fatores refletem uma mudança no comportamento dos consumidores, que cada vez mais procuram experiências personalizadas e adaptáveis às suas necessidades específicas, em detrimento à oferta mais padronizada dos hotéis.

Uma das principais razões é a possibilidade de viver uma experiência autêntica e mais próxima da cultura e do estilo de vida local, sendo que, os hóspedes preferem o AL pela sensação de viver como no local (E1, E3, E4, E5 e E6). Em certos casos, os AL são situados em prédios históricos remodelados e, estes proporcionam uma vivência mais próxima da realidade local, algo que os hotéis não conseguem replicar devido à sua natureza mais institucional e padronizada (E5). Essa autenticidade é uma grande motivação, já que os hóspedes procuram experiências mais personalizadas e menos turísticas (E3 e E6).

A privacidade e o espaço são fatores diferenciadores importantes entre alojamentos locais e hotéis. O Al oferece mais espaço por um preço similar ao de um quarto de hotel, o que é atrativo para famílias e grupos de amigos, bem como para estadias prolongadas (E5). A privacidade de ter um espaço totalmente independente, sem a necessidade de interações constantes com o *staff*, é valorizada por muitos hóspedes que preferem um ambiente mais intimista e privado (E3 e E6).

O AL oferece uma maior flexibilidade, permitindo que os hóspedes adaptem a sua estadia às suas próprias rotinas e preferências. O facto de os alojamentos disponibilizarem uma cozinha é uma característica importante para muitos hóspedes, especialmente para famílias com crianças que precisam preparar refeições rápidas ou

personalizadas (E1, E3, E5 e E6), ou simplesmente para a partilha de um ambiente mais flexível e informal, algo que os hotéis não oferecem da mesma forma (E3 e E6).

Outro dos fatores é o custo benefício que estas tipologias oferecem, uma vez que acabam por disponibilizar mais espaços e áreas comuns por um preço melhor (E1, E4 e E5). O AL, por norma, tem um preço mais competitivo por apresentar valores mais baixos ao mesmo tempo que oferece a proximidade às atrações e fornecem a sensação do "estar em casa" (E4).

g) Característica essencial/determinante na decisão

Como características principais para auxiliar na decisão da escolha de um alojamento, os entrevistados reforçaram, novamente, a localização (E1, E2, E3, E4, E5 e E6). A proximidade aos diversos pontos turísticos, a restaurantes e transportes públicos na cidade do Porto, é um fator decisivo porque proporciona uma experiência prática. Além disso, a localização central facilita aos pontos de interesse excluindo a necessidade de deslocamentos longos e facilita a exploração da cidade a pé (E5).

A avaliação dos outros hóspedes volta a ser novamente relevante, visto que as avaliações positivas são essenciais para transmitir confiança aos futuros clientes, especialmente nas plataformas *online* (E1, E2, E4 e E5). A confiança proveniente destas avaliações serve como filtro de qualidade, na medida em que permite que os clientes tomem melhores decisões (E5). Adicionalmente, estes também influenciam as expectativas sobre o conforto, a limpeza e a qualidade do alojamento (E2).

As comodidades distinguem-se pelas facilidades disponíveis no alojamento, como o *Wi-Fi* de alta qualidade, as cozinhas equipadas e os espaços confortáveis para trabalhar, que atraem os turistas de lazer e os profissionais. Isto fornece um tipo de valor que não consta nos hotéis tradicionais (E4 e E5).

A autenticidade é destacada quando se refere a experiência personalizada e intimista que contrasta com a abordagem padronizada dos hotéis comuns. A decoração muitas das vezes reflete a cultura local e isso atrai os hóspedes que procuram uma experiência diferenciada (E5).

Por fim, o custo-benefício fortemente presente nas estadias prolongadas, onde os hóspedes procuram um espaço que lhes ofereça flexibilidade de realizar a sua vida

normalmente e que lhes forneça uma experiência mais completa (E3 e E6). Os custos em si, também são um fator chave na decisão do alojamento tendo em conta à oferta hoteleira disponível (E1).

h) Característica prejudicial em relação aos outros Empreendimentos

Embora o alojamento local esteja em constante crescimento, ainda há certos aspetos presentes na hotelaria tradicional em falta no AL, tal como, a receção 24 horas, serviços de quartos, restaurantes / bar. A ausência de uma receção 24 horas pode ser considerada uma desvantagem para alguns hóspedes. Apesar de os AL serem fortemente escolhidos por proporcionarem autonomia e flexibilidade, ainda se sente uma expectativa em parte dos clientes, que sentem a necessidade desses serviços (E5). Este aspeto surge do facto de ainda haver hóspedes que necessitam de assistência durante 24 horas e de um atendimento padronizado (E1 e E2). Adicionalmente, a falta de restaurante ou bar, especialmente para os hóspedes que valorizam a conveniência de refeições no local (E3 e E6).

O parque de estacionamento é outro ponto apontado como uma desvantagem, principalmente para os viajantes que chegam ao destino de carro (E2 e E4). Embora muitos AL estabeleçam parcerias com parques de estacionamento nas proximidades, estes são públicos e sempre sujeitos a disponibilidade. Para muitos a ausência de um parque privativo e vigiado constitui um ponto negativo, principalmente nos centros urbanos onde o estacionamento é escasso, como o caso do Porto, onde este ponto é crítico, pois muitos clientes chegam ao centro de carro, ou efetuam um aluguer de viatura no destino e, posteriormente encontram dificuldades em arranjar lugar nas proximidades (E4).

A limpeza no alojamento local é menos frequente em relação à hotelaria tradicional, na medida em que, enquanto nos hotéis o serviço é diário, nos AL esta pode só ser realizada no início e no fim da estadia. Assim, pode-se apresentar como uma desvantagem, visto que muitos dos hóspedes esperam esse tipo de serviço quando procuram um AL (E5).

Tabela 4 - *Síntese das características mais valorizadas por um cliente em AL*

Objetivo 1 - Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL		
Questão da Entrevista	Subcategorias	Entrevistados
1-Considerando as características dos seus imóveis que são mais valorizadas pelos clientes, selecione as 3 com melhores resultados, por exemplo, limpeza, comodidades, conforto, relação preço-qualidade, localização ou outro relevante).	Limpeza	E1, E2 e E5
	Localização	E1, E2, E3, E4,E5 e E6
	Conforto	E3, E4, E5 e E6
	Funcionários	E2
	Comodidades	E3, E4 e E6
	Serviço	E1
1.1- Porque considera que são as mais apreciadas e de que forma influenciam a forma de gestão do alojamento?	Confiança e boas avaliações	E1, E2 e E5
	Facilitação a pontos turísticos	E2, E3, E4, E5 eE6
	Conforto	E3, E5 e E6
	Marketing e Segmentação de mercado	E3, E4, E5 e E6
1.2 Quais são os atributos que os hóspedes menos valorizam? Também influenciam a forma de gestão da unidade?	Mercado exigente todos são valorizados	E1, E2, E3, E4 eE6
	Pequeno-almoço	E1
	Decoração exagerada	E5
	Equilíbrio nos investimentos	E5
2-Com base no *feedback* que recebe dos hóspedes, quais os atributos do alojamento local que são frequentemente mencionados como decisivos para a escolha do seu imóvel em particular?	Localização	E1, E3, E4, E5 e E6
	Limpeza	E1, E2 e E4
	Serviço e atendimento	E1, E2, E3 e E6
	Comodidades e Tipologia	E2. E3, E4 e E6
	Avaliações e Feedback	E5
	Fotografias	E2
3-Com base na sua experiência, quais as estratégias de apresentação/promoção e marketing do imóvel (como fotos, curiosidades adicionais, ou destaque de comodidades) que têm sido mais eficazes para atrair reservas e atender às expectativas dos clientes?	Fotografias de alta qualidade	E1, E2, E3, E4, E5 e E6
	Descrições	E1 e E5
	Feedback e Avaliações	E1, E3 e E6
	Presença em Plataformas *online*	E2 e E4
4- Um alojamento local é uma forma de alojamento diferente dos hotéis tradicionais. Na sua opinião, o que motiva os hóspedes a optar por um alojamento local em vez de outros tipos de alojamento, como hotéis?	Experiência autêntica	E1, E3, E4, E5 e E6
	Privacidade e espaço	E5
	Flexibilidade	E1, E3, E5 e E6
	Custo-benefício	E1, E4 e E5
	Personalização	E2, E3 e E6
4.1 - Há alguma característica específica que considere essencial/determinante na decisão?	Localização	E1, E2, E3, E4, E5 e E6
	Avaliações de hóspedes	E1, E2, E4 e E5
	Custo-benefício	E3 e E6
	Comodidades	E4 e E5
	Autenticidade e Personalização	E5
4.2 - Existe alguma característica que os prejudique relativamente a outros tipos de Empreendimentos Turísticos?	Falta de receção 24 horas	E1, E2, E3, E4, E5 e E6
	Estacionamentos	E2 e E4
	Limpezas menos frequentes	E5

Fonte: Elaboração Própria

3.6.2 Papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento

a) Influência das plataformas de reserva online e aplicações de comunicação no processo de reserva

Dentro das novas tecnologias, destacam-se, essencialmente, três aspetos principais em relação ao processo de reserva e da interação com os clientes. Primeiramente, a acessibilidade e conveniência das plataformas de reserva *online*, como *Booking, Airbnb* e *Expedia* são uma parte fundamental para a captação de clientes (E1, E2, E3, E4, E5 e E6). As plataformas permitem aos futuros clientes comparar preços e opções, bem como ler avaliações de outros hóspedes e efetuar as reservas, tornando o processo mais ágil e conveniente. Adicionalmente, esta forma de reserva transmite maior segurança ao cliente, pois garante logo a estadia (E3 e E6). Para além disso, são das melhores formas de manter em contacto com o cliente durante todo o processo de estadia, sempre com resposta rápida para garantir a satisfação do cliente.

