

Guia do Alojamento Local de Sucesso

Trabalho de Projeto

José Pedro Valério Ferreira

Mestrado em
Gestão do Turismo Internacional



Ponta Delgada

2020

Guia do Alojamento Local de Sucesso

Trabalho de Projeto

José Pedro Valério Ferreira

Orientadores

Prof. Doutor Gualter Manuel Medeiros do Couto

Prof. Doutor Carlos Alberto Silva Melo Santos

Trabalho de projeto submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo Internacional, com especialização em Gestão dos Destinos Turísticos.



RESUMO

O projeto aqui apresentado está enquadrado no plano curricular do Mestrado em Gestão do Turismo Internacional, com especialização em Gestão dos Destinos Turísticos. Tem como objetivo a elaboração de um guia de boas práticas para o Alojamento Local na ilha de São Miguel, na região dos Açores. Esta tipologia específica de alojamento turístico tem evoluído muito na região, sendo que é importante criar um nível de excelência na oferta deste serviço.

Após a recolha de toda a informação pertinente como a análise de documentos de estratégia turística e da caracterização do mercado do Alojamento Local, foram identificados fatores potenciadores do sucesso e posteriormente foi elaborado o guia de boas práticas.

O guia está dividido em seis pontos (destino/região, documentos legais, mercado, marketing/venda, experiência e monitorização), sendo que para cada tópico são indicados sugestões e passos que podem ajudar a atingir melhores resultados.

Pontos essenciais para a região, como a sustentabilidade da atividade turística e a importância do turismo de natureza serão também abordados ao longo do documento.

Palavras-chave: *Açores, Alojamento Local, Boas Práticas, Sustentabilidade, Turismo de Natureza.*

ABSTRACT

The following project is framed in the context of the Curriculum Plan of the Master's in International Tourism Management, in the branch of Management of Touristic Destinations. This project has the goal of making a good practice guide for the Local Accommodation in São Miguel Island, Azores. This typology of touristic accommodation has been growing in the region, making it important to raise the excellence level of the service provided.

After gathering all the information needed, such as the analysis of strategic tourism documents and the characterization of the supply market of the Local Accommodation, key factors to success were identified and afterwards the good practice guide for the Local Accommodation establishments was created.

The guide is divided in six topics (destiny/region, legal documents, market, marketing/sale, experience, monitoring) and for each topic were made suggestions and steps to achieve better results.

Essential points for the region, like sustainability of tourism activity and the importance of Nature Tourism will also be discussed in this document.

Keywords: Azores, Good Practice, Local Accommodation, Nature Tourism, Sustainability

AGRADECIMENTOS

Agradeço sinceramente a todos aqueles que contribuíram em toda a minha jornada até este momento.

À minha mãe Andrea, que sempre me apoiou de forma incondicional em todas as minhas decisões e que sempre me incentivou a ultrapassar os meus limites e a nunca desistir.

Ao meu irmão Francisco, que sempre me apoiou, mesmo nas situações mais complicadas.

À minha família açoriana que me acolheu e me deu um lar, numa atitude de verdadeiro aconchego.

Ao Bruno, à Catarina, ao Zé, ao Hugo, à Sofia, ao Daniel que com a sua rede de afetos me mostraram o quão importante são as emoções nas nossas vidas. Com eles experienciei sentimentos de segurança, gratidão, altruísmo e generosidade, fundamentais para o meu bem-estar emocional, com repercussões positiva na elaboração do trabalho.

Ao meu orientador Professor Doutor Gualter Couto, que, para além de me ajudar a mobilizar conhecimentos, teve um papel fundamental no entendimento que adquiri sobre a importância do ato de reaprender ao longo da vida, tornando-me mais curioso, perseverante e resiliente.

Aos que não estão mencionados, particularmente elementos do corpo docente e não docente da Universidade dos Açores e do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, que de algum modo contribuíram para o meu crescimento tanto pela construção de saberes, como pelo incentivo para procurar, de forma sustentada, novas respostas na vida, saindo da minha área de conforto.

INDÍCE

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
AGRADECIMENTOS	iii
INDÍCE	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE TABELAS	vii
LISTA DE ABREVIATURAS	viii
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO II – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	3
CAPÍTULO III – ENQUADRAMENTO TURÍSTICO	7
3.1. Plano Estratégico Nacional do Turismo	7
3.2. Turismo 2020.....	10
3.3. Estratégia Turismo 2027.....	12
3.4. Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores.....	13
3.5. Efeitos da Liberalização do espaço aéreo dos Açores	15
CAPÍTULO IV – CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DO ALOJAMENTO LOCAL.....	17
4.1. Análise quantitativa da oferta	18
4.2. Análise qualitativa da oferta	21
4.3. Análise quantitativa da procura	27
CAPÍTULO V – GUIA DE BOAS PRÁTICAS NO ALOJAMENTO LOCAL	38
5.1. Turismo criativo.....	38
5.2. Diferenciação.....	39
5.3. Alojamento Local: algo mais que alojamento	41
5.3.1. Forma de busca pela cultura.....	41
5.3.2. Procura de criação de memórias/aprender/saber.....	42

5.3.3. Envolvimento individualizado/atendimento personalizado.....	42
5.4. Guia de boas práticas.....	43
CAPÍTULO VI – A PANDEMIA MUNDIAL DO COVID-19	50
6.1. Efeitos da pandemia no Alojamento Local nos Açores.....	51
6.2. Efeitos da pandemia no planeamento de férias	52
CAPÍTULO VII – CONCLUSÃO	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS.....	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estruturação do mercado Turismo de Natureza.....	8
Figura 2. Fatores de sucesso do Turismo de Natureza hard e soft	9
Figura 3. Eixos de atuação do Turismo2020.....	11
Figura 4. Visão e Missão do PEM Açores	14
Figura 5. Comentário exemplo na booking.com	25
Figura 6. Classificação do património.....	42

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Evolução do número de passageiros no aeroporto João Paulo II (São Miguel)	16
Tabela 2. Evolução do número de estabelecimentos de Alojamento Local nos Açores.....	19
Tabela 3. Evolução do número de estabelecimentos de Alojamento Local em São Miguel.....	19
Tabela 4. Alojamento Local em São Miguel.....	20
Tabela 5. Alojamentos locais selecionados como sendo possíveis exemplos de referência	22
Tabela 6. Detalhes das avaliações dos alojamentos por parte dos clientes	23
Tabela 7. Preço por noite de reserva para duas pessoas em quarto duplo com WC privativo.....	26
Tabela 8. Número de hóspedes em cada ilha dos Açores.....	28
Tabela 9. Tipologia da procura de alojamento turístico em São Miguel.....	29
Tabela 10. Hóspedes nacionais e estrangeiros no Alojamento Local nos Açores.....	30
Tabela 11. Evolução dos hóspedes, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores	31
Tabela 12. Número de dormidas em cada ilha dos Açores.	32
Tabela 13. Número de dormidas por tipologia de alojamento turístico em São Miguel.....	33
Tabela 14. Evolução das dormidas, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores	34
Tabela 15. Estada média por tipologia de alojamento turístico em São Miguel	35
Tabela 16. Evolução da estada média, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores	36
Tabela 17. Hóspedes no Alojamento Local nos Açores.....	51

LISTA DE ABREVIATURAS

AL – Alojamento Local
DGCP – Direção Geral de Património Cultural
DGE – Direção Geral da Educação
EUA – Estados Unidos da América
IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
INE – Instituto Nacional de Estatística
OMT - Organização Mundial do Turismo
ONU – Organização das Nações Unidas
OTA – Observatório do Turismo dos Açores
PEM Açores - Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores
PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo
PEST - Política, Económica, Social e Tecnológica
PIB – Produto Interno Bruto
SREA - Serviço Regional de Estatística dos Açores
SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
TAP – Transportes Aéreos Portugueses
TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação
WTTC - World Travel & Tourism Council

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

Este documento tem por base a realização de um trabalho de projeto integrado no mestrado em Gestão do Turismo Internacional, *minor* de Gestão dos Destinos Turísticos, na Universidade dos Açores. O documento tem como objetivo a elaboração de um guia de boas práticas para o Alojamento Local.

O documento está dividido em sete capítulos: Introdução, Revisão Bibliográfica, Enquadramento Turístico, Caracterização do Mercado do Alojamento Local, Guia de Boas Práticas no Alojamento Local, A Pandemia Mundial do COVID-19 e a Conclusão.

No segundo capítulo, Revisão Bibliográfica, serão referenciadas algumas definições e conceitos importantes para a atividade do Alojamento Local na região e para a elaboração do guia de boas práticas. Definições e conceitos sobre turismo, sustentabilidade, turismo de natureza, a sustentabilidade do turismo de natureza, o Alojamento Local e boas práticas dão uma base de conhecimentos necessários e adequados para o objetivo fulcral desta investigação.

No terceiro capítulo, Enquadramento Turístico, será feita uma análise geral a alguns documentos, como o Plano Estratégico Nacional do Turismo, o Turismo 2020, o Estratégia Turismo 2027 e o Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores. Todos estes documentos estratégicos tem o propósito de guiarem a evolução do setor turístico no país e na região dos Açores na direção desejada pelas entidades competentes. Também será abordado o fator chave que despoletou o crescimento do Alojamento Local nos Açores, que foi a liberalização do espaço aéreo no arquipélago.

O quarto capítulo, Caracterização do Mercado do Alojamento Local, consiste em três análises distintas: uma análise quantitativa da oferta, para se ter a noção real do estado da oferta de Alojamento Local; uma análise qualitativa da oferta, para apurar o nível de qualidade do serviço no Alojamento Local, sendo selecionados alojamentos que por algumas características poderiam ser considerados exemplos de referência que possam servir de apoio na criação de boas práticas.

No quinto capítulo, Guia de Boas Práticas no Alojamento Local, será analisada importância entre a relação entre Alojamento e turismo criativo, a importância da diferenciação no serviço prestado e características próprias que vão além de mera acomodação do Alojamento Local, na obtenção de melhores resultados. A parte final deste capítulo será a elaboração do guia de boas práticas.

O sexto capítulo, A Pandemia Mundial do COVID-19, torna-se um capítulo adicionado após a elaboração da metodologia para este trabalho. Com o impacto da pandemia sobre a atividade turística, era fundamental analisar, ainda que de uma forma não muito aprofundada, o efeito que este problema de saúde pública trouxe ao Alojamento Local nos Açores e no planeamento de férias.

O sétimo capítulo, Conclusão, apresenta os desafios sentidos durante a realização deste projeto, os resultados finais obtidos, com destaque para o guia de boas práticas formalizado e algumas conclusões, como o claro crescimento do Alojamento Local nos Açores e em São Miguel, a importância desse crescimento acontecer dentro dos moldes desenhados pelas entidades competentes para não afetar a imagem do destino e a importância da diferenciação do serviço como fator de sucesso.

CAPÍTULO II – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O turismo, como fenômeno social, tem vindo a evoluir ao longo do tempo. Com essa evolução não muda apenas a forma como a atividade turística se desenvolve, mas também a forma como quem estuda esta área científica, a analisa. Ao longo do tempo várias definições foram formuladas sobre o que o turismo é. Em 1930, Artur Bormann define turismo como sendo o “conjunto de viagens cujo o objetivo é o prazer, motivos comerciais ou profissionais, e durante os quais a ausência da residência habitual é temporária”. (Cunha, 2010).

