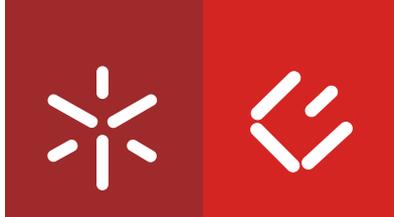


Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Diogo Mina Dantas

**Caracterização do Alojamento Local
e Seu Impacto no Turismo da Cidade do Porto**



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Diogo Mina Dantas

**Caracterização do Alojamento Local
e Seu Impacto no Turismo da Cidade do Porto**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Economia Industrial e da Empresa

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Vasco Eiriz

Declaração

Nome: Diogo Mina Dantas

Endereço eletrónico: diogodantas_93@hotmail.com

Número de Identificação: 14248786

Título da Dissertação: Caracterização do Alojamento Local e Seu Impacto no Turismo da Cidade do Porto

Orientadores: Professor Doutor Vasco Eiriz

Ano de Conclusão: 2019

Designação do Mestrado: Mestrado em Economia Industrial e da Empresa

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO

INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE

Universidade do Minho, __/__/__

Assinatura: _____

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a todos aqueles que me acompanharam ao longo deste trajeto acadêmico, concluído com a elaboração desta dissertação.

O meu especial agradecimento é direcionado ao Professor Doutor Vasco Eiriz por toda a disponibilidade e auxílio prestado, pois a sua experiência e sabedoria foram fundamentais ao longo do desenvolvimento da dissertação.

A todos os proprietários de unidades de alojamento local na cidade do Porto que através do preenchimento do inquérito contribuíram para os resultados obtidos neste estudo.

Por último, um agradecimento especial à minha família, namorada e amigos por todo o apoio demonstrado ao longo deste desafio.

Título: Caracterização do Alojamento Local e Seu Impacto no Turismo da Cidade do Porto

Resumo

O alojamento local tornou-se tema de debate um pouco por todo mundo, Portugal incluído, especialmente devido ao seu crescimento exponencial impulsionado pelas novas tecnologias e aos desafios que coloca ao turismo e setores relacionados. O alojamento local tem assumido um papel predominante na recuperação económica e habitacional do país, contribuindo para transformar centros históricos que se encontravam degradados e desabitados, tornando-os alvo de interesse turístico. Com este estudo pretendeu-se analisar o impacto do alojamento local no desenvolvimento turístico da cidade do Porto. Esta dissertação caracteriza as unidades de alojamento local assim como os seus proprietários, afim de aferir o seu contributo para o turismo na cidade do Porto. Foram usados dados quantitativos recolhidos através de questionário aplicado aos proprietários de unidades de alojamento local do Porto registados no RNAL (Registo Nacional de Alojamento Local), tendo-se obtido 104 respostas válidas para tratamento de dados. Os resultados obtidos permitem concluir que as propriedades de alojamento local na cidade do Porto contribuem para o sucesso da cidade enquanto destino turístico. Praticamente todas as habitações dos respondentes possuem as comodidades e disponibilizam os serviços necessários para uma estadia de qualidade, ficando evidente o cuidado dos proprietários nestes parâmetros. A formação e os motivos para a criação do negócio revelam que estamos perante um setor muito qualificado, claramente movido por questões económicas, onde a obtenção de um rendimento extra é a principal motivação. Em contrapartida, as questões legais são o principal motivo de preocupação do setor, fator este que pode quebrar o crescimento de uma atividade considerada pilar para o turismo. Praticamente toda a amostra em estudo destaca a importância do alojamento local para a requalificação, promoção, dinamização, crescimento económico e turístico da cidade do Porto.

Palavras-chave: alojamento local, turismo, qualidade, motivações, obstáculos, Porto.

Title: Local Accommodation Characterization and its Tourism Impact in Oporto City

Abstract

The market of local accommodation became in a theme of debate around the world, Portugal included, especially due the exponential growth driven through the new technologies and the challenges it poses to tourism and related sectors. The local accommodation is having a predominant role in the economic recuperation and housing in our country, transforming degraded and uninhabited historical centers in targets of tourist interest. The purpose of this study was to analyze the impact of local accommodation in the touristic development of Oporto city. This dissertation characterizes the local house unities was done as well as their owners, in order to realize their real contribution to tourism in the Oporto city. The study method used a quantitative data collected through a questionnaire to the owners of the local accommodation in Oporto city registered in RNAL (registo nacional de alojamento local), and 104 valid responses were obtained for data processing. The obtained results allowed to conclude that the local accommodation properties in Oporto city contribute to the success of the city as a touristic destiny. Indeed, almost all properties have the amenities and provide the necessary services for a quality stay, becoming evident the caution from the properties in these parameters. The qualification and the reason for the business creation reveal that we are dealing with a very qualified sector clearly moved from economics questions, where obtaining an extra income is the main motivation. In the other hand, legal issues are the main concern reasons in the sector, which can break the growth in an activity that is considered a pillar in our country tourism. Almost all the study sample highlights the importance of local accommodation to the requalification, promotion, dynamization, economic and touristic growth in Oporto city.

Keywords: local accomodation, tourism, quality, motivations, obstacles, Oporto.

Índice

Declaração.....	ii
Agradecimentos.....	iii
Resumo.....	v
Abstract	vii
Índice.....	ix
Índice de Figuras	xii
Índice de Tabelas.....	xiii
Índice de Gráficos	xiv
Lista de Abreviatura.....	xv
1. Introdução.....	1
1.1. Apresentação e relevância do tema.....	1
1.2. Problema de investigação, objetivos e metodologia.....	2
1.3. Estrutura da dissertação	3
2. Revisão de literatura e enquadramento	5
2.1. Introdução	5
2.2. Impacto do turismo na economia.....	6
2.3. Caracterização da oferta e da procura.....	8
2.4. Segmentação do mercado turístico	9
2.5. Caracterização do Alojamento Local.....	13
2.6. Modelo de negócio das plataformas digitais.....	15
2.7. Problemas associados ao Alojamento Local.....	18
2.8. Síntese e conclusões.....	20
3. Realidade do Alojamento Local na cidade do Porto.....	22
3.1. Introdução	22
3.2. Enquadramento legal	22
3.3. Alojamento Local em Portugal.....	24

3.4.	Número de unidades e localização.....	26
3.5.	Evolução do Alojamento Local na cidade do Porto.....	27
3.6.	Destino Porto	28
3.7.	Análise SWOT do turismo da cidade do Porto.....	29
3.8.	Síntese e conclusões.....	31
4.	Metodologia de investigação.....	34
4.1.	Introdução	34
4.2.	Enumeração das questões de investigação.....	35
4.3.	Metodologia utilizada na investigação.....	36
4.4.	Desenvolvimento do questionário.....	38
4.5.	Recolha e tratamento de dados	40
4.6.	Enquadramento da análise	41
4.7.	Síntese e conclusões.....	42
5.	Perfil dos proprietários do Alojamento Local na cidade do Porto	44
5.1.	Introdução	44
5.2.	Caracterização dos proprietários.....	44
5.3.	Motivações e obstáculos identificados.....	49
5.4.	Perceção dos proprietários sobre a qualidade do seu alojamento.....	54
5.5.	Importância do alojamento local para a cidade do Porto.....	55
5.6.	Síntese e conclusões.....	58
6.	Caracterização das unidades de Alojamento Local da cidade do Porto.....	60
6.1.	Introdução	60
6.2.	Tipologia e preços médios das unidades de Alojamento Local.....	60
6.3.	Capacidade e anterior uso dos imóveis.....	63
6.4.	Características e serviços das unidades.....	67
6.5.	Plataformas de aluguer utilizadas e taxas médias de ocupação	71
6.6.	Síntese e conclusões.....	74
7.	Conclusões	76
7.1.	Introdução	76
7.2.	Principais conclusões.....	76

7.3. Limitações do estudo e recomendações futuras.....	82
Apêndice I – Questionário.....	84
Bibliografia.....	92
Websites	98

Índice de Figuras

Figura 1. Número e localização dos estabelecimentos	26
---	----

Índice de Tabelas

Tabela 1. Análise SWOT do destino turístico Porto	31
Tabela 2. Relação objetivos operacionais com as questões do inquérito	39
Tabela 3. Número de unidades e montante investido.	46
Tabela 4. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente ao género, idade e habilitações literárias.	48
Tabela 5. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente aos obstáculos identificados para o futuro do setor.	51
Tabela 6. Comparação do montante investido com os obstáculos à evolução do setor.	52
Tabela 7. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente à importância do alojamento local para a cidade do Porto.	56
Tabela 8. Comparação entre o montante investido e a importância do alojamento local para a cidade do Porto.	57
Tabela 9. Preço médio por noite das unidades de alojamento local.	62
Tabela 10. Correlação de Spearman entre as variáveis preço médio e taxa de ocupação média.	63
Tabela 11. Capacidade das unidades de alojamento local.	66
Tabela 12. Correlação de Spearman entre as variáveis preço médio das unidades e a capacidade das unidades.	67
Tabela 13. Características das unidades de alojamento local.	68
Tabela 14. Comodidades disponíveis nas unidades de alojamento local.	69
Tabela 15. Serviços disponibilizados pelos proprietários das unidades de alojamento local.	70
Tabela 16. Características diferenciadoras das unidades de alojamento local.	70
Tabela 17. Taxas de ocupação média das unidades de alojamento por épocas.	71
Tabela 18. Correlação de Spearman entre as variáveis ano de início da atividade e a taxa de ocupação média.....	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Evolução do registo de unidades Alojamento Local Porto-----	27
Gráfico 2. Caracterização dos inquiridos em relação ao género e idade (N=104).	45
Gráfico 3. Caracterização dos inquiridos em relação às habilitações literárias, e à situação profissional.	46
Gráfico 4. Montante investido no estabelecimento	47
Gráfico 5. Número de unidades de cada inquirido	47
Gráfico 6. Quais as motivações dos inquiridos para a realização do negócio.	49
Gráfico 7. Médias das respostas da importância atribuída aos obstáculos identificados à evolução do setor do alojamento local.	50
Gráfico 8. Receios para o futuro do setor do alojamento local.	53
Gráfico 9. Qualidade do alojamento local na cidade do Porto.	54
Gráfico 10. Impacto do alojamento local na cidade do Porto.	55
Gráfico 11. Tipologia de alojamento local presente na cidade do Porto.	61
Gráfico 12. Tipologia de aluguer das propriedades de alojamento local na cidade do Porto.....	62
Gráfico 13. Anterior utilização dos imóveis agora destinados a alojamento local.....	64
Gráfico 14. Ano de início de atividade.	65
Gráfico 15. Plataformas de aluguer mais utilizadas pelos proprietários.	73
Gráfico 16. Plataformas de divulgação mais utilizadas pelos proprietários.	74

Lista de Abreviatura

PIB – Produto Interno Bruto

AL – Alojamento Local

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

1. Introdução

1.1. Apresentação e relevância do tema

O alojamento local tem sido tema de interesse e motivo de debate à escala global, em muito motivado pelo crescimento exponencial registado neste setor. Neste contexto, a escolha deste tema em muito se deve ao interesse pessoal numa área de negócio que tanto tem contribuído para a recuperação económica do nosso país. Acresce ainda o facto de ser um tema que ainda carece de estudos concretos que caracterizem de forma aprofundada o seu tecido empresarial.

Um dos principais impulsionadores desta atividade, foi o aparecimento das novas tecnologias, facilitando o contacto entre os cidadãos de todo o mundo. De facto, sem o aparecimento de plataformas digitais, tais como o Airbnb, Booking não seria possível atingir o sucesso agora evidenciado, estas conseguiram transformar um setor que de alguma forma era pouco claro e de difícil alcance, num setor altamente atrativo para todos os seus agentes. Contudo e apesar de atualmente ser um setor mais regulado, existem outros problemas associados a este setor. Problemas como a gentrificação das cidades e o aumento do preço das habitações estão associados a este fenómeno, sendo atualmente visível sinais de descontentamento em todas as grandes cidades europeias. Portugal não é exceção, e por cá começam a ser estudadas um conjunto de medidas públicas que visam combater o aumento do número de alojamentos locais, impossibilitado a criação de novas unidades nos centros históricos das cidades, mais nomeadamente em Lisboa. Apesar destas situações, o alojamento local criou empregos e novas fontes de rendimento para as famílias e empreendedores, sendo evidente o seu contributo para o sucesso turístico evidenciado no nosso país, que sem a criação deste tipo de alojamentos não conseguiria satisfazer a crescente procura.

Depois de já ter ganho várias vezes o prémio de melhor destino europeu (2012, 2014, 2017), o número de turistas que visitam a cidade do Porto continua a aumentar, esta popularidade foi o mote para o desenvolvimento de uma atividade que até bem recentemente não lhe era dada a devida notoriedade. Este tipo de hospedagem tem evoluído de forma evidente nos últimos anos, sendo atualmente considerado um dos pilares do turismo nacional. A sua diversidade e características ímpares tornam-no num produto

apetecível, conseguindo atrair um novo tipo de turista que procura um maior contacto com a cultura local. No entanto, devido à falta de informação detalhada acerca das unidades existentes na cidade do Porto era difícil conseguir responder ao objetivo principal desta dissertação “O alojamento local tem contribuído para o sucesso do destino Porto?”, pois durante muitos anos o alojamento local era visto como uma estadia *lowcost* de baixa qualidade que exercia à margem da lei. Como tal a presente dissertação pretende estudar as principais características e condições deste setor assim como dos proprietários, com o intuito de perceber se estas contribuem de forma positiva para a imagem da cidade do Porto enquanto destino turístico.

1.2. Problema de investigação, objetivos e metodologia

A ideia principal deste projeto de investigação passou por colmatar a necessidade de informação com que o setor do alojamento local se depara. A caracterização deste setor já há alguns anos se justificava, considerando a sua importância para o desenvolvimento não só económico, como do turismo em si. Foi com este pensamento que a presente dissertação pretende contribuir para uma maior transparência do setor, através de uma caracterização aos empresários, assim como às unidades de alojamento localizadas no centro histórico da cidade do Porto. Só desta forma é possível conhecer a realidade atual do setor, permitindo identificar todos os problemas e procurar as melhores soluções que aperfeiçoem uma atividade cada vez mais concorrida.

No âmbito da presente investigação, foram definidos três objetivos gerais que se dividiram em cinco objetivos operacionais, dando origem a um inquérito por questionário que serviu de instrumento de recolha dos dados necessários à caracterização do setor do alojamento local, com o intuito de obter respostas que permitam verificar qual o verdadeiro impacto desta atividade no turismo da cidade do Porto. Assim, tendo em consideração o conhecimento teórico adquirido através da revisão de literatura efetuada os objetivos são os seguintes:

Objetivos gerais

1. Caracterizar o perfil dos empresários do setor do alojamento local;

2. Aferir a perceção dos empresários relativamente ao futuro do setor e à qualidade do alojamento;
3. Caracterizar as unidades de alojamento local da cidade do Porto;

Objetivos específicos

1. Identificar e caracterizar o perfil do proprietário/empresário;
2. Quantificar o número de estabelecimentos que cada proprietário/empresário possui e o montante investido;
3. Identificar as expectativas e motivações criadas pelos proprietários/empresários, no momento da escolha do negócio, assim como identificar as suas perceções sobre a qualidade dos seus alojamentos e a sua importância para a cidade do Porto;
4. Perceber quais são as ameaças que os proprietários/empresários identificam com sendo preocupantes para a evolução do setor ex: (aumento de impostos, recessão económica etc...);
5. Caracterizar a oferta existente, por dimensão, preço, zona geográfica, serviços e condições que oferecem ex: (tipologia, idade do imóvel, serviço de pequeno almoço, serviços de limpeza, internet, eletrodomésticos etc...).

A forma encontrada para conseguir chegar a um maior número de proprietários, foi através da obtenção de emails recorrendo ao RNAL (registo nacional de alojamento local). Esta base apenas possui os contactos de quem pratica esta atividade de forma licita, sendo estes um dos requisitos do estudo em causa. Contudo, estamos conscientes que ainda existe um grande número de propriedades que exercem à margem da lei e que seria igualmente interessante essa caracterização, no entanto o acesso a esse tipo de proprietário é de extrema dificuldade, pois não existe qualquer abertura por parte destes. A plataforma de divulgação dos inquéritos utilizada foi o *Qualtrics*, e toda a análise estatística dos dados foi realizada com o programa IBM SPSS Software.

1.3. Estrutura da dissertação

A dissertação está estruturada em sete capítulos, a introdução, a revisão de literatura, a realidade do alojamento local na cidade do Porto, a metodologia, o perfil do proprietário

de alojamento local na cidade do Porto, a caracterização das unidades de AL da cidade do Porto, e para terminar as conclusões. Todos os capítulos se dividem em secções.

No capítulo um, realizou-se uma breve apresentação do tema em estudo, anunciou-se os principais objetivos da investigação, a metodologia utilizada e por último a estrutura da dissertação.

No segundo capítulo, apresentamos a revisão de literatura, onde são abordados vários assuntos que serviram de suporte base à realização do trabalho.

No terceiro capítulo, é realizada uma contextualização do estudo onde é demonstrado a realidade do alojamento local na cidade do Porto. É apresentado o número de unidades de alojamento existentes na cidade, a sua evolução ao longo dos anos, e as características que fazem da cidade do Porto um destino de eleição.

No quarto capítulo, são enumeradas as questões de investigação, é demonstrada as técnicas de investigação utilizadas ao longo deste estudo, o seu enquadramento com o objetivo principal da dissertação, e por fim são abordadas questões secundárias como, o processo de desenvolvimento dos questionários desde a escolha da população alvo até à recolha dos dados.

No quinto e sexto capítulo, são analisados e discutidos todos os dados recolhidos através das respostas obtidas ao questionário. No quinto capítulo, é realizada uma caracterização ao perfil dos proprietários, sendo pretendido conhecer a realidade do tecido empresarial. No sexto capítulo, são analisadas as unidades de alojamento, com o objetivo de aferir a qualidade existente no setor.

Por último, no capítulo sete, são retiradas todas as conclusões que permitiram responder à questão de investigação, e para terminar são demonstradas as limitações e recomendações para futuros estudos.

2. Revisão de literatura e enquadramento

2.1. Introdução

Neste capítulo são expostos os conceitos teóricos de maior relevância que serviram de suporte para o desenvolvimento desta dissertação. O alojamento local numa fase inicial era visto como uma forma de hospedagem de pouca qualidade, contudo atualmente este paradigma mudou, revelando ser um importante agente no recente crescimento do setor do turismo em Portugal. Desde que este modelo de negócio se globalizou muito devido ao aparecimento de plataformas digitais, muitos foram os interessados em perceber qual seria o verdadeiro impacto económico e social que este teria. Posto isto, caracterizar as unidades de alojamento local e o perfil dos empresários é deveras importante para poder ter uma visão sobre esta nova realidade.

Este capítulo encontra-se estruturado em oito secções, todas elas importantes para o entendimento e enquadramento do problema de investigação levantado. Na secção 2.2 é demonstrado a verdadeira importância que o setor do turismo possui nas economias dos países, evidenciando mais propriamente o caso de Portugal, onde o turismo serviu como recuperador económico, criando muitos e novos empregos tanto no setor como em setores adjacentes, onde o seu impacto não pode ser ignorado. Na secção 2.3 é feita uma caracterização da oferta e da procura, pois como sabemos o mercado está sempre em constantes mudanças, e atualmente verificamos que as exigências dos consumidores são cada vez maiores. Esta crescente exigência criou uma pressão adicional nos destinos turísticos, obrigando-os a definir estratégias claras que permitam criar fatores críticos de sucesso distintos e melhores dos demais. A secção 2.4 tem o objetivo de demonstrar que a procura no setor do turismo não é homogénea, e que existem diferenciados tipos de consumidores. É sabido que nem todos valorizamos o mesmo, e que existem variados motivos e fatores que influenciam a nossa escolha de um destino de férias, como tal os agentes do turismo estão cientes da importância de segmentar o mercado de acordo com as preferências dos consumidores, pois permite-lhes delinear estratégias de acordo com os seus objetivos e interesses. Na secção 2.5 é feita uma caracterização do alojamento local evidenciando as características específicas que o diferenciam das outras modalidades de turismo. Também é demonstrado a importância das plataformas digitais e o impacto

da “*sharing economy*” no turismo em si. Na secção 2.6 é explicado de forma sucinta o funcionamento do modelo de negócio das plataformas digitais e de que forma estas conseguiram atingir os níveis de qualidade necessários para concorrer com os métodos de alojamento tradicionais. A secção 2.7 dá a conhecer a principal impulsionadora deste fenómeno que é o alojamento local, a Airbnb. Esta foi a principal responsável pelo aparecimento e crescimento exponencial de habitações destinadas a alojamento turístico local. Na secção 2.8 é dado a conhecer todos os problemas inerentes à atividade que é o alojamento local. Este é um tema bastante debatido nas grandes cidades europeias e mundiais e tem levantado imensas questões quanto ao futuro do setor. Por último na secção 2.9 são feitas as principais conclusões retiradas da análise bibliográfica realizada.

2.2. Impacto do turismo na economia

A literatura sobre esta temática prefere lidar com o turismo em países ou regiões com economias subdesenvolvidas, porque os seus efeitos são mais visíveis e as questões que se levantam são mais sensíveis de análise (Unesco, 1975). No entanto, vários estudos empíricos concluíram que os países onde o turismo está presente de forma abundante crescimento económico é mais rápido em comparação com outros onde o turismo é menos visível. Estes também concluíram que o turismo é um fator determinante e independente para o crescimento de um determinado país e que o motivo em nada se relaciona com o nível de desenvolvimento do mesmo, nem com a sua “abertura” a este tipo de comercio, mas que por outro lado países de pequena dimensão apenas “crescem” rapidamente quando especializados em turismo (Brau *et al.*, 2007). O turismo é uma das indústrias de serviços mais importantes do mundo atendendo às necessidades recreativas, sociais e educacionais, ao mesmo tempo que possibilita poderosos fluxos económicos e oportunidades de emprego. Um dos fatores importantes do turismo é o seu contributo para o crescimento económico nas regiões mais periféricas e para a valorização da conservação ambiental e cultural (Gössling *et al.*, 2008).

O turismo cria diretamente postos de trabalho na área do turismo e indiretamente em áreas como as do retalho e transporte. Quando os turistas gastam o seu dinheiro em bens e serviços leva ao chamado efeito multiplicador, criando assim mais empregos. Esta indústria também oferece oportunidades para as denominadas pequenas empresas que são

especialmente importantes no desenvolvimento das comunidades locais, para além de gerar receitas fiscais adicionais provenientes das taxas aeroportuárias e de hotelaria, podendo estas ser utilizadas no desenvolvimento e melhoramento de uma cidade/país. Por último, o autor conclui que em média os turistas gastam entre 15% a 20% do seu orçamento em roupas, presentes e recordações, estes fatores influenciam de forma positiva a economia local (Kotler *et al.*, 2013).

Após uma leitura do relatório económico anual do ano 2017, elaborado pelo conselho mundial de viagens (WTTC), que neste ano analisou 185 países e 26 regiões do mundo, foi possível concluir que o turismo tem uma importância bastante significativa no desenvolvimento económico e social de um país, região ou cidade. A WTTC é a autoridade mundial que em colaboração com os governos analisa o contributo do setor das viagens na sua vertente económica e social.