Os aplicativos também permitem uma comunicação direta, nomeadamente, o *whatsapp* (E1, E2, E3, E4 e E6). Esta ferramenta é frequentemente utilizada para comunicar com os hóspedes durante a sua estadia, ou até mesmo após a sua reserva, por se tratar de uma aplicação que garante um canal de comunicação aberto e imediato (E1 e E2). Além disso, através destes meios, é possível realizar a personalização do atendimento rápido e direto com o hóspede, o que influencia de forma positiva a experiência (E3, E4 e E6).

A introdução das novas tecnologias veio permitir a automatização de processos, no que diz respeito, essencialmente, aos *check-ins* e aos *check-outs,* ou seja, atualmente não há necessidade de uma receção física, visto que, a utilização das chaves digitais permitem o processo ágil e negam a necessidade de um rececionista durante 24 horas. Isto não só facilita na conveniência para os hóspedes, como também, otimiza a gestão dos alojamentos (E3 e E6).

b) Ferramentas digitais e tecnologias utilizadas para melhor experiência

Com o avançar e o desenvolvimento de novas tecnologias, é necessário que os AL sejam inseridos nas opções tecnológicas, para melhorar a experiência dos clientes.

Dentro das ferramentas destaca-se o *check-in* automático, sendo considerado uma ferramenta crucial para facilitar a chegada dos hóspedes, principalmente quando estes chegam fora do horário de funcionamento da receção (E1, E3, E4, E5 e E6). A utilização do *self check-in* é considerada uma solução prática usada quando os hóspedes chegam após a hora de expediente, ou quando o apartamento se encontra pronto antes da hora estabelecida do *check-in.* Isto proporciona flexibilidade e evita transtornos, na medida em que, os hóspedes podem entrar nos apartamentos sem haver a necessidade de uma interação presencial (E2 e E4).

Ainda há propriedades que utilizem códigos de acesso para que seja possível aos hóspedes efetuarem o *check-in* de forma independente garantindo a segurança e a comodidade, sem comprometer a experiência do cliente. Esta funcionalidade é frequentemente usada em alojamentos que não dispõem de receção 24 horas (E5).

Outra ferramenta mencionada são as guias digitais, que facilitam o acesso às informações. Estas podem estar presentes em *Qr Codes*, uma abordagem prática que permite aos hóspedes terem acesso a toda a informação que necessitam diretamente do telemóvel pessoal (E1), nomeadamente, os detalhes sobre as comodidades, restaurantes, atrações e serviços locais nas proximidades (E3, E5 e E6). Este recurso auxilia no enriquecimento da experiência do cliente, ao fornecer informação mais profunda acerca do destino e, por ser uma opção mais ecológica à impressão de guias em papel (E5).

O atendimento ao cliente pelas plataformas digitais, como o *WhatsApp*, telefone e *email* é fortemente destacado como uma forma de melhorar a experiência do hóspede, pelo facto haver sempre uma linha de comunicação entre os hóspedes e os funcionários (E2, E3, E5 e E6).

O uso do *WhatsApp* é uma forma de manter contacto constante com os clientes em situações de dúvidas e problemas que necessitem de apoio imediato. É uma aplicação acessível e que fornece respostas rápidas, criando um sentimento de segurança, no sentido em que sentem apoio constante (E2, E3 e E6). Neste registo, o

atendimento contínuo por mensagem permite manter uma experiência de proximidade e personalização no atendimento. Assim, verifica-se uma adaptação por parte dos AL ao comportamento do consumidor atual que aprecia respostas rápidas e acessíveis (E5).

De um modo geral, as tecnologias melhoraram a eficiência operacional na proporção de uma experiência satisfatória e adaptada, que cada vez mais procuram soluções convenientes e rápidas.

c) Impacto das tecnologias da informação e comunicação na gestão da propriedade e na eficiência da operação do AL e satisfação dos hóspedes

As tecnologias da informação e comunicação têm um impacto positivo na eficiência da gestão do alojamento local, no sentido em que otimizam o trabalho e reduzem custos.

As plataformas de reserva e ferramentas de gestão de colaboradores e de satisfação dos clientes, como o *TripAdvisor* e o *ReviewPro* são um método de gestão eficiente, uma vez que, facilitam a gestão de várias propriedades e permitem a comunicação entre os funcionários e os clientes, ao mesmo tempo que automatizam os processos como o *check-in* (E1 e E5 e E6). Além disso, estas opções disponibilizam tempo aos funcionários para elaborar aspetos estratégicos e de qualidade do serviço (E3) e permite que uma equipa reduzida consiga fazer a gestão de mais alojamentos sem colocar em causa a qualidade do serviço (E5).

Da mesma forma que agilizam o serviço, oferecem qualidade ao mesmo garantindo uma melhor experiência para os hóspedes no que concerne à comunicação concluindo que, o bom funcionamento do alojamento depende de uma boa integração tecnológica atribuindo uma experiência mais fluída para o cliente (E2 e E4).

Os custos operacionais são outro tópico beneficiador do uso das tecnologias, visto que permitem gerenciar vários alojamentos (E3 e E5). A automação das funções administrativas e o uso de tecnologias na comunicação e gestão também reduzem a necessidade de interações físicas com os hóspedes, sem perder a qualidade do serviço.

d) Ferramenta digital ou tecnologia em falta

Por um lado, as tecnologias atuais são suficientes para satisfazer as necessidades do alojamento, ou seja, os sistemas frequentemente usados como, as plataformas de reserva e os meios de comunicação utilizados pelos empreendimentos são suficientes para estabelecer um bom funcionamento do alojamento e uma experiência ao cliente (E2, E3 e E4).

Por outro lado, há sempre espaço para melhorias e introduzir novos métodos tecnológicos para melhorar o desempenho do alojamento e a satisfação do hóspede, como por exemplo, a introdução de fechaduras digitais e a aplicação de inquéritos *online* no decorrer da estadia dos hóspedes. No caso das fechaduras, embora uns já tenham aderido a essa tendência, outros ainda se encontram no sistema das fechaduras manuais e, a adesão às digitais seria um avanço na automação no acesso do alojamento, proporcionando uma maior comodidade e segurança nos clientes. Relativamente aos inquéritos, estes permitiriam a obtenção de um *feedback* em tempo real, o que auxiliaria na melhoria da satisfação do cliente de forma mais rápida e ágil (E1).

A adesão a um *Channel Manager* mais avançado com funcionalidades específicas para a gestão de preços dinâmicos seria outra forma de inovar, no que diz respeito às tecnologias. Esta é frequentemente utilizada na gestão de receitas e ajusta de forma automática os preços com base em fatores como a procura, sazonalidade e disponibilidade, de modo a maximizar a rentabilidade. Esta ferramenta não só melhora a forma de gestão de reservas, como também, melhora a competitividade do alojamento no mercado (E5).

Tabela 5 - *Síntese do papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento*

Objetivo 2- Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento		
Questão da Entrevista	Subcategorias	Entrevistados
1-Atualmemente, em simultâneo com o crescimento da atividade turística assistimos ao uso crescente da tecnologia. De que forma as novas tecnologias, como as plataformas de reserva online e aplicações de comunicação, influenciam o processo de reserva e a interação com os clientes durante a estada?	Acessibilidade das plataformas de reserva	E1, E2, E3, E4 e E5
	Comunicação direta por aplicativos	E1, E2, E3 e E4
	Automotatização de processos	E3
2-Quais as ferramentas digitais ou tecnologias utilizadas para melhorar a experiência do hóspede após a reserva, como check-in automático, guias digitais do imóvel ou atendimento ao cliente via telefone, entre outros?	Check-in automático	E2, E3, E4 e E5
	Guias digitais	E1, E3 e E5
	Atendimento via Plataformas Digitais	E2, E3 e E5
3-Como avalia o impacto das tecnologias de informação e comunicação, e de gestão de propriedades na eficiência da operação do seu alojamento local e na satisfação dos hóspedes?	Eficiência Operacional	E1, E3, E5 e E6
	Satisfação dos hóspedes	E2, E4 e E5
	Otimização e redução de custos	E3, E5 e E6
4-Considera que existe alguma ferramenta digital ou tecnologia falta no seu alojamento local? Se sim, tenciona adquiri-la?	Fechaduras e Inquéritos	E1
	Channel Manager	E5
	Satisfação com as existentes	E2, E3,E4 e E6

Fonte: Elaboração Própria

3.6.3 Evolução do número de reservas em AL no Porto

a) Avaliação do número de reservas em AL no Porto no último ano

O crescimento do Porto enquanto destino turístico está diretamente ligado ao aumento do número de reservas em alojamento local na cidade, sendo que isto deve-se ao facto do destino ser considerado um dos melhores destinos europeus para escapadelas urbanas ganhando, assim, notoriedade e visibilidade em *rankings* e premiações internacionais (E2, E4 e E5). Adicionalmente, também foi reconhecido como "melhor destino metropolitano de 2024" o que incrementa a procura (E2).

A recuperação do pós-pandemia é igualmente apontado como um fator para esse aumento no número de reservas, no sentido em que, as preferências dos turistas

mudaram com o passar da pandemia e estes parecem mais inclinados a procurar experiências mais autênticas e personalizadas, algo que o alojamento local oferece (E5).

A sazonalidade também pode ser considerada como um fator determinante por influenciar as flutuações de procura ao longo do ano, sendo que o primeiro trimestre acaba por ser um período com reservas num ritmo mais tranquilo (E1), contrariamente aos meses de março a dezembro, onde se sente um maior número de reservas e, consequentemente, a sua evolução (E2).