Posteriormente, em 1945 a Organização das Nações Unidas (ONU) relaciona o turismo com “viagem superior a 24 horas e até um ano, por qualquer país que não aquele da sua residência habitual”. Kaspar (1981) classifica o turismo “como o conjunto das relações e fenômenos resultantes da viagem e da estada de pessoas para as quais o lugar da estada não é nem a residência principal e durável nem o lugar usual de trabalho”. (Kaspar, 1981).

Já em 1994 as Recomendações da Organização Mundial do Turismo/Nações Unidas sobre Estatísticas de Turismo definem turismo como sendo as “atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.”. (United Nations World Tourism Organization, 1994).

Segundo a ONU, desenvolvimento sustentável “é aquele que atende as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem a suas necessidades e aspirações” (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987).

Numa sociedade que cada vez tem mais hábitos de consumo, é necessário atender às consequências desse consumo. Seja no consumo de produtos ou serviços, “a sustentabilidade deixou de ser um ideal, passando a ser uma necessidade” (Organização Mundial de Turismo, 2003).

António Guterres, secretário geral da ONU, afirmou na 112ª reunião do conselho executivo da ONU que “o turismo pode ser uma força do bem no nosso mundo, desempenhando um papel em proteger o nosso planeta e a sua biodiversidade, e a celebrar aquilo que nos torna humanos: de descobrir novos lugares e culturas, a ligar-nos com novas pessoas e experiências.” Também o turismo deve abordar um desenvolvimento sustentável para não comprometer o seu próprio futuro. (United Nations World Tourism Organization, 2020)

A Carta de Turismo Sustentável de Lanzarote defende que o desenvolvimento do turismo sustentável deve ser “suportável ecologicamente a longo prazo, viável economicamente e equitativo desde uma perspetiva ética e social para as comunidades locais”. (Organização Mundial do Turismo, 1995).

De acordo com Ceballos em 1992, “o Turismo de Natureza define-se como o segmento do turismo que se desenvolve em áreas naturais relativamente virgens, com o objetivo específico de admirar, estudar, desfrutar da viagem, das plantas e animais, assim como das marcas culturais do passado e do presente”. (Vera et al., 1997)

Tickell, em 1994, define turismo de natureza como sendo uma “viagem para desfrutar da fantástica diversidade da vida selvagem e cultura humana do mundo sem causar danos a nenhuma delas”. (Weaver, 2001).

O Decreto-Lei nº 47/99 de 16 de fevereiro de 1999, caracteriza o turismo de natureza como sendo “o produto turístico composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental realizados e prestados em zonas integradas na rede nacional de áreas protegidas, adiante designadas por áreas protegidas”. (Ministério da Economia, 1999).

Para Licínio Cunha, existem duas vertentes do turismo de natureza: o ambiental e o ecológico. Segundo o autor “o ambiental relaciona-se com os vários aspetos da terra, do mar e do céu e com o seu estado de pureza; por sua vez o turismo ecológico ou ecoturismo inclui as viagens para as áreas naturais com o fim de observar e compreender a natureza e a história natural do ambiente tendo o cuidado de o manter inalterável a integridade do ecossistema.” (Cunha, 2009).

O turismo de natureza desenvolve-se em meios muito frágeis e suscetíveis às alterações externas, sendo de extrema importância um planeamento sustentável do desenvolvimento turístico praticado nesses locais, pois pequenas alterações podem trazer grandes impactos. (Cunha, 2009).

Segundo Weaver & Oppermann, "até que ponto este impacto é positivo ou negativo depende em grande parte da forma que o turismo é gerido pelos stakeholders mais relevantes, e pelos governos, comunidades e empresas.". A conservação é um termo cada vez mais comum nos dias atuais, acabando por ser totalmente pertinente a análise à conservação de uma área de natureza, no momento do planeamento turístico para essa mesma zona. (Weaver, 2000).

Para Careto e Lima, "a conservação da biodiversidade dos ecossistemas das diversas regiões encontra-se plenamente justificada se considerarmos as suas funções e valores, assumindo uma importância vital para o desenvolvimento do turismo sustentável". Tendo isto em consideração, os mesmos autores afirmam ainda que "o turismo provoca também impactos significativos sobre a biodiversidade, mas pode converter-se de maneira a protegê-la" (Careto & Lima, 2007).

Luís Vilhena comenta sobre a história do Alojamento Local referindo uma situação ocorrida em 1847 quando John Adams Dix, acabado de chegar à ilha da Madeira ficou hospedado numa "Boarding House", cujo proprietário era um padeiro italiano, ficando aí hospedado durante dois meses. Essa "Boarding House" seria o equivalente do séc. XIX ao atual Alojamento Local, em que neste caso particular, o proprietário tinha uma outra ocupação profissional, semelhante ao que ocorre na maioria dos Alojamentos Locais que atualmente operam em Portugal. (Vilhena, 2018).

Em 2008 é publicado um Decreto-Lei nº39/2008 para regular o setor do alojamento turístico, no qual é definido pela primeira vez o Alojamento Local. São "estabelecimentos de Alojamento Local as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que, dispendo de autorização de utilização, prestem serviços de alojamento temporário, mediante remuneração, mas não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos." (Ministério da Economia e da Inovação, 2008).

Desde a criação desta modalidade de alojamento, já foram publicados vários Decretos-Leis e Portarias com o intuito de melhor a regulamentar, com destaque para o Decreto-Lei nº 128/2014 e a Lei nº62 de 2018 que sendo os mais atuais são os que vigoram atualmente, e que descrevem o regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de Alojamento Local. (Ministério da Economia, 2014)

Na Lei nº62 de 2018 aparece a seguinte definição jurídica do Alojamento Local: “consideram-se 'estabelecimentos de Alojamento Local' aqueles que prestam serviços de alojamento temporário, nomeadamente a turistas, mediante remuneração, e que reúnam os requisitos previstos no presente decreto-lei.” (Assembleia da República, 2018).

Segundo o IAPMEI em 2015, “As boas práticas podem ser, geralmente, traduzidas num conjunto de políticas, estratégias ou técnicas inovadoras, cujo impacto no desempenho da atividade das empresas permite assegurar e sustentar vantagens competitivas”. A aplicação de boas práticas pode funcionar como uma base para o sucesso, podendo ser o fator chave em mercados saturados. O empreendedor deve procurar um guia de boas práticas e ser capaz de o utilizar para assegurar uma vantagem competitiva. (Oliveira, 2016)

No entanto, tal como Pârvu e Fleşeriu afirmam, “não existem boas práticas universais que possam ser implementadas por qualquer organização. É geralmente aconselhável estudar e identificar essas boas práticas individualmente.” Não se pode simplesmente transpor um modelo de boas práticas de uma empresa para outra, por muito semelhantes que elas sejam entre si. Há sempre fatores (internos ou externos) que podem afetar a eficiência dessas boas práticas, sendo que todos esses fatores devem ser analisados para ser possível adaptar modelos de boas práticas. Quanto melhor for o conhecimento de todos esses fatores, melhor poderá ser adaptado um modelo de boas práticas, atingindo os melhores resultados possíveis. (Pârvu & Fleşeriu, 2018).

CAPÍTULO III – ENQUADRAMENTO TURÍSTICO

Neste capítulo vão ser analisados alguns documentos estratégicos elaborados com o intuito de desenvolver o turismo nacional, bem como alguns dos fatores de sucesso para o atual estado do turismo na Região Autónoma dos Açores. O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) estruturou a forma como esse desenvolvimento deve ser realizado, dividindo o país nas diferentes regiões turísticas e classificando os diferentes produtos turísticos.

O Turismo 2020 e o Estratégia Turismo 2027 são documentos estratégicos que seguem a linha do PENT. O Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores é um documento com diretrizes para o turismo nos Açores. Entender o porquê da importância da liberalização do espaço aéreo dos Açores e a forma como revolucionou o ambiente turístico da região é outro objetivo deste capítulo.

3.1. Plano Estratégico Nacional do Turismo

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) é uma iniciativa governamental, da responsabilidade do Ministério da Economia e da Inovação, que até 2015, servirá de base à concretização de ações para o crescimento sustentado do Turismo nacional e guiará a atividade da entidade pública central do Turismo de Portugal. O PENT define as linhas de orientação estratégica para a política de Turismo, com metas e objetivos claros, de forma a criar as condições que permitam ao Turismo contribuir decisivamente para a imagem do país e para o bem-estar da população portuguesa, através da geração de riqueza, da criação de postos de trabalho e da promoção da coesão territorial. (Turismo de Portugal, 2007).

A aprovação do PENT em 2007 não foi realista, uma vez que os resultados ficaram muito aquém do esperado. Importa referir que as receitas turísticas ficaram 21,5% aquém do objetivo; o número de hóspedes internacionais situou-se 13% abaixo

dos objetivos, com menos 1,1 milhões de turistas; e o turismo interno ficou 44 mil hóspedes e 515 mil dormidas abaixo do objetivo. (Turismo de Portugal, 2007).

A instabilidade económica e financeira da Europa – que gera mais de 85% das dormidas internacionais em Portugal – e a evolução do PIB, emprego e rendimento disponível, aconselha, também, maior prudência na projeção dos fluxos turísticos. Todos os produtos definidos, anteriormente, no PENT continuam válidos, reforçando a importância da estabilidade da oferta na perceção externa do destino. O PENT identifica 10 produtos turísticos: Sol e Mar; Turismo de Negócios; *City Short Breaks*; Turismo Cultural e Religioso; Gastronomia e Vinhos; Turismo Saúde e Bem-estar; Turismo Residencial; Turismo Náutico; Turismo de Natureza; Golfe. (Turismo de Portugal, 2007).

Em relação a São Miguel o Turismo de Natureza é o produto prioritário. O caderno do produto referente ao Turismo de Natureza indica que a motivação principal deste produto é viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da Natureza. Também segundo o caderno do produto a procura secundária de Turismo de Natureza é o conjunto das viagens que obedecem a outras motivações principais (sol e praia, touring, etc.) mas nas quais os viajantes realizam, com maior ou menor intensidade, atividades relacionadas com a Natureza quando se encontram no destino. Dessa intensidade nas atividades praticadas podemos dividir o mercado em dois, o soft e o hard. (Turismo de Portugal, 2007).

Figura 1. Estruturação do mercado Turismo de Natureza

Motivação principal	Mercados
Viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da Natureza	Natureza soft As experiências baseiam-se na prática de actividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.). Nota: Representa cerca de 80% do total de viagens de Natureza.
Actividades Actividades desportivas Contemplação da Natureza Actividades de interesse especial	Natureza hard As experiências relacionam-se com a prática de desportos na Natureza (rafting, kayaking, hiking, climbing, etc.) e/ou de actividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (<i>birdwatching</i> , etc.). Nota: Este mercado representa cerca de 20% do total das viagens de Natureza.

Os fatores chave são aqueles que representam um valor acrescentado aos fatores básicos, que reforçam as vantagens comparativas e sobre os quais se constroem as vantagens competitivas e que permitem ter êxito. (Turismo de Portugal, 2007).