Pelo sexto ano consecutivo o crescimento do setor do turismo em 2016 (3,1%) superou o da economia global e de outros grandes setores como o do retalho e da produção. No seu total o setor do turismo gerou 7.09 triliões de euros, que corresponde a 10% do PIB mundial, e 292 milhões de empregos na economia mundial no ano 2016 (WTTC, 2017).

As ambições deste setor encontram-se intactas apesar das fragilidades económicas e de outras fontes de volatilidade do mercado em global. A contribuição deste setor para o PIB mundial deverá continuar a aumentar e a superar mais uma vez o crescimento da economia global. Um contributo decisivo para este aumento é o facto de o preço do petróleo ser o mais baixo registado na última década, que influencia de forma positiva o rendimento disponível das famílias que porventura provoca um aumento dos gastos pessoais.

Nestes últimos anos as preocupações com a segurança passaram para primeiro plano, prevendo-se que continuem a gerar preocupações nos próximos anos, os setores do turismo juntamente com os governos locais continuam a trabalhar arduamente para assegurar o bem-estar dos turistas e para minimizar o impacto que estas questões de segurança provocam. Outro fator que afeta de forma determinante o fluxo dos viajantes é a força do dólar em relação às outras moedas que influencia a escolha dos destinos dos viajantes. O turismo já provou no passado que é forte e adaptável o suficiente para enfrentar qualquer futuro desafio. Este setor continua a crescer, criar empregos e a trazer

benefícios económicos e sociais. É expectável que este setor nos próximos 10 anos cresça mais que a economia global e outros setores e crie até 2027 cerca de 380 milhões de empregos. Este aumento obrigará os destinos turísticos a melhorar as suas infraestruturas e a criarem condições propícias ao desenvolvimento empresarial (WTTC, 2017).

2.3. Caracterização da oferta e da procura

Na análise da procura o gosto dos consumidores tem uma relação estreita com a motivação da viagem. Os turistas viajam com as mais variadas motivações, sendo vista como uma atividade de lazer para a maioria dos turistas, nesses casos podem estar à procura de descanso, diversão e/ou cultura. Ao procurarem descanso, muitos preferem destinos com praia, campo ou montanha. Os turistas que procuram entretenimento, frequentemente optam por grandes metrópoles onde é mais abundante a existência de locais recreativos. No caso de procura de enriquecimento cultural, tendencialmente buscam locais ricos em património e história (Santos e Kadota, 2012).

O dinâmico desenvolvimento do setor do turismo exige que as empresas se esforcem para manter ou ganhar vantagens competitivas que satisfaçam as expectativas cada vez maiores dos clientes. Como consequência deste aumento de expectativa, as empresas têm o desafio de conceber produtos turísticos inovadores e, ao mesmo tempo, mais complexos. Esta conceção envolve variadas entidades que prestam vários serviços. A cooperação entre empresas do ramo do turismo que visam satisfazer a procura existente, constitui um fator determinante para o sucesso de um determinado produto turístico e o sucesso desta cooperação contribui para a otimização do setor do turismo e das atividades envolventes (Szpilko, 2016).

O alojamento local tem ganho cada vez mais o seu espaço dentro do setor do turismo e isso reflete-se no aumento da procura, pelo que crescimento do número de pessoas que procuram plataformas tais como a Airbnb ao invés de hotéis foi maior que o esperado. Este fenómeno fez com que a previsão para o crescimento das receitas dos hotéis diminuísse mais de 80% que o previsto anteriormente. Houve um salto de quase 9% no número de usuários que de uma forma ou outra continuaria a optar por hotéis caso a Airbnb não existisse em comparação com investigações anteriores. A pesquisa que

envolveu mais de 4400 usuários de Airbnb nos EUA, Reino Unido, França, Alemanha mostrou que praticamente metade (49%) da procura de Airbnb era anteriormente destinada aos hotéis, aliado a isto, a pesquisa sugere que a taxa de penetração, ou seja, percentagem de viajantes que utilizaram pelo menos uma vez a Airbnb está atualmente entre os 18% /19% um aumento de 6/7 pontos percentuais em relação a 2015 (Stanley, 2015).

Devido ao seu potencial de crescimento enquanto destino turístico é estimado que a cidade do Porto no ano 2017 seja a terceira cidade com maior crescimento na Europa, e como tal tem a obrigação de refletir sobre as condições que poderão contribuir para um melhor posicionamento competitivo. Segundo o relatório Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal elaborado pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, os utilizadores de redes sociais e os operadores turísticos atribuem um vasto conjunto de atributos à região, destacando diferentes componentes como os lugares, recursos, experiências, sensações e legado histórico. Ao nível dos produtos turísticos destacam-se o turismo de natureza e as visitas guiadas culturais e paisagísticas como âncora do destino. Os empresários locais salientam em primeiro lugar a importância e o potencial dos desportos e atividades ao ar livre e em segundo lugar, o turismo religioso, estadias de curta duração, gastronomia e vinhos como produtos e recursos de elevado valor para a cidade e região. Para além destes, a sua centralidade, a saúde e bem-estar, os negócios e o turismo náutico são outros produtos que motivam a atração de visitantes.

Neste contexto a estratégia do destino passará por focar-se nos produtos da região e na adoção de uma abordagem território-mercado explorando essencialmente as motivações e preferências da procura, oferecendo a segmentos de mercado específicos os produtos, os recursos e as vantagens mais valorizadas no contexto das suas viagens (IPDT, 2015).

2.4. Segmentação do mercado turístico

Estudos quer de âmbito académico como empresarial analisaram a importância das receitas provenientes do consumo dos turistas para a economia local e nacional. Para atos

de gestão, a despesa é considerada um fator crucial que ajuda a entender o comportamento de consumo dos turistas. Isto por sua vez é útil para delinear estratégias de segmentação dentro da indústria do turismo. A segmentação permite aos profissionais de marketing definir grupos homogêneos de consumidores de acordo com uma ou mais variáveis. É então possível descrever esses segmentos e desenvolver atividades específicas de marketing para um ou vários desses grupos. Os critérios de segmentação normalmente estão divididos em duas categorias: características pessoais predefinidas e características comportamentais de consumo (Legohérel e Wong, 2006).

Existem sete métodos de segmentar o mercado turístico, estes são normalmente baseados com o recurso às análises de dados e pesquisas de marketing, sendo assim possível perceber de que forma está dividido o mercado. Os setes métodos são:

- **Motivo da viagem** - para os empresários do ramo do turismo a segmentação de marketing deve sempre começar com uma análise rigorosa dos motivos que levaram a escolher determinado destino em vertente de outro. Após esta análise deve ser criada uma estratégia que satisfaça de forma integral todas as necessidades ex: se maioritariamente o motivo da viagem for lazer, devem ser criados produtos especificamente orientados;
- **Necessidades do consumidor e benefícios procurados** - é geralmente aceite em marketing, que os consumidores esperam obter benefícios quando escolhem determinado produto. Em muitos setores do turismo a amplitude e a importância dos benefícios procurados não são imediatamente visíveis para os gestores de marketing. Estes só podem ser descobertos através de uma pesquisa onde são encontrados os grupos-alvo. A segmentação pelas necessidades e benefícios do consumidor permite aos gestores de marketing adaptarem-se conforme as expectativas e necessidades dos viajantes que foram detetadas previamente;
- **Características do comprador** - o comprador pode ser segmentado pelo seu comportamento exibido em termos de compras. Um exemplo óbvio desta situação é a frequência de uso dos produtos. No segmento turístico, os benefícios procurados por uma pessoa que regularmente compra ou utiliza frequentemente o mesmo produto/serviço é de extrema importância para a realização de uma pesquisa de mercado. As características de um comprador podem ser variadas, como tal é importante identificá-las de modo a definir estratégias para os diferentes públicos-alvo;

- **Características económicas, demográficas e geográficas** – todas as pessoas podem ser segmentadas consoante as suas diferenças geográficas, demográficas e económicas através de variáveis como género, idade, área residencial, remuneração e emprego. Apesar disso, estas variáveis não são suficientes para criar uma base sustentável que permita delinear estratégias e campanhas de marketing. Ou seja, é necessário recorrer a outro tipo de análises tais como, o ciclo de vida em que os consumidores se encontram e agrupá-los, pois, pessoas de diferentes classes etárias procuram benefícios diferentes;
- **Características psicográficas e estilo de vida** - estas características estão relacionadas com o perfil psicológico de um indivíduo. Estas são importantes na medida em que é assumido que os valores comuns entre grupos de consumidores determinam os seus hábitos de consumo. Em relação as características demográficas e o estilo de vida, as ligações entre as atitudes, perceções e o comportamento do consumidor são determinantes para identificar qual o estilo de vida que um indivíduo adota;
- **Segmentação demográfica** - este tipo de segmentação alia software de mapeamento com os dados recolhidos através de censos e pesquisas de mercado. Estas ferramentas permitem identificar grupos populacionais com uma elevada precisão, tendo especial importância para o marketing direto, seleção de comunicação social e distribuição de panfletos;
- **Segmentação por preço** - no seu geral o comportamento dos consumidores de turismo é bastante sensível à questão preço, como tal os agentes do turismo atuam assumindo que o preço é a variável “chave” da segmentação. O preço é muitas vezes usado como ferramenta de táticas de marketing, uma vez que esta variável é para muitos consumidores o único fator a considerar. O preço não é uma variável de segmento do mesmo género que as referidas em cima, não contribuindo em pleno para a satisfação. Esta variável tem assumido um papel mais relevante desde a crise mundial de 2008 (Middleton *et al.*, 2009).

Vários autores concluem que a segmentação do turismo é crucial para otimização da gestão dos destinos. Os turistas apresentam diferentes padrões de comportamento, atividades e características pessoais. Eles também concluem que os atributos do destino (fatores de atração) desempenham um papel crucial na atração e motivação dos turistas para a escolha de um determinado destino (Ramires *et al.*, 2016; Adie e Hall, 2016).

O facto de o centro histórico do Porto estar incluído na lista “*UNESCO’S World Heritage*”, fez com que existisse um aumento do fluxo de turistas internacionais, e ao analisar os atributos que os turistas valorizam e as experiências que eles se envolvem durante as férias conclui-se que existe uma fusão dinâmica relacionada ao património como atração de uma cidade turística. O facto de a maioria dos turistas escolher para as suas férias um local com herança histórica comprova que a cultura, o lazer e o turismo estão cada vez mais ligados. Estes turistas são ecléticos e procuram experiências acima de tudo (Ramires *et al.*, 2016). O grupo mais representativo de turistas no que diz respeito ao seu impacto económico são os “turistas culturais”, estes são caracterizados como independentes e exploradores, que apesar de visitarem locais “habituais” afastam-se das grandes concentrações (Judd e Fainstein, 1999).

O turismo *backpacker* é um importante fenómeno cultural, social e económico à escala global, sustentado pelo crescimento das viagens internacionais, estadias mais económicas, horários de trabalho mais flexíveis e pelas mudanças do estilo de vida (O’Reilly, 2006). Historicamente falando o termo *backpacker* mais conhecido em português como “mochileiro”, ficou notório pelos *Grand Tours* que eram realizados no século XVII e XVIII pelos filhos e filhas de aristocratas ingleses que viajaram pela Europa como parte do seu desenvolvimento profissional e necessidades educacionais.

Posteriormente este fenómeno dos *Grand Tours* transformou-se na década de 1950 em outros conceitos tais como *drifiting*, *wandering* e *tramping* muito devido à democratização das viagens resultantes das mudanças sociais e reorganização espacial (Murphy e Pearce, 1995). Estas viagens maioritariamente realizadas por jovens com grande grau de educação, visavam experimentar o estilo de vida desconhecido de outros países distantes que muitas vezes era de dificuldade extrema, e em alguns casos acabavam por adotar o estilo de vida dos seus *hosts* (Cohen, 1973). A literatura sobre este tema estabeleceu critérios básicos para identificar o “mochileiro”, normalmente este tem entre 20 e 24 anos, mas pode variar entre os 15 e 60 anos, tem preferência por estadias de baixo custo, dão prioridade a conhecer outros viajantes e a ter experiências marcantes, fazem planos de viagem organizados sendo estas mais longas e por fim dão preferência a atividades recreativas e informais. Apesar dos “mochileiros” gastarem menos diariamente em comparação com outros tipos de turistas, estes não devem ser desconsiderados devido à sua normalmente longa estadia (Murphy e Pearce, 1995; Nash *et al.*, 2006; Pearce, 1990). Este segmento tem sido amplamente promovido devido ao seu impacto positivo

nas economias locais, sendo os gastos aquando da sua estadia apontados como a principal razão para esse impacto (Dayour *et al.*, 2016). Existem diversos fatores que influenciam o comportamento dos gastos dos “mochileiros” dependendo da natureza do bem, confirmando assim a heterogeneidade deste segmento (Dayour *et al.*, 2016). Para Scheyvens (2002), e Westerhausen e Macbeth (2003), os “mochileiros” contribuem mais e diretamente nas economias locais de que qualquer outro tipo de turistas, uma vez que estadeiam mais tempo e compram maioritariamente os seus produtos a fornecedores locais. Caracteristicamente são mais propensos a procurar produtos e serviços de menor custo, como por exemplo estadias económicas, transportes públicos e artefactos locais.

2.5. Caracterização do Alojamento Local

O alojamento é um fator fundamental do produto turístico para os turistas, o tipo, extensão e natureza determinam o volume e o valor do turismo que é possível em qualquer destino (Nuntsu *et al.*, 2004). O conceito de alojamento local não é novo, fenómeno que teve origem na Europa, e os alojamentos geridos por proprietários particulares sempre foram uma realidade nas áreas de férias americanas (Nuntsu *et al.*, 2004). Tal como em muitas grandes cidades da Europa, o alojamento local tem sido cada vez mais solicitado em alternativa aos tradicionais hotéis.

Atualmente verifica-se uma mudança de hábitos por parte dos hóspedes, que começam a procurar estadias mais económicas e mais autênticas que traduzam os reais valores e tradições de um determinado local. As habitações destinadas a este setor eram anteriormente utilizadas como habitações pessoais e, como tal, estas possuem um cariz mais acolhedor e familiar, sendo esse o principal fator de sucesso deste tipo de alojamento (JLL, 2015). Além destes fatores referidos, em termos económicos é também bastante atrativo para fornecedores e clientes uma vez que os prestadores de serviços deste tipo de arrendamento não precisam de cumprir com nenhum dos requisitos habituais e pagamentos de taxas comerciais que normalmente são aplicados às unidades hoteleiras (Schafer e Braun, 2016). Devido ao crescimento da indústria do turismo, foram criados diferentes tipos de alojamento para atender as necessidades dos viajantes.

De todos os alojamentos existentes, o alojamento local representa um único setor da indústria do turismo, porque é administrado por operadores que oferecem serviços personalizados em um ambiente doméstico. Este tipo de operações atrai especialmente pessoas que estão descontentes com os quartos de hotel padrão e procuram algo diferente.

O crescimento verificado neste setor tem atraído muitos investidores e pessoas que vêem neste negócio uma oportunidade de extrair benefícios económicos e até pessoais (Hsieh e Lin, 2010). O alojamento local pode ser definido como um tipo de alojamento onde os visitantes pagam um determinado preço para ficarem em casas privadas, onde ocorre uma interação direta com o proprietário que geralmente vive nas instalações da casa e com quem os espaços públicos são partilhados até um certo nível. É o conceito de “casa” que distingue o alojamento local das outras formas de alojamento, tais como hotéis onde o ambiente familiar não é a sua premissa, e onde os limites que distinguem o espaço público que está aberto a funcionários e visitantes do espaço privado que está aberto unicamente para funcionários são relativamente distintos. Neste tipo de alojamento mais familiar o anfitrião não precisa de viver nas instalações o tempo todo, no entanto os visitantes devem estar conscientes da presença familiar através de por exemplo, mobiliário, armários trancados, material de leitura, música, ou até de avisos de como funciona ou deve estar determinado equipamento. A característica importante em muitos casos é a presença do anfitrião mesmo não estando, o que evidencia uma ligação emocional ou uma expressão pessoal do anfitrião (Lynch *et al.*, 2009).

Há alguns anos, o aparecimento de plataformas digitais de hospedagem era um tema dificilmente de interesse académico ou comercial, atualmente, estas superam as principais cadeias hoteleiras em número de camas oferecidas, como tal, é possível afirmar que este modelo de negócio e o seu impacto foram tardiamente reconhecidos por muitos.

Enquanto que inicialmente na internet as “viagens sociais” que consistiam em oferecer às pessoas um lugar para ficar e partilhar experiências giravam em torno de motivações altruístas e dos mais aventureiros, as plataformas digitais tais como a Airbnb, tripadvisor, HomeAway conseguiram tornar este conceito de “convidar um estranho para a nossa casa” num modelo de negócio altamente lucrativo. A desmaterialização e a digitalização da nossa sociedade permitiram que as organizações alcançassem muito além dos ditos mercados tradicionais (Oskam e Boswijk, 2016). No turismo, as plataformas *peer-to-peer* têm registado um grande crescimento muito pelo facto de estas serem

potencialmente mais económicas para os viajantes em comparação a outro tipo de alojamentos, para além de valorizarem um contacto mais pessoal com a comunidade apelando à autenticidade e sustentabilidade do local (Tussyadiah e Pesonen, 2016). É estimado que a *sharing economy* atinja os 335 biliões de dólares em 2025 de acordo com a Pricehousecoopers, grande parte deste crescimento está no setor do turismo, onde o crescimento acelerado das plataformas *peer-to-peer* está a mudar o mercado, dando novas opções às pessoas no que diz respeito à estadia, o que fazer e de como explorar.

Esta economia adotou modelos diferentes de negócio sendo alguns dos quais muito idênticos ao do comércio tradicional, enquanto que outros apelam ao uso dos novos utilizadores *online* (OECD, 2016). Até agora o consumidor tem aderido de forma entusiástica aos serviços oferecidos por estas plataformas, sendo que o rápido crescimento das plataformas *peer-to-peer* deve-se a dois fatores, inovação tecnológica e às barreiras à entrada quase inexistentes (Zervas *et al.*, 2016). Os governos enfrentam um desafio complicado que alcance o equilíbrio certo entre estes diferentes modelos, garantindo que continuam a estimular a inovação ao mesmo tempo que desenvolvem o turismo como um todo (OECD, 2016).

2.6. Modelo de negócio das plataformas digitais

O exponencial crescimento de plataformas digitais tais como a Airbnb é um fenómeno bastante recente, que ainda não teve a reflexão académica necessária para compreender o seu real contributo. Se olharmos para os estudos já efetuados, encontramos dois motivos como sendo os principais pilares deste recente sucesso: motivos idealistas, como a autenticidade do contacto *P2P* existente neste tipo de estadias e os benefícios económicos extraídos pelos proprietários e seus hóspedes (Botsman e Rogers, 2010). Para Nguyen (2016), os hóspedes escolhem a Airbnb pelo facto de acharem mais barato em comparação com hotéis ou *hostels*. Optar pela Airbnb significa economizar, pois é possível obter melhor qualidade ou melhor condição por um menor custo. Este aspeto económico é de facto crucial para o modelo de negócios da Airbnb. O alojamento de curta duração segue o mesmo modelo que o dito alojamento tradicional, diferenciando-se na sua forma de divulgação, uma vez que esta tem o suporte e a vantagem promocional de estar inserida numa plataforma de renome mundial (Guttentag, 2015).

O mercado tradicional de alojamento turístico consiste no aluguer de quartos a empresas ditas formais, tais como hotéis. Empresas como a Airbnb vieram abalar este modelo, criando um mercado *online* que permite o aluguer de espaços de habitação de uma pessoa comum para outra, tudo isto em larga escala. O alojamento *peer-to-peer* é o modelo básico de *B & Bs*, e esta prática de alugar uma residência ou um quarto para turistas remonta a séculos passados. No entanto, este tipo de hospedagem era anteriormente limitado pelas dificuldades que os proprietários tinham em dar a conhecer as suas habitações aos seus potenciais hóspedes e pelo desafio de estabelecer a confiança necessária entre o hóspede e o proprietário. A Airbnb conseguiu ultrapassar estas dificuldades, explorando as novas tecnologias da *Web 2.0*, fornecendo uma infraestrutura tecnológica onde os proprietários podem promover sem esforço as suas habitações, tornando simples para os proprietários postarem a descrição da habitação, fotografias do espaço, comunicar com os hóspedes e receber os pagamentos.

Os anfitriões da Airbnb têm acesso gratuito a um serviço que lhes permite entrar sem esforço no mercado do alojamento local e competir com as empresas de alojamento tradicional pelos hóspedes de todo mundo. (Guttentag, 2015). Contudo, para ser possível competir com os meios de alojamento mais tradicionais é preciso estabelecer confiança entre os proprietários e os hóspedes. Meios mais tradicionais de alojamento possuem uma vantagem competitiva no que diz respeito a esta matéria, muito devido à sua reputação comercial e aos regulamentos de segurança implementados. Para conseguir estabelecer a confiança necessária as plataformas digitais tais como a Airbnb criaram um sistema de avaliações que permite aos hóspedes e aos proprietários avaliarem-se mutuamente, este sistema cria uma sensação de segurança adicional que aumenta de forma considerável a probabilidade de transação (Zervas *et al.*, 2016). Para o sucesso deste modelo de negócio é essencial juntar proprietários e hóspedes todos na mesma rede, evitando as negociações diretas que retiram a credibilidade e a segurança aos sistemas existentes. Para combater possíveis negociações diretas as plataformas digitais como a Airbnb possuem um algoritmo que bloqueia todas as mensagens que contenham qualquer tipo de informação pessoal, como email ou número de telemóvel, em contrapartida oferece serviços que facilitam as transações como pagamento com cartão de crédito, PayPal e a possibilidade de fazer um seguro.

Compartilhar as nossas casas tem sido comum desde sempre, quer seja através anúncios nos jornais, panfletos distribuídos pela comunidade e até do passa-a-palavra.

Estes tipos de transações sempre foram realizados de forma analógica e representavam da forma mais genuína o mercado *peer-to-peer*, *websites* como o *craigslist* conectaram os vendedores com os compradores, tornando estas transações muito mais comuns. Mas, mais recentemente plataformas como a *Airbnb* vieram revolucionar o mercado dos alugueres de curta duração, criando uma plataforma que serve de intermediário entre os vendedores e os consumidores finais (Samaan, 2015).