Embora muitos alojamentos tenham aberto na época pós-pandemia, estes sentem alguns efeitos no número de reservas e isto deve-se não só ao reconhecimento do Porto enquanto destino turístico (E3 e E6), como também ao restabelecimento e aumento das ligações aéreas no aeroporto Francisco Sá Carneiro (Porto) (E6).

b) Períodos de maior e menor volume ao longo do ano

No que concerne aos períodos de reserva, é possível dividir em duas épocas, a alta e a baixa. A época alta é compreendida entre os meses de março a dezembro e, principalmente o verão (entre junho e setembro) e é aqui onde se observa o maior número de reservas, devido ao elevado número de turistas no destino proveniente, principalmente, do turismo de lazer (E2, E5 e E6). A época baixa é caracterizada pelos meses de janeiro a fevereiro e novembro a abril que são considerados os de menor procura (E1, E3, E4, E5 e E6).

De forma a combater os períodos de sazonalidade, os gestores e proprietários adotam diferentes estratégias de adaptação à época baixa, com o intuito de ajustar preços, criar campanhas promocionais e novos segmentos de mercado.

A redução dos preços é das estratégias mais recorrentes durante a época baixa e é presente nas campanhas promocionais e preços mais acessíveis para atrair clientes que procuram opções mais económicas durante esses meses (E1, E3, E4 e E5).

O uso de tarifas mensais durante o inverno é uma estratégia para atrair hóspedes para estadias mais prolongadas, principalmente os nómadas digitais ou os trabalhadores remotos, que optam por ficar na cidade durante os períodos mais tranquilos (E5). Estas tarifas podem ser partilhadas em campanhas promocionais específicas para as plataformas digitais (E2, E4 e E6).

Estas estratégias devem ser aliadas a uma gestão eficiente através do estabelecimento de decisões relacionadas com os preços e à disponibilidade do alojamento, sendo que estas são estabelecidas após uma avaliação contínua durante os períodos de menor procura, de modo a garantir uma resposta rápida às mudanças no volume de reservas (E1 e E3).

c) Mudanças no Mercado

O crescimento do número de reservas em AL é seguido por um elevado número de estabelecimentos desta tipologia o que, consequentemente poderia levar a um impacto da concorrência neste setor. Por um lado, quando o alojamento dispõe características específicas nos seus alojamentos, como a localização privilegiada, o bom serviço e a opção de estadias curtas (apenas uma noite), oferecendo uma flexibilidade ao hóspede é considerada uma vantagem competitiva num mercado tão exigente (E1 e E2). Através destes fatores é possível afirmar que o alojamento local apresenta estratégias diferenciadoras e mais resistentes à concorrência (E4).

Por outro lado, o aumento da concorrência exige uma melhoria constante na qualidade do serviço para que se mantenha competitivo demonstrando, assim, a necessidade de adaptação para sobreviver em um mercado cada vez mais saturado (E5).

A regulamentação em vigor da "Mais Habitação" trouxe algumas alterações e restrições que, apesar de ainda não ter gerado um impacto direto no número de reservas, esta irá causar uma preocupação no futuro para o setor, na possibilidade de que novas regulamentações possam, eventualmente, afetar o número de reservas ou a operação do alojamento local (E5).

De forma geral, o alojamento local continua a atrair um cliente internacional e segmentado, com predominância de espanhóis, franceses, americanos e italianos. Estes grupos de turistas traduzem que o Porto continua a ser um destino popular para indivíduos de diferentes partes da Europa e da América. Estes realizam, na maior parte das vezes, viagens de família e em grupos de família mostrando que, o alojamento local oferece uma experiência adequada para esse tipo de público, proporcionando mais espaço e flexibilidade em comparação com hotéis tradicionais (E1, E2, E4). Relativamente à duração da estada, esta varia entre 2 a 4 dias, o que indica que o Porto

é um local bem posicionado para segmentar turistas que fazem viagens curtas ou escapadelas urbanas.

As características típicas de um AL aliadas aos fatores diferenciadores tornam o alojamento local único contribuindo, assim, para o seu sucesso. Estes fatores são a localização central nas cidades, sendo este um dos principais atrativos para um turista (E1 e E4). A flexibilidade durante a estadia (E2 e E4) e a qualidade do serviço constante, são uma forma de se manter competitivo e é necessário melhorar continuamente, concluindo que, a qualidade e a personalização do atendimento podem ser fatores diferenciais em um mercado saturado (E5).

Tabela 6 - *Síntese do papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento*

Objetivo 3 - Analisar a evolução do número de reservas em Alojamento Local na cidade do Porto		
Questão da Entrevista	Subcategorias	Entrevistados
1-Estatisticamente, a cidade do Porto tem assistido a um aumento significativo no número de reservas em empreendimentos de alojamento local. Como avalia a evolução do número de reservas no seu alojamento local na cidade do Porto no último ano? Quais os fatores que, na sua ótica, influenciaram essa tendência?	Crescimento do Turismo no Porto	E2, E4 e E5
	Sazonalidade	E1 e E2
	Abertura recente, mas confirmam o aumento	E3 e E6
	Aumento de rotas no aeroporto do Porto	E6
2-Quais os períodos do ano em que promoveu maior ou menor volume de reservas no Porto, e como tem adaptado a sua estratégia para maximizar a ocupação ao longo do ano?	Época alta: meses de verão (junho a setembro)	E2 , E5 e E6
	Época baixa: janeiro a fevereiro e novembro a abril	E1 , E3 , E4 , E5 , e E6
	Ajuste de preço para maximizar a ocupação	E1 , E3 , E4 e E5
	Tarifas mensais para maximizar a ocupação	E5
	Campanhas para maximizar a ocupação	E2 , E4 , e E6
	Aposta em reservas de caráter laboral	E6
3-De que forma as mudanças no mercado, como a regulamentação local ou o aumento da concorrência, têm afetado o número de reservas no seu alojamento local? Identifica alterações nos segmentos de mercado que utiliza? Nacionalidade, tipo de cliente, duração da estadia?	Características específicas	E1 e E2
	Localização	E4
	Melhoria constante na qualidade do serviço	E5
	Regulamentação	E5
	Clientes nacionais e internacionais (Europa e América)	E1 , E2 e E4
	Viagens em família e de grupos	E1 , E2 e E4
	Duração entre 2 a 4 dias	E1 , E2 e E4
	Sucesso pela localização	E1 E E4
	Sucesso pela flexibilidade na estadia	E2 e E4
	Sucesso pela qualidade do serviço	E5

Fonte: Elaboração Própria

3.6.4 Programa "Mais Habitação"

a) Viabilidade da "Mais Habitação" na gentrificação das cidades

O aparecimento do programa da "Mais Habitação" manifesta algumas dúvidas entre os que têm na sua posse um alojamento local e colocam em causa a eficácia da legislação em resolver a gentrificação e o aumento da oferta habitacional. Embora a proposta seja promissora, existem desafios que condicionam o desempenho destas medidas, tais como, a escassez de terrenos nos centros urbanos e o alto custo de novas construções. Assim, questiona-se se os incentivos do governo serão suficientes para motivar os proprietários a transformar imóveis turísticos em habitação convencional. Isto demonstra uma perceção de que, embora a intenção seja boa, as dificuldades práticas podem limitar o sucesso da proposta (E1 e E2).

Relativamente, à gentrificação nas grandes cidades, antes do crescimento do alojamento local, muitas áreas do Porto estavam abandonadas e inabitadas pelo que, o AL teve um papel fundamental na revitalização dessas áreas, melhorando a infraestrutura urbana e o desenvolvimento económico. Desta forma, a gentrificação não teria um impacto negativo significativo, pois não havia uma comunidade residente a ser deslocada. Além disso, os AL, de certa forma, deram "vida" a essas áreas que, outrora estavam degradadas (E5).

Porém, as restrições ao AL poderão libertar imóveis para a habitação dos residentes beneficiando a comunidade local, ao permitir que tenham acesso a residências no centro da cidade. Isto sugere que a redução das licenças de AL poderia mitigar os efeitos da gentrificação, ao devolver o espaço residencial à comunidade (E6).

De modo a que seja possível dar resposta à gentrificação e à falta de habitação acessível, é necessário implementar uma legislação que promova um equilíbrio entre o turismo e a comunidade local, um respeito entre ambas as partes e uma execução cuidadosa da mesma para evitar consequências negativas (E3).

Contudo, a falta de terrenos nos grandes centros urbanos, e os elevados custos de construção, colocam em causa a eficácia das políticas habitacionais. Neste caso, seria necessário implementar medidas adicionais que estabeleçam uma redução no custo de construção ou uma expansão na habitação pública (E1, E2 e E4).

b) Dinâmica entre Turismo e Habitação com a "Mais Habitação"

O aparecimento do alojamento local no Porto foi um fator importante para a revitalização de edifícios degradados e não necessariamente o principal responsável pela falta de habitação para os residentes locais, sendo que, muitos proprietários receberam incentivos para reabilitar imóveis que estavam em más condições, o que beneficiou tanto o turismo quanto a preservação do património urbano. Assim, é possível constatar que o AL desempenhou um papel importante na revitalização urbana, e que a falta de habitação para a comunidade local tem mais a ver com o aumento dos preços do que propriamente com a existência de AL (E1, E2 e E4).

Consequentemente, a "Mais Habitação" poderá causar um desencorajamento no investimento em imóveis degradados, levando à estagnação do desenvolvimento urbano. Ainda se pode afirmar que, o impedimento de novos AL poderá limitar a revitalização das áreas urbanas degradadas, o que pode ser prejudicial tanto para os residentes quanto para o turismo a longo prazo (E5).

Todavia, a legislação tem a capacidade de criar um equilíbrio mais justo entre os direitos dos residentes e as necessidades do turismo, sendo que esta deve ser feita de forma abrangente e inclusiva, levando em consideração as necessidades de todos os envolvidos. Esta visão aponta para a importância de políticas equilibradas que não limitem apenas o AL, mas que também promovam soluções que beneficiem tanto os residentes quanto o setor turístico (E3). Ademais, o aparecimento dos AL pode causar um receio entre os residentes, mas a regulamentação em vigor pode ser uma solução, na medida em que haverá a possibilidade de devolver mais apartamentos ao mercado residencial, ao restringir a emissão de licenças para novos AL em edifícios residenciais (E6).