Figura 2. Fatores de sucesso do Turismo de Natureza hard e soft

Factores	Natureza	
	soft	hard
Paisagens naturais únicas e com forte atractividade	■	■
Flora e fauna abundante e diversa	■	■
Adequadas infra-estruturas de acolhimento, sinalização e equipamentos básicos (áreas de descanso, centros de acolhimento e informação, etc.)	■	■
Ampla e variada oferta de rotas e itinerários (extensão, dificuldade, etc.) adaptada a diversas tipologias de turistas / visitantes	■	■
Boa relação preço / qualidade	■	■
Bom grau de tecnologia, know how e experiência na gestão de actividades especializadas	■	■
Bom funcionamento de prestadores de serviços de apoio: aluguer de equipamentos e materiais, transporte, etc.	■	■
Efícaz cobertura de seguros	■	■
Efícaz funcionamento dos serviços de resgate e serviços médicos de urgência	■	■
Excelentes guias e monitores, com domínio de idiomas	■	■
Alojamento integrado na envolvente natural	■	■
Sistema de certificação de espaços naturais	■	■
Sistema de certificação das empresas	■	■

Legenda: ■ Factor chave, imprescindível ■ Factor importante, mas não imprescindível

Fonte: Turismo de Portugal (2007).

Em São Miguel é importante verificar a existência destes fatores cruciais para o sucesso deste como um destino turístico de natureza. “Paisagens naturais únicas e com forte atratividade” pode ser considerado o fator chave mais importante, por ser comum a ambos os mercados soft e hard, no entanto só isso não basta para o destino ter sucesso. (Turismo de Portugal, 2007).

No momento da publicação do PENT, a região dos Açores, apesar de ter recursos com grande potencial natural, a oferta ainda não se encontrava devidamente desenvolvida, devido a serem sobretudo empresas recentes. É necessário também o

desenvolvimento de uma georreferenciação dos recursos naturais e a melhorar a informação e divulgação dos mesmos. (Turismo de Portugal, 2007).

3.2. Turismo 2020

O Turismo 2020 é um plano de ação que define objetivos e prioridades de investimento para o turismo nacional no que respeita a projetos apoiados por fundos comunitários. A expectativa é de que a sua aplicação permita ao sector receber mais de 780 milhões de euros em apoios europeus nos próximos cinco anos. A meta é a de transformar Portugal no país com o maior crescimento turístico da Europa. A hospitalidade, a cultura e história portuguesas, os serviços turísticos bem como os recursos naturais e científicos serão os vetores a ter em atenção ao longo de toda a estratégia. Assim, em 2020, Portugal espera atingir os 56,9 milhões de dormidas e receitas de 13,3 mil milhões de euros. (Turismo 2020, 2015).

O Turismo 2020 define cinco eixos prioritários:

Atrair - a qualificação e valorização do território nacional e dos recursos distintivos, retirando daí proveitos económicos, é uma das prioridades.

Competir - este vetor prende-se com o reforço da competitividade e internacionalização das empresas do turismo, incutindo nelas um olhar mais profundo sobre as questões da inovação e da introdução da Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Capacitar - na prática, pretende-se cultivar a formação e desenvolvimento da investigação na área turística. A modernização de infraestruturas e equipamentos de formação e a internacionalização das escolas de hotelaria são outros dos pontos identificados.

Comunicar - a atenção vai continuar bastante focada na promoção e comercialização da oferta turística do país e das regiões, tanto a nível internacional como interno. A

captação e consolidação de rotas, bem como a promoção nos mercados emissores, mostrar-se-ão fulcrais. O "marketing" digital permanece como uma forte aposta.

Cooperar - a cooperação internacional, através do reforço de relação com outros países no espaço europeu e fora dele, é o último dos eixos deste plano de ação.

Figura 3. Eixos de atuação do Turismo2020



Fonte: Turismo, I.de (2015).

O Turismo 2020 tinha como objetivo para a região dos Açores o seu reconhecimento como “destino de excelência para segmentos de mercado específicos, em que os atores regionais, atuando de uma forma coordenada e recorrendo a ferramentas inovadoras, são capazes de estruturar uma oferta qualificada, que promove, de forma sustentável, o aproveitamento dos elementos diferenciadores da Região.” (Turismo 2020, 2015).

Em específico para a região dos Açores, o turismo 2020 define três prioridades estratégicas para atingir o objetivo proposto:

- Aplicação das Tecnologias de Informação e Comunicação no setor do Turismo;
- Identificação e atração de segmentos turísticos específicos a nível internacional, na ótica do desenvolvimento de um turismo sustentável;

- Fomento das relações colaborativas e promoção de atividades inovadoras relacionadas com o turismo.

3.3. Estratégia Turismo 2027

O Estratégia Turismo 2027 é um documento que serve de referência para o desenvolvimento turístico de Portugal entre 2017 e 2027. Tem como objetivos “proporcionar um quadro referencial estratégico a 10 anos para o turismo nacional; assegurar estabilidade e a assunção de compromissos quanto às opções estratégicas para o turismo nacional; promover uma integração das políticas setoriais; gerar uma contínua articulação entre os vários agentes do Turismo; agir com sentido estratégico no presente e no curto/médio prazo”. Este documento estratégico tem como visão “Afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.” (Turismo 2027, 2016).

Para atingir os objetivos propostos, o Estratégia Turismo 2027 define cinco eixos prioritários de ação, com diferentes linhas de atuação para cada: valorizar o território e as comunidades; impulsionar a economia; potenciar o conhecimento; gerar redes e conectividade; projetar Portugal. (Turismo 2027, 2016).

Em janeiro de 2017, num Laboratório Estratégico de Turismo que tinha como um dos seus objetivos a delimitação dos eixos prioritários, como apoio a formação do Estratégia Turismo 2027, sendo definidos quatro eixos, em que Marta Guerreiro, Secretária Regional dos Açores na altura, os define como sendo:

Qualificação do destino: oferta diferenciada e coerente com os recursos existentes, diminuindo o impacto ambiental e a sazonalidade;

Sustentabilidade: desenvolver o turismo tendo atenção à sua sustentabilidade;

Eficácia da promoção: segmentar a promoção turística evitando a massificação turística;

Eficácia nas acessibilidades: desenvolver as acessibilidades de forma sustentável.

O Estratégia Turismo 2027 coloca as pessoas (residentes, turistas e profissionais) no centro da estratégia do turismo. “Receber bem em Portugal não é mero marketing: é cultura, é atitude, é identidade. (...) Conforme refere o Secretário Geral da OMT, Taleb Rifai: “The best of Portugal are the Portuguese”” sendo claro a importância que as características do povo português assumem no momento de decisão de escolha do destino por parte do turista. (Turismo 2027, 2016).

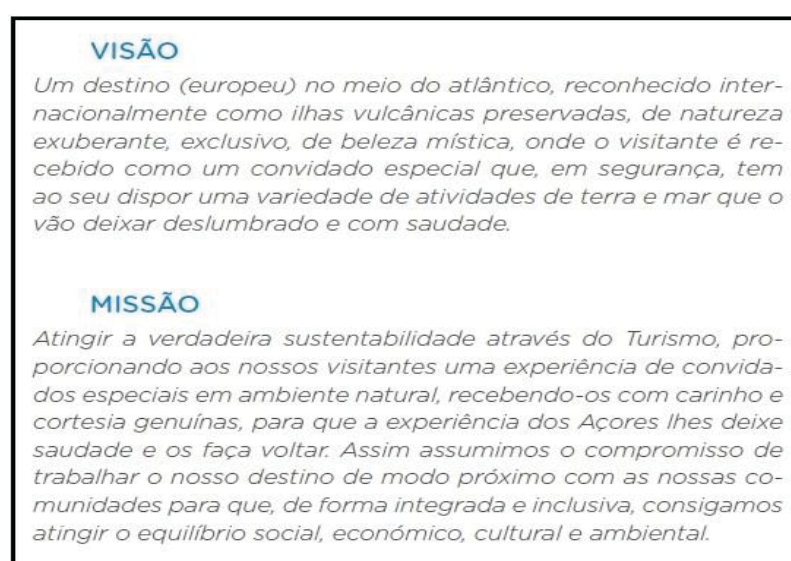
3.4. Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores

O plano estratégico e de marketing para o Turismo dos Açores (PEM Açores) foi criado com o intuito de definir estratégias, tendo em atenção os mercados, produtos e necessidades do território e dos stakeholders e tem como objetivos principais a qualificação e desenvolvimento sustentável do setor turístico, a conservação do meio ambiente e o desenvolvimento do turismo como forma de estimular a economia local em todos os territórios do arquipélago. (Turismo, I.de, 2015).

O PEM Açores elaborou várias análises (análise PEST, do desempenho e da atratividade do destino, da procura, da concorrência e SWOT) como forma de avaliar o estado do setor turístico nos Açores. Dessas análises foram identificados os cinco principais desafios ao desenvolvimento turístico: acessibilidades (apesar da entrada de novas empresas a operar no espaço aéreo dos Açores ter revitalizado o setor dos transportes, é importante manter em atenção as necessidades das populações), sazonalidade (as elevadas taxas de ocupação nos meses de verão em contraste com as baixas taxas no inverno, levando a dificuldades no investimento. No entanto essa sazonalidade pode também ser vista como uma oportunidade de explorar novos nichos e mercados), vulnerabilidade do território (os recursos naturais dos Açores são o seu principal atrativo turístico, sendo fundamental a sua manutenção e conservação desses recursos), qualidade do serviço (a qualificação da oferta está diretamente relacionada com a qualidade do serviço prestado, obrigando então os proprietários a oferecer um serviço de qualidade) e o desenvolvimento equilibrado do turismo nas

nove ilhas do arquipélago (atendendo às diferentes realidades de cada ilha e as suas infraestruturas de transporte, aeroportos e portos, é um enorme desafio conseguir uma distribuição do turismo pelas ilhas, sendo que o reencaminhamento dos turistas necessita de um modelo de transportes que fortaleça o transporte inter-ilhas). (Turismo, I.de, 2015).

Figura 4. Visão e Missão do PEM Açores



Fonte: Turismo, I.de, (2015).

Indo de acordo da visão e missão definidas para o turismo na região dos Açores, formularam-se prioridades que guiam a organização do produto e das escolhas relacionadas com os mercados, alocação de recursos e seleção de canais de distribuição. De acordo com o PEM açores são cinco essas prioridades:

1. Potencializar a atratividade do destino Açores através de uma rede que ligue várias ilhas em função de um produto e respetivos mercados-alvo;
2. Desenvolver a oferta a nível de infraestruturas, recursos humanos e da população local (usando o conceito “hospitalidade açoriana”);

3. Trabalhar o marketing com o intuito de atrair mercados de alto valor (com uma das seguintes características: preocupados com o ambiente, visitem várias ilhas, viagem na época baixa, tenham gastos elevados, praticam várias atividades e tenham tendência a repetir a viagem);
4. Criar parcerias entre os diversos agentes envolvidos, com o intuito de maximizar o marketing;
5. Fortalecer relações entre os diversos canais de distribuição para se atingir os mercados-alvo.

Jerome McCarthy define quatro variáveis como influenciadores da procura (marketing mix dos 4 P's): produto, preço, distribuição (do inglês place, canais de venda) e promoção (comunicação). Posteriormente foram adicionados mais duas variáveis, as pessoas e o plano e ação. O PEM Açores define políticas e estratégias de marketing para o turismo dos açores, que seguem o “marketing mix dos 6 P's”. Para as seis variáveis que influenciam a decisão do consumidor (produto, preço distribuição, comunicação, pessoas e plano de ação e implementação) o PEM açores define políticas de marketing claras para que todos os stakeholders possam “remar na mesma direção”. (Turismo, I.de, 2015).