Tudo começou em 2007 quando os designers Brian Chesky e Joe Gebbia não puderam pagar a renda do seu apartamento em São Francisco. Para fazer face às despesas decidiram tornar o seu apartamento num local de hospedagem, mas não o queriam divulgar em *websites* de anúncios gratuitos como o *craigslist* uma vez que consideravam demasiado impessoal, e assim, em agosto de 2008 numa convenção em São Francisco apresentaram o *Airbed and Breakfast*, um simples site que continha fotos do seu espaço e a promessa de um bom e caseiro café da manhã. Numa fase inicial a empresa não teve o sucesso esperado e foi sobrevivendo com capitais próprios provenientes de uma campanha de venda de cereais (Brown, 2013). No início de 2009 a empresa foi financiada pela *Y Combinator*, uma aceleradora de *startups*, que alterou o nome da empresa para o atual *Airbnb* e percebeu que teriam de começar a cobrar por cada reserva para não ser apenas um simples *site* de troca de mensagens, e nesse mesmo ano a empresa conseguiu ser pela primeira vez autossustentável (Salter, 2012). Contudo, a *Airbnb* não estava a ganhar a força pretendida em cidades como Nova Iorque e identificou como maior problema a má qualidade das fotos publicadas pelos seus usuários, assim numa decisão ousada decidiram alugar uma máquina fotográfica profissional e foram às propriedades listadas na cidade tirar novas fotos. Esta decisão permitiu aumentar os lucros para o dobro no final desse mesmo mês, percebendo esta lacuna a *Airbnb* lançou no verão de 2010 um programa de fotografia, onde os usuários poderiam agendar automaticamente um fotógrafo profissional para fotografar o seu espaço, este programa apesar de dispendioso revelou-se um sucesso e lucrativo a longo prazo (Brown, 2013).

A *Airbnb* permite que três tipos de propriedades sejam listados no seu *site*, quarto privado, quarto partilhado ou espaço inteiro, que pode ir desde um pequeno estúdio, uma mansão ou até um castelo. Ao contrário dos hotéis e outros provedores tradicionais de alojamento, a *Airbnb* não possui nenhuma das propriedades apresentadas no seu *site*, em vez disso desempenha o papel de intermediário entre os proprietários e os clientes. A principal fonte de receita provém da percentagem aplicada a cada reserva efetuada que

pode variar entre os 9 e os 15%, este método difere dos operadores tradicionais que no caso dos hotéis aplicam taxas por cada noite de estadia, ou uma renda mensal no caso do alojamento tradicional. As taxas da Airbnb são frequentemente inferiores à média das taxas dos hotéis, mas muito mais altas que a média do valor mensal de arrendamento de um apartamento.

Em abril de 2016 existiam 2,3 milhões de anúncios divididos por 34000 cidades de todo o mundo, um aumento de 4000% no espaço de cinco anos (Sawatzky, 2016). A Airbnb no ano de 2017 foi avaliada em 30 bilhões de dólares americanos e as receitas ascenderam os 3,5 bilhões de dólares, sendo a principal fonte de rendimento as comissões que recebe das reservas de alojamento (Forbes, 2018).

2.7. Problemas associados ao Alojamento Local

A crescente massificação do turismo tem vindo a alterar as relações entre os turistas e os residentes, principalmente nas cidades mais históricas da Europa. A pressão turística é particularmente mais intensa nas áreas centrais das cidades, tal pressão é notável quando determinados recursos (terrenos, edifícios, estradas, lugares de estacionamento) passam a ser limitados. Fatores como o preço das habitações e instalações de comércio, têm vindo a afastar cada vez mais os habitantes e comerciantes dos centros das cidades, situação que ameaça o desenvolvimento e sustentabilidade de um local (Russo, 2002). Atualmente é possível verificar que num só edifício se encontram vários apartamentos destinados a alugueres de curta duração, provocando uma sensação de insegurança devido às constantes mudanças de hóspedes, para além de todo o ruído e perturbações que estes originam. Este impacto negativo na qualidade de vida dos habitantes pode ser imposto por qualquer tipo de aluguer de curta duração seja a unidade inteira ou não, e independentemente de ser alugado ocasionalmente ou constantemente (Wegmann e Jiao, 2017).

Cohen e Muñoz, (2016), realizaram uma pesquisa que consistia em encontrar uma casa de férias para alugar num dos bairros mais conhecidos de Barcelona (Barceloneta), e descobriram que existiam 294 opções de aluguer, sendo 192 o apartamento inteiro e o restante quartos para alugar, um número bastante elevado tendo em conta a dimensão geográfica do local. O volume de turistas neste bairro e o número elevado de casas Airbnb,

gerou uma onda de revolta por parte dos habitantes, que levou a que fossem feitas várias manifestações e mais de 200 queixas à “associação de vizinhos” contra o excesso de turismo. Para combater a expansão deste tipo de negócio, a cidade proibiu a emissão de novas autorizações para indivíduos que procuram alugar as suas casas parcialmente ou totalmente. Barcelona não é caso único no mundo, em muitas outras cidades os habitantes também demonstraram a sua preocupação com a recente “explosão” deste fenómeno. Cidades como Berlin, Nova Iorque, Portland e Oregon, também tiveram as suas batalhas com a Airbnb, embora estas tenham acordado com a Airbnb para que houvesse um maior controlo no licenciamento (Cohen e Muñoz, 2016). No caso da cidade de Berlim o uso das plataformas de divulgação de apartamentos para férias foi mesmo proibido, sendo apenas permitido a divulgação de quartos para alugar. Esta foi a medida encontrada pelo governo para combater a inflação do preço das casas para arrendar, que de 2009 a 2014 subiu 56% (Pinto, 2017).

Em Amesterdão o aumento do número de alojamentos locais está a atrair cada vez mais turistas para as zonas centrais da cidade, o que provoca um efeito negativo sobre a vida dos moradores. O incómodo que os turistas mais barulhentos e festeiros criam nos moradores locais é um dos efeitos negativos apontados, para além deste, o aumento dos preços dos imóveis esta a afastar quem realmente quer morar no centro da cidade, e por fim o tecido empresarial começa a alterar-se, empresas que criavam laços com os habitantes locais são substituídas por empresas que se concentram apenas nos turistas, mercearias locais são substituídas por empresas de aluguer de bicicletas entre outros exemplos (Zee, 2016).

Mesmo reconhecendo as potenciais desvantagens deste serviço oferecido pela Airbnb, ainda não existe uma noção do efeito que este tipo serviços *online* têm em grande escala. Em sua defesa, a Airbnb a realizou uma pesquisa a mais de 4000 unidades em Barcelona e descobriu que 75% dos proprietários apresentaram rendimentos abaixo da média nacional, e que o rendimento extra proveniente deste aluguer, permite tornarem as suas próprias casas mais sustentáveis. Este serviço tem o potencial de aumentar a eficiência do mercado, e gerar trabalho independente para pessoas que de outra forma estariam desempregadas. No entanto, muitos economistas e políticos, afirmam que estas plataformas exploram os freelancers deixando-os sem pensão, sem subsídio de desemprego e geralmente sem cuidados de saúde e outros benefícios associados aos trabalhos de tempo inteiro (Cohen e Muñoz, 2016).

2.8. Síntese e conclusões

Neste capítulo foram apresentados de forma estruturada conceitos importantes do mercado do turismo e do alojamento local, todas elas relevantes para a compressão da temática e do problema de investigação em estudo. A revisão bibliográfica efetuada permitiu retirar algumas conclusões prévias, tais como:

- É quase inexistente conteúdo bibliográfico sobre a temática do alojamento local;
- O alojamento local apresenta características diferenciadoras e exclusivas que o tornam um caso de sucesso;
- O fenómeno do alojamento local veio para ficar, evidenciado pela crescente procura destas unidades de alojamento nas principais cidades europeias;
- Existem características idênticas entre os turistas que preferem este tipo de alojamento de particularidades ímpares;
- A *sharing economy* tem um grande contributo na “nova” economia, impulsionado pelo exponencial crescimento das novas tecnologias;
- Plataformas digitais tais como a Airbnb, Booking, HomeAway foram as principais impulsionadoras do setor, pois viabilizaram a comunicação e as transações entre os proprietários e os seus hóspedes;
- Apesar do indiscutível sucesso deste setor, existem vários problemas associados ao fenómeno que podem pôr em causa o futuro do setor;
- Ainda não existe uma análise das características do alojamento local na cidade do Porto, que permita retirar as conclusões necessárias para perceber o seu contributo;

Resumindo, o turismo tem se mostrado um setor cada vez mais importante para a economia do país, com especial atenção ao alojamento local, que tem permitido impulsionar economias locais. Na cidade do Porto o turismo tem vindo a crescer de forma significativa, sendo atualmente dos destinos mais procurados da Europa.

Por último, podemos concluir que não existe uma caracterização às unidades de alojamento local da cidade do Porto, nem ao perfil dos empresários do setor, como tal uma análise já se justificaria, sendo inegável a importância deste tipo de alojamento na recente evolução da cidade Porto como destino turístico.

3. Realidade do Alojamento Local na cidade do Porto

3.1. Introdução

O principal objetivo deste capítulo é perceber esta nova realidade que é o alojamento local, dando a conhecer a evolução deste setor e do turismo na cidade onde foi realizado o estudo empírico.

Na secção 3.2 é realizado um enquadramento legal desta atividade da nossa economia, a secção 3.3 demonstra a história do alojamento local em Portugal, que, apesar de ser uma atividade que sempre existiu nas zonas mais costeiras, só agora com o aparecimento das novas tecnologias e com a legalização do setor é que evoluiu notavelmente. Na secção 3.4 é apresentado o número de unidades AL registados na cidade do Porto. Na secção 3.5 é evidenciada a evolução do setor do alojamento local na cidade do Porto nos últimos anos. A secção 3.6 é dedicada à cidade do Porto, dando a conhecer um pouco da cidade e as características que fazem dela um dos destinos mais procurados da Europa. Na secção 3.7 é realizada uma análise SWOT ao turismo da cidade do Porto e, por último, na secção 3.8 é sintetizado todo o capítulo.

3.2. Enquadramento legal

Segundo o guia técnico Alojamento Local Regime Jurídico realizado pelo turismo de Portugal a figura do alojamento local foi criada pelo Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, para regular a prestação de serviços de alojamento temporário em estabelecimentos que não reunissem os requisitos legalmente exigidos para se qualificarem como empreendimentos turísticos. Assim, o regime jurídico dos Estabelecimentos de Alojamento Local consta atualmente, do Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril. Este último diploma entrou em vigor no dia 22 de junho de 2015. Os estabelecimentos de alojamento local obedecem a 3 modalidades:

- Apartamento - estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por uma fração autónoma de edifício ou parte de prédio urbano suscetível de utilização independente;
- Moradia - estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por um edifício autónomo, independente;
- Estabelecimento de Hospedagem/*Hostel* - estabelecimento de alojamento local cujas unidades de alojamento são constituídas por quartos;

A Prestação a turistas de serviços remuneradas de alojamento em quartos, está também abrangida pelo regime jurídico do alojamento local e sujeita ao Decreto-Lei n.º 128/2014. Os estabelecimentos de alojamento devem:

- Apresentar adequadas condições de conservação e funcionamento das instalações e equipamentos;
- Estar ligados à rede pública de esgotos ou dotados de fossa sépticas dimensionadas para a capacidade máxima do estabelecimento;
- Estar dotados de água corrente quente e fria;
- Ter uma janela ou sacada com comunicação direta para o exterior que assegure as adequadas condições de ventilação e arejamento;
- Estar dotadas de mobiliário, equipamento e utensílios adequados;
- Dispor de um sistema que permita vedar a entrada de luz exterior;
- Dispor de portas equipadas com um sistema de segurança que assegure a privacidade dos utentes;
- Todos os estabelecimentos são obrigados a ter livro de reclamações;

Ao nível da segurança, os estabelecimentos com capacidade superior a dez utentes devem cumprir as regras de segurança contra o risco de incêndio nos termos dispostos no Decreto-Lei n.º 220/2008, de 12 de novembro e do regulamento técnico constante da portaria n.º 1532/2008, de 29 de dezembro. Os estabelecimentos de alojamento local com capacidade igual ou inferior a dez utentes devem cumprir os seguintes requisitos de segurança:

- Possuir extintor e manta de incêndio acessíveis aos utentes;
- Possuir equipamento de primeiros socorros acessível aos utentes;
- Afixar, em local visível aos utentes, o número nacional de emergência (112);

3.3. Alojamento Local em Portugal

O alojamento local que a partir deste ano se designa por AL é desde há muitos anos mesmo que informalmente, uma atividade importante do turismo português. De facto, em Portugal principalmente nas zonas de maior incidência turística, existe uma tradição histórica de oferta de apartamentos, moradias e quartos para arrendamento, muito antes desta atividade ter sido regulamentada e legislada. A regulamentação a par da crescente exigência dos hóspedes permitiu ao conceito AL registar uma evolução notável nestes últimos anos, uma vez que conduziu à estabilidade fiscal e jurídica necessária para que houvesse mais investimento neste setor (AHRESP, 2017).

Os estabelecimentos até agora eram de uma forma geral de características muito distintas e irregulares, sendo que os seus proprietários se viram na necessidade de não apenas cumprir as legislações em vigor, mas também de satisfazer as necessidades e expectativas dos hóspedes. Esta atividade não foi ainda analisada de uma forma profunda, sendo que, atualmente tal análise já se justificaria. Só neste ano de 2017, Portugal apareceu em cerca de 113 publicações internacionais como “destino a não perder em 2017” sendo que o Porto segue esta tendência de crescimento da procura. Neste contexto, o alojamento local tem vindo a crescer, focando-se na diversificação da oferta cada vez mais personalizada, que oferece aos hóspedes uma experiência mais íntima que exprime os reais valores de uma cidade. Entre janeiro e julho de 2017 foram registados 1623 novos alojamentos locais no concelho do Porto, um aumento de 147% face ao mesmo período de 2016, é de registar, que atualmente, o Porto é o terceiro concelho do país com mais imóveis registados, ficando apenas atrás dos concelhos de Albufeira e Lisboa. Em fevereiro de 2018 segundo dados do (RNAL, 2017) em Portugal estão registados cerca de 53338 estabelecimentos de diferentes tipologias, sendo 4595 localizados no concelho do Porto.

Este tipo de alojamento é normalmente oferecido através de plataformas digitais, sendo as principais a Airbnb, Homeaway, Tripadvisor/HolidayLettings e Booking. É de notar que no concelho do Porto ainda existe uma disparidade entre as casas registadas no registo nacional do turismo (4595) e as casas que estão a exercer a atividade AL (6008) (AirDNA, 2017). Um dos principais fatores que contribuíram para o sucesso e o crescimento da atividade é a facilidade existente de contacto entre os cidadãos de todo

mundo trazida pela internet. Nos dias de hoje, qualquer proprietário de um estabelecimento pode através da internet rentabilizar o seu imóvel, colocando-o nas plataformas destinadas a arrendamento AL existentes. Pode-se afirmar que antes da globalização este fenómeno não concorria com os ditos tradicionais métodos de alojamento, sendo que agora é visto como um verdadeiro concorrente (AHRESP, 2017).

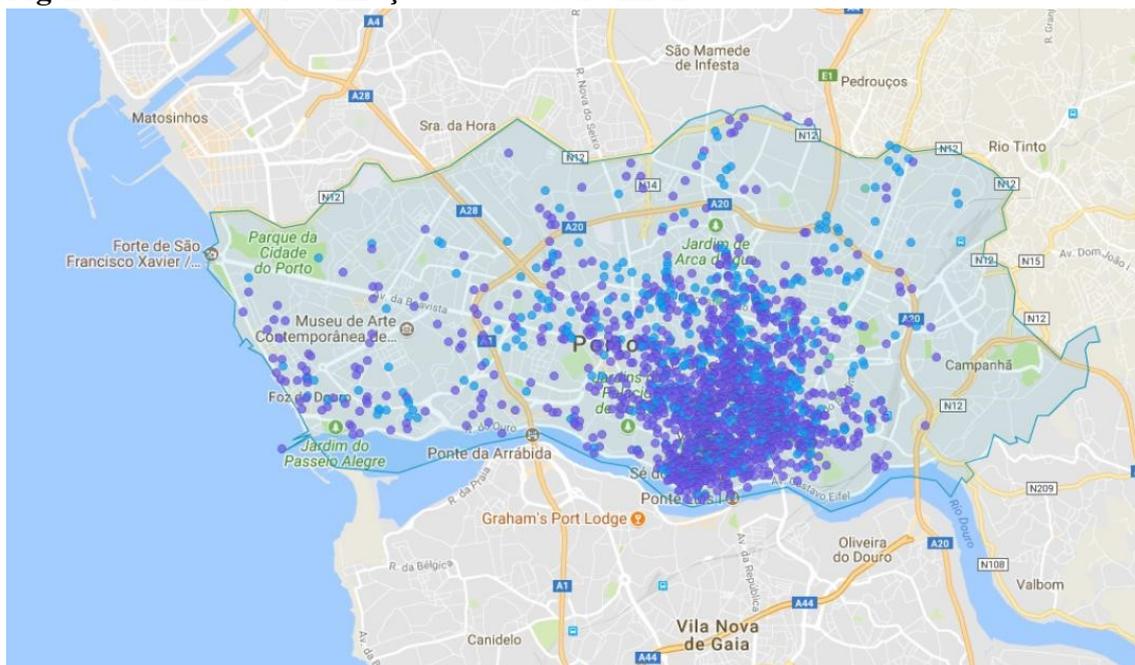
Existem também outros fatores que podem potencializar ainda mais esta atividade, nomeadamente, o investimento estrangeiro, o desenvolvimento criativo, a existência dos fatores críticos de sucesso identificados pelos empresários e, por último, o poder da recomendação *peer-to-peer*. O alojamento local criou empregos e novas fontes de rendimento para muitas famílias e empreendedores, porém, também criou atritos entre este tipo de alojamento e o alojamento tradicional.

A legislação existente foi criada de forma a que todos os estabelecimentos fossem legalizados, para que dessa forma não haja uma concorrência desleal entre estes dois tipos de alojamento. Existe também outro problema que é levantado pelos condomínios que não querem no seu seio estabelecimentos de alojamento local, pelo que, afirmam que estes não são de cariz residencial, mas comercial. Este tema está atualmente a ser discutido nos tribunais portugueses, não existindo até agora um consenso, apesar destes problemas, o alojamento local veio para ficar, uma vez que existe uma crescente procura para este tipo de alojamento de características totalmente distintas das existentes na hotelaria (AHRESP, 2017). Posta esta situação, o governo deverá optar por uma solução que passe por aplicar uma regra que dita que quem alugar um quarto ou o total da habitação temporariamente pague mais de condomínio. Esta já é uma prática recorrente em muitos condomínios, como tal, responsáveis do governo defendem que “*é necessário regular de forma inteligente o alojamento local para que se resolva o problema e não se mate uma atividade da nova economia que é benéfica ao país*”. Esta proposta integra o relatório de grupo de trabalho constituído pelo governo, o PS e o BE sobre políticas de habitação (Almeida, 2017).

3.4. Número de unidades e localização

Após uma breve análise à localização dos alojamentos locais existentes no distrito do Porto verificou-se que naturalmente, grande parte se localizava no centro histórico da cidade do Porto.

Figura 1. Número e localização dos estabelecimentos



Fonte: AirDNA, 2018.

Pelos dados da AirDNA, em fevereiro de 2018 existiam 6008 estabelecimentos AL no concelho do Porto, sendo que apenas 4595 é que encontravam devidamente inscritos e legalizados, o que corresponde a cerca de 76,5% do total de estabelecimentos atualmente ativos. Quanto à sua localização a maior parte se encontra em pleno “coração” da cidade, mais propriamente entre a ribeira do Porto e a Rua da Constituição.

3.5. Evolução do Alojamento Local na cidade do Porto

Gráfico 1. Evolução do registo de unidades Alojamento Local Porto



Fonte: RNAL - Registo Nacional Alojamento Local, 2018.

É possível verificar que de ano para ano existe um aumento significativo do número de pessoas interessadas em alugar a sua habitação ou quarto, aumento este, justificado pelo exponencial crescimento de turistas na cidade do Porto. O crescimento e a evolução do número de unidades de alojamento local foram notórios nos últimos anos, e, como podemos verificar pelo gráfico acima, de ano para ano o número de registos duplica, demonstrando o peso desta atividade no turismo da cidade do Porto.

3.6. Destino Porto

O turismo tem vindo a ter um crescimento notável nos últimos anos em Portugal, este tem sido bastante visível e importante na cidade e região do Porto. Numa cidade que tem vindo nas últimas décadas a perder fulgor económico em muitas vertentes, o aumento da afluência turística é um fator positivo.

A cidade do Porto está localizada no norte de Portugal e é considerada a segunda cidade do país. Nas últimas décadas o Porto sofreu uma grande remodelação sendo atualmente reconhecida como uma cidade cultural e cosmopolita. O posicionamento da cidade do Porto como sendo destino turístico foi confirmado em 1996 quando o centro histórico foi declarado como UNESCO WHS. Esta distinção estabeleceu a relevância do Porto como centro cultural, projetou a sua imagem a nível internacional e motivou um conjunto de intervenções que permitiu preservar e reconstruir o seu património cultural.

Em 2001 a cidade foi escolhida para ser capital europeia da cultura, fator que permitiu aumentar a sua visibilidade internacional, posteriormente, houve um investimento na construção e na melhoria dos espaços públicos urbanos e infraestruturas de eventos culturais. O resultado foi o surgimento de um Porto “renovado”, cujo desenvolvimento é fortemente baseado no crescimento do turismo, e é caracterizado por misturar tradição e autenticidade com inovação e modernidade. Um dos processos mais importantes que transformaram o Porto numa capital europeia foi o da revitalização do centro da cidade, até recentemente a cidade do Porto era caracterizada pela degradação de edifícios e espaços públicos e também pela perda de funções residenciais e comerciais (Ramires *et al.*, 2016).

No entanto, hoje em dia é reconhecida pela imprensa internacional com sendo uma cidade dinâmica. Muitos dos seus edifícios antigos em que a sua função original era o comércio tradicional há muito que desapareceu, estes mesmos edifícios foram convertidos em restaurantes modernos, bares e lojas elegantes. O centro da cidade, além de ser uma atração turística importante, agora apela a um maior número de residentes, pois oferece um cenário patrimonial, cultural e vida cosmopolita (Ramires *et al.*, 2016).

Em 2008 apenas cerca de 25% dos edifícios eram considerados como estando em bom estado de conservação, sendo que, no final do ano de 2016 este número subiu para

39% (Santos *et al.*, 2017). Foi com os votos dos viajantes mundiais de 174 países que o Porto conquistou o título de melhor destino europeu pela terceira vez (2012, 2014, 2017). Viajantes dos EUA, Reino Unido, França, Dinamarca, África do Sul, Coreia do Sul, Irlanda, Canadá, entre outros votaram no Porto em primeiro lugar nesta competição. O site *European best destinations* classifica a cidade do Porto como sendo excepcional em várias vertentes tais como história, arquitetura, cultura, gastronomia, comércio, encontros e descobertas.

3.7. Análise SWOT do turismo da cidade do Porto

O turismo na cidade do Porto tem crescido exponencialmente ao longo dos anos, sendo atualmente reconhecido internacionalmente como um dos melhores destinos europeus.

A análise SWOT permite fazer um diagnóstico estratégico da cidade do Porto enquanto destino turístico, identificando os pontos fortes que o distinguem de outros destinos turísticos e os pontos fracos que impedem a ocorrência de um ainda maior crescimento, também possibilita uma análise ao ambiente externo, identificando todas as possíveis oportunidades, ou seja, todos os fatores que possam contribuir para o sucesso da cidade e ainda as potenciais ameaças enquanto destino turístico.