Numa outra perspetiva, o restringimento ao investimento de AL pode deteriorar a qualidade das habitações e limitar o desenvolvimento urbano sustentável. A preocupação é que, ao desestimular novos investimentos, o mercado imobiliário poderá sofrer com a falta de renovação e com a estagnação dos centros urbanos, em vez de alcançar um equilíbrio saudável (E5).

De uma forma geral, apesar de o alojamento local ter contribuído para a diminuição das possibilidades económicas da população residente, devido ao aumento

dos preços, o problema não se resume à falta de imóveis, mas também ao aumento da procura turística e à incapacidade dos residentes de acompanhar os aumentos de preços. Isto sugere mais uma vez que a solução para o problema da habitação pode não ser somente na restrição de AL, como também pode estar na ausência de medidas que ajudem a controlar os preços imobiliários (E2).

c) Impacto da "Mais Habitação" no desenvolvimento turístico do Porto

Os empreendimentos de alojamento local desempenham um papel fundamental no desenvolvimento turístico da cidade do Porto, pelo que, o crescimento do número de reservas em AL está diretamente relacionado ao aumento da visibilidade da cidade como destino turístico. A entrada em vigor da "Mais habitação" coloca em causa o número de oferta de alojamentos nesta tipologia, nomeadamente a restrição ou encerramento de AL já existentes, sendo que poderá impactar negativamente, pois limita o crescimento ou, em certos casos, poderá levar ao seu encerramento permanente (E1 e E2). Em consequência deste cenário, o número de opções disponíveis para os turistas diminuirá levando a um possível aumento de preços, ou seja, com a oferta limitada, a procura pode pressionar as tarifas e tornar o destino menos acessível para certos tipos de turistas (E4).

Todavia, a legislação também poderá ter um impacto positivo, se fizer uma gestão favorável na revitalização das áreas urbanas, ao mesmo tempo que promova um ambiente saudável entre turistas e residentes. A ideia de um equilíbrio entre a promoção do turismo e a proteção da qualidade de vida dos residentes é um ponto chave (E3).

A proteção dos direitos dos moradores torna o turismo mais sustentável e autêntico, por respeitar as comunidades locais o que constitui um fator atrativo para os visitantes que procuram experiências culturais resultando, assim, num desenvolvimento turístico mais responsável (E4).

Para que a "Mais Habitação" seja bem-sucedida, um dos pontos fundamentais seria a redefinição do mercado de alojamento local, transferindo o foco de apartamentos em edifícios residenciais para vivendas ou edifícios dedicados a esta função, ou até mesmo uma mudança na distribuição dentro da cidade, onde a maior

concentração de alojamentos seria fora dos centros urbanos tradicionais, sendo uma nova forma de operação que auxilie a evitar conflitos com os residentes (E6).

Os impactos da legislação em vigor trazem, também, consequências a nível económico. Com a proibição de abertura de novos alojamentos, o turismo pode ser prejudicado, a curto prazo, resultando numa queda no fluxo de visitantes e consequentemente, nas receitas turísticas. Ao limitar a oferta de alojamento, a cidade pode tornar-se menos competitiva em termos de acessibilidade e capacidade de atração de turistas (E5).

Tabela 7 - Síntese do Programa "Mais Habitação"

Objetivo 4 - Avaliar as consequências da legislação "Mais Habitação";		
Questão da Entrevista	Subcategorias	Entrevistados
1- A "Mais habitação" surge como uma forma de dar resposta à procura de imóveis a preços acessíveis, aos residentes. De que forma a legislação pode influenciar a gentrificação nas grandes cidades portuguesas? Acredita que as medidas propostas serão eficazes para proteger as comunidades locais e aumentar a oferta?	Incerteza da eficácia da legislação	E1, E2 e E4
	Desafios: Escassez de terrenos, alto custo de construções	E1 e E2
	Medidas insuficientes para aumentar a habitação e reabilitação	E4
	Gentrificação sem impacto negativo significativo	E1 e E2
	Diminuição da gentrificação	E6
	Medidas que equilibrem as necessidades turísticas e da comunidade	E4 e E3
2- Sabemos que uma das propostas seria a concessão de abertura de novos AL em regiões do litoral. Como é que a legislação "Mais Habitação" afeta a dinâmica entre o turismo e a habitação, particularmente no que diz respeito ao equilíbrio entre a oferta de alojamento local e a proteção dos direitos dos residentes?	Incentivos do governo para a reabilitação	E1 , E2, E4 e E5
	Equilíbrio entre Turismo e Comunidade Local	E3 e E6
	Deteriorização das habitações com a restrição em investimentos em AL	E5
	Problema assente na falta de imóveis e na falta de poder económico	E2
3- Tendo em conta os avanços tecnológicos e a evolução do número de reservas em alojamento local no Porto que, de certo modo, desenvolveu para o desenvolvimento turístico da cidade, de que forma é que a "Mais Habitação" impactava no Turismo da cidade?	Impacto negativo com encerramento de AL existentes	E1 e E2
	Redução das opções de alojamento disponíveis	E4
	Equilíbrio saudável entre o turismo e os direitos dos residentes	E3 e E4
	Redefinir o modelo AL, com vivendas e edifícios dedicados à função	E6
	Queda de fluxo de turistas com a redução de AL	E5

Fonte: Elaboração Própria

3.6.5 Perfil do cliente em AL

a) Perfil do cliente

Os clientes de alojamento local têm um perfil específico baseado em diversos padrões que refletem certas abordagens em termos de segmentação. Estes são normalmente com um poder de compra médio, que procuram imergir em experiências culturais. Estes também valorizam a sensação do estar "em casa" e a proximidade ao centro do destino, bem como à comunidade local (E1, E2, E4 e E5). Os hóspedes com um nível socioeconómico mais elevado também optam por ficar alojados em AL, sendo estes, maioritariamente, casais e famílias em idades compreendidas entre os 45 e 65 anos, com educação superior que não procuram apenas conforto, como também uma experiência cultural e autêntica (E3 e E4).

Com base nestes dados é possível constatar que os turistas atraídos para esta tipologia são, principalmente, com um poder financeiro estável e que valorizam a proximidade física à cidade e às pessoas, que são características específicas que os hotéis tradicionais não proporcionam (E1, E3 e E4).

Complementarmente, os turistas de lazer, em viagens de família ou amigos, procuram estar perto do centro histórico e de pontos turísticos tornando a localização como uma das principais motivações para realizar uma reserva em AL, especialmente, quem procura explorar o destino sem recorrer a meios de transporte (E2, E4 e E5).

No caso dos hóspedes que se alojam por motivos profissionais, escolhem esta tipologia pela comodidade do dia-a-dia e, no caso de reservas de pernoite num destino de escala, o AL é selecionado, também pelas comodidades e pela localização (E2).

A interação com o destino pode ser realizada através de passeios e eventos culturais, onde ocorre o consumo de serviços locais, como por exemplo, os restaurantes e os transportes. A procura de experiências personalizadas também é apontada como uma motivação comprovando que, o turista pretende visitar o destino e estabelecer uma conexão com o próprio (E3). O proprietário também pode estabelecer uma proximidade com o hóspede e fornecer informações sobre o destino, bem como sugerir

os lugares menos turísticos, de modo a proporcionar uma experiência mais tranquila e memorável e fora das áreas mais movimentadas e caóticas (E6).

Relativamente ao perfil demográfico, o turista é caracterizado como internacional originários da Europa (espanhóis, franceses e alemães) compreendidos entre os 25 e os 45 anos. Este grupo é motivado por uma experiência única e pela localização que reflete numa procura crescente por turismo urbano e cultural entre casais jovens e famílias (E2 e E5). A faixa etária mais alta também é incluída e é composta por famílias e casais mostrando que o alojamento local também é selecionado por um segmento mais maduro com preferência por experiências culturais sofisticadas (E3).

b) Motivo da viagem, a estada média e a época de maior ocupação

O maior motivo da viagem dos hóspedes que optam por esta tipologia é o lazer destacando a importância do turismo cultural e recreativo presente na cidade do Porto. São vários os clientes que procuram experiências históricas, de modo a explorar a história, a cultura e a gastronomia local (E5). Outros motivos são o profissional e as viagens de escala aérea, o que amplia a segmentação do público-alvo, mais especificamente, demonstra que a cidade também atrai viajantes de negócios, apresentando um perfil diversificado (E2 e E4).

Relativamente à estada média, esta varia dependendo do tipo de turista, sendo que pode ser de aproximadamente 2 a 3 dias refletindo em um turista que opte por viagens mais curtas e que procuram por explorar a cidade em poucos dias visitando apenas os principais pontos turísticos. A acessibilidade também pode ser um fator relacionado com as reservas com estada curta, dada a facilidade de acesso ao Porto, tanto por transporte aéreo, como por transporte ferroviário (E1, E2, E3, E4 e E5). A estada média também pode variar entre 3 a 4 dias que pode estar relacionado ao turista que pretende explorar a cidade de forma mais profunda (E6).

A época de maior ocupação é fortemente caracterizada como os meses de primavera e verão, mais especificamente, os meses entre março e setembro, com destaque para os meses de junho a agosto (período de verão). Para além disso é a época em que grande parte das pessoas tiram as férias, onde a procura turística aumenta

tornando o Porto num destino popular entre os turistas (E1, E2, E3, E4 e E6). O primeiro trimestre é por norma o mais fraco, contudo, tem vindo a apresentar uma ocupação estável durante o ano todo refletindo o crescimento no número de reservas e no crescimento do Porto enquanto destino turístico.

c) Taxa de Repetição

A falta de ferramentas ou mecanismos utilizados para a recolha de dados precisos sobre a fidelidade dos hóspedes impede a certos alojamentos de medir eficazmente a taxa de repetição dos hóspedes (E1 e E4).