3.5. Efeitos da Liberalização do espaço aéreo dos Açores

No dia 29 de março de 2015 entrou em vigor o acordo para a liberalização do espaço aéreo dos Açores. É o acontecimento mais importante no desenvolvimento turístico da região e aquele que torna possível este crescimento tão rápido deste setor. São evidentes os impactos socioeconómicos que a abertura do mercado aéreo trouxe, não só para a atividade turística, como para outras atividades, como a construção civil, que antes de 2015 passava por um período de alguma estagnação e que este aumento de visitantes na ilha levou a que fossem contruídos novos hotéis e que muitas habitações tenham sido recuperadas ou remodeladas para servir de Alojamento Local.

Segundo Mário Fortuna, presidente da Câmara de Comércio e Indústria de Ponta Delgada, estima-se “que nos últimos se tenham criado mais de seis mil empregos” através do turismo, e dessa forma rentabilizar muitos estabelecimentos que “iam a caminho da falência”. (Lusa/AO Online, 2019)

Tabela 1. Evolução do número de passageiros no aeroporto João Paulo II (São Miguel)

Transportes aéreos em São Miguel	Ano					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Passageiros embarcados	472 873	620 972	745 974	917 898	949 181	1 004 974
Passageiros desembarcados	471 971	618 829	740 877	910 506	939 842	994 638
Passageiros em trânsito	33 611	25 991	28 628	20 886	15 088	27 542
Total	978 455	1 265 792	1 515 479	1 849 290	1 904 111	2 027 154

Fonte: SREA

De 2014, último ano em que o espaço aéreo ainda não tinha sido liberalizado, até 2019, o número total de pessoas que entraram em São Miguel pela via aérea aumentou para valores superiores ao dobro. Estes aumentos são facilmente explicáveis: por um lado a entrada de novas companhias no espaço aéreo obrigou as companhias que já operavam a baixar os preços para serem capazes de competirem com as empresas low-cost, que praticam preços baixos; por outro lado, ao haverem mais companhias a operarem no mesmo espaço, é normal que o número de ligações diárias aumente.

CAPÍTULO IV – CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DO ALOJAMENTO LOCAL

De acordo com o Turismo de Portugal, “os estabelecimentos de Alojamento Local (AL) são aqueles que prestam serviços de alojamento temporário, nomeadamente a turistas, mediante remuneração desde que não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos.”

O Alojamento Local divide-se em várias tipologias: moradia, apartamento, estabelecimento de hospedagem (dentro da qual se encontram os hostels) e quartos.

Moradias são estabelecimentos de Alojamento Local, nos quais a unidade de alojamento é um edifício autónomo de carácter unifamiliar.

Apartamentos são estabelecimentos de Alojamento Local, nos quais a unidade de alojamento é uma fração autónoma de um edifício ou prédio urbano, com utilização independente.

Estabelecimentos de Hospedagem são estabelecimentos de Alojamento Local, nos quais as unidades de alojamento são quartos inseridos em frações de edifício autónomos ou prédios urbanos, com utilização independente. Nos casos em que mais de metade da capacidade for em dormitórios, podem utilizar a designação de hostel.

Quartos, quando a exploração desta tipologia se realiza na residência fiscal do titular, sendo a unidade de alojamento o quarto, não podendo ser em número superior a três (na ocorrência de mais de três unidades de alojamento a regulamentação é feita como se de um alojamento de hospedagem se tratasse).

Na região autónoma dos Açores o Alojamento Local é regulado através da Portaria n.º 83/2016 de 4 de agosto de 2016, com as definições das diferentes tipologias, o os procedimentos para o registo, os requisitos gerais e específicos, bem como explica como deve ser realizada a publicidade, a placa identificativa, o livro de reclamações e a estatística. (Saúde, 2016).

O artigo 9.º, referente à estatística foi alterado pela Portaria n.º 23/2018 de 16 de março de 2018. Essa alteração acontece devido à grande importância que o Alojamento Local tem assumido, não só no ambiente turístico, como no ambiente socioeconómico dos residentes. (Finanças e Trabalho, Solidariedade e Segurança Social, 2018).

Após a identificação do tema e objetivos a atingir com este projeto, formulou-se o modelo metodológico, assim como os meios e técnicas utilizados. Foi realizada uma análise quantitativa à oferta e à procura e uma análise qualitativa à oferta. Estas análises têm como objetivos não só ajudar a entender melhor o estado e importância do Alojamento Local no turismo dos Açores, com particularidade o de São Miguel, como também dar apoio à elaboração do guia das boas práticas.

4.1. Análise quantitativa da oferta

A análise quantitativa à oferta turística foi realizada através de dados estatísticos existentes no OTA e com base em dados do SREA, consultados entre setembro de 2019 e março de 2020. Num primeiro momento foi estudado o crescimento do número de alojamentos locais no arquipélago dos Açores, observando as diferentes taxas de crescimento de ano para ano. Num segundo momento foi analisado o aumento anual de estabelecimentos de Alojamento Local na ilha de São Miguel, sendo feita uma observação também à razão existente entre as diferentes modalidades (moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem).

Tabela 2. Evolução do número de estabelecimentos de Alojamento Local nos Açores

	Nº de estabelecimentos de Alojamento Local nos Açores
2014	163
2015	525
2016	764
2017	1 080
2018	1 704
2019	2 213

Fonte: SREA

A partir de 2014 até 2019 existe um aumento constante no número de estabelecimentos de Alojamento Local na região. Com o crescente número de turistas na região, que provocam uma procura desenfreada por alojamento, não conseguindo ser apenas sustentada pela hotelaria tradicional, muitas pessoas aproveitaram para reaproveitar os seus imóveis para fins de Alojamento Local, uma forma de rentabilizar imóveis que estavam desocupados e/ou ao abandono.

Tabela 3. Evolução do número de estabelecimentos de Alojamento Local em São Miguel

	Nº de estabelecimentos de AL em São Miguel
2014	63
2015	235
2016	366
2017	539

Tabela 3. (continuação)

2018	872
2019	1494

Fonte: SREA

No dia 17 de janeiro de 2020 foi publicada uma listagem atualizada do número de estabelecimentos de Alojamento Local na ilha de São Miguel contabilizava 1494 estabelecimentos de Alojamento Local. A tabela 3 mostra a distribuição do número de unidades de alojamento, quartos/dormitórios e camas dentro das diferentes tipologias.

Tabela 4. Alojamento Local em São Miguel

	Uni. Alojamento	Quartos/dormitórios	Camas
Quartos	156	306	666
Moradia	664	1 597	3 544
Apartamento	536	954	2 218
Estabelecim. Hospedagem	86	484	1 045
Hostel	15	94	328
TOTAL	1 457	3 435	7 801

Fonte: Portal do Governo dos Açores

Em função do número de estabelecimentos de Alojamento Local em São Miguel, existem duas tipologias com grande expressão, as moradias e os apartamentos, com 45.6% e 36.8%, respetivamente. Quartos (10.7%), estabelecimentos de hospedagem

(5.9%) e hostels (1.0%). Quanto ao número de camas, que pode ser considerado o fator mais importante na análise à quantidade efetiva de oferta de alojamento, não existem grandes alterações nas percentagens do número de estabelecimentos. As moradias são na mesma tipologia que mais contribuiu para o mercado, com 45,4% do total de camas. Apartamentos têm menor peso no mercado no número de camas em relação ao número de apartamentos, com 28,4%. Por oposição, os hostels e os estabelecimentos de hospedagem, como seria de esperar (por terem mais semelhanças morfológicas e utilitárias a uma unidade tradicional hoteleira e menos semelhanças a uma moradia ou apartamento privados), têm uma contribuição maior no mercado em função do número de camas (4.2% e 13.4% respetivamente) do que do número de estabelecimentos registados.

4.2. Análise qualitativa da oferta

A análise qualitativa da oferta foi realizada através da análise de dados na plataforma booking.com. Numa primeira fase fez-se uma seleção dos alojamentos locais existentes em São Miguel que poderiam ser utilizados como exemplos de referência de boas práticas. Com esse intuito foram escolhidos alguns alojamentos que cumprissem certos requisitos: ter uma pontuação alta (superior a 9.0) e ter pelo menos cento e cinquenta comentários feitos por clientes (de forma a assegurar confiança na pontuação). Após terem sido selecionados os alojamentos que cumprissem os requisitos pretendidos, passou-se para a segunda fase, na qual foi elaborada uma tabela em que constassem as principais comodidades (destacadas pela plataforma booking.com) e com comodidades extra (referidas quer na descrição do alojamento por parte do proprietário, quer nos comentários dos clientes) de cada alojamento. Essa tabela ajudará a entender se essas comodidades são por si só fatores diferenciadores, ou não.

Tabela 5. Alojamentos locais selecionados como sendo possíveis exemplos de referência

Nome do Alojamento	Pontuação	Número de comentários
Casa da Cascata	9.5	182
Out of the Blue	9.5	1 515
Cozy Apartment close to Airport	9.2	176
Mountain and Sea	9.2	182
Atlantic Home Azores	9.3	556
The Nook Hostel	9.2	318
Pé Direito	9.4	296
Volcanic Charming House	9.4	272
Areal de Santa Bárbara Guest House	9.2	176
Casa Areal de Santa Bárbara	9.2	365

Fonte: Booking.com

Após pesquisa na plataforma booking.com encontrou-se dez alojamentos de referência que poderiam ser utilizados para se analisar exemplos de boas práticas no setor. Os alojamentos “Areal de Santa Bárbara Guest House” e “Casa Areal de Santa Bárbara” estão no mesmo edifício, possuem comodidades semelhantes e são explorados pelo mesmo proprietário, podendo a comparação das classificações de cada um ser utilizada como forma de assegurar a viabilidade dos comentários dos clientes, como se de um grupo de controlo se tratasse.

Existem certas características do alojamento que são referenciadas pelo proprietário na apresentação do mesmo. Algumas são obrigatórias nos tempos que correm, como a existência de Wi-Fi gratuito, outras são realmente características claramente diferenciadoras, como a possibilidade de emprestar, de forma gratuita, bicicletas ou a existência de unidades de alojamento adaptadas a pessoas com mobilidade reduzida (características que só existem em apenas um dos alojamentos

selecionados). 70% dos alojamentos analisados fornece zona de estacionamento gratuito, pequeno almoço e comodidades para fazer chá e café nos quartos.