Pontos fortes/ Strengths

1. Vasto acervo histórico, cultural e arquitetónico (O centro histórico do Porto é Património Cultural da Humanidade)
2. Destino de raízes genuínas onde os costumes e tradições estão bem evidenciadas;
3. Destino a menos de três horas de distância dos principais mercados europeus;
4. Ambiente tranquilo e seguro em comparação com outros destinos;
5. Serviços de elevada qualidade;
6. Vasta diversidade de atividades e experiências com a natureza;
7. Atendimento personalizado e ambiente familiar;
8. Gastronomia e vinhos;
9. Diversidade de animação noturna;
10. Elevado número de eventos;

Pontos Fracos/ Weaknesses

1. Escassez de capacidade hoteleira;
2. Localização geográfica periférica;
3. Défice de imagem e notoriedade nos mercados internacionais;
4. Ausência ou má sinalização turística;
5. Falta de recursos humanos qualificados no setor e em setores adjacentes com influência direta no turismo;
6. Falta de limpeza das ruas e higiene em geral (escasso número de WC's Públicos);
7. Mau estado de conservação de alguns monumentos e recursos históricos;

Oportunidades/ Opportunities

1. Crescimento sustentado da indústria turística nos próximos vinte anos;
2. Emergência de novos padrões de consumo e motivações, beneficiando destinos turísticos de raízes mais autênticas e de maior qualidade ambiental (Cultura, Património, Natureza, Gastronomia, etc.);
3. Terminal de cruzeiros turísticos;
4. Investimento na promoção do destino nos mercados-alvo;
5. Aumento de número de eventos culturais como (festivais, peças de teatro, etc.);
6. Recuperação do património edificado da cidade;

Ameaças/ Threats

1. Dificuldades em afirmar a cidade do Porto nos principais mercados internacionais,
2. Perda de oportunidades de atração de novos investidores, devido a obstáculos burocráticos;
3. Companhias *low-cost* deixarem de operar no Aeroporto Sá Carneiro, substituição de rotas ou mesmo encerramento;
4. Falta de atuação em rede e escala de todos os intervenientes no setor do turismo;
5. Fraco potencial de retenção dos visitantes;
6. Crise económica e financeira instalada nacionalmente e internacionalmente;

Tabela 1. Análise SWOT do destino turístico Porto

Pontos Fortes/ Strengths	Pontos Fracos/ Weaknesses
Riqueza do Património Histórico-cultural	Capacidade hoteleira
Autenticidade	Localização
Proximidade	Notoriedade Internacional
Qualidade	Sinalização turística
Hospitalidade	Recursos Humanos
Diversidade de Recursos Naturais	Limpeza e Higiene
Gastronomia e Vinhos	Conservação do património
Número de eventos	
Animação noturna	
Segurança	

Oportunidades/ Opportunities	Ameaças/ Threats
Crescimento do turismo	Dificuldade de afirmação
Novos padrões de consumo	Questões burocráticas
Terminal de cruzeiros	Falta de cooperação entre os agentes do turismo
Investimento na promoção da cidade	Falta de retenção dos visitantes
Maior número de eventos culturais	Crise nacional e internacional
Recuperação do património degradado	Perda de rotas <i>low-cost</i>

Fonte: Autor, baseado na Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal 20152020 e no Turismo 2020

3.8. Síntese e conclusões

Neste capítulo foi feito um enquadramento do local onde foi realizado o nosso estudo, apresentando alguns conceitos e descritas as características que fazem da cidade do Porto um destino turístico de sucesso. O setor do alojamento local não é recente em Portugal, pelo que existe uma tradição histórica de oferta de apartamento e moradias para alugar, até recentemente este setor não era regulado, pelo que a maiorias das propriedades atuavam na ilegalidade. Os estabelecimentos existentes eram de uma forma genérica de

características distintas, pelo que o facto de a cidade do Porto ter sido considerada várias vezes como melhor destino europeu fez com que os proprietários se focassem cada vez mais no potencial desta atividade, adaptando-se às expectativas dos hóspedes. Atualmente, a cidade do Porto conta com 6008 estabelecimentos AL, sendo a grande maioria situados no centro histórico da cidade, de notar que de ano para ano a evolução tem sido notável, passando de 1,2% do total dos registos efetuados em Portugal para 55,7%. A cidade do Porto possui imensos atributos que fazem dela um destino apetecível, destacamos o centro histórico da cidade pelo seu lado cultural e arquitetónico, o ambiente tranquilo e seguro que se encontra nas ruas da cidade, a gastronomia e os vinhos, e as raízes genuínas bem evidenciadas em toda a cidade.

4. Metodologia de investigação

4.1. Introdução

O método científico é crucial para validar as pesquisas e para os resultados daí provenientes serem aceites. A pesquisa para ser científica, requer um procedimento formal realizado de forma sistematizada, utilizando para isso técnicas específicas e método próprio (Rudio, 1980). Desta forma, entende-se que é de vital importância delinear a melhor metodologia a utilizar, pois esta tem um impacto significativo nos resultados obtidos.

O estudo de um determinado problema, seja ele para a resolução de uma necessidade corrente, ou tentativa de uma explicação científica de um fenómeno, exige o uso de informação. Devido há pouca informação existente acerca desta nova temática foi necessário criar dados primários que permitem daí extrair todas as respostas necessárias para responder às questões de investigação levantadas.

Para a realização deste estudo foi realizado um inquérito por questionário aplicado aos proprietários deste tipo de alojamento, desde que cumpram os seguintes requisitos:

- A propriedade deverá estar registada no Registo Nacional do Alojamento Local;
- A propriedade tem de pertencer ao concelho do Porto;

Estes requisitos foram criados de forma a limitar a amostra, pois o pretendido é conhecer a realidade deste tipo de estabelecimentos apenas do centro histórico da cidade do Porto.

A secção 4.2 enumera as principais questões de investigação de acordo com o objetivo do estudo. A secção 4.3 retrata a metodologia utilizada para a obtenção dos dados e resultados pretendidos. Na secção 4.4 é demonstrado todo o processo de desenvolvimento do questionário, assim como a sua relação com os objetivos do estudo. Na secção 4.5 é feito um enquadramento da análise efetuada. A secção 4.6 descreve todo o processo de recolha dos dados necessários à concretização do estudo e, por último a secção 4.7 é dedicada às conclusões do capítulo.

4.2. Enumeração das questões de investigação

A formulação de um problema consiste em explicar de forma explícita, clara, compreensiva e operacional, qual a problemática em questão e o que pretendemos resolver. Para tal, é necessário limitar o seu campo e apresentar as suas características. Desta forma, o objetivo da formulação do problema, é torná-lo o mais específico, inconfundível e individualizado (Rudio, 1980).

Nos últimos anos temos vindo a assistir a um grande aumento da procura turística, pelo que, a cidade do Porto não foge a esta tendência. Um setor onde esse crescimento é mais notável é o do alojamento local que nos últimos anos tem vindo a crescer de forma consecutiva. É sabido que este setor em específico ainda sofre de algumas carências, nomeadamente no que diz respeito à sua legislação, comparado com o alojamento dito tradicional (ex: hotéis) este levanta muitas questões ainda por resolver. Por outro lado, este recente fenómeno veio permitir uma verdadeira revolução na reconstrução e requalificação de imóveis que até agora se encontravam inutilizados. A verdadeira realidade deste setor ainda é deveras desconhecida, não existindo dados nem informações acerca das características deste tipo de alojamento, pelo que é de bom senso afirmar que a qualidade da oferta existente neste setor poderá ter um impacto significativo na imagem de um destino. Existem vários fatores que podem levar as organizações a não conseguir atingir os padrões de qualidade pretendidos como por exemplo; más condições das infraestruturas; falta de formação dos empresários e dos intervenientes; rutura do material necessário à satisfação dos clientes e falhas de comunicação, estes são alguns dos fatores que podem contribuir para a degradação de um negócio.

Posto isto, a questão de investigação levantada aquando da escolha do tema foi: O alojamento local tem contribuído para o sucesso do destino Porto? Para a obtenção da solução que responda a esta problemática foi necessário identificar a oferta existente e analisar o perfil dos proprietários/empresários que investem neste setor ou daqueles que viram nesta atividade uma oportunidade de rentabilizar o seu património. A pesquisa quantitativa através da aplicação de um questionário recolherá a informação necessária para a obtenção destes objetivos específicos:

- Identificar o perfil dos proprietários/empresários (idade, género, formação académica);
- Identificar as expectativas e motivações criadas pelos proprietários/empresários, no momento da escolha do negócio, assim como identificar as suas perceções sobre a qualidade dos seus alojamentos;
- Quantificar o número de estabelecimentos que cada proprietário/empresário e o montante investido;
- Perceber quais são as ameaças que os empresários identificam como sendo preocupantes para a evolução do setor ex: (aumento de impostos, recessão económica etc...);
- Caracterizar a oferta existente por dimensão, preço, zona geográfica, serviços e condições que oferecem ex: (tipologia, idade do imóvel, serviço de pequeno almoço, serviços de limpeza, internet, eletrodomésticos etc...);

Esta informação ajuda a compreender que tipo de equipamentos gerem e quais as suas principais características. Estas questões permitem aferir a qualidade da oferta existente na cidade do Porto, percebendo quais são as comodidades e serviços que oferecem, e se essas mesmas contribuem para a promoção do destino. Este inquérito também possibilita uma caracterização do proprietário/empresário, sendo esta relevante na medida em que, permite perceber se as expectativas criadas estão alinhadas com a realidade do setor, e quais são os seus receios para o futuro do alojamento local.

4.3. Metodologia utilizada na investigação

Com o objetivo de responder da melhor forma à questão de investigação colocada, a opção escolhida foi realizar um inquérito por questionário. Este método vai gerar os dados necessários para conseguir atingir o objetivo do estudo, sendo que a construção de um questionário não é uma tarefa fácil pois não existe uma metodologia padrão para o seu desenvolvimento. No entanto existem recomendações que vários autores com relação a este processo científico de pesquisa recomendam:

- Planear o que vai ser avaliado;
- Formular as perguntas para obter os dados/informações necessários;
- Definir o texto e a ordem das perguntas assim como o aspeto visual do questionário;
- Testar o questionário para verificar se existem missões e ambiguidades nas perguntas numa pequena amostra;
- Se necessário, corrigir os problemas e fazer novo pré-teste;

Neste trabalho de investigação foi desenvolvido um inquérito por questionário, numa perspetiva quantitativa com base nos objetivos da investigação de um estudo realizado pelo ISCTE (Instituto Universitário de Lisboa) com a coordenação da Doutora Hélia Pereira que se intitula de Qualificação e Valorização do Alojamento Local (AHRESP, 2017) e na revisão de literatura realizada.

O questionário é constituído por vinte e quatro questões, sendo elas de escolha direta, perguntas de múltipla escolha e de escalas de avaliação. Estes são os tipos de perguntas mais utilizados em questionários, que neste caso se adequam perfeitamente ao objetivo da investigação. Este divide-se em três partes:

1. Nesta parte são feitas questões que permitam aferir as motivações e receios dos empresários do alojamento local, assim como, perceber de que forma este setor contribui para o desenvolvimento da cidade Porto.
2. Nesta segunda parte, o objetivo é avaliar a qualidade das unidades de alojamento local existentes na cidade do Porto. O tipo de imóvel, a capacidade do imóvel, a caracterização do espaço envolvente, comodidades oferecidas, serviços disponibilizados, fatores de diferenciação em relação aos concorrentes são questões essenciais para a concretização do objetivo do estudo.
3. Na última parte é pretendido identificar o perfil dos empresários deste setor.

Na realização do questionário, foi utilizada linguagem simples e objetiva de forma a não suscitar nenhuma ambiguidade nas questões efetuadas. A objetividade das questões foi valorizada, para que a realização do mesmo não seja considerada complexa e maçadora, pois consideramos estes os principais motivos para que haja uma quantidade considerável de questionários não respondidos.

4.4. Desenvolvimento do questionário

Como referido anteriormente, a temática em estudo não possui nenhum tipo de dados secundários que permitam daí retirar as conclusões necessárias para responder à questão de investigação colocada. Posto este problema, foi decidido que o uso de dados primários permitiria a obtenção da informação necessária para realização de uma análise mais aprofundada e fidedigna. O inquérito por forma de questionário é reconhecido como uma das formas mais fiáveis no que diz respeito a recolha de dados, como tal, a escolha incidiu sobre este método. Para validação do mesmo foi necessário recorrer a um estudo realizado pelo ISCTE (Instituto Universitário de Lisboa) com a coordenação da Doutora Hélia Pereira e promovido pela AHRESP (Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal), que utilizou o mesmo método de pesquisa pretendido, mas aplicado numa zona geográfica distinta.

O método de amostragem adotado foi o da amostragem não-probabilística por conveniência, esta consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível, ou seja, foram selecionados todos os proprietários de unidades de alojamento local localizadas no concelho do Porto inscritos na entidade RNAL (Registo Nacional de Alojamento Local) que possivelmente estão mais dispostos a responder às questões colocadas. Ao nível geográfico, entendemos que seria mais adequado cingir-nos apenas ao concelho do Porto, muito devido à sua afluência turística e à sua elevada concentração de propriedades. Este tipo de amostragem é a mais apropriada, pois ao nível da operacionalidade não existem grandes entraves para além dos custos associados não serem significativos. As questões colocadas foram maioritariamente de resposta fechada (questões diretas, de escala e de escolha múltipla), são curtas, não existe nenhum tipo de ambiguidade e abrangem todos os pontos a questionar. No questionário foram utilizadas escalas de medida, nomeadamente e neste caso em concreto a escala de Likert, ou seja, os respondentes não apenas respondem se concordam ou não com determinado assunto, mas também especificam o nível de concordância ou discordância. A forma como foi construído o questionário facilita o tratamento e análise da informação, uma vez que é bastante objetivo e requer um menor esforço por parte dos inquiridos aos quais é aplicado. Posto isto, apresento a estrutura do inquérito em correspondência com os objetivos operacionais pretendidos:

Tabela 2. Relação objetivos operacionais com as questões do inquérito

Objetivos gerais	Objetivos Operacionais	Questão do Inquérito
<i>Caracterizar o perfil dos empresários do setor do alojamento local</i>	1 – Identificar e caracterizar o perfil do proprietário/empresário.	21.Sexo 22.Ano de Nascimento 23.Habilitações Literárias 24.Para além da sua atividade de alojamento local, possui mais alguma atividade profissional?
	2 – Quantificar o número de estabelecimentos que cada proprietário/empresário possui e o montante investido.	1. Qual o número de estabelecimentos que possui? 7. Qual foi o montante investido (euros)?
<i>Aferir a perceção dos empresários relativamente ao futuro do setor e à qualidade do alojamento</i>	3 - Identificar as expectativas e motivações criadas pelos proprietários/empresários, no momento da escolha do negócio, assim como identificar as suas perceções sobre a qualidade dos seus alojamentos e a sua importância para a cidade do Porto.	2.Quais as suas motivações para a realização do negócio? 5.Como classifica os seguintes fatores relacionados com a qualidade do seu alojamento? 6.Como classifica a importância do alojamento local para a cidade do Porto, nos seguintes aspetos.
	4 – Perceber quais são as ameaças que os proprietários/empresários identificam com sendo preocupantes para a evolução do setor ex: (aumento de impostos, recessão económica etc...).	3.Classifique o impacto dos seguintes obstáculos à evolução do setor do alojamento local. 4.Quais os seus receios para o futuro do alojamento local?
<i>Caracterizar as unidades de alojamento local da cidade do Porto</i>	5 - Caracterizar a oferta existente, por dimensão, preço, zona geográfica, serviços e condições que oferecem ex: (tipologia, idade do imóvel, serviço de pequeno almoço, serviços de limpeza, internet, eletrodomésticos etc...).	8.Tipo de imóvel 9.Tipo de aluguer 10.Qual a anterior utilização do seu imóvel? 11.Desde que ano tem alojamento local? 12. Indique a capacidade do seu alojamento 13. Indique as características do espaço 14. Quais as comodidades oferecidas no seu alojamento? 15.Quais os serviços disponibilizados no seu alojamento? 16.Quais as características que destaca no seu alojamento? 17.Qual a taxa de ocupação nas seguintes datas/épocas? 18.Quais as plataformas de aluguer que utiliza na divulgação do seu alojamento? 19.Qual é o preço médio por pessoa/noite de estadia na sua principal unidade de alojamento? 20.Quais as formas utilizadas para a promoção do seu alojamento?

Fonte: Autor.

4.5. Recolha e tratamento de dados

Para conseguir divulgar o inquérito pelos proprietários de unidades de alojamento local localizadas no concelho do Porto, a solução encontrada foi a utilização de uma plataforma *online*, esta permite chegar a um maior número de pessoas assim como facilita a recolha e o tratamento de dados. Posto isto, e consoante as hipóteses existentes a escolha incidiu sobre a plataforma Qualtrics, esta possui diversas características interessantes tais como; postagem *online* do inquérito; capacidade de acompanhamento de resultados em direto; meios próprios de análise estatística; possibilidade de exportar os dados para SPSS, CSV, PDF, Word, Excel e PowerPoint.

A recolha de dados foi iniciada no dia 14 de fevereiro às 9.00 e foi dada como concluída no dia 27 de fevereiro de 2018, durante este período foram enviados 2464 inquéritos e recolhidos apenas 297 inquéritos dos quais 218 completos (65%). De referir que há data da recolha existiam 4595 alojamentos registados, sendo estes pertencentes a 2464 proprietários. Na primeira análise dos inquéritos foram eliminados todos aqueles que apenas iniciaram o inquérito por curiosidade ou engano, eliminados todos os inquéritos que por algum motivo não responderam a todas as questões colocadas e ou não tenham respondido de forma correta (114). O resultado desta análise traduziu-se numa amostra de 104 inquéritos válidos e habilitados a serem objeto de estudo.

Após a recolha dos dados estes foram analisados com o recurso à estatística, utilizando a ferramenta IBM SPSS Software. Esta ferramenta é usada para resolver problemas de investigação por meio de análise ad hoc, teste de hipóteses, análise geoespacial e preditiva. Neste caso, será utilizada para entender os dados, analisar tendências e acima de tudo validar a questão de investigação obtendo uma conclusão precisa.

4.6. Enquadramento da análise

Através desta análise é pretendido fazer uma caracterização da oferta do mercado do alojamento local na cidade do Porto que permita aferir se existe uma relação entre as suas características e o sucesso recente do destino.

Para a concretização do objetivo do estudo, irá ser realizada uma análise estatística que vai permitir agrupar as unidades de alojamento por características, retirando as conclusões necessárias para avaliar a qualidade do alojamento, assim como identificar se existe uma padronização do perfil dos empresários deste setor.

Na análise estatística foram utilizadas medidas de estatística descritiva (frequências relativas e absolutas, médias e desvios-padrão) e estatística inferencial (teste de Kruskal-Wallis, teste de independência do qui-quadrado de Mann-Whitney, e o coeficiente de correlação de Spearman).

O teste de Kruskal-Wallis é um teste não paramétrico normalmente utilizado para comparar três ou mais populações. Este teste é um análogo ao teste F utilizado na ANOVA, pelo que o teste F depende da hipótese que todas as populações serem independentes e normalmente distribuídas, enquanto que o Kruskal-Wallis não tem nenhuma restrição para realizar a comparação.

O teste de independência do qui-quadrado de Mann-Whitney é dos testes mais utilizados nas áreas científicas e trata-se de um teste não paramétrico que serve para analisar se dois grupos de amostras independentes são igualmente distribuídos (Marx et al., 2016).

Muitas vezes é preciso avaliar o grau de relacionamento entre duas ou mais variáveis sendo possível descobrir com exatidão o quanto uma variável interfere no resultado de outra. O coeficiente de correlação de Spearman mede o grau de correlação e a direção dessa correlação (positiva ou negativa) entre duas variáveis de escalas métricas (Marôco, 2014).

Em todos os testes o nível de significância para aceitar ou rejeitar a hipótese nula foi fixado em $(\alpha) \leq 0,05$, ou seja, existe uma relação entre variáveis quando o nível de significância dos testes é inferior a 0,05.

4.7. Síntese e conclusões

Ao longo deste capítulo foram apresentados os vários objetivos específicos desta dissertação, assim como a metodologia a seguir na implementação deste estudo. Ainda não existem dados que permitam ter uma real noção do impacto desta atividade na imagem de um destino, pelo que é possível afirmar que uma habitação de qualidade gerida de uma forma profissional contribui para atratividade de uma cidade. Posto isto, o objetivo principal deste estudo é caracterizar as unidades e os proprietários de alojamento local, analisando o seu contributo para o sucesso turístico da cidade do Porto. Para a realização deste estudo, foram definidos vários objetivos específicos que permitem extrair toda a informação necessária para uma análise mais profunda do setor. Tratando-se de um estudo quantitativo, o inquérito por questionário foi o método escolhido para a recolha dos dados, pelo que foi possível recolher através da plataforma Qualtrics cerca de 104 inquéritos válidos a serem objeto de estudo.

Todos os dados foram analisados com recurso à estatística, sendo que as variáveis qualitativas foram caracterizadas através de frequências absolutas e relativas. Para a análise inferencial foram utilizados os testes do Qui-Quadrado, de Mann-Whitney, de Kruskal-Wallis e o Coeficiente de Correlação de Spearman. Para a conclusão dos testes estatísticos utilizados foi considerado um nível de significância de 5%, ou seja, todas as relações em que ($p < 0,05$) são consideradas estatisticamente significativas.

5. Perfil dos proprietários do Alojamento Local na cidade do Porto

5.1. Introdução

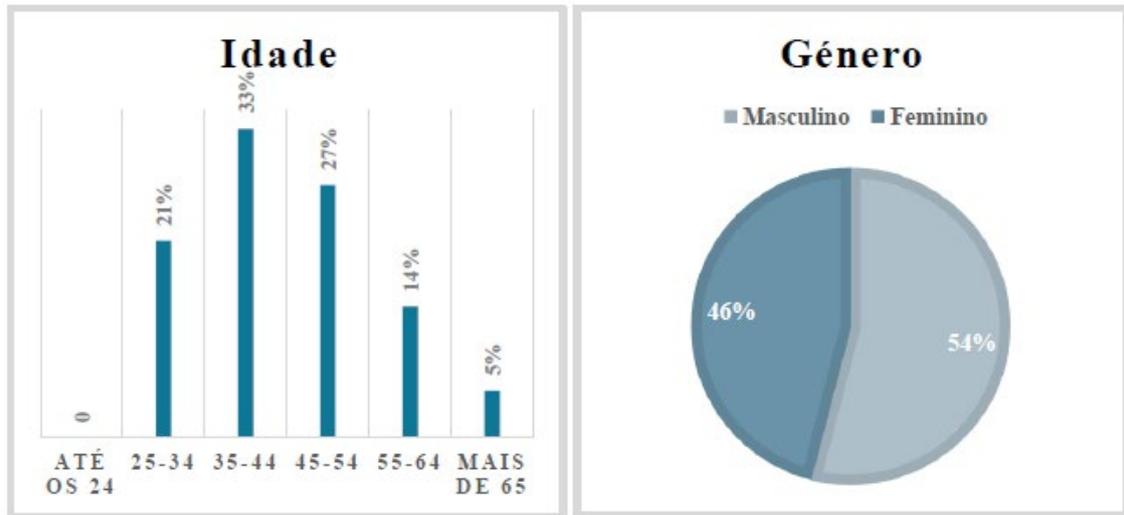
Neste capítulo será realizada a caracterização dos respondentes do questionário, analisando todas as respostas recolhidas que permitiram traçar o perfil dos proprietários do alojamento local na cidade do Porto. A análise efetuada possibilita conhecer a realidade deste novo tecido empresarial que ainda não foi devidamente estudado.