Todavia, quando o alojamento dispõe dessas ferramentas, a taxa de repetição encontra-se em torno dos 15%, o que reflete num nível moderado de fidelidade. Isto traduz que uma parte dos clientes voltam ao mesmo AL por questões de qualidade do serviço ou à experiência positiva anterior (E2 e E5).

Para os alojamentos que abriram recentemente, esta taxa torna-se difícil de calcular, pelo facto de os turistas apenas visitarem o Porto, no máximo uma vez por ano. No entanto, verifica-se uma taxa de retorno de 50% nos hóspedes que viajam em trabalho, indicando que a motivação da viagem tem impacto na frequência do retorno (E3 e E6).

Tabela 8 – Síntese do Perfil do cliente

Objetivo 5 – Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local;		
Questão da Entrevista	Subcategorias	Entrevistados
1- identificar o perfil do cliente possibilita a personalização da experiência de compra do hóspede. Identifique o perfil, em termos globais, predominantemente no seu alojamento local. Por exemplo, o nível de conhecimento do seu cliente, as características socioeconómicas, como interage com o alojamento local, se participa nas atividades e se consome outros serviços, qual o motivo da reserva/compra de alojamento em alojamento local?	Classe média	E1, E2, E4 e E5
	Classe alta	E3 e E4
	Experiência cultural	E1 , E3 e E4
	Lazer e localização	E2 , E4 e E5
	Motivos profissionais e escalas aéreas	E2
	Interação com cultura local	E3
	Proximidade com o proprietário	E6
	Turistas internacionais europeus	E5 e E2
	25 e 45 anos	E2 e E5
	45 e 65 anos	E3
	Casais e famílias	E2, E3 e E5
2- Considerando o perfil mencionado acima, é possível identificar o motivo da viagem, a estada média e a época de maior ocupação?	Turismo e Lazer	E1, E3, E4 e E5
	Motivos profissionais e escalas aéreas	E2 e E4
	2 a 3 dias	E1 , E2 , E3 , E4 e E5
	3 a 4 dias	E6
	Primavera e Verão	E1 , E2 , E3 , E4 e E6
3- Tem algum conhecimento relativo à taxa de reprodução do seu alojamento local?	Falta de ferramentas de recolha de dados	E1 e E4
	Nível moderado de repetição	E2 e E5
	Turistas em trabalho com maior taxa de repetição	E3 e E6

Fonte: Elaboração Própria

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Objetivo 1 – Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL

Os hóspedes têm em atenção a várias características que fundamentam a sua decisão na eleição de um alojamento local, nomeadamente a localização que, de acordo com os entrevistados, proporciona uma experiência única ao visitante, que procura uma aproximação ao destino e à comunidade local. JLL (2015) citado por, Cruz (2016) reforça essa ideia de que a localização de um AL num destino tem a capacidade de fornecer ao turista uma estadia menos formal, única e próxima ao local. A limpeza também é fortemente destacada por influenciar diretamente a experiência do cliente, sendo que, esta é um fator fundamental para a satisfação dos clientes (Alves, 2021).

O conforto foi identificado pelos proprietários e responsáveis como uma característica diferenciadora, pela qualidade e disposição da decoração que tornam o espaço mais acolhedor. Alves (2021), comprova esta opinião, ao afirmar que esta característica é considerada uma forma de competir estrategicamente com os outros estabelecimentos de hospedagem.

De seguida, os funcionários, as comodidades e o serviço são também apontados como fatores decisivos, pois estes garantem a satisfação do cliente durante a estadia, nomeadamente o serviço que é considerado único, por se enquadrar num contexto doméstico (Hsieh e Lin, 2010, citado por, Dantas, 2019). O contexto doméstico é associado à disposição dos imóveis com *Wi-fi* gratuito, cozinhas equipadas e outros serviços adicionais que permitem justificar preços mais elevados e segmentar o público que procura mais conveniência.

As fotografias também foram um aspeto fortemente identificado nas entrevistas por serem a primeira impressão visual da qualidade e estado do alojamento. Segundo Omnibees (2019), citado por, Alves (2021), a experiência visual constitui um fator determinante na seleção de um alojamento, especialmente face à multiplicidade de opções disponíveis *online*. O uso destas deve ser realista e descritivo, detalhando as comodidades oferecidas e a proximidade de atrações turísticas e transportes públicos.

Isso é essencial para evitar mal-entendidos e alinhar as expectativas dos clientes com o que será oferecido.

O conjunto destas características são essenciais para o processo da tomada de decisão por parte dos hóspedes pelo facto de estas influenciarem diretamente a experiência do cliente gerando assim, as boas classificações e os comentários de quem se hospedou informando os futuros consumidores do produto/serviço (Poseiro, 2019). Assim, o *feedback* e as avaliações funcionam como um fator de credibilidade, pois oferecem uma garantia implícita de qualidade e confiança.

Atualmente, o mercado turístico está bastante competitivo, principalmente, no que concerne à posição do alojamento local. Deste modo, quase todos os entrevistados mencionaram que não há propriamente uma característica menos valorizada havendo, assim, uma necessidade de manter um nível elevado em todos os atributos oferecidos. Porém, foram identificados fatores que não influenciam a decisão dos hóspedes, como é o caso da disposição de *amenities* e outros que os levam a não optar pelo alojamento, como é o caso da arquitetura e o *design* excessivo, ou seja, quanto mais simples melhor.

Deste modo, os entrevistados confirmaram a ideia de que estas características influenciam a forma de gestão do alojamento, uma vez que garantem uma operação e um desenvolvimento da empresa eficiente.

O termo alojamento local tem crescido, competindo diretamente com os hotéis tradicionais, visto que, o primeiro tem se destacado pela autenticidade, privacidade, flexibilidade e custo-benefício. O preço e o meio envolvente são considerados os aspetos mais importantes na tomada de decisão na escolha do alojamento (*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações?*, 2019). A principal razão na escolha por um AL é experiência autêntica e mais próxima da cultura e do estilo de vida local, sendo que, os hóspedes preferem o AL pela sensação de viver como no local. O termo "casa" surge nesta tipologia, onde consta o ambiente familiar e que é cada vez mais preferencial para o cliente (Lynch et al., 2009, citado por, Dantas, 2019).

Adicionalmente, o AL oferece uma maior flexibilidade, permitindo que os hóspedes adaptem a sua estadia às suas próprias rotinas e preferências. O facto de os alojamentos disponibilizarem uma cozinha é uma característica importante para muitos hóspedes, especialmente para famílias com crianças que precisam preparar

refeições rápidas ou personalizadas, ou simplesmente para a partilha de um ambiente mais flexível e informal, algo que os hotéis não oferecem.

Assim, os grandes estabelecimentos hoteleiros precisam adaptar os seus serviços a essa nova realidade, onde os turistas procuram oportunidades para estabelecer outras conexões, interagir socialmente com os funcionários e explorar locais fora das rotas turísticas convencionais (Dieguez & Ferreira, 2020).

Todavia, muitos dos hóspedes ainda não estão totalmente consciencializados dos serviços de um AL, no sentido em que, muitos ainda sentem a necessidade da existência de uma receção presencial durante 24 horas. De acordo com Sousa (2022), o serviço de receção, onde seja possível realizar o check-in e o check-out é obrigatório, porém, este pode ser presencial ou à distância através de um telefone ou *email*. A falta de um restaurante ou bar, especialmente para os hóspedes que valorizam a conveniência de refeições no local, também constitui um aspeto prejudicial.

A pressão turística notável nos principais centros urbanos coloca os serviços adicionais saturados, como é o exemplo dos parques de estacionamento (Russo, 2002, citado por, Dantas, 2019). De acordo com os entrevistados, isto prejudica na seleção de um alojamento local, visto que, muitos dos hóspedes chegam a cidade pelos meios de transporte próprios, ou então realizam um aluguer de carro, sentindo a necessidade de um espaço dedicado ao estacionamento. Embora uns AL disponham de parcerias com parques, estes têm um número limitado, sendo os restantes abertos a todo o público e, posteriormente os hóspedes encontram dificuldades em arranjar lugar nas proximidades.

Por fim, a limpeza no alojamento local é menos frequente em relação à hotelaria tradicional, na medida em que, enquanto nos hotéis o serviço é diário, nos AL esta pode só ser realizada no início e no fim da estadia. De acordo com as regras gerais de um alojamento local, este deve oferecer serviços complementares, como o de limpeza, em períodos inferiores a 30 dias (Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos, 2021).

4.2 Objetivo 2 – Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento

O crescimento do conceito de alojamento local tem sido acompanhado pela evolução das novas tecnologias. O aparecimento de plataformas digitais, como a *Booking*, o *Airbnb* e *Expedia* são uma forma de captar clientes, no sentido em que, permite aos futuros clientes comparar preços e opções, bem como ler avaliações de outros hóspedes e efetuar as reservas, tornando o processo mais ágil e conveniente. A pesquisa, precisão e rapidez na obtenção das informações são consideradas como aspetos de relevo (Alves, 2021).

A comunicação pode ser realizada através das plataformas digitais e, segundo os entrevistados, por *whatsapp* ou *email.* Estes meios permitem estabelecer uma ligação entre os funcionários e os hóspedes, por se tratar de uma aplicação que garante um canal de comunicação aberto e imediato. De um modo geral, as plataformas são consideradas ferramentas que facilitam a conexão entre as partes envolvidas, oferecendo maior segurança ao longo do processo de oferta e contratação de bens ou serviços (Silva, 2022). Além disso, estes meios de comunicação direta permitem manter contacto constante com os clientes em situações de dúvidas e problemas que necessitem de apoio imediato. É uma aplicação acessível e que fornece respostas rápidas, criando um sentimento de segurança, no sentido em que, os clientes sentem um apoio constante.