Os clientes, após a utilização de um serviço de alojamento através da plataforma booking têm a possibilidade de deixar um comentário livre para avaliar a sua estadia, bem como a possibilidade de avaliar de 0 a 10 algumas características do alojamento (funcionários, conforto, limpeza, comodidades, localização, wi-fi gratuito e relação qualidade/preço). (booking.com)

Tabela 6. Detalhes das avaliações dos alojamentos por parte dos clientes

Nome do alojamento	Pon. geral	Fun.	Con.	Lim.	Com.	Loc.	WiFi	Q/P
Casa da Cascata	9.5	9.6	9.4	9.6	9.6	9.6	9.4	9.6
Out of the Blue	9.5	9.6	9.4	9.7	9.4	9.6	7.7	9.4
Cozy Apartment close to Airport	9.2	9.7	9.4	9.6	9.5	9.2	9.6	9.4
Mountain and Sea	9.2	9.6	9.0	9.3	9.2	9.1	8.3	9.2
Atlantic Home Azores	9.3	9.6	9.2	9.7	9.2	9.7	9.4	9.3
The Nook Hostel	9.2	9.7	9.0	9.0	9.0	9.7	8.6	9.0
Pé Direito	9.4	9.5	9.4	9.5	9.3	9.7	9.5	9.5
Volcanic Charming House	9.4	9.7	9.5	9.7	9.7	8.9	7.9	9.2
Areal de Santa Bárbara Guest House	9.2	9.5	8.8	9.4	9.0	9.1	8.8	9.2
Casa Areal de Santa Bárbara	9.2	9.6	9.0	9.5	9.0	9.3	8.6	9.2
Média da Classificação	9.3	9.6	9.2	9.5	9.3	9.4	8.8	9.3

Fonte: Booking.com

Após uma análise às pontuações atribuídas pelos clientes, conclui-se que o desempenho dos funcionários e da limpeza do alojamento (com classificações médias de 9.6 e 9.5 respetivamente) são os dois fatores que demonstram maior grau de satisfação por parte do consumidor. A satisfação com os funcionários vai de acordo com uma qualidade geral dos portugueses em “saber receber bem” e segue a ótica definida pelo PEM Açores de aposta na “hospitalidade Açoriana”.

Pelas semelhanças das classificações nos alojamentos “Areal de Santa Bárbara Guest House” e “Casa Areal de Santa Bárbara”, cujas as avaliações atribuídas pelos clientes são confiáveis. Ambos os alojamentos têm características semelhantes, possuem as mesmas comodidades e a mesma localização, obtendo classificações semelhantes nas opções possíveis de avaliar por parte dos clientes (funcionários, conforto, limpeza, comodidades, localização, *wi-fi* gratuito e relação qualidade/preço).

No entanto, para se atingir uma excelência no serviço prestado, existem sempre pontos a melhorar. Mesmo nos alojamentos selecionados como de excelência, os clientes demonstram um menor grau de satisfação com as comodidades dos alojamentos comparativamente aos funcionários. Os proprietários nestas situações podem aproveitar algumas das ferramentas que a booking.com oferece para melhorarem os pontos mais fracos dos seus alojamentos.

Os clientes quando elaboram uma classificação/comentário, podem adicionar informação extra (seja ela positiva ou negativa). Essa informação, que serve de influência no momento de decisão do próximo cliente, serve também como uma oportunidade para o proprietário corrigir essas situações.

Figura 5. Comentário exemplo na booking.com



Fonte: www.booking.com

Neste comentário realizado numa avaliação a um dos alojamentos analisados, apesar de o hóspede ter afirmado que teve uma boa estadia (“pleasant stay”), refere também que perto do seu quarto havia uma casa de banho partilhada, o que causava muito movimento e, conseqüentemente algum incómodo. Se não fosse por este comentário, provavelmente o proprietário nunca saberia desta situação e nunca a poderia corrigir. Tendo conhecimento deste problema naquele quarto, é possível arranjar uma solução, como melhorar a insonorização do corredor, por exemplo. De uma maneira geral, quase todos os comentários sobre os alojamentos selecionados são positivos, indo de acordo com as classificações atribuídas pelos hóspedes ao alojamento.

Quanto à política de preços, o PEM Açores defende duas abordagens estratégicas: a premium e a concorrência. No que se refere à premium, devem ser praticados preços elevados, que mostrem a excelência do produto e do destino, enquanto que quanto à concorrência, defende a prática de preços superiores aos

praticados pelos produtos e destinos concorrentes, como forma de diferenciação. (Turismo, I.de, 2015).

Para a análise ao preço foram selecionadas três datas e teve-se em conta o preço de cada alojamento para uma reserva de duas pessoas, num quarto duplo com casa de banho privativa (alguns alojamentos não possuem essa opção pelo que nessas situações foi analisado o preço de um quarto duplo sem casa de banho privada) para cada data. Escolheram-se as noites de 21-22 de janeiro de 2021 (época baixa), de 13-14 de fevereiro de 2021 (noite do dia dos namorados, coincidente com fim de semana) e de 14-15 de julho de 2021 (época alta). Seguidamente fez-se o cálculo da média de preços nos alojamentos locais selecionados e estabeleceu-se uma comparação com alguns estabelecimentos de hotelaria tradicional (referidos como Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3, com classificações de aproximadamente 9 na booking) e alguns alojamentos locais bem classificados na região autónoma da Madeira (referidos como AL 1 Madeira, AL 2 Madeira e AL 3 Madeira, com classificações de aproximadamente 9 na booking), um destino concorrente ao destino Açores. A recolha de preços foi feita através do contacto telefónico para cada alojamento, sendo que quando não foi possível estabelecer o contacto foram retirados os preços na plataforma booking.

Tabela 7. Preço por noite de reserva para duas pessoas em quarto duplo com WC privativo

Nome do alojamento	21-22 janeiro	13-14 fevereiro	14-15 julho
Média A.L selecionados	40€	40€	71€
Hotel 1	91€	118€	144€
Hotel 2	75€	75€	180€
Hotel 3	48€	48€	106€
AL 1 Madeira	83€	83€	83€
AL 2 Madeira	37€	37€	37€
AL 3 Madeira	63€	64€	66€

Fonte: Elaboração própria

Pode ser constatada que a flutuação dos preços no Alojamento Local e na hotelaria tradicional é semelhante entre si na região dos Açores, sinal de uma forte sazonalidade turística, enquanto que na região da Madeira, que sofre menos dessa sazonalidade não existe tanto essa flutuação de preços. Não haver diferenciação de preços na noite do dia dos namorados em relação à restante época baixa pode ser explicada pela baixa procura resultante da pandemia atual.

4.3. Análise quantitativa da procura

A análise quantitativa à procura turística foi realizada utilizando os dados estatísticos do SREA (Serviço Regional de Estatística dos Açores).

Numa primeira fase estudou-se a evolução do número de hóspedes que visitou o arquipélago em 2017, 2018 e 2019. Seguidamente, e ainda para o mesmo intervalo, vamos analisar a procura turística na ilha de São Miguel, em função da tipologia de alojamento turístico. Também quanto à evolução do número de hóspedes, comparou-se o ano transato de 2018 e o ano de 2019, estudando igualmente a evolução do número hóspedes que procuram Alojamento Local no arquipélago, em função da origem (nacional ou estrangeira). Quanto ao mercado estrangeiro analisou-se também alguns dos principais mercados emissores.

Numa segunda fase, e num processo semelhante ao estudo do número de hóspedes, estudou-se a evolução das dormidas. Analisou-se a evolução do número de dormidas nos Açores nos anos de 2017, 2018 e de 2019, bem como a do número de dormidas na ilha de São Miguel, em função da tipologia de alojamento de 2017 a 2019. Ainda referente ao número de dormidas nas diferentes tipologias, mas para os anos de 2018 e 2019, observou-se a evolução mas mesmas em Alojamento Local na ilha de São Miguel, assim como das origens dos mercados emissores (nacional e estrangeiro, com destaque para alguns mercados emissores estrangeiros).

Numa fase final da análise à procura, realizou-se um estudo à evolução da estada média na ilha de São Miguel nas diferentes modalidades de alojamento turísticos (de 2017 a 2019) e uma análise ao desenvolvimento da estada média no Alojamento Local a nível dos Açores (de 2018 a 2019), em função do mercado de emissão.

Tabela 8. Número de hóspedes em cada ilha dos Açores

Hóspedes	Anos		
	2017	2018	2019
Ilha de Santa Maria	14 724	15 599	16 456
Ilha de São Miguel	479 026	517 721	624 093
Ilha Terceira	12 5746	137 921	143 545
Ilha Graciosa	6 532	6 986	7 946
Ilha de São Jorge	18 187	20 355	23 416
Ilha do Pico	41 421	51 585	57 647
Ilha do Faial	67 817	73 915	79 524
Ilha das Flores	13 322	14 974	17 955
Ilha do Corvo	1 202	1 467	1 212
Total	767 977	840 523	971 794

Fonte: SREA

Como é possível de se confirmar, de 2017 para 2018, houve um aumento de aproximadamente 9% no número de hóspedes, valor esse que não é muito diferente do crescimento no número de hóspedes na ilha de São Miguel (8%). Em relação à evolução de 2018 para 2019 é observável um crescimento na ordem dos 16%. Em 2019 São Miguel leva um resultado ligeiramente melhor do que os Açores, sobretudo pelo forte desenvolvimento do Alojamento Local, como se irá verificar posteriormente, com um crescimento de aproximadamente 21% no aumento do

número de hóspedes nestas condições. Estes dados são muito positivos pois indicam que o turismo na região e na ilha continua a crescer em valores acima da média portuguesa (5.3%) e bem acima da média europeia (2.5%), segundo dados do Conselho Mundial do Turismo (WTTC - World Travel & Tourism Council em 2018)

Tabela 9. Tipologia da procura de alojamento turístico em São Miguel

Hóspedes		Ano		
		2017	2018	2019
Ilha de São Miguel	Hotelaria Tradicional	380 054	391 579	422 643
	Turismo em Espaço Rural	4 481	6 533	7 391
	Alojamento Local	73 320	99 924	173 498
	Colónias de Férias / Pousadas da Juventude	11 599	9 485	7 151
	Parques de Campismo	9 572	10 200	13 410
	Total	479 026	517 721	624 093

Fonte: SREA

A procura pelo Alojamento Local tem crescido muito, tanto na ilha de São Miguel, como na região Açores, no seu todo. De 2017 para 2018, existe um aumento de aproximadamente 37% no número de hóspedes em Alojamento Local (na hotelaria tradicional existiu apenas um aumento de cerca de 3%). Em 2019 verifica-se em São

Miguel um aumento de cerca de 74% no número de hóspedes em relação ao ano de 2018, enquanto que na hotelaria tradicional, numa análise ao mesmo intervalo temporal, houve um aumento de 8%, um crescimento relativo muito inferior ao observado no Alojamento Local. No espaço de 24 meses (de janeiro de 2018 a dezembro de 2019) o Alojamento Local registou um aumento de aproximadamente 137% no número de hóspedes. Isto é um bom indicador do desenvolvimento e crescimento do Alojamento Local na ilha, devendo-se atentar que apesar deste crescimento que tem sido observado no Alojamento Local, a hotelaria tradicional em 2019 representa ainda dois terços do número total de hóspedes na ilha de São Miguel.

Tabela 10. Hóspedes nacionais e estrangeiros no Alojamento Local nos Açores

Mês/ Ano	Portugal		Estrangeiro		Total	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Jan	1 763	3 980	2 154	4 217	3 917	8 197
Fev	2 526	4 538	1 928	3 828	4 454	8 366
Mar	4 515	5 936	3 693	5 396	8 208	11 332
Abr	5 624	9 212	6 061	11 996	11 685	21 208
Mai	6 239	7 971	9 523	16 032	15 762	24 003
Jun	6 836	10 016	13 422	23 764	20 258	33 780
Jul	6 882	8 731	21 888	36 003	28 770	44 734
Ago	7 842	10 878	24 386	39 554	32 228	50 432
Sete	6 188	9 496	15 215	23 315	21 403	32 811
Out	6 257	7 166	10 261	12 589	16 518	19 755
Nov	3 639	4 837	4 411	6 073	8 050	10 910
Dez	2 927	3 631	3 607	4 293	6 534	7 924
Total	61 238	86 392	116 549	187 060	177 787	273 452

Fonte: SREA

Como se pode verificar na Tabela 10, a procura por estabelecimentos de Alojamento Local é mais elevada por parte do mercado estrangeiro do que do nacional. No ano de 2018, aproximadamente dois terços (65.5%) dos hóspedes em Alojamento Local eram provenientes de mercados estrangeiros. A tendência mostra que apesar da procura nacional estar a aumentar (já aumentou 41% comparando os valores totais de 2018 com os de 2019), o mercado estrangeiro teve um crescimento ainda superior ao do nacional (com um aumento de 60%, para os mesmos períodos de comparação).