A caracterização geral dos empresários será realizada na secção 5.2, analisando variáveis como o género, idade, habilitações literárias, situação profissional, montante investido e por fim o número de unidades de cada um destes empresários. Na secção 5.3 faremos uma análise das motivações dos empresários, bem como das suas preocupações para o futuro e sustentabilidade do setor. Na secção 5.4 apresentaremos a qualidade existente das propriedades de alojamento na ótica do proprietário. Na secção 5.5 será realizada uma análise à importância do alojamento local na cidade do Porto em determinados fatores como: o crescimento económico, aumento do turismo, promoção da cidade, entre outros. E por último na secção 5.6 serão retiradas todas as conclusões provenientes das análises efetuadas.

5.2. Caracterização dos proprietários

Participaram no presente estudo cerca de 218 sujeitos, sendo que após uma análise de validação do inquérito a amostra do estudo resumiu-se a 104 indivíduos, dos quais 56 (53,8%) são do sexo masculino e 48 (46,2%) são do sexo feminino, a idade média dos inquiridos situa-se nos 44 anos. A discrepância entre o número de participantes e de respostas válidas é maioritariamente justificada pelo não preenchimento total do questionário, ou seja, muitos dos inquiridos passaram perguntas à frente e ou por algum motivo desistiram de responder. Isto pode ser justificado de várias formas, sendo a mais provável a falta de interesse por parte dos proprietários em responder a certas questões.

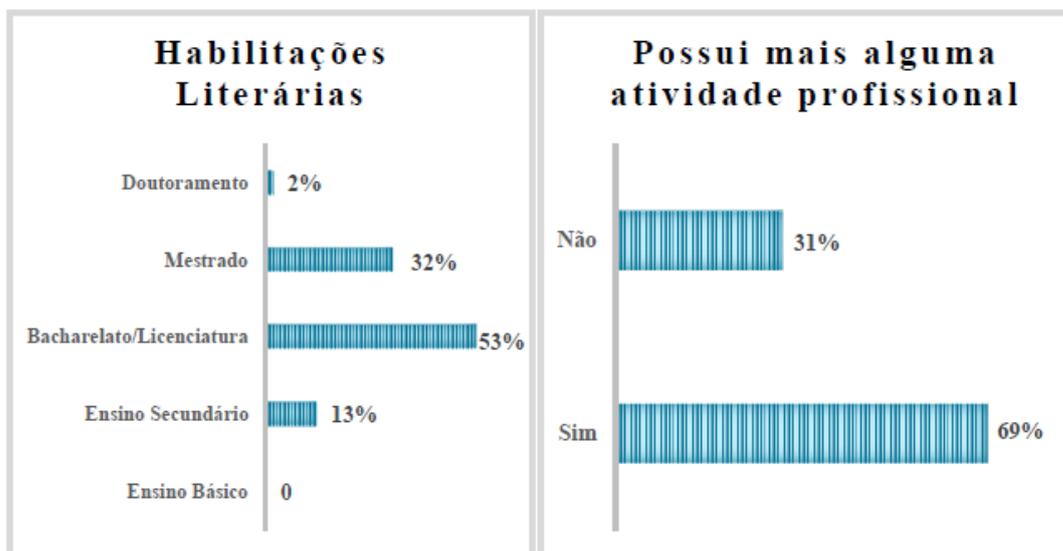
Gráfico 2. Caracterização dos inquiridos em relação ao género e idade (N=104)



Fonte: Autor.

Relativamente às habilitações literárias, constatamos que cerca de 87% dos inquiridos possuem formação superior, uma percentagem bastante elevada que revela o elevado grau de qualificação que está presente no setor do alojamento local. Do total dos inquiridos apenas 13% não possui nenhuma formação académica superior, 53% detêm Bacharelato/Licenciatura (nível 6), 32% possui mestrado (nível 7) e 2% doutoramento (nível 8). Em relação à situação profissional verifica-se que a maioria dos profissionais do setor possuem outra atividade profissional em simultâneo com a atividade de alojamento local 69%, e que apenas 31% dos profissionais se dedicam única e exclusivamente à atividade.

Gráfico 3. Caracterização dos inquiridos em relação às habilitações literárias, e à situação profissional



Fonte: Autor.

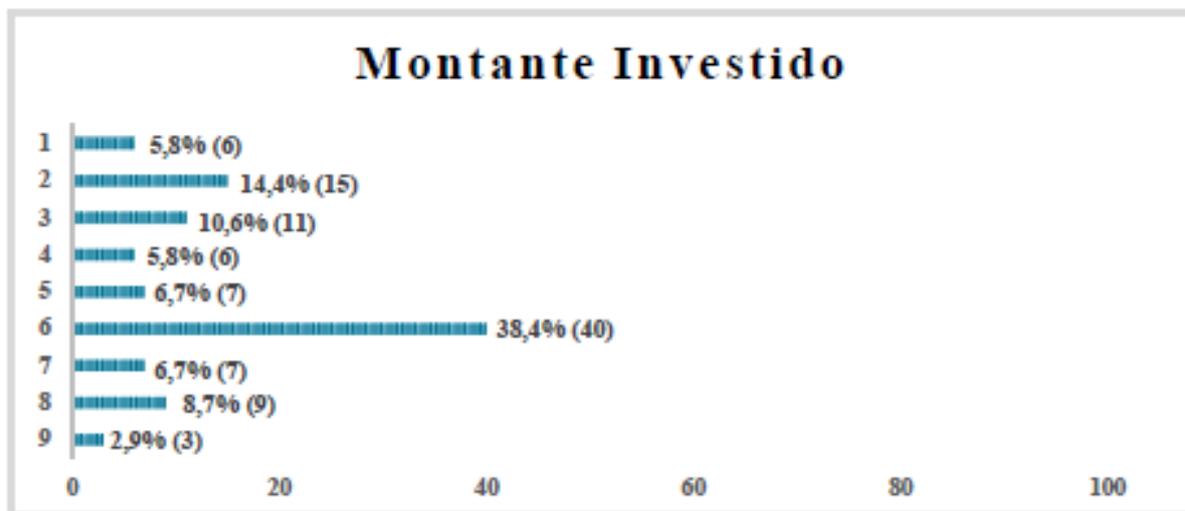
Tabela 3. Número de unidades e montante investido

	Número de estabelecimentos	Montante Investido (€)
Média	2,47	5,96
Moda	1	6 (50001 e 200000)
Desvio padrão	3,796	2,154
Mínimo	1	1 (1 e 1000)
Máximo	33	9 (Mais de 1000000)

Fonte: Autor.

Como podemos constatar pelo gráfico 3, 81,7% dos inquiridos investiu um montante que no máximo atingiu os 200,000 euros, pelo que grande parte da amostra (38,4%) investiu montantes entre 50,001 euros e os 200,000 euros.

Gráfico 4. Montante investido no estabelecimento

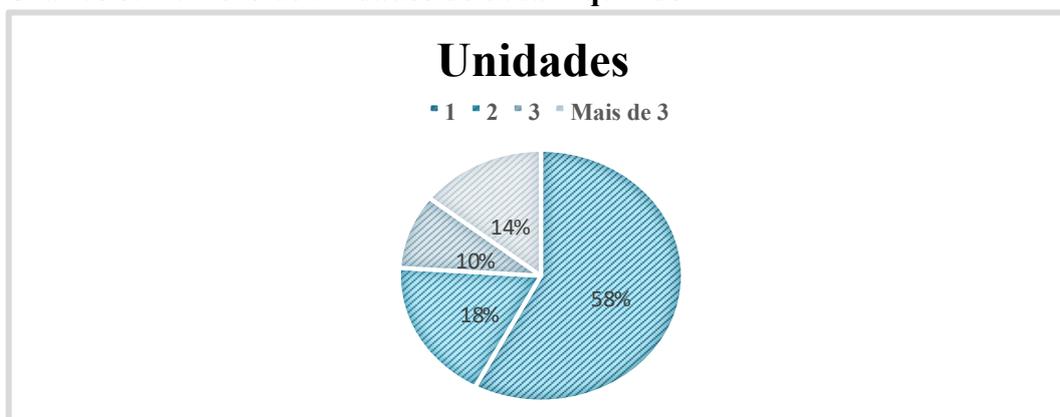


Nota; 1 (1-1000); 2 (1001-5000); 3 (5001-10000); 4 (10001-20000); 5 (20001-50000); 6 (50001-100000); 7 (100001-200000); 8 (200001-500000); 9 (mais de 500000), em €.

Fonte: Autor.

Cerca de 86% dos proprietários inquiridos possui até três unidades de alojamento, no entanto a maioria (58%) possui somente uma unidade de alojamento local. O número médio de propriedades é de 2,47 com um desvio padrão de 3,796, da amostra em estudo o número máximo de propriedades pertencentes somente a uma pessoa foi de 33 (Tabela 3).

Gráfico 5. Número de unidades de cada inquirido



Fonte: Autor

Dos 104 participantes no estudo 72 possuem mais alguma atividade profissional para além do alojamento local, a grande maioria são homens 43 (59,7%) com formação académica superior nomeadamente bacharelato ou licenciatura 38 (52,7%) e com uma idade média de 43 anos (Tabela 4).

Após realizado o teste de independência do qui-quadrado foi possível retirar algumas conclusões, nomeadamente a não existência de uma relação estatisticamente significativa entre os dois grupos em estudo no que diz respeito ao género ($p = 0,071$), no entanto em relação às habilitações literárias ($p = 0,042$) e à idade ($p = 0,022$) esta verificasse. Os inquiridos que possuem mais alguma atividade profissional são geralmente mais novos em comparação aos que não possuem (Média = 43,21 vs 46,91). Contudo, em relação às habilitações literárias, os proprietários que possuem mais alguma atividade profissional são maioritariamente mais qualificados em comparação com os que não possuem.

Tabela 4. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente ao género, idade e habilitações literárias

	Possui mais alguma atividade profissional		Valor de significância (p)
	Sim (n=72)	Não (n=32)	
Género			<u>$P = 0,071$</u>
Masculino	59,7% (43)	40,6% (13)	
Feminino	40,3% (29)	59,4% (19)	
Habilitações literárias			<u>$P = 0,042$</u>
Ensino Básico	0	0	
Ensino Secundário	8,3% (6)	25% (8)	
Bacharelato/Licenciatura	52,7% (38)	53,1% (17)	
Mestrado	36,1% (26)	21,9% (7)	
Doutoramento	2,8% (2)	0	
Idade			<u>$P = 0,022$</u>
Média (desvio padrão)	43,21 (10,349)	46,91 (14,223)	

Nota: sublinhados (resultados estatisticamente significativos)

Fonte: Autor.

5.3. Motivações e obstáculos identificados

Para melhor traçar o perfil do proprietário era indispensável entender qual ou quais os principais motivos que levaram à criação deste negócio. Ficou claro após esta análise que a principal motivação dos proprietários é a financeira, pois veem neste negócio uma oportunidade de obter um rendimento extra, ou seja, para a grande maioria dos inquiridos o facto de criarem este negócio não é sinónimo de independência financeira, mas sim um acréscimo aos rendimentos que já obtêm de outras atividades. Estes dados reforçam a ideia de que o alojamento local foi a solução encontrada por muitas famílias para conseguir uma melhor qualidade de vida. Do universo de requerentes, 66,3% pretendeu obter um rendimento extra com a criação do negócio, sendo esta a principal motivação do setor. De realçar ainda que, “rentabilizar um imóvel inocupado” e “obter independência financeira” foram outros fatores importantes para a realização do negócio com 27% e 26,9% respetivamente.

Gráfico 6. Quais as motivações dos inquiridos para a realização do negócio

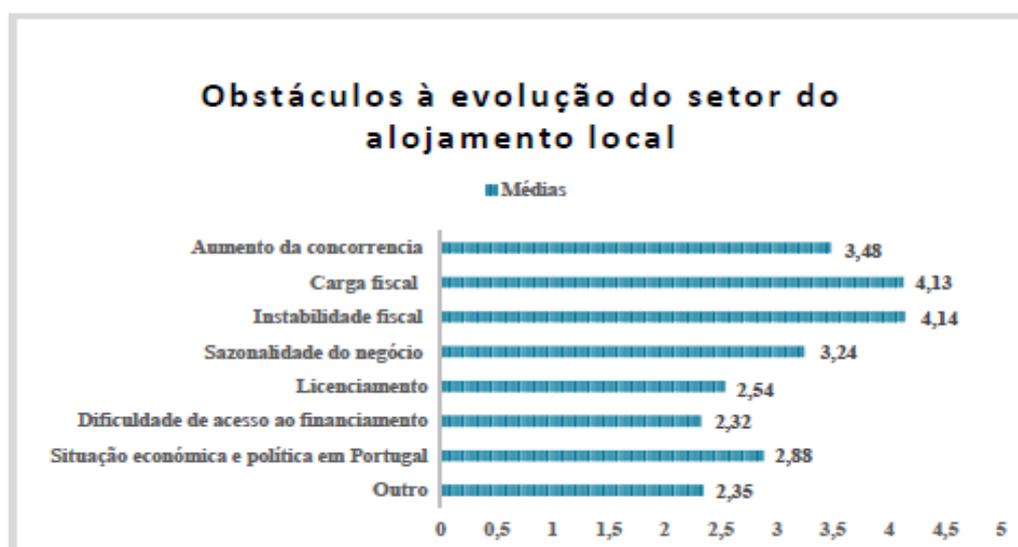


Nota: os inquiridos podiam indicar mais que uma opção

Fonte: Autor.

Apesar de não ser um fenómeno recente, o setor do alojamento local só há relativamente pouco tempo teve o “boom” agora registado, e com este elevado crescimento começaram a surgir algumas questões quanto ao futuro e sustentabilidade do setor, pelo que, através da literatura revista foi possível identificar alguns dos principais obstáculos apresentados pelos empresários do setor. Dos problemas registados foi possível verificar que existem diferentes níveis de importância atribuída a cada um, como tal, foi pretendido avaliar individualmente cada um dos problemas utilizando uma escala de 1 a 5, onde 1= nada importante e 5= extremamente importante. Após esta análise ficou claro que a grande maioria dos empresários não está alheada dos recentes problemas levantados pelos vários líderes governamentais, que consideram o alojamento local um setor mal regulamentado, identificando como maiores obstáculos à evolução do setor a “carga fiscal” e a “instabilidade fiscal”. Logo atrás destes dois obstáculos, o “aumento da concorrência” e a “sazonalidade do negócio” são os fatores mais destacados pelos empresários, atribuindo uma relativa importância aos mesmos. Pelo lado oposto, fatores como “licenciamento”, “dificuldades de acesso ao financiamento” e “situação económica e política em Portugal”, não obtiveram o rótulo de obstáculo à evolução do setor, sendo consideradas questões menos relevantes.

Gráfico 7. Médias das respostas da importância atribuída aos obstáculos identificados à evolução do setor do alojamento local



Fonte: Autor.

Após análise de Mann-Whitney foi possível concluir que não existem diferenças estatisticamente significativas entre os empresários que não possuem mais alguma atividade profissional e os que possuem relativamente aos obstáculos à evolução do setor identificados ($p > 0,05$), sendo de realçar que fatores como “licenciamento” e “dificuldades de acesso ao financiamento” registaram diferenças próximas da significância estatística com ($p = 0,061$) e ($p = 0,072$). Resumindo, não existe relação entre possuir mais alguma atividade profissional para além do alojamento local e a importância atribuída aos diferentes obstáculos ao futuro do setor descritos.

Tabela 5. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente aos obstáculos identificados para o futuro do setor

Obstáculos à evolução do alojamento local	Possui mais alguma atividade profissional		Teste de Mann-Whitney
	Sim (n=72)	Não (n=32)	
	M(DP)	M(DP)	
Aumento da concorrência	3,47 (1,138)	3,50 (1,136)	P = 0,844
Carga fiscal	4,13 (0,934)	4,13 (1,040)	P = 0,854
Instabilidade fiscal	4,14 (0,997)	4,16 (1,081)	P = 0,860
Sazonalidade do negócio	3,19 (1,096)	3,34 (1,208)	P = 0,429
Licenciamento	2,39 (1,240)	2,88 (1,289)	P = 0,061
Dificuldades de acesso ao financiamento	2,18 (1,191)	2,63 (1,212)	P = 0,072
Situação económica e política em Portugal	2,81 (1,296)	3,06 (1,318)	P = 0,365

Nota: a questão “outros” não foi submetida ao teste devido ao insuficientemente número de respostas obtidas

Fonte: Autor.

A comparação entre o montante investido e a pontuação atribuída a cada obstáculo à evolução do alojamento local, revelou que existem diferenças estatisticamente significativas em três dos sete obstáculos identificados, “carga fiscal”, “instabilidade fiscal” e “sazonalidade do negócio” ($p < 0,05$). Os empresários que investiram entre 10001 e 20000 euros registaram as médias mais altas para os itens “carga fiscal” (4,67) e “sazonalidade do negócio” (4,17), enquanto que os que investiram entre 5001 e 10000 registaram para “instabilidade fiscal” (4,73). Após a leitura desta tabela ficou claro que

independentemente dos montantes investidos é praticamente unânime que as questões fiscais estão no topo das preocupações dos empresários do alojamento local, estes dados são elucidativos da urgência que os nossos governadores devem ter em esclarecer e regular definitivamente este setor, pois esta indecisão em torno destas questões afasta potenciais novos empresários e influencia o crescimento e a continuidade desta atividade.

Tabela 6. Comparação do montante investido com os obstáculos à evolução do setor

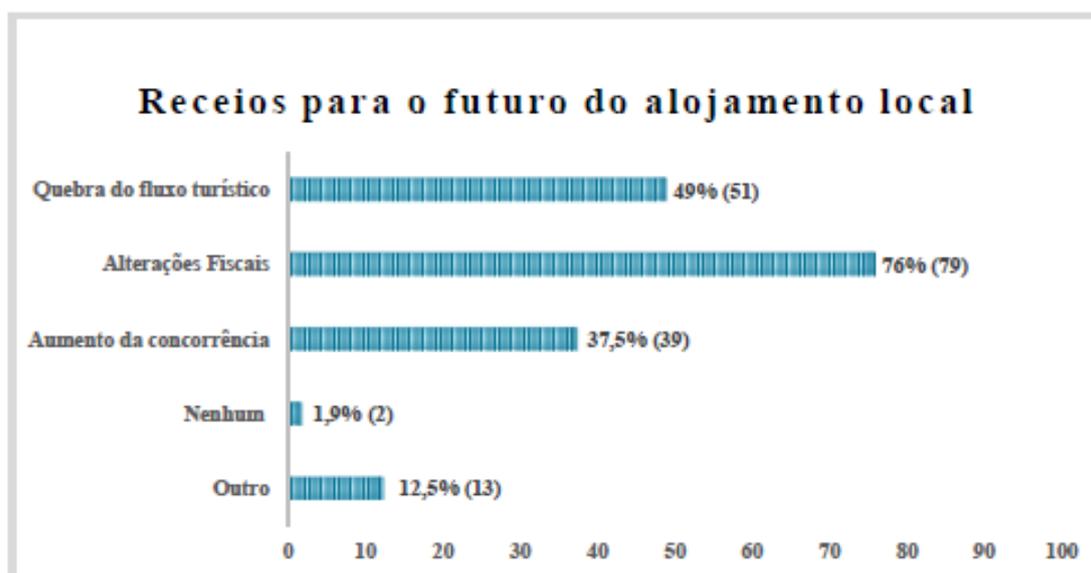
Obstáculos à evolução do alojamento local	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teste de Kruskal-Wallis
	M (DP) N=6	M (DP) N=15	M (DP) N=11	M (DP) N=6	M (DP) N=7	M (DP) N=40	M (DP) N=7	M (DP) N=9	M (DP) N=3	
Aumento da concorrência	3,5 (1,378)	3,27 (1,280)	3,82 (0,982)	3,67 (0,816)	3,29 (1,113)	3,55 (1,085)	3,29 (1,254)	3,22 (1,481)	3,67 (1,115)	$P = 0,958$
Carga fiscal	4,00 (1,265)	4,33 (0,617)	4,64 (0,674)	<u>4,67</u> (0,516)	4,14 (1,215)	4,12 (0,992)	4,14 (0,900)	3,33 (0,866)	2,67 (0,577)	$P = 0,020$
Instabilidade fiscal	4,00 (0,894)	3,93 (1,100)	<u>4,73</u> (0,647)	4,50 (0,837)	4,00 (1,000)	4,20 (1,067)	4,57 (0,787)	3,67 (1,000)	2,67 (0,577)	$P = 0,047$
Sazonalidade do negócio	3,83 (1,169)	3,07 (1,335)	4,00 (1,000)	<u>4,17</u> (0,753)	2,71 (0,951)	2,95 (0,986)	3,57 (0,976)	2,78 (1,202)	4,00 (1,000)	$P = 0,015$
Licenciamento	2,83 (1,472)	2,13 (1,356)	3,09 (1,446)	3,00 (1,549)	2,29 (0,951)	2,40 (1,172)	3,71 (1,113)	2,22 (0,972)	1,67 (0,577)	$P = 0,115$
Dificuldades de acesso ao financiamento	2,50 (1,378)	1,87 (1,125)	2,82 (1,250)	2,83 (1,472)	2,14 (1,069)	2,13 (1,090)	2,71 (0,951)	2,67 (1,658)	2,33 (1,528)	$P = 0,492$
Situação económica e política em Portugal	3,33 (1,366)	2,47 (1,246)	3,64 (1,206)	3,33 (1,506)	2,86 (1,574)	2,85 (1,252)	2,57 (0,976)	2,44 (1,424)	3,00 (1,732)	$P = 0,435$

Nota; 1 (1-1000); 2 (1001-5000); 3 (5001-10000); 4 (10001-20000); 5 (20001-50000); 6 (50001-100000); 7 (100001-500000); 8 (500001-1000000); 9 (mais de 1000000), em €. Sublinhados (resultados estatisticamente significativos). O montante nº 9 não entra na análise das tabelas devido ao número diminuído de respostas.

Fonte: Autor.