A introdução das novas tecnologias também é sentida no funcionamento do alojamento, nomeadamente na automatização de processos, mais especificamente, durante o *check-in* e *check-out,* com a utilização de chaves digitais que tornam o processo ágil e recusam a necessidade de uma receção física e de um rececionista durante 24 horas. A utilização do *self check-in* é considerada uma solução prática usada quando os hóspedes chegam após a hora de expediente, ou quando o apartamento se encontra pronto antes da hora estabelecida do *check-in.* Deste modo, as novas tecnologias oferecem flexibilidade aos funcionários durante os processos de *check-in* e *check-out*, uma vez que podem ser presenciais ou à distância (Sousa, 2022).

Adicionalmente, grande parte dos alojamentos dos entrevistados dispõem de guias digitais através *de QR Codes*, facilitando o acesso à informação através do

telemóvel, principalmente, os detalhes da propriedade, os restaurantes, atrações e serviços nas proximidades.

Resumidamente, as tecnologias da informação e comunicação têm um impacto positivo na eficiência da gestão do alojamento local, no sentido em que otimizam o trabalho, ao permitir que os funcionários façam a gestão de mais do que uma propriedade e reduzem custos. Silva (2022) reforça essa ideia, ao afirmar que as plataformas intermediadoras promovem uma distribuição eficiente dos recursos, ao reduzir os custos de acesso a bens e serviços, tornando-os mais sustentáveis e económicos.

Embora grande parte dos entrevistados se encontre satisfeito com as tecnologias utilizadas, outros sentem a necessidade de adotar mais procedimentos, com o intuito de agilizar o trabalho. Para isso identificaram a questão de inquéritos *online* durante a estadia, de modo a fazer acompanhamento ao hóspede e a adesão a um *Channel Manager* mais avançado com funcionalidades específicas para a gestão de preços dinâmicos, ou seja, é uma ferramenta frequentemente utilizada na gestão de receitas que ajusta de forma automática os preços. Isto seria outra forma de inovar, no que diz respeito às tecnologias.

4.3 Objetivo 3 – Analisar a evolução do número de reservas em Alojamento local na cidade do Porto

O crescimento do Porto enquanto destino turístico está diretamente ligado ao aumento do número de reservas em alojamento local na cidade. Em certas entrevistas foi mencionado que este crescimento se deve ao título de "Melhor destino Europeu" e um dos melhores destinos europeus para escapadelas urbanas.

Segundo Pereira (2022), o número de reservas no pós-pandemia atingiu números nunca antes registados, isto sugere que, nesta fase, as preferências dos turistas mudaram e, atualmente, os visitantes optam por experiências mais autênticas e personalizadas, algo que o alojamento local proporciona. Alguns dos entrevistados dispõem de alojamentos que abriram na época pandemia e, embora não tenham grande margem comparativa, os mesmos afirmam que as reservas aumentaram e

mencionam que poderá ser devido ao restabelecimento e aumento das ligações aéreas no aeroporto Francisco Sá Carneiro (Porto).

A sazonalidade é apontada como um fator importante no que diz respeito às oscilações da procura no decorrer do ano, sendo o primeiro trimestre a época onde se regista o menor número de reservas e os meses de verão onde ocorre o maior volume. De um modo geral a época baixa é o período compreendido entre os meses de janeiro a fevereiro e novembro. A época alta são os meses de verão.

Com o intuito de combater a sazonalidade, os entrevistados mencionam a necessidade de criar campanhas promocionais, redução de preços e o estabelecimento de tarifas mensais durante o inverno, atraindo os nómadas digitais ou profissionais.

A elevada afluência de alojamento local leva a um aumento da concorrência que, por um lado, segundo as entrevistas realizadas, os alojamentos apresentam características específicas que oferecem uma vantagem competitiva em relação às outras tipologias, entre elas qualidade dos serviços, comodidades e localização privilegiada, a redução dos impactos ambientais, e a interação com as comunidades locais (Dieguez & Ferreira, 2020).

Por outro lado, este aumento exige uma melhoria constante do serviço para que o AL continue a sobreviver a um mercado saturado. Um dos entraves apontados por um dos entrevistados é a "Mais Habitação" que, apesar de ainda não ter gerado nenhum impacto direto no número de reservas, esta irá causar uma preocupação no futuro para o setor com a possibilidade de que novas regulamentações impeçam o AL.

O Porto continua a ser um mercado bastante diversificado, visto que, grande parte das reservas são provenientes da Europa e da América em diversas faixas etárias e em viagens de família ou amigos refletindo, assim, diferentes segmentos.

4.4 Objetivo 4 – Avaliar as consequências da "Mais Habitação"

A lei "Mais Habitação" é apresentada num documento e é constituída por um conjunto de medidas que têm o intuito de promover a habitação com preços acessíveis (ALEP Associação do Alojamento Local em Portugal, 2023). De acordo com Villalobos (2023) o governo irá proibir as novas licenças de alojamento local no litoral, ou seja,

serão apenas autorizados alojamentos no interior do país, onde não existe a massificação e poderá contribuir para um aumento da procura turística dessas regiões. Outra medida impactante será o procedimento de uma avaliação, em 2030 dos AL existentes e em funcionamento.

Porém, alguns entrevistados colocam em causa o sucesso deste programa na resolução da gentrificação urbana e o aumento da oferta habitacional. Este fenómeno, segundo Rodrigues *et al* (2023) é caracterizada como uma forma de desenvolvimento urbano onde os residentes de maior estatuto socioeconómico substituem a população tradicional de menor renda. Esse processo frequentemente resulta em especulação imobiliária, mas também na renovação e requalificação de espaços públicos. Contudo, praticamente todos os entrevistados, assim como Dantas (2019) mencionam que o governo ofereceu investimentos para a revitalização dos centros urbanos melhorando a infraestrutura urbana e o desenvolvimento económico.

Enquanto uns defendem que a proibição de novos AL oferecem a oportunidade de habitação aos residentes, uma vez que, estes com a subida dos preços foram obrigados a sair dos centros históricos, devido a sobrevalorização dos imóveis (*Programa "Mais Habitação" não travou aumento do preço das casas e das rendas*, 2024), outros defendem que é necessário implementar uma legislação que promova a cooperação entre o turismo e os residentes, ao incrementar a oferta de terrenos a preços acessíveis e implementar medidas que estabeleçam uma redução no custo de construção. Isto comprova-se através da Agência Lusa (2023), que afirma que o pacote de medidas do Governo pode "destruir muito" e oferecer pouco em termos de benefícios para a habitação.

Outro aspeto negativo do programa seria um desencorajamento no investimento em imóveis degradados que, a longo prazo poderá trazer problemas para os residentes com a degradação do centro e para o turismo. Neste sentido o AL assume um papel importante na revitalização urbana, por investir em áreas degradadas que valorize os centros históricos (Bernardo, 2022).

De uma forma geral, por um lado, a “Mais habitação” irá impactar o desenvolvimento turístico da cidade do Porto, no sentido em que coloca em causa os AL existentes impactando negativamente a economia, sendo que a renda gerada por essa atividade contribui para as receitas locais, podendo, indiretamente, melhorar a

qualidade de vida da população residente (Bernardo, 2022). Por outro lado, poderá trazer aspetos positivos, ao efetuar uma gestão favorável na revitalização das áreas urbanas, ao mesmo tempo que promova um ambiente saudável entre turistas e residentes. Ainda, a limitação de novas licenças poderá reduzir a oferta disponível, o que pode, por sua vez, resultar em preços mais elevados para os turistas que visitam o país. Inicialmente poderá ser negativo, mas a longo prazo irá promover uma experiência turística mais sustentável e responsável (Diário de Notícias, 2024).

4.5 Objetivo 5 – Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local;

De acordo com os entrevistados, os clientes apresentam um perfil bastante específico, o que reflete num certo tipo de segmentação. Normalmente, afirmam que o turista tem um poder de compra entre o médio e alto, ou seja, que leve um estilo de vida estável. Tanto os proprietários e responsáveis como Poseiro (2019) confirmam que a faixa etária do cliente que fica em alojamento local é entre os 30 e os 49 anos e é maioritariamente em viagens de família ou de amigos que procuram estar em contacto direto com o destino e próximos do centro da cidade. Os hóspedes que ficam em AL por motivos profissionais também optam por esta forma de alojamento pela praticidade do dia-a-dia.

Assim, é possível determinar que, os turistas são maioritariamente "exploradores" que desviam do itinerário pré-definido e procuram um contacto mais profundo com a comunidade (Alves, 2021), através de experiências personalizadas recomendadas pelos locais. Estes turistas que optam por um alojamento local são motivados pelo lazer, cultura, pelo caráter recreativo e gastronomia. Outra motivação é o profissional.

De um modo geral, os principais mercados emissores são: Espanha, Estados Unidos da América, França, Brasil, Reino Unido e Alemanha (Porto, 2023). Poseiro (2019) confirma a opinião dos entrevistados ao mencionar que as viagens do cliente que se aloja em AL são em família, casais ou de amigos.

Relativamente à estada média, esta pode variar entre aproximadamente 2 a 3 dias ou de 3 a 4, mostrando que, o Porto é um destino selecionado para viagens curtas,

as escapadelas urbanas e uma cidade que atrai os turistas que pretendem adquirir um enriquecimento cultural. As estadas variam também conforme a época sendo que, a alta é durante a Primavera/Verão, mais especificamente durante os meses de março e setembro. A época baixa ocorre, essencialmente, durante o primeiro trimestre e no mês de novembro.

Por fim, de acordo com os entrevistados, a taxa de repetição em alojamento local é de 15% refletindo uma percentagem moderada em relação aos turistas internacionais, visto que, estes não visitam o Porto com tanta frequência, em comparação aos hóspedes que viajam em trabalho que apresentam uma taxa de 50% o que indica que a motivação da viagem tem impacto na frequência do retorno.