Tabela 11. Evolução dos hóspedes, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores

	2018	2019	Taxa crescimento
Portugal	61 238	86 392	41.1%
Alemanha	19 388	28 459	46.8%
Bélgica	4 270	6 821	59.7%
Brasil	1 008	1 480	46.8%
Canadá	5 789	10 068	73.9%
Espanha	12 986	20 678	59.2%
E.U.A.	13 417	25 396	89.3%
França	15 398	23 828	54.8%
Holanda	6 016	7 657	27.3%
Itália	7 534	10 367	37.6%
Reino Unido	6 491	10 412	60.4%
Suíça	4 669	5 804	24.3%
Outros países	17 618	32 203	82.8%
Países Nórdicos	1 965	3 722	89.4%

Fonte: SREA

A tabela 11 mostra o número de hóspedes de cada país que procuraram um estabelecimento de Alojamento Local aquando da sua estadia nos Açores. É possível constatar que dentro dos mercados estrangeiros, Alemanha, Espanha, E.U.A. e França foram os principais emissores (tanto em 2018, como em 2019).

Os E.U.A e os países nórdicos (Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia) tiveram a maior taxa de crescimento no número de hóspedes, com um aumento de 89.3% e 89.4%, respetivamente. No entanto, o valor absoluto dos países nórdicos é quase residual no universo de hóspedes no Alojamento Local (3 722 em 273 452), sendo importante referir que apesar de o número de hóspedes dessa origem quase ter duplicado, não tem a expressão no mercado que têm outros mercados com crescimentos percentuais mais reduzidos (Alemanha e França, por exemplo, que com crescimentos à volta dos 50% têm maior relevância no mercado contemplando 28 549 e 23 828 hóspedes respetivamente).

Tabela 12. Número de dormidas em cada ilha dos Açores.

Dormidas	Anos		
	2017	2018	2019
Ilha de Santa Maria	42 281	40 993	47 894
Ilha de São Miguel	1 605 970	1 697 051	2 073 282
Ilha Terceira	351 717	383 197	391 980
Ilha Graciosa	16 973	18 033	19 673
Ilha de São Jorge	44 375	49 442	58 747
Ilha do Pico	119 313	148 961	170 301
Ilha do Faial	159 745	178 628	193 250
Ilha das Flores	43 198	44 020	51 617
Ilha do Corvo	2 906	3 315	3 101
Total	2 384 678	2 563 640	3 009 845

Semelhante ao que se verificou na evolução do número de hóspedes, nos Açores, em geral e em São Miguel, em particular, a evolução do número de dormidas tem valores semelhantes. No arquipélago, existe um aumento de cerca de 8% nas dormidas, de 2017 a 2018, e um aumento ligeiramente superior a 17% de 2018 para 2019.

Em São Miguel, a evolução do número de dormidas de 2017 para 2018 segue o crescimento dos Açores, com um aumento de aproximadamente 6%. Em 2019, São Miguel observou um crescimento de 22.2% em relação aos valores totais do ano anterior. O facto deste aumento ser maior nesta ilha em particular em relação ao arquipélago é explicado pelo forte aumento da oferta/procura do Alojamento Local.

Tabela 13. Número de dormidas por tipologia de alojamento turístico em São Miguel

Dormidas		Ano		
		2017	2018	2019
Ilha de São Miguel	Hotelaria Tradicional	1 246 677	1 245 674	1 351 199
	Turismo em Espaço Rural	20 079	26 605	29 866
	Alojamento Local	291 956	379 004	642 791
	Colónias de Férias / Pousadas da Juventude	28 209	23 943	41 820
	Parques de Campismo	19 049	21 825	53 374
	Total	1 605 970	1 697 051	2 073 282

Fonte: SREA

É facilmente observável o aumento da procura pelo Alojamento Local. De 2017 para 2018 existe um aumento de 30% nas dormidas no Alojamento Local, o que corresponde a uma taxa de crescimento cinco vezes superior à taxa de crescimento observada no alojamento turístico no geral, para o mesmo período. De 2018 para 2019 é ainda mais visível essa diferença: em 2019 o Alojamento Local ultrapassou em 70%

os valores de dormidas relativas a 2018, enquanto que as dormidas na ilha de São Miguel no geral só ultrapassaram em 22% os resultados do ano anterior.

O Alojamento Local, em apenas dois anos registou um aumento de 120% nas dormidas, sendo este mais um indicador do crescimento e desenvolvimento do Alojamento Local em São Miguel.

Tabela 14. Evolução das dormidas, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores

	2018	2019	Taxa crescimento
Portugal	201 570	276 441	37.1%
Alemanha	80 819	113 362	40.3%
Bélgica	13 680	22 903	67.4%
Brasil	2 972	4 645	56.6%
Canadá	25 469	44 314	74.0%
Espanha	46 384	72 863	57.1%
E.U.A.	53 644	96 986	80.8%
França	49 190	79 183	61.0%
Holanda	21 503	27 992	30.1%
Itália	23 348	31 917	36.7%
Reino Unido	24 452	39 767	62.6%
Suíça	15 691	21 335	36.0%
Outros países	60 855	108 193	77.8%
Países Nórdicos	7 680	14 405	87.6%

Semelhante ao que acontece nos hóspedes oriundos de mercados estrangeiros, é observável que Alemanha, Espanha, E.U.A. e França são os mercados estrangeiros que mais contribuem para o número de dormidas

Tal como acontece no número de hóspedes, em que os mercados norte-americano e o dos países nórdicos foram aqueles que viram um maior aumento de hóspedes entre 2018 e 2019, não é de estranhar que também tenham sido esses mercados os responsáveis pelas maiores taxas de crescimento no número de dormidas entre 2018 e 2019. Mesmo assim, o valor absoluto do número de dormidas dos hóspedes oriundos dos países nórdicos é bastante inferior ao dos principais mercados emissores.

Tabela 15. Estada média por tipologia de alojamento turístico em São Miguel

Estada média		Ano		
		2017	2018	2019
Ilha de São Miguel	Hotelaria Tradicional	3.3	3.2	3.2
	Turismo em Espaço Rural	4.5	4.1	4.0
	Alojamento Local	4.0	3.8	3.7
	Colónias de Férias / Pousadas da Juventude	2.4	2.5	2.5
	Parques de Campismo	2.0	2.1	2.4
	Total	3.4	3.3	3.3

Fonte: SREA

Entre 2017 e 2019 a estada média na ilha de São Miguel tem flutuado entre os 3.4 e os 3.3, valores esses sempre acima da média nacional (2.7 tanto em 2017 e 2018, segundo dados do INE) e da média açoriana (3.1 entre 2017 e 2019, de acordo com os dados publicados no SREA).

A estada média tem vindo a diminuir no Alojamento Local, de 4.0 para 3.7 (de 2017 para 2019), no entanto esse valor de 3.7 é superior à estada média quer na hotelaria tradicional (3.2), como no alojamento no geral (3.3).

Tabela 16. Evolução da estada média, em função do país de origem, no Alojamento Local nos Açores

	2018	2019	Evolução
Portugal	3.3	3.2	-0.1
Alemanha	4.2	4.0	-0.2
Bélgica	3.2	3.4	+0.2
Brasil	2.9	3.1	+0.2
Canadá	4.4	4.4	0.0
Espanha	3.6	3.5	-0.1
E.U.A.	4.0	3.8	-0.2
França	3.2	3.3	+0.1
Holanda	3.6	3.7	+0.1
Itália	3.1	3.1	0.0
Reino Unido	3.8	3.8	0.0
Suíça	3.4	3.7	+0.3
Outros países	3.4	3.4	0.0
Países Nórdicos	3.8	3.9	+0.1

Fonte: SREA

Referente à estada média no Alojamento Local nos açores, é possível observar uma pequena descida nos principais mercados (Portugal, Alemanha, Espanha e

E.U.A.), excetuando a França, que teve um pequeno aumento, tal como outros mercados do centro da Europa (Suíça, Holanda e Bélgica). De salientar que a grande parte dos mercados emissores para o Alojamento Local tem uma estada média superior à estada média no total de todas as outras tipologias de alojamento do arquipélago (3.1 em 2017, 2018 e 2019, segundo dados do SREA).

CAPÍTULO V – GUIA DE BOAS PRÁTICAS NO ALOJAMENTO LOCAL

Este capítulo tem dois objetivos principais, sendo que o primeiro é explicitar alguns conceitos e características do Alojamento Local, que podem ajudar a obter uma vantagem competitiva. Entender a forte ligação que deve existir entre turismo criativo e Alojamento Local, e a importância da diferenciação do serviço oferecido fazem parte desse primeiro objetivo. Este é concluído com uma análise de uma vertente mais abstrata do Alojamento Local, mostrando que se trata de algo mais do que simples alojamento.

O objetivo final deste capítulo é a elaboração do guia de boas práticas para o Alojamento Local em São Miguel. Para tal será utilizada toda a informação até então reunida neste documento, com o intuito de que os proprietários desta tipologia de estabelecimentos possam não só obter melhores resultados, como também melhorar a imagem do destino e oferecer uma experiência única, memorável e de excelência aos seus clientes.

5.1. Turismo criativo

Crispin Raymond e Greg Richards definiram o turismo criativo como sendo o turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem, que são características do destino de férias para onde são levados. (Raymond & Richards, 2000).

Segundo a plataforma Creative Tourism Network, turismo criativo pode ser definido como sendo “A nova geração do turismo, que permite aos “viajantes” descobrir e entender a cultura local participando de atividades artísticas e criativas com os moradores (cocriação de experiências). (creativetourismnetwork.org)

O turismo criativo e o Alojamento Local têm todas as características que se permitem apoiar mutuamente. O fator chave de sucesso é a adaptação do alojamento

em função da cultura local em que o proprietário tem que ser capaz de operar o seu estabelecimento numa forma que apoie o turista criativo, seja na busca de cultura e na procura da criação de memórias, aprendizagens e saber, através de um envolvimento individualizado e de um atendimento personalizado.

O turismo criativo tem sido importante para revitalizar tanto destinos turísticos em declínio, mas também tem apoiado o desenvolvimento de comunidades locais, atuando como um estímulo à economia local. De acordo com Salman, em 2010, “o turismo criativo tem sido compreendido como uma estratégia de regenerar os destinos físicos, social e culturalmente, contribuindo para as economias locais bem como para o conhecimento das características culturais e sociais dos lugares/ destinos por parte dos turistas”. (Chang et al., 2014).

5.2. Diferenciação

Para Edward Chamberlin, a diferenciação de um produto é o processo utilizado para distinguir determinado produto ou serviço dos demais, acabando por torna-lo mais atrativo para algum mercado alvo. (Chamberlin, 1933).

Porter considera a diferenciação do produto como dependente das necessidades do consumidor, aprofundando a questão das características do produto, dando a elas duas dimensões (tangível e intangível). Com a diversificação da oferta, o consumidor ganha o poder de escolha, acabando por ser capaz de cada vez mais adquirir um produto ou serviço mais personalizado, mais a seu gosto. A diferenciação do produto/serviço serve para que este se possa destacar entre os demais concorrentes. (Porter, 1974).