Apesar de ser um setor emergente existe sempre a incógnita quanto ao futuro do alojamento local em Portugal. O facto de o país estar atualmente a registar máximos históricos no que diz respeito ao número de visitantes, tem tornado o alojamento local uma atividade bastante atrativa, no entanto, esta afluência gera preocupação nos empresários já fixados e levanta algumas questões legais. Os dados analisados revelam que para cerca de 76% dos empresários inquiridos, o maior receio para o futuro do setor são as “alterações fiscais”, seguido da “quebra do fluxo turístico” com 49% e por fim o “aumento da concorrência” com 37,5%. Com estes dados concluímos que os empresários deste setor consideram esta atividade pouco ou nada estável no que diz respeito a questões legais, consideram iminente a quebra do elevado fluxo turístico e por último mostram preocupações com o possível aumento da oferta. ‘

Gráfico 8. Receios para o futuro do setor do alojamento local



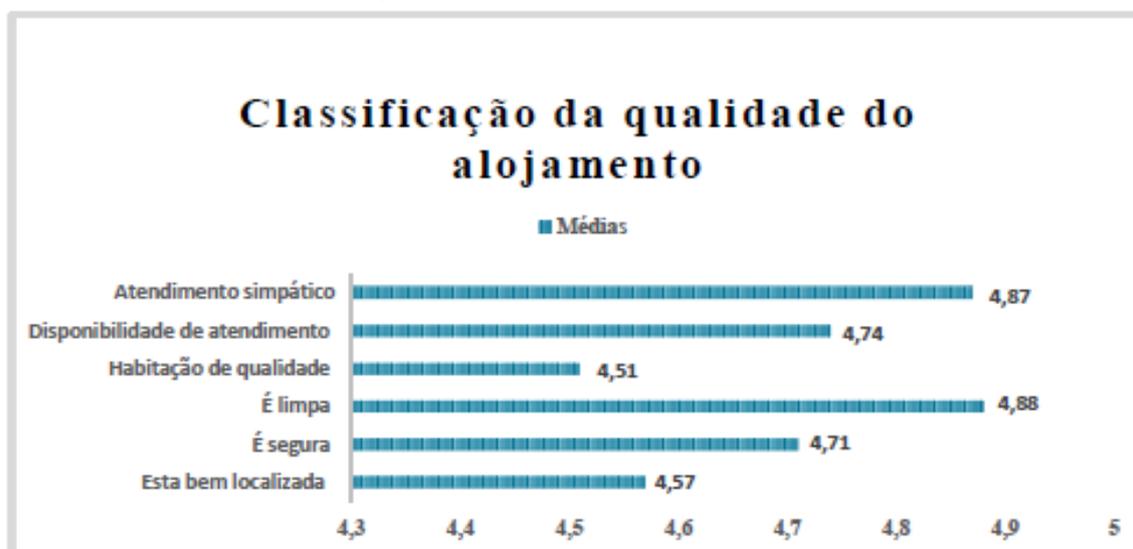
Nota: os inquiridos podiam indicar mais que uma opção

Fonte: Autor.

5.4. Perceção dos proprietários sobre a qualidade do seu alojamento

Sendo inicialmente vista como uma hospedagem de menor qualidade, o alojamento local tem evoluído com o passar dos anos sendo atualmente um verdadeiro promotor do turismo na cidade do Porto. Os dados analisados demonstram que os agentes desta atividade primam pela qualidade do seu alojamento e dos seus serviços. Numa das questões do inquérito foi pretendido averiguar a qualidade dos alojamentos locais na cidade do Porto, a melhor forma encontrada consistiu na formulação de uma questão onde diversos pontos relacionados com a qualidade do alojamento e do serviço prestado eram autoavaliados de 1 a 5, onde 1 = Discordo totalmente e 5 = Concordo plenamente. Como podemos verificar praticamente todos os inquiridos consideram a sua habitação e os serviços prestados de elevada qualidade, atribuindo a nota máxima em todos os parâmetros definidos, de realçar que apesar de todos os itens possuírem médias elevadas a “limpeza” e o “atendimento simpático” foram as que mais se destacaram com uma média 4,88 e 4,87 respetivamente.

Gráfico 9. Qualidade do alojamento local na cidade do Porto

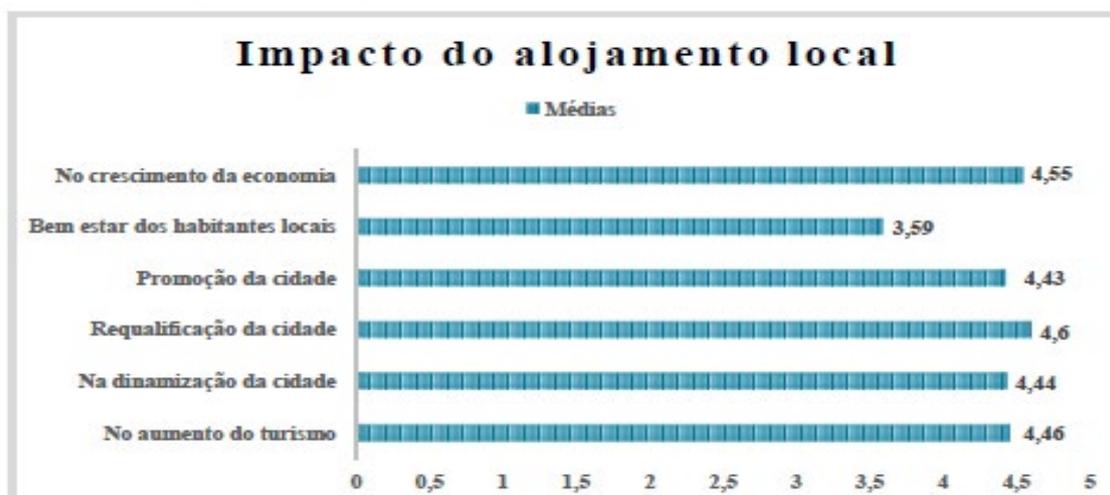


Fonte: Autor.

5.5. Importância do alojamento local para a cidade do Porto

O alojamento local tem registado nos últimos anos um crescimento notável, sendo inegável o seu contributo para as economias nacionais e principalmente regionais como referem vários autores (Kotler *et al.*, 2014, Westerhausen e Macbeth 2003, Scheyvens, 2002). Também de referir que vários estudos afirmam que o alojamento local tem contribuído de forma significativa para a reabilitação de várias cidades, transformando prédios devolutos em alojamentos destinados a estadias de curta duração, pelo lado negativo, este tipo de alojamento tem contribuído para a gentrificação da cidade do Porto, descaracterizando alguns dos bairros mais tradicionais. Posto isto, era relevante quantificar a importância que os empresários atribuem ao impacto do alojamento local em diversos fatores. Após análise das respostas, concluímos que o alojamento local contribui de forma significativa para a “requalificação da cidade”, “crescimento da economia”, “aumento do turismo”, “promoção da cidade” e “dinamização da cidade”, todos estes fatores são considerados benéficos para a cidade e para os seus moradores, o único fator que não registou uma média de avaliação muito elevada foi o “bem estar dos habitantes locais” que, apesar de obter uma avaliação positiva, conseguiu ser a questão que gerou mais discórdia entre os inquiridos.

Gráfico 10. Impacto do alojamento local na cidade do Porto



Fonte: Autor.

Na tabela 7, estão apresentados os resultados da comparação entre os inquiridos que unicamente se dedicam à atividade de alojamento e os que não, relativamente à importância do alojamento local em determinados fatores. Os resultados do teste concluíram que apenas existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos no “bem-estar dos habitantes locais” $p = 0.048$ e na “promoção da cidade” $p = 0,008$, os inquiridos que não possuem mais nenhuma atividade profissional consideram o alojamento local mais importante para o “bem-estar dos habitantes locais” do que os que possuem ($M = 3,91$ vs $M = 3,44$), o mesmo se verifica quanto à “promoção da cidade” ($M = 4,69$ vs $M = 4,32$). Os restantes fatores não registaram diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos ($p > 0,05$). De uma forma geral, os inquiridos que não possuem mais nenhuma atividade profissional atribuíram melhor pontuação em todos os fatores avaliados, revelando o impacto positivo que este fenómeno tem no crescimento e sustentabilidade da cidade do Porto aos olhos de quem única e exclusivamente se dedica a esta atividade.

Tabela 7. Comparação entre os que possuem mais alguma atividade e os que não, relativamente à importância do alojamento local para a cidade do Porto

Importância do alojamento local	Possui mais alguma atividade profissional		Teste de Mann-Whitney
	Sim(n=72)	Não (n=32)	
	M(DP)	M(DP)	
Aumento do turismo	4,46 (0,627)	4,47 (0,718)	$P = 0,748$
Crescimento da economia	4,51 (0,605)	4,62 (0,833)	$P = 0,114$
Bem-estar dos habitantes locais	3,44 (1,086)	<u>3,91 (0,856)</u>	<u>$P = 0,048$</u>
Promoção da cidade	4,32 (0,728)	<u>4,69 (0,592)</u>	<u>$P = 0,008$</u>
Dinamização da cidade	4,40 (0,763)	4,53 (0,621)	$P = 0,504$
Requalificação da cidade	4,56 (0,710)	4,69 (0,592)	$P = 0,380$

Nota: sublinhados (resultados estatisticamente significativos)

Fonte: Autor.

A comparação entre o montante investido e a importância do alojamento local para a cidade do Porto, revelou dados estatisticamente significativos, única e exclusivamente no

item “requalificação da cidade” $p = 0,045$, registando a média superior 4,78 nos inquiridos que investiram montantes entre 50001 e 200000 e média inferior 4,00 nos que investiram entre 1-1000. Todos os restantes não mostraram diferenças estatisticamente significativas ($p > 0,05$).

Tabela 8. Comparação entre o montante investido e a importância do alojamento local para a cidade do Porto

Importância do alojamento local	Importância do alojamento local									Teste de Kruskal-Wallis
	1 M (DP) N=6	2 M (DP) N=15	3 M (DP) N=11	4 M (DP) N=6	5 M (DP) N=7	6 M (DP) N=40	7 M (DP) N=7	8 M (DP) N=9	9 M (DP) N=3	
Aumento do turismo	4,33 (0,516)	4,33 (0,724)	4,64 (0,674)	4,17 (0,983)	4,43 (0,535)	4,45 (0,639)	4,86 (0,378)	4,56 (0,726)	4,33 (0,577)	$P = 0,623$
Crescimento da economia	4,17 (0,753)	4,33 (0,617)	4,73 (0,467)	4,83 (0,408)	4,43 (0,535)	4,58 (0,813)	4,86 (0,378)	4,67 (0,707)	4,00 (0,000)	$P = 0,065$
Bem-estar dos habitantes locais	3,00 (1,265)	3,33 (1,113)	3,82 (0,751)	4,17 (0,753)	3,71 (0,951)	3,60 (1,081)	3,57 (0,976)	3,33 (1,225)	4,33 (0,577)	$P = 0,616$
Promoção da cidade	3,83 (0,753)	4,40 (0,632)	4,73 (0,467)	4,67 (0,516)	4,43 (0,535)	4,43 (0,813)	4,57 (0,535)	4,44 (0,726)	4,00 (1,000)	$P = 0,422$
Dinamização da cidade	4,00 (0,632)	4,13 (0,915)	4,82 (0,405)	4,33 (0,816)	4,43 (0,535)	4,53 (0,640)	4,86 (0,378)	4,11 (1,054)	4,67 (0,577)	$P = 0,099$
Requalificação da cidade	4,00 (0,894)	4,33 (0,617)	4,73 (0,467)	4,50 (0,548)	4,29 (1,113)	4,78 (0,577)	4,57 (0,787)	4,67 (0,707)	5 (0,000)	<u>$P = 0,045$</u>

Nota; 1 (1-1000); 2 (1001-5000); 3 (5001-10000); 4 (10001-20000); 5 (20001-50000); 6 (50001-200000); 7 (200001-500000); 8 (500001-1000000); 9 (mais de 1000000), em €. Sublinhados (resultados estatisticamente significativos). O montante nº 9 não entra na análise das tabelas devido ao número diminuído de respostas.

Fonte: Autor.

5.6. Síntese e conclusões

Na realização deste capítulo foram analisados 104 inquéritos dos quais se extraiu toda a informação que permitiu caracterizar o perfil empresário deste setor de alojamento. De realçar que a amostra em estudo se encontra dividida a metade no que diz respeito ao género e que a média de idades ronda os 44 anos, de destacar ainda que a grande maioria dos inquiridos possui formação académica de nível superior, revelando o elevado nível de qualificação deste setor. Grande parte da amostra possui apenas uma unidade de alojamento e investiu um montante bastante considerável nessa unidade, apesar de ser um negócio rentável os dados revelam que os empresários deste setor procuram um rendimento extra e que continuam a exercer outra atividade profissional em paralelo. O principal motivo de volubilidade que leva à maioria dos empresários a não se dedicarem exclusivamente a esta atividade é a instabilidade fiscal, sendo considerado o principal obstáculo para o desenvolvimento e o futuro do setor. No que diz respeito à qualidade do alojamento é de salientar que todos os empresários do setor consideram a sua propriedade de elevada qualidade e que esta tem impacto positivo na cidade do Porto, nomeadamente no aumento do turismo, dinamização e requalificação da cidade. Em relação a este impacto provocado na cidade, a opção “contributo para o bem-estar dos habitantes” foi aquela que gerou maior disparidade de opiniões, sendo que ainda consideram o alojamento local benéfico para o bem-estar dos habitantes.

6. Caracterização das unidades de Alojamento Local da cidade do Porto

6.1. Introdução

Neste capítulo é pretendido conhecer a realidade do alojamento local na cidade do Porto. Uma das grandes dificuldades de análise desta nova atividade da nossa economia é a escassez de informação existente, pois todas as fontes de informação acerca desta temática apenas possuem informações básicas que não nos permitem daí retirar as elações desejadas. De forma a combater esta escassez, foram analisadas através de um inquérito 104 propriedades de alojamento, o que permitiu recolher todas as informações e as características necessárias à caracterização deste setor.

Na secção 6.2 será realizada uma análise à tipologia e ao preço médio praticado nas unidades AL em estudo. Na secção 6.3 é demonstrado a capacidade das unidades em relação ao número de camas, quartos, hóspedes e WCs, para além da sua anterior utilização e seu ano de inicio de atividade. A secção 6.4 revela as características que os proprietários consideram mais diferenciadoras, assim como todas as comodidades e serviços que estas oferecem. Na secção 6.5 apresentamos a taxa média de ocupação das unidades de alojamento dividido por épocas/meses, assim como os meios utilizados para aluguer e divulgação do alojamento. Por último, a secção 6.6 é reservada às principais conclusões retiradas.

6.2. Tipologia e preços médios das unidades de Alojamento Local

No que diz respeito ao tipo de alojamento local existente na cidade do Porto, verificamos que os apartamentos correspondem à maioria da oferta existente com cerca de 83,7% do total da amostra em estudo, segue-se a moradia com 11,5% e por fim os estabelecimentos de hospedagem com 4,8%.

Gráfico 11. Tipologia de alojamento local presente na cidade do Porto

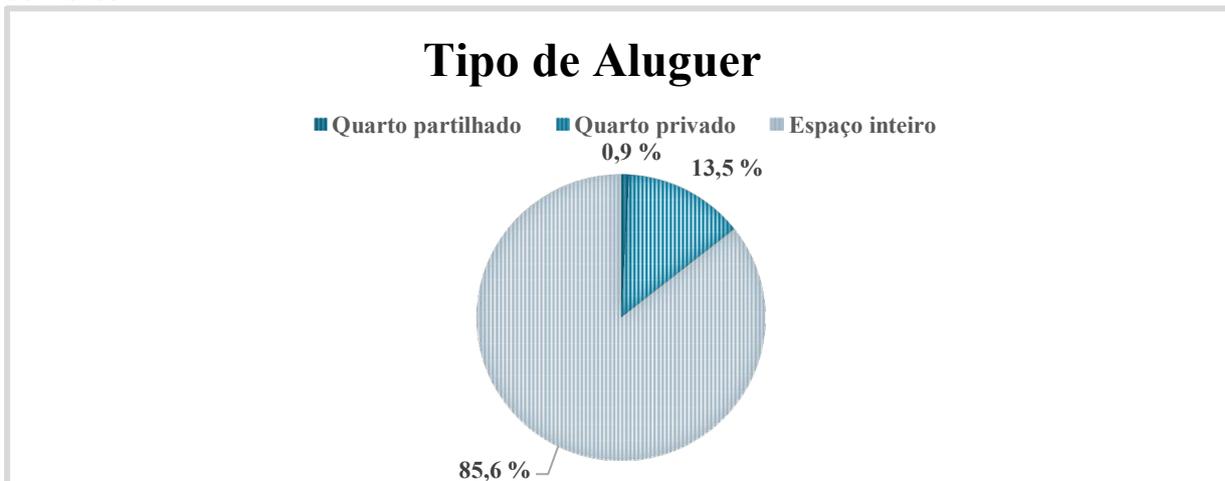


Fonte: Autor.

Em relação à tipologia de aluguer, esta pode ser de três formas distintas: espaço inteiro, onde de uma forma geral o proprietário disponibiliza para utilização todas as divisórias da casa; quarto privado, geralmente este se encontra dentro da própria habitação do proprietário e todos espaços são partilhados entre si, existindo também propriedades unicamente destinadas para este fim, onde o anfitrião aluga todos os quartos existentes a várias pessoas; quarto partilhado, esta forma de aluguer é mais utilizada nos estabelecimentos de hospedagem, onde um único quarto alberga varias pessoas ao mesmo tempo.

Pela análise do Gráfico 12, concluímos que a tipologia de aluguer mais frequente é o espaço inteiro com uma percentagem bastante significativa do total da amostra 85,6%. De seguida, surge a tipologia de quarto de privado com 13,5%, e por fim a tipologia de quarto partilhado com 0,9%. Estes dados demonstram claramente que o espaço inteiro é o principal tipo de aluguer existente na cidade do Porto, e que em sentido contrário o quarto partilhado resume-se a uma oferta residual.

Gráfico 12. Tipologia de aluguer das propriedades de alojamento local na cidade do Porto



Fonte: Autor.

Analisando o preço das unidades de alojamento existentes, verificamos que existe uma grande variedade de preços, sendo que estes podem ir dos 12€ aos 160€. O preço médio das unidades de aluguer ronda os 54 euros com um desvio padrão de 30,80, sendo este justificado pela diferença acentuada entre o preço mínimo e máximo. De realçar que 55,8% da amostra possui unidades com preço inferior a 50€ e 44,2% com preços superiores a 50€.

Tabela 9. Preço médio por noite das unidades de alojamento local

Preço médio	
Média	54,31€
Desvio padrão	30,80€
Mínimo	12€
Máximo	160€
Moda	50€

Fonte: Autor.

Tendo em conta a variável preço médio e a taxa de ocupação das unidades de aluguer, observa-se que a mesma esta relacionada unicamente com a taxa de ocupação na época da páscoa, ou seja ($p < 0,05$). Existe assim uma correlação positiva de 0,288 estatisticamente positiva $p = 0,003$ entre a variável preço a taxa de ocupação para a época da páscoa, isto é, quanto maior for o preço maior é a taxa de ocupação.

Tabela 10. Correlação de Spearman entre as variáveis preço médio e taxa de ocupação média

Correlação		Natal/Passagem de Ano	Páscoa	Agosto	Maio, junho e julho	Setembro, outubro, novembro e dezembro	Janeiro, fevereiro, março e abril
Preço médio €	Coefficiente correlação	0,170	<u>0,288</u>	-0,036	-0,073	0,061	0,141
	p-value	0,085	<u>0,003</u>	0,717	0,464	0,540	0,152

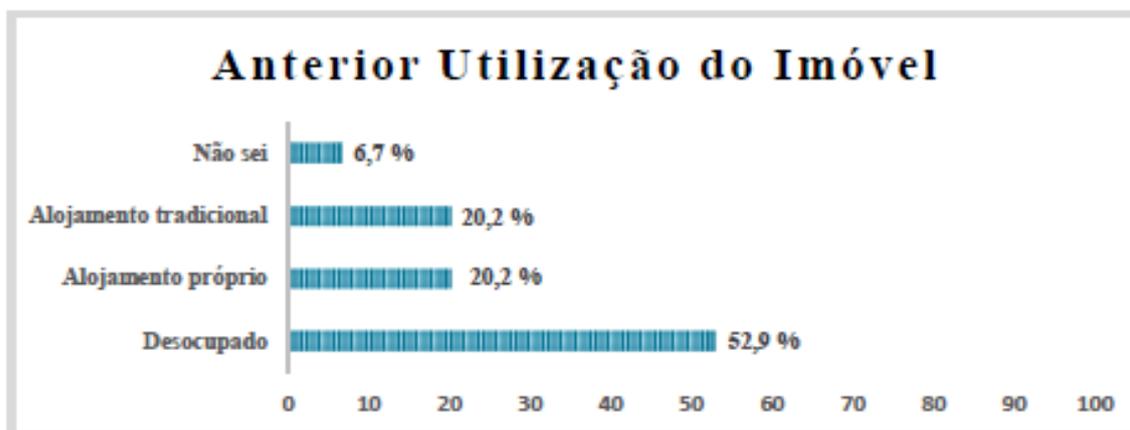
Fonte: Autor.

6.3. Capacidade e anterior uso dos imóveis

O alojamento local tem sido associado aos problemas habitacionais existentes nas maiores cidades europeias contribuindo para o aumento do valor das rendas, este aumento acaba por ser o principal causador da gentrificação agora registado, um dos impactos mais negativos associados a este fenómeno. Como tal foi pretendido analisar as propriedades existentes quanto à sua anterior utilização de forma a entender até que ponto esta nova atividade tem contribuído para o afastamento dos habitantes locais do centro da cidade.

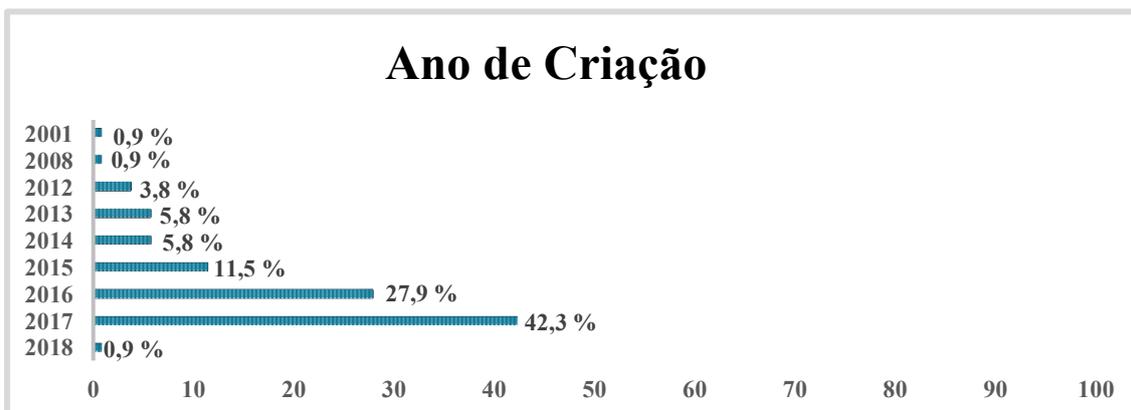
Os dados analisados permitem concluir que a grande maioria das propriedades de alojamento local existentes na cidade do Porto anteriormente se encontravam devolutas, como podemos verificar pela análise do gráfico 12, onde 52,9% dos inquiridos afirmam que a sua atual propriedade se encontrava desocupada até o momento da sua aquisição. Com a mesma igualdade percentual, o alojamento próprio e o alojamento tradicional foram a anterior utilidade dos imóveis em questão com 20,2%, e por último 6,7% dos inquiridos asseguram não saber a anterior utilidade.