5 CONCLUSÃO

5.1 Principais Conclusões

O alojamento local veio não só revolucionar o Porto enquanto destino turístico, como também enquanto cidade residencial, por desempenhar um papel fundamental na revitalização urbana, transformando edifícios degradados em espaços habitáveis, atrativos e esteticamente organizados. Para além disto, esta tipologia também permitiu criar uma oferta diversificada e acessível para os turistas, na medida em que fornece uma experiência única e autêntica a quem o visita e procura viagens de lazer ou de caráter profissional. Isto demonstra como esta tipologia de alojamento consegue segmentar mais do que um tipo de mercado.

Os fatores que tornam os AL competitivos são vários, mas é possível destacar a sua proximidade ao centro da cidade, as comodidades por serem práticas e flexíveis ao permitirem que o cliente se sinta em "casa" e entre outros. A adesão às novas tecnologias tornou o processo de decisão mais fácil, pois através das plataformas digitais, os hóspedes tinham acesso a toda a informação e conseguiam facilmente entrar em contacto com os funcionários, com o intuito de esclarecer qualquer tipo de dúvidas. Também se pode acrescentar que o sucesso de um AL se deve à aderência de tecnologias que permitiram aumentar o número de reservas e a otimização do trabalho.

O aumento significativo no número de reservas nesta tipologia permitiu a que houvesse um desenvolvimento do Porto enquanto destino turístico causando desafios, como a gentrificação e o aumento dos preços imobiliários, enquanto cidade habitacional. Neste contexto surge a "Mais Habitação" que na tentativa de solucionar este problema impõe restrições ao alojamento local. Estas medidas são temidas por alguns colaboradores e proprietários desta tipologia de alojamento, porque acreditam que isto possa reduzir a oferta e aumentar os preços para os turistas e, consequentemente, afetar o turismo na cidade.

Deste modo, é necessário estabelecer uma legislação que não coloque em causa o turismo na cidade e os interesses dos residentes. Para isso é necessário que seja

encontrado um equilíbrio entre ambos, de forma a proteger os direitos dos residentes e a não comprometer o desenvolvimento económico gerado pelo turismo.

5.2 Limitações do Estudo e futuras recomendações

Primeiramente, como principais limitações é possível destacar a realização das entrevistas e a informação sobre o efeito da "Mais Habitação" no turismo e, no caso do alojamento local.

A realização das entrevistas é considerada uma limitação, devido à ausência de resposta por vários proprietários e responsáveis/gestores, principalmente, pelo facto do estudo ter sido realizado durante a época alta e as disponibilidades serem escassas. Apesar desta dificuldade, foi possível obter uma perceção das perspetivas dos indivíduos encarregues de alojamento local, visto que, em grande parte das entrevistas, as opiniões eram unânimes em certos aspetos, o que permitiu chegar facilmente a uma conclusão.

No caso da informação da "Mais habitação", esta constituiu uma limitação ao estudo, por se tratar de uma legislação recente e, por esse motivo, no decorrer do estudo ainda havia pouca informação sobre o tema e sobre os impactos que a mesma poderia trazer tanto para a comunidade, como para o turismo.

A presente investigação poderá dar abertura a futuros estudos relacionados com a temática da nova legislação, nomeadamente, uma análise do ponto de vista dos residentes através de um estudo quantitativo, para perceber como é que o turismo e o AL poderão continuar a crescer de forma sustentável. Outra recomendação poderia ser um projeto com medidas adaptadas da legislação, que defenda os interesses do turismo e da comunidade local.

Adicionalmente, também seria interessante realizar um estudo em que avaliasse o impacto da "Mais Habitação" no desenvolvimento turístico de uma cidade do interior tendo em conta que, uma das principais medidas seria o crescimento do turismo em regiões pouco turísticas.

Para concluir, sendo que uma das principais limitações foi a falta de disponibilidade por parte dos entrevistados, seria relevante realizar o estudo numa época baixa, onde fosse possível agendar tranquilamente as entrevistas com mais

empresas, com o intuito de adquirir várias perspetivas e acesso a mais informações sobre a “Mais Habitação”.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Lusa. (2023, 12 de setembro). *Estudo prova que Mais Habitação vai "destruir muito" e "trazer pouco"*. Diário de Notícias. https://www.dnoticias.pt/2023/9/12/374959-estudo-prova-que-mais-habitacao-vai-destruir-muito-e-trazer-pouco/

ALEP associação do alojamento local em Portugal. (2023, 6 de outubro). ALEP. https://www.alep.pt/?r_done=1

*Alojamento local. Afinal, quem o procura e quais são as motivações? (*2019). Economia ao Minuto. https://www.noticiasaominuto.com/economia/1182045/alojamento-local-afinal-quem-o-procura-e-quais-sao-as-motivacoes

Alojamento turístico no Porto regista mais de 1,5 milhões de dormidas nos quatro primeiros meses do ano. (2023, 21 de junho). Portal de notícias do Porto. Ponto. - Portal de notícias do Porto. Ponto. https://www.porto.pt/pt/noticia/alojamento-turistico-no-porto-regista-mais-de-15-mi-lhoes-de-dormidas-nos-quatro-primeiros-meses-do-ano

Alves, I. (2021). *O Alojamento Local em Portugal - Uma Análise das Estratégias de Design de Comunicação* [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Arquitetura]. Repositório da Universidade de Lisboa. http://hdl.handle.net/10400.5/22692

Azevedo, P. (2019). *O Impacto do Alojamento Local nos Mercados Habitacionais do Porto e de Madrid* [Dissertação de Mestrado, FLUP]. https://hdl.handle.net/10216/124294

Bernardo, I. (2022). *O alojamento local, da ascensão ao declínio: A análise da perspetiva dos stakeholders* [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria]. http://hdl.handle.net/10400.8/6638

Câmara Municipal do Porto. (2024). Estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e a criação de quarteirões no concelho do Porto.

Castro, A., Santos, F., Cunha, M., & Seixas, C. (2019). *Alojamento Local no concelho do Porto*. Câmara Municipal do Porto. https://www.cm-porto.pt/files/uploads/cms/cmp/73/files/Anexo%20I-Estudo%20de%20análise%20sobre%20a%20pressão%20AL-2019.pdf

Corte, V., Sciarelli, M., Cascella, C., & Gaudio, G. (2015). Satisfação do cliente no destino turístico: o caso da oferta turística na cidade de Nápoles. *Revista de Investimento e Gestão*, *4*(1), 39–50. https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040101.16

Cruz, T. (2016). *O impacto do alojamento local na reabilitação urbana em Lisboa* [Dissertação de Mestrado em Arquitetura, IFT - Técnico Lisboa]. https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/cur-sos/ma/dissertacao/1409728525631614

Dantas, D. (2019). *Caracterização do alojamento local e seu impacto no turismo da cidade do Porto* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. Repositório UM. https://hdl.handle.net/1822/60390

Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, Lei n.º 128/2014 (2014) (Portugal). https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/128-2014-56384880

Diário de Notícias. (2024, 1 de junho). *A Nova Lei de Alojamento Local em Portugal: Impactos e Perspectivas*. https://www.dnoticias.pt/2024/6/21/409691-a-nova-lei-de-alojamento-local-em-portugal-impactos-e-perspectivas/

Dieguez, T., & Ferreira, F. (2020). Tourist of The North Portugal Region and Local Accommodation: Influences and Motivations. *IBIMA Business Review*, *2020*. https://doi.org/10.5171/2020.989975

Direção de Recursos e Oferta: Guias técnicos. (2021). Alojamento local: regime jurídico. Guias Técnicos. https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/alojamento-local/guia-alojamento-local-fevereiro-2021-compactado.pdf

Estabelecimentos de alojamento local. (s.d.). Turismo de Portugal. https://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Como_comecar/Aloja-mento_Local/Paginas/default.aspx

Programa "Mais Habitação" não travou aumento do preço das casas e das rendas. (2024, 9 de maio). Observador. https://observador.pt/2024/05/09/programa-mais-habitacao-nao-travou-aumento-do-preco-das-casas-e-das-rendas/

Governo aprova pacote Mais Habitação. (2023). XXIV Governo Constitucional. https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/noticia?i=governo-aprova-pacote-mais-habitacao

Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2018). Why tourists choose Airbnb: a motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342–359. https://doi.org/10.1177/0047287517696980

Instituto Nacional de Estatísticas. (2022). Estatísticas do Turismo 2022. https://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=619094646&att_display=n&att_download=y

Kuzmanović, M., & Vukić, M. (2021). Incorporating heterogeneity of travelers' preferences

into the overall hostel performance rating. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 4(2). https://doi.org/10.31181/dmame210402200k

Lei n.º 56/2023, de 6 de outubro, Lei (2024) (Portugal). https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/56-2023-222477692

Mais Habitação entrou em vigor. (2023, 6 de outubro). XXIII Governo - República Portuguesa. https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/noticia?i=mais-habitacao-entrou-em-vigor

McLeod, S. (2024). Grounded Theory In Qualitative Research: A Practical Guide. *SimplyPsychology*. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29861.92649

Mermet, A.-C. (2021). Who Is Benefiting from Airbnb? Assessing the Redistributive Power of Peer-to-Peer Short-Term Rentals. *The Professional Geographer*, *73*(3), 553–566. https://doi.org/10.1080/00330124.2021.1906921

Moreira, A. (2019). *Os impactos do Alojamento Local no mercado imobiliário de Alfama*, Lisboa [Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Universidade Nova. http://hdl.handle.net/10362/77508

Neves, P. (2024, 19 de fevereiro). Porto registou 5,9 milhões de dormidas em 2023. Porto. https://www.porto.pt/pt/noticia/porto-registou-59-milhoes-de-dormidas-em-2023

Nómadas digitais, doentes e professores, os novos clientes do AL. (2022, 10 de janeiro). Idealista/news. https://www.idealista.pt/news/ferias/turismo/2022/01/10/50457-nomadas-digitais-doentes-e-professores-os-novos-clientes-do-al

Notícias ao Minuto. (2019, 6 de dezembro). Alojamento local. Eis o perfil do turista e quanto é que gasta na estadia. https://www.noticiasaominuto.com/economia/1372291/alojamento-local-o-perfil-do-turista-e-quanto-e-que-gasta-na-estadia