Segundo Amin & Thrift e Pine & Gilmore: “O aumento da competição no mercado significa que os produtos e os serviços deixam de ser suficientes, o que faz com que os produtores devam procurar uma diferenciação nos seus produtos transformando-os em experiências que atraiam e envolvam os consumidores”. (Richards & Wilson, 2006)

Segundo informação partilhada numa notícia no jornal Açoriano Oriental no dia 5 de maio de 2017, Carlos Santos, responsável na altura pelo Observatório do Turismo dos Açores (OTA) afirmou que o grande desafio do Alojamento Local é a diferenciação, com base nos resultados de um estudo feito pelo OTA. “De acordo com os resultados de uma análise feita pelo OTA ao Alojamento Local daquelas três ilhas dos Açores, que divulga os seus estabelecimentos na internet (apenas cerca de 42%), através de várias plataformas de distribuição (Booking, Airbnb e Homeaway) e em sites próprios, concluímos que o grande desafio nos Açores é, sem dúvida, a diferenciação”, declarou Carlos Santos. (Lusa/AO Online, 2017)

De salientar nessa mesma notícia os pontos que Carlos Santos fala sobre serem a base para uma diferenciação competitiva no Alojamento Local. É importante compreender que não só a criação de experiências únicas e um serviço de qualidade serve para superar a expectativa do cliente, mas que o acolhimento personalizado e a partilha de experiências, cultura e saber são também importantes. (Lusa/AO Online, 2017)

Carlos Santos refere que a diferenciação “assente na oferta de experiências únicas e memoráveis acompanhadas de serviços de qualidade” é “muito valorizada por quem vive isolado em grandes cidades, com vidas stressantes”. Afirma também que a diferenciação do Alojamento Local deve basear-se também no “acolhimento personalizado e na partilha de alojamento, de experiências, de cultura e de saber”. Quanto mais saturado o mercado estiver, ou seja, quando a oferta é superior à procura, mais importância para a sobrevivência do produto/serviço (nesta situação, do serviço Alojamento Local) ganha a diferenciação do mesmo. O cliente que procure alojamento, ao ver uma variada oferta, vai sempre tentar escolher o serviço que mais se adequa às suas necessidades e gostos. Seja na diferenciação de preço (ao oferecer um preço inferior à concorrência) ou na diferenciação da qualidade de serviço prestado (ao oferecer um serviço de maior qualidade em função da restante concorrência), a diferenciação é sem dúvida um ponto crítico para o sucesso de um negócio, especialmente em mercados saturados. (Lusa/AO Online, 2017)

5.3. Alojamento Local: algo mais que alojamento

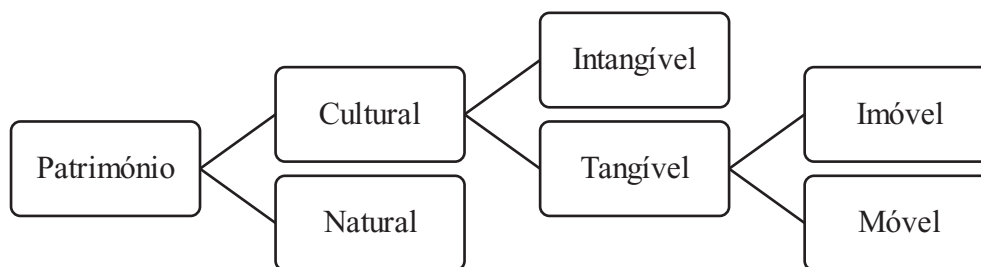
Sabendo que cada vez mais o turista procura uma experiência totalmente adaptada aos seus gostos pessoais, o Alojamento Local, com todas as suas características, tem a possibilidade de oferecer muito mais do que apenas alojamento. O Alojamento Local pode funcionar como uma ponte de ligação entre a cultura local e o turista, sempre através de um envolvimento único entre proprietário e hóspede.

5.3.1. Forma de busca pela cultura

Cada vez mais o turista apresenta diferentes motivações na escolha do seu destino de férias. É frequente o turista procurar destinos multifacetados nas vertentes turísticas, ao invés procurar um destino de apenas de sol e mar, vai procurar, por exemplo, um destino de sol e mar com alguma vertente cultural e de natureza. Sendo que existem destinos que são claramente exemplos fortes no turismo cultural, como as cidades antigas da Europa. No fundo todo o destino turístico tem algum carácter cultural, pois as comunidades e a cultura andam inevitavelmente aliadas.

Podemos dividir esse património cultural em duas categorias: o tangível e o intangível. O património cultural tangível remete-nos para tudo o que é palpável, seja imóvel (um edifício ou uma ponte, por exemplo) ou móvel (uma peça de artesanato ou uma pintura, por exemplo). Por outro lado, o património cultural intangível remete-nos para aquilo que não é palpável (gastronomia, folclore, música e outras tradições, por exemplo). Ou seja, todo o destino turístico acaba por ter uma vertente cultural que o turista vai sempre acabar por querer conhecer, sendo que essa cultura local deve ser utilizada e aproveitada como atrativo turístico.

Figura 6. Classificação do património



Fonte: DGE e DGPC (2011)

5.3.2. Procura de criação de memórias/aprender/saber

Torna-se mais visível que o turista pretende não só aproveitar as suas férias, mas também levar memórias destas para o seu dia-a-dia (criação de memórias), assim como procura também um maior número de serviços e experiências adaptadas a si e às suas necessidades e desejos. A sociedade tem evoluído num sentido em que as pessoas querem aprender mais, principalmente sobre os diferentes modos de vida e culturas que sejam diferentes dos seus próprios. Com esse conhecimento adquirido os visitantes acreditam que o podem aplicar no seu dia-a-dia, como forma de melhorar o seu estilo e forma de ver a vida.

5.3.3. Envolvimento individualizado/atendimento personalizado

O proprietário tem a oportunidade de ter um contacto mais próximo com o turista, acabando por conhecê-lo melhor, tornando-se mais fácil de o receber. Aos olhos do turista esta proximidade é um ponto positivo pois fá-lo sentir-se num ambiente mais acolhedor.

Essa proximidade também permite ao proprietário saber aquilo que o visitante procura ou deseja, tornando-se mais fácil de ir ao encontro desses pormenores. Cada

vez mais o turista procura uma experiência única, mas totalmente adaptada a si, sendo que o proprietário, através de um envolvimento individualizado.

É também diferente quando surge algum tipo de problema ou situação e o turista sente que a pessoa que está do outro lado é igual a si (coisa que não acontece num hotel quando se fala com um gerente ou rececionista), na qual o proprietário, mantendo uma postura profissional, mas amigável, tem possibilidade de resolver o problema de forma mais próxima e empática.

Toda esta proximidade entre cliente e proprietário permite um atendimento muito mais personalizado do que em qualquer tipo de empreendimentos turísticos.

5.4. Guia de boas práticas

Após a recolha e análise da informação necessária, chegou-se então à fase da elaboração do guia de boas práticas para o Alojamento Local. Sabendo que não existem boas práticas universais que possam obter os mesmos resultados em diferentes empreendimentos, não faria sentido criar um guia com boas práticas muito específicas e concretas. Este guia pretende fornecer as bases de apoio necessárias para que através dele qualquer proprietário desta tipologia de alojamento seja capaz de formular o seu próprio guia de boas práticas, o mais adaptado possível ao seu empreendimento.

Deste guia vão constar seis pontos, nos quais os proprietários deste tipo de alojamento podem perspetivar ações no sentido de implementar boas práticas. São esses pontos:

Destino/região – saber o que dizem os documentos estratégicos do turismo sobre a região, as diretrizes do marketing da região;

Documentos legais – ter em atenção quais são os documentos atuais que regulam o Alojamento Local;

Mercado – verificar a saturação do mercado, análise da concorrência ao preço e comodidades e diferenciação do serviço;

Marketing/venda – conhecer e utilizar os canais de venda mais indicados, utilizar um marketing inteligente e direcionado, a interação com o cliente no antes e depois e a utilização da marca Açores;

Experiência – conhecer o tipo de cliente, transformar o Alojamento Local em algo mais do que alojamento, oferecendo uma experiência única e que funcione como ponte de ligação do turista ao destino;

Monitorização – de uma forma regular ir analisando o desempenho do alojamento e o resultado das práticas implementadas, capacidade de as avaliar e adaptar sempre que necessário.

Destino/Região

É necessário saber o que uma região tem a oferecer ao turismo, bem como as diretrizes turísticas que as organizações de gestão turística definem para essa mesma região, a fim de otimizar um alojamento turístico. Para tal existem documentos estratégicos que podem fornecer informação pertinentes sobre esses tópicos.

O PENT define os produtos estratégicos para o turismo de Portugal, sendo que para os Açores o Turismo de Natureza é o produto principal, e produtos como o Turismo Náutico e o Turismo de Saúde e Bem-Estar também são importantes. O PENT tem um caderno elaborado com as diretrizes para cada um dos produtos turísticos definidos, sendo que após serem identificados no PENT os produtos estratégicos da região, deve ser analisado o conteúdo desses cadernos. No documento Turismo 2020 refere-se a importância dos recursos turísticos dos Açores: Património natural, património mundial e património cultural. No caso específico de São Miguel não existe património mundial, mas existe imenso património natural (lagoas, cascatas, trilhos, entre outros), como também existem elementos culturais (imaterial, como a gastronomia, ou material como alguns imóveis). Refere ainda que a promoção turística para os Açores se tem efetivado como um destino premium, logo o

alojamento deve ir ao encontro dessa promoção. Não sendo os Açores um destino massificado, nem um destino barato, não se deve fazer um alojamento que não corresponda à realidade da região. Isto vai de acordo com o que diz no documento Estratégia turismo 2027, que defende que a oferta deve ser diferenciada, mas que também tem que ir de acordo aos recursos existentes, tendo em atenção a sustentabilidade do destino. O PEM Açores, sendo um plano de marketing, está mais vocacionado para a promoção dos Açores, sendo que devem ser seguidas essas indicações. É importante que todos os stakeholders (incluindo os proprietários de Alojamento Locais) região trabalhem nos mesmos modos e diretrizes para que a região obtenha os resultados esperados.

Documentos Legais

O conhecimento do regime jurídico que regula a atividade e o funcionamento do Alojamento Local é fundamental. A direção de Valorização da Oferta, sob tutela do Turismo de Portugal fornece um guia técnico com toda a informação necessária para o funcionamento legal de um Alojamento Local. Informação sobre a capacidade, os requisitos, o registo, vistorias, publicidade, seguros entre outros está compilada nesse guia, facilitando em muito o trabalho dos proprietários. Para as regiões autónomas, nomeadamente a região dos Açores, apesar de haver uma portaria regional que regula o Alojamento Local, a consulta deste guia é importante para o funcionamento legal e seguro de um estabelecimento deste tipo. No anexo II encontra-se este guia.