Gráfico 13. Anterior utilização dos imóveis agora destinados a alojamento local



Como podemos analisar pelo gráfico 13, grande parte dos proprietários de unidades de alojamento local se encontram em atividade há relativamente poucos anos, pois grande parte da nossa amostra 82,6% iniciou atividade depois de 2014. De realçar que de ano para ano vão existindo cada vez mais registos, sendo que o ano de 2017 foi sem dúvida o ano da “explosão” deste fenómeno com cerca de 42,3% do total dos registos da amostra. Resultados justificados pelo facto de o enquadramento legal desta atividade ser relativamente recente, pressionando assim, todos os proprietários que operavam de forma ilícita. Em sentido inverso podemos afirmar que propriedades de alojamento anteriores a 2012, são praticamente inexistentes, fator que está em sintonia com a revisão de literatura realizada, uma vez que rotula o alojamento local de fenómeno recente. Apesar deste crescimento exponencial ser positivo, a falta de experiência dos proprietários é um desafio para o setor.

Gráfico 14. Ano de início de atividade



Fonte: Autor.

Ao analisarmos as unidades de alojamento quanto à sua capacidade, percebe-se que existe uma diversificação bastante acentuada ao nível da oferta, existindo um intervalo bastante grande entre a capacidade mínima e a máxima de cada parâmetro analisado. Como podemos analisar pela Tabela 11 o tipo de unidade que está mais presente na cidade do Porto acomoda 4 pessoas (42,3%), possui 1 quarto (48,1%), 2 camas (35,6%) e 1 WC (64,4%). De registrar ainda, no que diz respeito às unidades analisadas, grande parte possui no máximo 3 quartos (85,6%), 4 camas (83,7%), 2 WC (82,7%) e acomoda até o máximo de 6 pessoas (79,8%). Todas as propriedades com dimensões superiores às mencionadas anteriormente representam uma minoria da amostra em estudo. Estes dados demonstram a importância do alojamento local para o turismo da cidade do Porto, na medida em que representa uma parte importante da oferta turística, podendo mesmo afirmar que sem ele não existiria oferta suficiente.

Tabela 11. Capacidade das unidades de alojamento local

Capacidade das unidades de alojamento da cidade do Porto		
Número de quartos	Média	2,46
	Desvio padrão	2,98
	Mínimo	0
	Máximo	20
	Moda	1 (48,1%)
Número de camas	Média	3,78
	Desvio padrão	4,02
	Mínimo	1
	Máximo	28
	Moda	2 (35,6%)
Número de pessoas que acomoda	Média	6,56
	Desvio padrão	7,09
	Mínimo	2
	Máximo	50
	Moda	4 (42,3%)
Número de WC's	Média	2,24
	Desvio padrão	3,21
	Mínimo	1
	Máximo	23
	Moda	1 (64,4%)

Fonte: Autor.

Com o intuito de medir a intensidade da relação entre as variáveis preço médio das unidades e a respetiva capacidade foi utilizado um teste de correlação de Spearman.

De acordo com a Tabela 12, é possível concluir que a variável preço tem influência no número de pessoas que uma unidade de alojamento acomoda, existindo assim uma correlação entre elas. Ou seja, o teste de Speaman permite afirmar que mesmo sendo uma correlação positiva baixa 0,203, esta é estatisticamente significativa $p = 0,038$, sendo que, quanto maior for o preço médio de uma unidade de alojamento maior será o número de pessoas que esta acomoda. Este mesmo princípio aplica-se aos itens: número de camas $p = 0,018$ e número de WCs $p = 0,020$, uma vez que todas elas possuem um ($p < 0,05$) e uma correlação positiva baixa de aproximadamente 0.200.

Tabela 12. Correlação de Spearman entre as variáveis preço médio das unidades e a capacidade das unidades

Correlação		Número de quartos	Número de camas	Número de pessoas que acomoda	Número de WCs
Preço médio €	Coefficiente correlação	0,166	<u>0,232</u>	<u>0,203</u>	<u>0,228</u>
	p-value	0,092	<u>0,018</u>	<u>0,038</u>	<u>0,020</u>

Fonte: Autor.

6.4. Características e serviços das unidades

Em relação às características das unidades de alojamento apuramos que 76,6% dos inquiridos possuem estacionamento perto, 68,3% tem cozinha de hóspedes e 54,8% tem varanda na sua respetiva habitação. Concluindo assim, que a grande maioria das propriedades existentes de alojamento local possuem no mínimo estas três características. De registar ainda que cerca de 37,5% dos inquiridos possuem um terraço ou jardim nas suas casas, sendo esta uma característica diferenciadora bastante valorizada pelos hóspedes. Em sentido contrário, propriedades com características como: porteiro 2,9%, receção 8,7% e estacionamento próprio 18,3% são escassas, o que não surpreende uma vez que se trata de uma hospedagem geralmente mais económica.

Tabela 13. Características das unidades de alojamento local

	Frequência	Porcentagem
Estacionamento perto	80	76,9%
Cozinha de hóspedes	71	68,3%
Varanda	57	54,8%
Terraço/jardim	39	37,5%
Estacionamento próprio	19	18,3%
Recepção	9	8,7%
Outro	9	8,7%
Porteiro	3	2,9%

Fonte: Autor.

Observando as comodidades disponíveis nas unidades de alojamento local em estudo, constatamos que Wi-Fi (99%), secador (97,1%), cozinha equipada (93,3%) e utensílios de banho (90,4%), são as comodidades que praticamente todas as unidades de alojamento dispõem. Ferro de engomar (85,6%), televisão por cabo (83,7%) e aquecimento (82,7%), são outras das comodidades bastante presentes nas unidades analisadas. Em sentido contrário máquina de lavar a roupa (44,2%), máquina de lavar a louça (40,4%) e ar condicionado (40,4%), representam a meu ver percentagens um pouco abaixo do esperado, atendendo à sua importância e à cada vez maior exigência dos hóspedes. De uma forma geral podemos afirmar que praticamente todas as unidades em estudo possuem as comodidades consideradas necessárias a uma estadia de qualidade, existindo sempre espaço para melhorias.

Tabela 14. Comodidades disponíveis nas unidades de alojamento local

	Frequência	Porcentagem
Wi-Fi	103	99%
Secador	101	97,1%
Cozinha equipada	97	93,3%
Utensílios de banho	94	90,4%
Ferro de engomar	89	85,6%
Televisão por cabo	87	83,7%
Aquecimento	86	82,7%
Televisão	66	63,5%
Máquina de lavar a roupa	46	44,2%
Máquina de lavar a louça	42	40,4%
Ar condicionado	42	40,4%
Outro	6	5,8%
Sistema de vigilância	6	5,8%
Banheira de hidromassagem	2	1,9%
Piscina	1	1%
Sauna	0	0
Jacuzzi	0	0

Fonte: Autor.

Em relação aos serviços prestados pelos anfitriões o aconselhamento turístico foi o serviço mais prestado pela amostra analisada 86,5%, de seguida o transporte com 27,9% e o pequeno almoço com 20,2%. Tratando-se de uma atividade em crescendo onde cada vez mais é evidente o aumento do número de alojamentos e por consequência da concorrência, são estes fatores diferenciadores que acrescentam valor à experiência dos utilizadores, pelo que devem ser alvo de uma maior atenção por parte dos proprietários do setor. Contudo, e considerando que ainda existe uma grande margem de progressão neste capítulo, o facto de a grande maioria prestar serviços de aconselhamento turístico é um fator positivo, uma vez que o contacto pessoal permite dar a conhecer melhor o anfitrião e assim enriquecer a experiência da estadia.

Tabela 15. Serviços disponibilizados pelos proprietários das unidades de alojamento local

	Frequência	Percentagem
Aconselhamento turístico	90	86,5%
Transporte	29	27,9%
Pequeno-almoço	21	20,2%
Guia-turístico	17	16,3%
Outro	7	6,7%
Bar	4	3,8%
Restaurante	3	2,9%

Fonte: Autor.

Analisando as características que os proprietários consideram de maior diferenciação em relação à concorrência, concluímos que 86,5% afirma ser a localização da unidade, 81,7% o facto de disponibilizar toalhas, 79,8% a qualidade das instalações em si, 78,8% horas de entrada e saída flexíveis e por fim a decoração atrativa 75%. De realçar ainda, que existem muitas propriedades que competem pelo preço 65,4% e que são poucas as unidades com uma vista privilegiada 19,2%.

Tabela 16. Características diferenciadoras das unidades de alojamento local

	Frequência	Percentagem
Localização	90	86,5%
Disponibilização de toalhas	85	81,7%
Qualidade das instalações	83	79,8%
Horas de entrada/saída flexíveis	82	78,8%
Decoração atrativa	78	75%
Preço	68	65,4%
Personalização dos serviços	67	64,4%
Vista privilegiada	20	19,2%
Estadia mínima inexistente	16	15,4%
Outro	9	8,7%

Fonte: Autor.

6.5. Plataformas de aluguer utilizadas e taxas médias de ocupação

Como podemos analisar pela Tabela 17 o setor do alojamento local ainda não consegue ser constante, registando taxas de ocupação muito dispare para diferentes épocas/meses do ano. Épocas festivas como o Natal e a Páscoa registam normalmente taxas de ocupação elevadas, pelo que 67,3% e 60,6% dos inquiridos respetivamente, afirmam ter uma ocupação entre os 71% e 100%. Os tradicionais meses de calor maio, junho e julho e agosto registam todos eles taxas de ocupação entre os 71% e 100%, sendo de destacar o mês de agosto que para praticamente a totalidade dos inquiridos 96,2% é o melhor mês do ano. Em sentido contrário os meses de inverno continuam a ser meses onde a procura não é tao acentuada, sendo que só uma minoria dos inquiridos atinge taxas de ocupação elevadas 18,3%. De realçar ainda, que meses como setembro, outubro, novembro e dezembro que outrora eram considerados meses de pouca afluência registam taxas de ocupação interessantes pelo que só 6,7% dos inquiridos revelam taxas de ocupação entre os 0% e 30%.

Tabela 17. Taxas de ocupação média das unidades de alojamento por épocas

	0%-30%	31%-70%	71%-100%
Natal/Passagem de Ano	12,5%	20,2%	67,3%
Páscoa	10,6%	28,8%	60,6%
Agosto	1%	2,9%	96,2%
Maior, junho e julho	3,8%	22,1%	74%
Setembro, outubro, novembro e dezembro	6,7%	65,4%	27,9%
Janeiro, fevereiro, março e abril	40,4%	41,3%	18,3%

Fonte: Autor.

Com o intuito de medir a intensidade da relação entre as variáveis ano de início da atividade e a taxa de ocupação média foi utilizado um teste de correlação de Spearman.

Após análise da tabela abaixo, foi possível observar que existe uma relação entre o ano de início da atividade e a taxa de ocupação para praticamente todos os meses do

ano excluindo o mês de agosto e as épocas festivas, ou seja ($p < 0,05$). Existe uma correlação negativa a rondar os -0.200 estatisticamente significativa para o ano de início da atividade e a taxa de ocupação para os meses indicados, isto é, quanto maior for o ano de início da atividade menor é a taxa de ocupação. Por exemplo um proprietário registado em 2017 tende a ter menos adesão que um registado em 2014, pelo que podemos afirmar que os anfitriões com mais experiência tendem a ter melhores taxas de ocupação para os meses de menor adesão.

Tabela 18. Correlação de Spearman entre as variáveis ano de início da atividade e a taxa de ocupação média

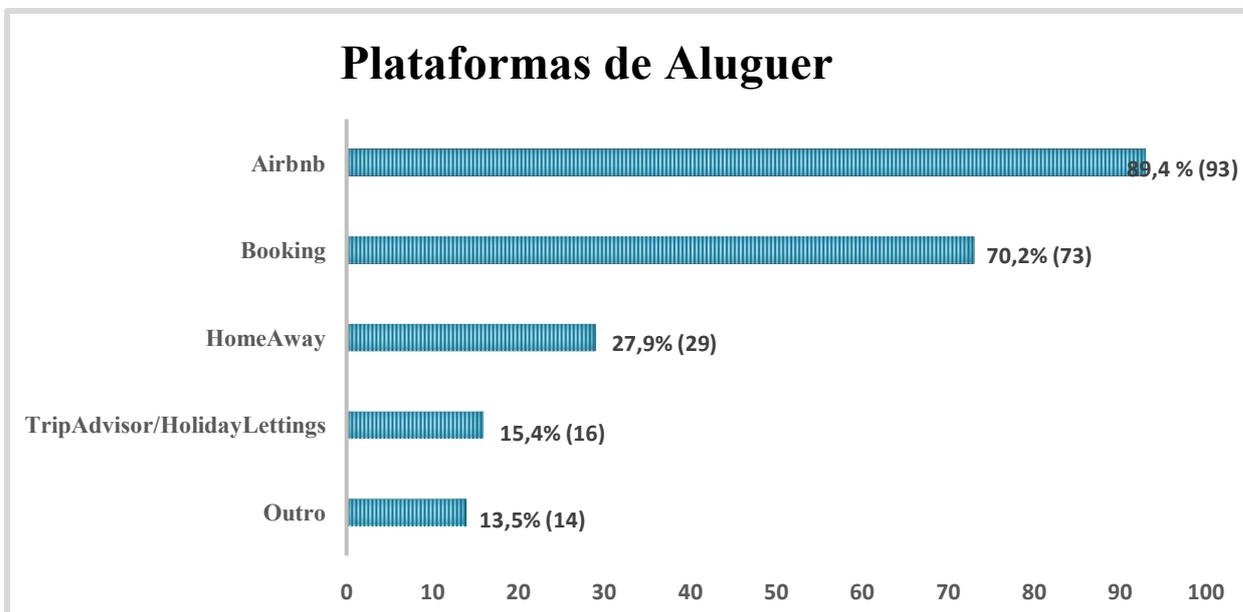
Correlação		Natal/Passagem de Ano	Páscoa	Agosto	Maio, junho e julho	Setembro, outubro, novembro e dezembro	Janeiro, fevereiro, março e abril
Início da atividade	Coefficiente de correlação	0,019	-0,192	-0,140	<u>-0,219</u>	<u>0,204</u>	<u>-0,219</u>
	p-value	0,845	0,050	0,156	<u>0,026</u>	<u>0,038</u>	<u>0,026</u>

Nota: Autor.

Em termos de plataformas de aluguer, o mais utilizado é sem dúvida o Airbnb sendo que 89,4% dos utilizadores utilizam esta plataforma para alugar as suas propriedades. Em seguida encontra-se o Booking com 70,2%. Todas as restantes plataformas são pouco utilizadas pelos proprietários de alojamento local na cidade do Porto. Estes dados reforçam a ideia de que o Airbnb é a principal impulsionadora desta atividade e que através de uma plataforma bem desenhada e de fácil compreensão conseguiu cativar milhões de usuários de todo o mundo. No entanto e após uma breve pesquisa por todos

os sites mencionados foi possível perceber que plataformas como a HomeAway e TripAdvisor têm um cariz mais familiar, ou seja, a filosofia da empresa passa por oferecer maioritariamente moradias em locais mais afastados onde o descanso é a sua premissa. Pelo que, em sentido contrário plataformas como o Airbnb e Booking têm um perfil mais urbano, sendo estas mais vocacionadas para as grandes cidades. Concluindo, os dados recolhidos vão ao encontro do esperado, pois as características da cidade do Porto aproximam-se mais da filosofia de plataformas como o Airbnb e Booking.

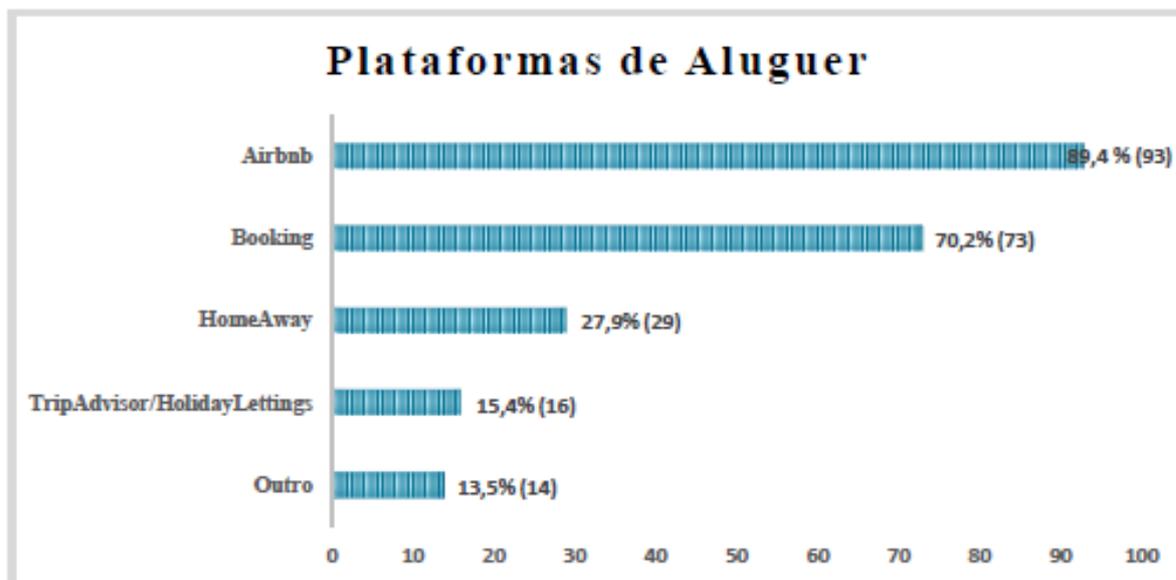
Gráfico 15. Plataformas de aluguer mais utilizadas pelos proprietários



Fonte: Autor.

Com cerca de 43,3% a utilização das redes sociais é o método de divulgação mais utilizado pelos anfitriões, segue-se os sítios na internet com 34,6% e a publicidade/anúncios em sítios na internet com 30,8%. De registar que métodos mais tradicionais como a divulgação através de agências, encontra-se atualmente praticamente em desuso, pelo que apenas é utilizado por 14,4% da amostra em estudo.

Gráfico 16. Plataformas de divulgação mais utilizadas pelos proprietários



Fonte: Autor.

6.6. Síntese e conclusões

Ao longo deste capítulo apresentamos os resultados da caracterização efetuada às unidades de alojamento em estudo. Na sua esmagadora maioria a oferta existente é constituída por apartamentos e em seguida, mas com larga distância moradias, dados não surpreendentes uma vez que o local do estudo foi o centro histórico da cidade do Porto. O tipo de aluguer mais frequente é o espaço inteiro e o preço médio de cada unidade ronda os 55 euros, de referir que imóveis em estudo na sua generalidade estavam anteriormente desocupados, contrariando a tendência em afirmar que o alojamento local é um dos principais responsáveis pelo afastamento dos moradores locais. Praticamente todos os inquiridos possuem atividade há relativamente poucos anos, dado que vai ao encontro da revisão literária realizada. Em relação á capacidade das mesmas, verificamos que normalmente possuem 1 quarto, 1 WC, 2 camas e acomoda 4 pessoas, revelando ser propriedades focadas para as férias de curta duração. Em relação às caraterísticas e serviços prestados, a grande maioria das propriedades revelam estar equipadas com todos os itens necessários a uma estadia de qualidade, no entanto o aconselhamento turístico é

o único serviço prestado praticamente por todos os anfitriões. Analisando as taxas de ocupação, verificamos que ainda existe o problema da sazonalidade, no entanto os proprietários com maior experiência tendem a conseguir ultrapassar esse problema, revelando taxas de ocupações em épocas consideradas “baixas” entre os 31% e os 70%. As plataformas de aluguer mais utilizadas são sem dúvida o Airbnb e o Booking e maioritariamente os anfitriões divulgam as suas habitações nas redes sociais, evidenciando a importâncias das novas tecnologias neste setor em específico.

7. Conclusões

7.1. Introdução

O objetivo deste capítulo é apresentar as principais conclusões sobre a temática em estudo, conclusões estas provenientes da análise efetuada ao perfil dos proprietários e às suas respetivas habitações destinadas a alojamento local.

Este capítulo divide-se em três partes, primeiramente iremos apresentar os resultados que permitiram responder à questão de investigação levantada, em seguida, explicaremos todas as limitações encontradas ao longo deste estudo assim como recomendações futuras.

7.2. Principais conclusões

Para conseguir responder ao objetivo desta dissertação era necessário fazer um enquadramento da temática em estudo, a revisão de literatura permitiu explicar o que é o alojamento local e identificar as características que o distingue das demais formas de alojamento. O alojamento local é visto como uma habitação de cariz mais pessoal onde normalmente estão evidentes objetos pessoais dos seus proprietários, estes traços a par da sua localização mais central tornam este tipo de alojamentos extremamente populares. Este tipo de alojamento oferece uma estadia mais autêntica e informal comparado com a oferta hoteleira convencional e oferece uma experiência mais realista de um determinado local. Também foi possível perceber que o exponencial crescimento deste setor só foi possível graças ao aparecimento das novas tecnologias que vieram facilitar o contacto entre os cidadãos de todo mundo, sendo que neste capítulo destaco o aparecimento das plataformas digitais tais como a Airbnb que vieram revolucionar este setor através de uma plataforma bem desenhada que serve de intermediário entre os proprietários e os hóspedes. Contudo e apesar de o seu contributo para o crescimento da economia ser evidente, o alojamento local tem vindo a ser tema de debate em todo mundo, muito devido

aos problemas habitacionais associados a este fenómeno, questões como a gentrificação das cidades e o aumento do preço das habitações são normalmente levantadas, sendo que por agora ainda não existem medidas realmente eficazes para combater estes problemas. A cidade do Porto tem vindo a registar um grande aumento do número de turistas, sendo considerado já por três vezes como o melhor destino europeu (2012,2014,2017). Esta popularidades possibilitou a renovação do centro histórico da cidade, onde muito contribui o alojamento local que através de renovação de edifícios que anteriormente se encontravam desocupados permitiu revitalizar a cidade e torná-la mais atraente quer para moradores quer para os turistas.

Feito o enquadramento da temática em estudo, foi realizado um estudo quantitativo junto dos proprietários de unidades de alojamento local da cidade do Porto, onde através de um inquérito por questionário foi pretendido caracterizar as suas habitações assim como analisar os seus perfis de forma a compreender se o alojamento local tem contribuído positivamente para o turismo da cidade. Foram recolhidos um total de 297 inquéritos sendo que após primeira análise foram eliminados 79 por não responderem a nenhuma questão e mais tarde 114 pelo facto de não preencherem de forma correta ou não terem respondido a todas as questões colocadas. Posto isto o número final de inquéritos fixou-se nos 104, tendo estes sido objeto de análise estatística com o recurso ao IBM SPSS Software.

Posto isto, foram delineados três objetivos gerais que servem de suporte à questão de investigação principal, sendo estes explicados individualmente e detalhadamente.

Objetivo 1: Caracterizar o perfil dos empresários do setor do alojamento local.