O Guia Essencial Do Alojamento Local. (2021). Alojamento Local – Esclarecimentos. https://www.alesclarecimentos.pt/legal/

Oliveira, C. (2019). *Alojamento local: fatores que influenciam a escolha deste tipo de alojamento* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório da Universidade de Aveiro. http://hdl.handle.net/10773/27500

Pereira, P. (2022, 28 de junho). TravelBI by turismo de portugal - alojamento local com níveis de procura sem precedentes | verão 2022. TravelBI by Turismo de Portugal. https://travelbi.turis-modeportugal.pt/alojamento/alojamento-local-com-niveis-de-procura-sem-precedentes-ve-rao-2022/

PORDATA - Ambiente de Consulta. (2024, 9 de fevereiro). PORDATA - Estatísticas, gráficos e indicadores. https://www.pordata.pt/db/municipios/ambiente+de+consulta/tabela

Porto. (2023, 13 de setembro). Atividade turística no Porto gera impacto económico histórico para a cidade. https://www.porto.pt/pt/noticia/atividade-turistica-no-porto-gera-impacto-economico-historico-para-a-cidade

Poseiro, R. (2019). *Características Determinantes na Escolha de um Alojamento Turístico pela Geração Millennial* [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria]. Repositório do Politécnico de Leiria. http://hdl.handle.net/10400.8/4326

Programa "Mais Habitação" não travou aumento do preço das casas e das rendas. (2024, 9 de maio). Observador. https://observador.pt/2024/05/09/programa-mais-habitacao-nao-travou-aumento-do-preco-das-casas-e-das-rendas/

Rodrigues, R., Estêvão, J., & Palrão, T. (2023). Is Overtourism the Enemy to Host Communities? The Influence of Geodemographic Traits of Residents on their Perceptions Towards Tourism. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, (64), 27–46. https://doi.org/10.59072/rper.vi64.269

Tabaeeian, R., Yazdi, A., Mokhtari, N., & Khoshfetrat, A. (2022). Host-tourist interaction, revisit intention and memorable tourism experience through relationship quality and perceived service quality in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, *22*(3), 406–429. https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2046759

Tenny, S., Brannan, J., & Brannan, G. (2017). Qualitative Study. *Europe PMC*. https://europepmc.org/article/NBK/nbk470395

TravelBI by Turismo de Portugal - Alojamento Local | Dashboard. (2024, junho). TravelBI by Turismo de Portugal. https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/alojamento-local-dashboard/

TravelBI by turismo de portugal - hóspedes. (s.d.). TravelBI by Turismo de Portugal. https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/hospedes/

Villalobos, L. (2023, 16 de fevereiro). *Governo proíbe novas licenças de alojamento local e avalia existentes em 2030*. Público. https://www.publico.pt/2023/02/16/economia/noticia/governo-proibe-novas-licencas-alojamento-local-avalia-existentes-2030-2039257

Wegmann, J., & Jiao, J. (2017). Taming Airbnb: Toward guiding principles for local regulation of urban vacation rentals based on empirical results from five US cities. Land Use Policy, 69, 494–501. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.09.025

Schäfer, P., & Braun, N. (2016). Misuse through short-term rentals on the Berlin housing market. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, *9*(2), 287–311. https://doi.org/10.1108/IJHMA-05-2015-0023

Silva, A. (2020). *A gestão de unidades de alojamento local* [Relatório de Estágio, Universidade dos Açores]. Repositório da Universidade dos Açores. https://repositorio.uac.pt/bitstream/10400.3/5456/1/DissertMestradoAnaCristinaBatistaSilva2020.pdf

Sousa, V. (2024, 12 de março). *Mais Habitação impacta arrendamento: assim reagem os senhorios*. idealista/news. https://www.idealista.pt/news/imobiliario/habitacao/2024/03/12/63025-mais-habitacao-impacta-arrendamento-como-reagem-os-senhorios

Souza, C. (2022). *Projeto de design para alojamento local* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas Artes]. Repositório da Universidade de Lisboa. http://hdl.handle.net/10451/53701

Stanley, M. R. (2015). *Global Insight: Who Will Airbnb Hurt More - Hotels or OTAs?*. New York: Morgan Stanley Research. https://docplayer.net/28102842-Global-insight-who-will-airbnb-hurt-more-hotels-or-otas.html

7 APÊNDICES

Apêndice A – Consentimento Informado

Este projeto de investigação está a ser realizado no âmbito da elaboração da Dissertação Final para o Grau de Mestre em Gestão do Turismo, do Instituto Politécnico do Porto, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo, em relação, a um estudo sobre o impacte da legislação "Mais habitação" no desenvolvimento turístico do Porto, no caso do alojamento local. O principal objetivo é perceber a influência desta tipologia de alojamento na cidade, perceber a evolução do número de reservas e como estas serão colocadas em causa com a aplicação da nova Lei.

Os participantes irão contribuir para obter uma perceção do papel de um empreendimento de alojamento local no Turismo do destino e quais são os fatores de seleção por parte do turista para esta tipologia e analisar a sua perspetiva acerca da situação atual com a "Mais Habitação" em vigor.

A entrevista é voluntária, sendo de curta duração, cerca de 30 minutos, e poderá ser realizada por escrito ou por videochamada e deverá ser executada por proprietários ou responsáveis de alojamento local ou as suas respetivas associações representativas.

Assim sendo, declaro que fui informado sobre os objetivos e as condições para a execução da entrevista e que concordo com a utilização dos dados recolhidos para fins académicos. Confirmo, também, que recebi os devidos esclarecimentos e que compreendi a informação fornecida. Assim, consinto a minha participação nesta investigação, ciente de que serão garantidas a confidencialidade, o anonimato, e que tenho o direito de interromper e desistir da entrevista a qualquer momento.

Nome: _____

Assinatura: _____ Data:___/___/___

Em caso de dúvida, por favor contactar 41220364@esht.ipp.com

Apêndice B – Guião da Entrevista

Objetivo 1 - Identificar as características valorizadas pelo cliente na reserva da estada no destino em AL.

Questões:

1-Características dos seus imóveis mais valorizados pelos clientes. Selecione os 3 mais apreciados pelos hóspedes (por exemplo, limpeza, comodidades, conforto, relação preço-qualidade, localização ou outro relevante). De que modo estes influenciam a forma de gestão do alojamento?

2-Com base no *feedback* que recebe dos hóspedes, quais os atributos do alojamento local são frequentemente mencionados como decisivos para a escolha do seu imóvel em particular?

3-Com base na sua experiência, quais as estratégias de apresentação e *marketing* do imóvel (como fotos, descrições detalhadas, ou destaque de comodidades) têm sido mais eficazes para atrair reservas e atender às expectativas dos clientes?

4- Um alojamento local é uma forma de alojamento diferente dos hotéis tradicionais. Na sua opinião, o que motiva os hóspedes a optar por um alojamento local em vez de outros tipos de alojamento, como hotéis? Há alguma característica específica que considera essencial?

Objetivo 2- Identificar o papel das novas tecnologias durante e após a reserva do alojamento;

Questões:

1-Atualmemente, em simultâneo com o crescimento da atividade turística assistimos ao uso crescente da tecnologia. De que forma as novas tecnologias, como

plataformas de reserva *online* e aplicações de comunicação, influenciam o processo de reserva e a interação com os clientes durante a estada?

2-Quais as ferramentas digitais ou tecnologias utilizadas para melhorar a experiência do hóspede após a reserva, como *check-in* automático, guias digitais do imóvel ou atendimento ao cliente via telefone, entre outros?

3-Como avalia o impacte das tecnologias de informação e comunicação, e de gestão de propriedades na eficiência da operação do seu alojamento local e na satisfação dos hóspedes?

Objetivo 3 - Analisar a evolução do número de reservas em Alojamento Local na cidade do Porto;

Questões:

1-Estatisticamente, a cidade do Porto tem assistido a um aumento significativo no número de reservas em empreendimentos de alojamento local. Como avalia a evolução do número de reservas no seu alojamento local na cidade do Porto no último ano? Quais os fatores que, na sua ótica, influenciaram essa tendência?

2-Quais os períodos do ano em que observou maior ou menor volume de reservas no Porto, e como tem adaptado a sua estratégia para maximizar a ocupação ao longo do ano?

3-De que forma as mudanças no mercado, como a regulamentação local ou o aumento da concorrência, têm afetado o número de reservas no seu alojamento local? Identifica alterações no segmento de mercado? Nacionalidade, tipo de cliente, duração da estada.

Objetivo 4 - Avaliar as consequências da legislação “Mais Habitação”;

Questões:

1- A “Mais habitação” surge como uma forma de dar resposta à procura de imóveis a preços acessíveis, aos residentes. De que forma a legislação pode influenciar a gentrificação nas grandes cidades portuguesas? Acredita que as medidas propostas serão eficazes para proteger as comunidades locais e aumentar a oferta?

2- Sabemos que uma das propostas seria a proibição de abertura de novos AL em regiões do litoral. Como é que a legislação "Mais Habitação" afeta a dinâmica entre o turismo e a habitação, particularmente no que diz respeito ao equilíbrio entre a oferta de alojamento local e a proteção dos direitos dos residentes?

3- Tendo em conta os avanços tecnológicos e a evolução do número de reservas em alojamento local no Porto que, de certo modo, contribuem para o desenvolvimento turístico da cidade, na sua opinião, de que forma é que a “Mais Habitação” impactava no Turismo da cidade?

Objetivo 5 – Identificar o perfil de cliente que opta por alojamento local;

Questões:

1-Qual o perfil, em termos globais, predominante num alojamento local. Por exemplo, a idade, a nacionalidade?

2-Com base nas respostas anteriores é possível identificar o motivo da viagem, a estada média e a época de maior ocupação?

3-Tem algum conhecimento relativamente à taxa de repetição do seu alojamento local?