Esta análise permitiu perceber a importância do empresário no desenvolvimento do setor do alojamento local, assim como o seu contributo para o sucesso turístico da cidade do Porto. Os resultados obtidos revelaram que este setor não é dominado por nenhum dos géneros, sendo de enaltecer o facto de as mulheres aderirem à vida empresarial através do alojamento local, contrastando a realidade vivida em muitos outros setores da nossa economia onde a presença do sexo feminino é pouco expressiva. A idade média dos inquiridos é de 44 anos e a sua grande maioria possui formação

superior (87%), dados elucidativos do elevado grau de qualificação presente neste setor, sendo este um importante fator de sucesso da atividade. O proprietário de alojamento local na cidade do Porto normalmente possui apenas uma unidade de alojamento e investiu montantes que variam entre os 50,000 e os 200,00 euros. Apesar do significativo investimento apenas 26,9% da amostra tinham como objetivo principal obter independência financeira, pelo que a grande maioria apenas pretende obter um rendimento extra (66,3%), dados estes que vão ao encontro da situação profissional atual dos inquiridos, pois apenas 31% se dedicam única e exclusivamente à atividade. Estes resultados demonstram que apesar do crescimento exponencial do turismo e do sucesso evidente deste tipo de alojamentos, o alojamento local ainda não é visto como modo de subsistência para a grande maioria dos proprietários. Para este facto, muito contribui os obstáculos à evolução do setor encontrados ao longo da revisão de literatura realizada, os inquiridos identificaram como maiores preocupações as questões legais, tais como “carga fiscal” e “instabilidade fiscal” atribuindo pontuações de 4,13 e 4,14 numa escala de Likert, onde “1” significa nada importante e “5” extremamente importante, sendo estes os principais causadores da instabilidade vivida no setor que impedem uma maior profissionalização do mesmo.

Objetivo 2: Aferir a perceção dos empresários relativamente ao futuro do setor e à qualidade do alojamento

Em relação ao futuro do setor, uma vez mais, os empresários demonstram grandes preocupações com as questões legais sendo que para 79% dos inquiridos o maior receio são as possíveis “alterações fiscais”. Estes dados são seriamente preocupantes e merecem a atenção dos nossos governantes, pois estas questões são um entrave ao crescimento, pondo em causa uma atividade que tanto tem contribuído para o desenvolvimento económico do nosso país em especial a cidade do Porto. Contudo, existem outros fatores que preocupam os empresários do setor, a “quebra do fluxo turístico” e o “aumento da concorrência” são para 49% e 37,5% dos inquiridos questões preocupantes e que não podem ser ignoradas, estando a meu ver interligadas, pois o aumento do número de habitações destinadas a alojamento local pode gerar excesso de oferta criando a sensação de quebra de fluxo, e por mais turistas que a cidade do Porto venha a ter, a sensação de

“quebra” será sempre sentida pelos empresários do setor. Para combater esta hipótese, tanto os proprietários como os nossos governantes devem tomar medidas efetivas que garantam o crescimento sustentado deste setor, aumentando cada vez mais a qualidade dos serviços prestados de forma a captar e fidelizar clientes à cidade e regulando de forma definitiva o setor do alojamento local.

O atendimento simpático (4,87), a limpeza (4,88), a disponibilidade de atendimento (4,74) e a segurança (4,71), foram os fatores que obtiveram as pontuações mais elevadas. Estes resultados são interessantes na medida em que entre as opções colocadas estas dependem única e exclusivamente do empenho e dedicação do proprietário, revelando a qualidade da habitação e o grau de comprometimento existente entre o proprietário e esta atividade. Em relação ao impacto que este setor tem na cidade do Porto, praticamente todos os inqueridos consideram que o alojamento local tem um impacto positivo em vários parâmetros como, crescimento da economia, promoção da cidade, requalificação da cidade, dinamização da cidade e no aumento do turismo, demonstrando a importância deste setor para a cidade e região. No entanto e não menos relevante, o bem-estar dos habitantes locais foi o único parâmetro que dividiu a opinião dos inquiridos, e apesar de ter obtido uma pontuação positiva é possível afirmar que para muitos o bem-estar dos habitantes locais foi comprometido pelo aparecimento das unidades destinadas ao alojamento local. Um dado interessante foi verificar através de um teste de Mann-Whitney que os empresários que não possuem mais nenhuma atividade para além do alojamento local, tendem a achar que este fenómeno contribui mais para o bem-estar das habitantes e promoção da cidade em comparação com os que possuem. Dados significativos, tendo em conta a importância da análise efetuada por quem vive e se dedica exclusivamente a esta atividade.

Objetivo 3: Caracterizar as unidades de alojamento local da cidade do Porto

Para aferir importância desta atividade para o sucesso turístico do destino Porto, era de extrema importância realizar um levantamento das características de cada unidade de alojamento, pois só desta forma é possível avaliar o impacto positivo ou negativo que estas podem ter na cidade enquanto destino turístico.

O alojamento local é um setor bastante diversificado que pode ir desde um simples quarto num apartamento até uma hospedagem que alberga mais de cem pessoas, oferecendo experiências e comodidades totalmente distintas entre si. Pela análise realizada à oferta existente na cidade do Porto, os apartamentos são a forma de alojamento mais utilizada pelos proprietários do setor, com uma percentagem de 83,7% de toda a oferta existente, em sentido contrário os estabelecimentos de hospedagem representam apenas 4,8%, dados não surpreendentes, uma vez que a análise se cingiu apenas ao centro histórico da cidade. No entanto, a tipologia de aluguer mais presente é o “espaço inteiro” (85,6%), dados curiosos e que vão contra aos primórdios desta atividade, onde o principal objetivo era a troca de experiências e conhecimentos entre os proprietários das habitações e os viajantes. Atualmente, verifica-se que esta é uma atividade meramente focada em fins económicos de parte a parte, ressaltando ainda o seu lado mais familiar em comparação com outros métodos de hospedagem. Um dado que contraria a ideia que o alojamento local contribui para o aumento do preço das habitações é a elevada percentagem de habitações que anteriormente se encontravam desocupadas e que agora são alojamentos locais (52,9%). Não sendo justo esta discussão em torno de um setor que permitiu reabilitar habitações que não sendo de outra forma estariam ao abandono não trazendo qualquer benefício quer para a imagem da cidade quer para os habitantes locais.

A não presença do anfitrião obriga em compensação à falta de partilha de experiências a uma maior atenção à qualidade do alojamento, pois a qualidade e os serviços prestados são os únicos fatores que diferenciam uma unidade das outras. Verificou-se neste capítulo que na sua esmagadora maioria as unidades de alojamento local na cidade do Porto se encontram apetrechadas de comodidades consideradas indispensáveis a uma estadia de qualidade, como por exemplo, Wi-Fi, equipamento de cozinha, televisão por cabo, aquecimento, utensílios de banho, secador e dispõem de serviços de aconselhamento turístico. Serviços de guia-turístico, transporte e pequeno almoço são serviços que ainda não são disponibilizados por uma percentagem significativa das unidades, e sendo fatores altamente diferenciadores que acrescentam valor e qualidade às habitações deviam fazer parte da estratégia dos empresários do setor, pois só assim é possível criar uma vantagem competitiva.

Num mercado onde a concorrência é à escala global, as taxas de ocupação média são um indicador de desempenho que mede o sucesso de uma unidade de alojamento e por consequência de um destino turístico. Através da análise realizada é possível afirmar que de uma forma geral as unidades de alojamento local na cidade do Porto são bem-sucedidas, registando taxas de ocupação muito significativas na maioria dos meses do ano, revelando assim, não só o seu contributo financeiro, mas também a sua importância para o turismo da cidade do Porto. Um outro lado relevante, foi constatar que as propriedades registadas há mais anos, registam melhores taxas de ocupação, levando a crer que a experiência de mercado é de facto determinante para o sucesso nesta atividade. Um dado inerente a todas as unidades de alojamento é a forma de divulgação, sendo inegável o contributo das novas tecnologias e em especial do Airbnb para o desenvolvimento desta atividade, que apesar de antiga só nos últimos anos é que conseguiu atingir a notoriedade agora registada. É de facto interessante analisar o impacto da internet na economia moderna e em específico no setor do turismo que tem sido um dos grandes beneficiadores deste fenómeno, pelo que arrisco em dizer que sem a internet este setor ainda nos dias de hoje estaria somente ao alcance dos turistas mais aventureiros que de alguma forma procurariam este tipo de estadia. As plataformas de aluguer mais utilizadas são a Airbnb e o Booking com taxas de utilização acima dos 70%, todas as outras hipóteses colocadas são somente utilizadas por uma pequena percentagem da amostra, e as redes sociais revelaram ser o método de divulgação mais popular entre os proprietários. O que de certa forma não surpreende uma vez conhecido o sucesso e a visibilidade que as redes sociais têm à escala global, sendo atualmente o método de divulgação que mais cresceu em todo o mundo.

Com esta análise foi possível concluir que oferecendo estadias muitas distintas, onde o conceito “casa” é a premissa e gerenciadas por pessoas totalmente capazes, o alojamento local na cidade do Porto revelou ser de elevada qualidade, contribuindo assim de forma efetiva para o bom nome da cidade do Porto enquanto destino turístico.

7.3. Limitações do estudo e recomendações futuras

Na realização desta dissertação foram surgindo várias limitações que condicionaram de certa forma o desenvolvimento do estudo e a materialização dos objetivos anteriormente definidos. Desde já destaco a pouca informação existente acerca desta temática, informação esta que acrescentaria riqueza ao estudo efetuado. As constantes mudanças do número de casas registadas no “registo nacional de alojamento local”, condicionaram o tamanho final da amostra em estudo, pelo que é possível verificar que o número de casas registadas aumenta de forma significativa a cada mês, sendo que à data da recolha dos dados (14 de fevereiro 2018) existiam 4595 alojamentos registados e atualmente (19 de novembro 2018) existem 7249. Esta diferença prejudica a caracterização deste setor, sendo possível afirmar que ao dia de hoje os resultados seriam de alguma forma distintos.

Outra limitação é o facto de se tratar de um estudo quantitativo o que limita as respostas dos inquiridos, sendo a meu ver o mais indicado a conjugação entre questionários de natureza quantitativa e qualitativa. Os questionários de natureza qualitativa como entrevistas, conseguem fornecer mais informação, não existindo quaisquer limitações ao nível das respostas.

Para investigações futuras, recomendaria a realização de um estudo qualitativo onde seria efetuada entrevistas aos proprietários de unidades de alojamento local e aos seus hóspedes. Esta análise permitiria conhecer as características dos hóspedes que optam por este tipo de alojamento e avaliar o seu grau de satisfação, para além de conhecer mais pessoalmente o tecido empresarial deste setor. Esta análise permitiria concluir de forma ainda mais incisiva o grau de contribuição do alojamento local para o turismo da cidade do Porto. Problemas associados a este setor seria um tema que deveria ser algo mais aprofundado, pois as discussões em torno deste setor são cada vez mais evidentes não só em Portugal, como em todo o mundo.

Apêndice I – Questionário



Universidade do Minho

Ex.mo/a Senhor/a Peço a sua valiosa colaboração no preenchimento de um pequeno questionário inserido num estudo de caracterização do alojamento local na cidade Porto. Este estudo está a ser realizado no âmbito duma pesquisa académica na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho não tendo por isso fins comerciais. Os dados fornecidos são confidenciais e anónimos, utilizados unicamente para fins académicos de investigação. No caso de ser proprietário ou tiver a seu cargo mais do que uma unidade de alojamento local, nas suas respostas considere a maior unidade de alojamento local que possui/gere na cidade do Porto. Caso pretenda aceder aos resultados do estudo, no final do questionário ser-lhe-á permitido indicar-nos o seu e-mail para esse efeito. Sinta-se também à vontade para entrar em contacto comigo para qualquer outro assunto através do meu email. Agradeço desde já o tempo e a atenção despendidos no preenchimento do questionário.

Diogo Dantas
pg32700@alunos.uminho.pt

Bloco de questões por defeito

1. Qual o número de estabelecimentos que possui?

2. Quais as suas motivações para a realização do negócio?

- Obter rendimentos extras
- Ocupação de tempo
- Rentabilizar imóvel inocupado
- Contacto com pessoas
- Independência financeira
- Outra

3. Classifique o impacto dos seguintes obstáculos à evolução do setor do alojamento local.

Classifique na escala de 1 a 5 em que, 1- Nada Importante; 2- Pouco Importante; 3- Relativamente Importante; 4- Muito Importante; 5- Extremamente Importante

	1	2	3	4	5
Aumento da concorrência	<input type="radio"/>				
Carga fiscal	<input type="radio"/>				
Instabilidade Fiscal	<input type="radio"/>				
Sazonalidade no negócio	<input type="radio"/>				
Licenciamento	<input type="radio"/>				

	1	2	3	4	5
Dificuldades de acesso ao financiamento	<input type="radio"/>				
Situação económica e política em Portugal	<input type="radio"/>				
Outro	<input type="radio"/>				

4. Quais os seus receios para o futuro do setor do alojamento local?

- Quebra do fluxo turístico
- Alterações fiscais
- Aumento da concorrência
- Nenhum
- Outro

5. Como classifica os seguintes factores relacionados com a qualidade do seu alojamento?

Classifique na escala de 1 a 5 em que, 1- Discordo totalmente; 2- Discordo parcialmente; 3- Indiferente; 4- Concordo parcialmente; 5- Concordo completamente

	1	2	3	4	5
Esta bem Localizada	<input type="radio"/>				
É segura	<input type="radio"/>				
É Limpa	<input type="radio"/>				
A habitação é de qualidade (Infraestruturas; materiais; comodidades)	<input type="radio"/>				
Disponibilidade de atendimento	<input type="radio"/>				
O atendimento é simpático	<input type="radio"/>				
Outro	<input type="radio"/>				

6. Como classifica a importância do alojamento local para a cidade do porto, nos seguintes aspectos.

Classifique na escala de 1 a 5 em que, 1- Nada Importante; 2- Pouco Importante; 3- Relativamente Importante; 4- Muito Importante; 5- Extremamente Importante

	1	2	3	4	5
No aumento do turismo	<input type="radio"/>				
Na dinamização da cidade	<input type="radio"/>				
Requalificação da cidade	<input type="radio"/>				
Promoção da cidade	<input type="radio"/>				
Bem estar dos habitantes locais	<input type="radio"/>				
No crescimento da economia	<input type="radio"/>				
Outro	<input type="radio"/>				

7. Qual foi o montante investido no alojamento (euros)? Considere somente o maior alojamento

- 0
- 1-1000
- 1001-5000
- 5001-10000
- 10001-20000
- 20001-50000
- 50001-200000
- 200001-500000
- 500001-1000000
- Mais de 1000000

8. Tipo de imóvel

- Apartamento
- Moradia
- Hostel

9. Tipo de aluguer

- Espaço inteiro

- Quarto privado
- Quarto partilhado

10. Qual a anterior utilização do seu imóvel?

- Desocupado
- Alojamento tradicional
- Alojamento próprio
- Não sei

11. Desde que ano tem alojamento local?

12. Indique a capacidade do seu alojamento

Número de quartos

Número de camas

Número de pessoas que acomoda

Número de WCs

13. Indique as características do espaço

- Estacionamento próprio
- Estacionamento perto
- Cozinha de hóspedes
- Terraço/jardim
- Varanda
- Porteiro
- Recepção
- Outro

14. Quais as comodidades oferecidas no seu alojamento?

- Wi-Fi
- Cozinha equipada
- Ar condicionado
- Máquina de lavar a roupa
- Máquina de lavar louça
- Ferro de engomar
- Secador
- Utensílios de banho
- Televisão
- Televisão por cabo
- Aquecimento
- Sauna
- Jacuzzi
- Piscina
- Banheira de hidromassagem
- Sistema de vigilância
- Outro

15. Quais os serviços disponibilizados no seu alojamento?

- Transporte
- Guia-turístico
- Bar
- Restaurante
- Pequeno-almoço
- Aconselhamento turístico
- Outro

16. Quais as características que destaca no seu alojamento?

- Localização
- Vista privilegiada
- Decoração atrativa
- Horas de entrada/saída flexíveis
- Qualidade das instalações
- Personalização dos serviços
- Preço
- Estadia mínima inexistente
- Disponibilização de toalhas
- Outro

17. Qual a Taxa de ocupação nas seguintes datas/épocas?

	0%-30%	31%-70%	71%-100%
Natal/Passagem de Ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Páscoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agosto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maio, Junho e Julho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setembro, Outubro, Novembro, Dezembro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Janeiro, Fevereiro, Março, Abril	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Quais as plataformas de aluguer que utiliza na divulgação do seu alojamento?

- Airbnb
- Booking
- HomeAway
- TripAdvisor (HolidayLettings)
- Outro

19. Qual é o preço médio por pessoa/noite de estadia na sua principal unidade de alojamento (euros)?

20. Quais as formas utilizadas para a promoção do seu alojamento?

- Redes sociais
- Publicidade/anúncios em sítios na Internet
- Sítio na internet
- Agências
- Outro

21. Sexo

- Masculino
- Feminino

22. Ano de Nascimento

23. Habilitações Literárias

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Bachelato
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

24. Para além da sua atividade de alojamento local, possui mais alguma atividade profissional?

- Sim
- Não

Bibliografia

- Adie, B. A., & Hall, C. M. (2016). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism*, 12(1), 67-80.
- AHRESP (2017). *Qualificação e Valorização do Alojamento Local*. Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal, sob coordenação de Hélia Pereira/ISCTE-IUL.
- Almeida, S. J. (2017). Proprietários de alojamento local deverão ter de pagar mais condomínio. *Publico*. 21 de agosto.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The rise of collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Brau, R., Lanza, A., & Pigliiaru, F. (2007). How Fast are Small Tourist Countries Growing? The 1980-2003 Evidence. *Fondazione Eni Enrico Mattei*.
- Brown, M. (2013). *Airbnb: The Growth Story You Didn't Know*. Newport: GrowthHackers, Inc.
- Cohen, B., & Munoz, P. (2016). *The emergence of the Urban Entrepreneur: How the Growth of Cities and The Sharing Economy Are Driving a New Breed of Innovators*. Santa Barbara, California: Richard Florida.
- Cohen, E. (1973). Nomads from Affluence: Notes on the phenomenon of Drifter Tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14, 1-2.
- Dayour, F., Adongo, C. A., & Taale, F. (2016). Determinants of backpackers expenditure. *Tourism Management Perspectives*, 27, 36-43.
- Direção de Desenvolvimento e Valorização da oferta (2016). *Alojamento Local- Regime Jurídico*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- Forbes. (2018). As A Rare Profitable Unicorn, Airbnb Appears to be Worth at Least 38bn. *Forbes Media LLC*. 11 de maio.
- Gössling, S., Hall, M., Lane, B., & Weaver, D. (2008). The Helsinborg Statement on Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 122-124.

- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Hsieh, Y., & Lin, P. (2010). Bed and Breakfast Innkeeper's Work and Personal Life Balance: A Cross-cultural Comparison. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 576-581.
- IPDT (2015). *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal*. Viana do Castelo: Turismo do Porto e Norte de Portugal, E, R.
- JLL (2015). *Apartamentos Turísticos em Lisboa-Um Mercado em Crescimento*. Lisboa: Jones Lang LaSalle.
- Judd, D. R., & Fainstein, S. S. (1999). *The tourist city*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Kotler, P. T., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2013). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (6th edition). Boston: Pearson.
- Legohérel, P., & Wong, K. K. F. (2006). Market Segmentation in the Tourism Industry and Consumers' Spending. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(2), 15-30.
- Lynch, P. A., McIntosh, A. J., & Tucker, H. (2009). *Commercial homes in Tourism: An international perspective*. Abingdon: Routledge.
- Marôco, J. (2014). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. Lisboa
- REPORTNUMBER.
- Marx, A., Backes, C., Meese, E., Lenhof, H. P., & Keller, A. (2016). EDISON-WMW: Exact Dynamic Programming Solution of the Wilcoxon-Mann-Whitney Test. *Genomics Proteomics Bioinformatics*, 14, 55-61.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. (4th edition). Oxford: Taylor & Francis Ltd.
- Murphy, L. L., & Pearce, P. L. (1995). Young Budget Travelers Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819-843.

- Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27, 525-532.
- Nguyen, H. N., (2016). *Customer Value in Sharing Economy: The Case of Airbnb*. Dissertação de Mestrado, University of Tampere, Tampere, Finlândia.
- Nuntsu, N., Tassiopoulos, D., & Haydam, N. (2004). The bed and breakfast market of Buffalo City (BC), South Africa: present status, constraints and success factors. *Tourism Management*, 25, 515-522.
- OECD (2016). *OECD Tourism Trends and Policies*. Paris: OECD Publishing.
- O'Reilly, C. C. (2006). From Drifter to Gap Year Tourist- Mainstreaming Backpacker Travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998-1017.
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality business. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.
- Pearce, P. L. (1990). *The backpacker phenomenon: preliminary answers to basic questions*. Townsville, Qld: James Cook University of North Queensland.
- Pinto, S. P. (2017). Alojamento Local. Berlim já proíbe, mas há muitas outras cidades a limitar oferta. *Sol*. 18 de julho 2017.
- PWC (2015). *The Sharing Economy*. Delaware: Pricewaterhouse Coopers LLP.
- Ramires, A., Brandão, F., & Sousa, A. (2016). Motivation-based cluster analysis of international tourists visiting a World Heritage City: The case of Porto, Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 49-60.
- Rudio, F. V. (1980). *Introdução ao projeto de pesquisa científica*. (18th edition). Petrópolis: Vozes.
- Russo, A. P. (2002). The “Vicious Circle” of Tourism Development in Heritage Cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165-182.

- Salter, J. (2012). Airbnb: The story behind the 1.3bn room-letting website. *The Telegraph*. 7 de setembro.
- Samaan, R. (2015). *Airbnb, Rising Rent, and The Housing Crisis in Los Angeles*. Los Angeles: laane.
- Santos, G. E. O., & Kadota, D. K. (2012). *Economia do Turismo*. São Paulo: Aleph.
- Santos, H., Valença, P., & Fernandes, E. O. (2017). UNESCO's Historic Centre of Porto: Rehabilitation and Sustainability. *Energy Procedia*, 133, 86-94.
- Sawatzky, K. (2016). *Short-term Consequences: Investigating the Extent, Nature and Rental Housing Implications of Airbnb Listings in Vancouver*. Dissertação de Mestrado, Simon Fraser University, Burnaby, Canadá.
- Schafer, 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.
- Scheyvens, R. (2002). Backpacker Tourism and Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 144-164.
- Stanley, M. R. (2015). *Global Insight: Who Will Airbnb Hurt More - Hotels or OTAs?*. New York: Morgan Stanley Research.
- Szpilko, D. (2016). Tourism Supply Chain – Overview of Selected Literature. *Procedia Engineering*, 182, 687-693.
- Tussyadiah, L. P., & Pesonen, J. (2016). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay- an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 703-720.
- UNESCO (1975). The effects of tourism on socio-cultural values. *Annals of Tourism Research*, 4(2), 74-105.
- 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.

- Westerhausen, K., & Macbeth, J. (2003). Backpackers and empowered local communities: natural allies in the struggle for sustainability and local control? *Tourism Geographies*, 5(1), 71-86.
- WTTC (2017). *Economic Impact 2017 Portugal*. London: World Travel & Tourism Council.
- Zee, R. V. D. (2016). The “Airbnb effect”: is it real, and what is it doing to a city like Amsterdam? *The Guardian*. 6 de outubro.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2016). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.

Websites

<https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True>

<https://www.airdna.co/>

<https://www.europeanbestdestinations.com/>