Mercado

Antes de se iniciar o processo de abrir um Alojamento Local, ou mesmo numa altura em que se equaciona investir num alojamento já existente é necessário ver se o destino necessita disso. Se a região tiver uma oferta inferior à procura, claramente que o destino necessita de mais oferta de alojamento. No entanto, pode ocorrer que a oferta seja adequada à procura, ou até pode mesmo haver uma oferta muito superior à procura, estando o mercado saturado. Nestes dois casos, a criação de mais alojamento

não fica necessariamente fora de questão, mas torna-se fundamental que esse novo alojamento venha trazer valor acrescentado para a região. Mesmo em mercados saturados, um produto/serviço diferenciado dos demais pode sempre ter sucesso, apesar de esse sucesso não ser tão fácil como em destinos com défice na oferta.

Após a análise à relação entre oferta e procura, é importante uma análise à concorrência, e saber identifica-la. Os concorrentes a um Alojamento Local não são só apenas os restantes alojamentos locais da área. Outras tipologias de alojamento, sobretudo se tiverem características semelhantes (um empreendimento de turismo em espaço rural, pode ser concorrente a um Alojamento Local que seja uma moradia numa quinta, por exemplo) e até mesmo alojamentos que estejam a operar de forma ilegal devem ser considerados para esta análise. Após selecionados os empreendimentos concorrentes, a análise assume duas componentes, as comodidades e o preço. Devem ser comparadas as comodidades que cada alojamento concorrente e o alojamento para o qual estão a ser formatadas boas práticas oferecem e após essa comparação, analisar o preço. Em situações normais, um empreendimento concorrente pode praticar um preço inferior, sem afetar o desempenho do empreendimento em análise, desde que tenha menos comodidades.

Em mercados com uma elevada oferta, e com destaque em função de quanto maior a saturação desse mesmo mercado, a diferenciação assume maior importância. Quanto mais competição existir no mercado, mais poder de escolha tem o consumidor, obrigando os proprietários a serem capazes de destacar da concorrência. Desde a prestação de um serviço de qualidade superior, à oferta de algo que a concorrência não tem, ou simplesmente a prática de um preço mais competitivo, o proprietário tem que fazer com que o seu empreendimento seja diferente ao ponto de o consumidor procurar (e sentir) essa diferença.

Marketing e venda

A região dos Açores tem um plano de marketing específico para o turismo, acabando o próprio governo e as organizações responsáveis por realizarem grande parte da promoção à região. Os proprietários devem aproveitar esta oportunidade, pois

o marketing, já sendo planejado, é realizado de uma maneira muito direcionada. Os mercados emissores principais e os mercados emissores que a região pretende atrair futuramente estão definidos, e é para esses segmentos que a promoção é orientada. Seguindo essa orientação os proprietários sabem para onde devem direcionar o seu marketing, atraindo os mercados mais vantajosos para a região. Numa altura em que os Açores se querem assumir como um destino premium, atraindo mercados com grande poder financeiro, é importante que toda a promoção, seja ela feita por organizações ou por um empreendimento, seja apontada para os segmentos corretos.

Atualmente grande parte das reservas é feita através de canais de venda online (booking, airbnb e outros), acabando por ser muito importante a forma como o perfil dos estabelecimentos é gerida nessas plataformas. É fulcral saber aproveitar as vantagens oferecidas pelas plataformas. Através desses canais de venda os clientes podem ver as comodidades, preços, fotografias dos estabelecimentos, mas um ponto a ter atenção é a interação entre clientes. Qualquer cliente pode deixar uma classificação ao alojamento, às diferentes características e até mesmo um comentário de opinião livre, possibilitando que o cliente seguinte tenha acesso à experiência de muitos clientes anteriores, no momento de decisão de compra. Isto pode ter um efeito exponencial na procura, pois comentários e classificações positivas irão dar confiança aos futuros clientes (aumento de procura) e comentários e classificações menos positivas retiram a confiança de futuros clientes (diminuição de procura). Ao ter um empreendimento de Alojamento Local num canal de venda online é possível aumentar vendas por vários motivos (ao estar online em plataformas confiáveis e públicas e a confiança que o cliente ganha em função das classificações). É possível através destes canais de venda a interação entre consumidor e prestador de serviço antes, durante e após a estadia, o que facilita a prestação de um serviço de maior excelência.

Experiência do Cliente

O Turismo de Portugal tem disponível na internet uma plataforma na qual se pode encontrar informações sobre os diferentes mercados emissores de turistas para Portugal. Essa plataforma, o Travel BI (<https://travelbi.turismodeportugal.pt/>), traça um perfil de mercado, mostra perspectivas de crescimento e publicações para cada país

emissor, sendo uma boa ajuda para que os proprietários conheçam melhor as diferentes características de cada mercado.

Com toda a proximidade entre proprietário e cliente no Alojamento Local, não só é fácil o contacto entre ambos, como também faz parte de um serviço de excelência. Quanto maior esse contacto se estabelecer, melhor o proprietário conhece o cliente e melhor vai ser capaz de oferecer um serviço personalizado. A própria evolução social na qual cada vez mais as pessoas procuram adquirir bens e serviços personalizados é uma oportunidade para os proprietários do Alojamento Local, pois é nessa tipologia de alojamento que é possível uma maior personalização do serviço. A resolução de problemas que possam eventualmente surgir acabam por ter solucionados de forma mais simples e eficaz.

O Alojamento Local deve funcionar como uma ponte de ligação entre o turista e o destino, encaminhando o turista para os recursos turísticos, e trazendo os recursos da região para o alojamento. Como forma de encaminhamento dos turistas para os diferentes recursos existentes podemos criar parcerias entre o alojamento e diferentes empresas de animação turística. A Marca Açores é um bom exemplo de como trazer um recurso da região para o interior do alojamento, funcionando a Marca Açores como um selo de garantia de que um determinado produto tem como local de origem os Açores.

Monitorização

Nada na atividade turística é estática ao longo do tempo. Por esse mesmo motivo é fundamental ao longo do tempo ir fazendo uma avaliação da forma como o alojamento se tem desempenhado, e da eficácia das práticas aplicadas. É necessário ver se os resultados estão de acordo com as expectativas, e quando isso não se verificar, procurar os motivos que levaram a que essa situação tenha acontecido. Após a identificação dos novos problemas é preciso adaptar e formular novas práticas capazes de ultrapassar esses obstáculos. Esta monitorização deve funcionar em ciclo, sendo definidos os objetivos a atingir, os meios para tal e posteriormente avaliar o

resultado final. O proprietário deve ser autocrítico, acabando por ser a autoavaliação uma situação em que manter uma imparcialidade se torna mais difícil.

Com a informação aqui presente e nos documentos referenciados, um proprietário tem aqui todas as bases necessárias a formular um guia de boas práticas para o seu empreendimento de Alojamento Local, sempre a pensar numa prestação de serviço de excelência. No anexo II encontra-se uma versão mais gráfica deste guião, que poderá ser um exemplo do documento a entregar aos proprietários de Alojamento Local, numa uma versão mais específica para a ilha de São Miguel na região dos Açores, mas de fácil adaptação a outras regiões.

CAPÍTULO VI – A PANDEMIA MUNDIAL DO COVID-19

A pandemia de COVID-19 (causada por um novo tipo de coronavírus), o SAR-Cov-2) mudou por completo a forma como o mundo atual funciona. A COVID-19 pode provocar doenças respiratórias aguda e atualmente ainda não se conhecem os efeitos do vírus a longo prazo. No dia 30 outubro de 2020 já quase 45 milhões (44 906 565) de pessoas tinham sido infetadas, com mais de um milhão de mortos (1 179 267). (Johns Hopkins University, 2020).

Em 11 de março a Organização Mundial de Saúde afirmou que o surto se tornou numa pandemia global. O fenómeno da globalização foi um rastilho para a rápida propagação, sendo o turismo um dos principais responsáveis. Ainda se conhece pouco sobre o vírus e os seus efeitos a longo prazo na saúde humana, mas têm sido feitos esforços cooperativos a nível internacional de uma maneira nunca antes vista.

Como forma de combater a rápida propagação do vírus, muitos governos decidiram fechar as fronteiras dos países e declarar quarentenas obrigatórias a residentes e estrangeiros que entrassem nos seus territórios, os aeroportos e portos marítimos apenas realizavam serviços mínimos e o turismo parou por completo. Parou, por não haver capacidade de fornecimento dos serviços de transporte e turísticos e também pela insegurança sentida pela população no geral (tanto dos turistas como dos trabalhadores e proprietários do setor).

A partir de maio, sobretudo por necessidade económica, a maioria das empresas começaram a reabrir ao público, incluindo as empresas da área turística. Para muitos empresários do setor isso foi um balão de ar, pois sem receitas, muitos estavam prestes a falir. Por essa altura, o facto de ser uma doença respiratória, e que por norma esse tipo de doenças é mais ocorrente nos meses de inverno, foi possível a existência de alguma atividade turística, sempre com as limitações impostas devido à situação pandémica atual.

6.1. Efeitos da pandemia no Alojamento Local nos Açores

Uma forma simples e clara de analisar os efeitos da pandemia na atividade turística nos Açores é comparar os dados estatísticos do Alojamento Local entre 2019 e 2020.

Tabela 17. Hóspedes no Alojamento Local nos Açores

	2019	2020
Janeiro	8 197	9 814
Fevereiro	8 366	9 980
Março	11 332	4 986
Abril	21 208	382
Maio	24 003	315
Junho	33 780	1 385
Julho	44 737	8 385
Agosto	50 432	16 217

Fonte: SREA

O início do ano segue a lógica de crescimento que já se vinha observando nos últimos anos, em que tanto janeiro e fevereiro (com crescimentos na ordem dos 20%). Em março, três fatores influenciaram a queda abrupta no número de hóspedes: a insegurança que as pessoas começavam a demonstrar, o estado de emergência declarado em Portugal a 18 de março e a interrupção das ligações aéreas externas para os Açores a 25 de março (a 22 de março a Azores Airlines e a 25 de março a Ryanair, sendo que a TAP continuou a operar um reduzido número de voos semanais, apenas para manter o princípio de continuidade territorial em Portugal).

Entre 22 de março e 15 de junho, não existiram ligações aéreas entre os Açores e o exterior da região, sendo de fácil compreensão a discrepância dos valores obtidos entre abril e junho de 2019 e 2020. Em junho começa a observar-se um aumento no número de hóspedes, resultado da retoma das ligações aéreas entre os Açores e Lisboa e Madeira.

Durante os meses de julho e agosto registou-se um aumento exponencial em relação aos meses anteriores deste ano, mas com valores muito aquém daqueles obtidos durante os meses homólogos do ano de 2019.

Com a aproximação dos meses de inverno, o aumento de casos e propagação do vírus que atualmente se assiste, torna-se muito complicado prever os próximos meses. O regresso aos confinamentos obrigatórios e o encerramento de fronteiras surge cada vez mais como uma certeza e não como uma possibilidade. No entanto, o aparecimento da vacina eficiente pode ser uma luz no fundo do túnel para muitos setores, em especial o setor turístico.

6.2. Efeitos da pandemia no planeamento de férias

Em junho de 2020 o Observatório do Turismo dos Açores realizou um inquérito designado “Avaliação do Impacto da COVID-19 nas férias e viagens”. Esse questionário teve como objetivo avaliar os efeitos da pandemia na maneira como os residentes olham para as viagens e planeamento de férias. Está dividido em duas partes: perfil do residente (onde é traçada uma caracterização socioeconómica do residente) e plano e intenções de férias (onde se analisa o impacto da COVID-19 no planeamento de férias). (OTA, 2020).

De entre as várias informações obtidas, estas são algumas que foram selecionadas:

- A COVID-19 teve forte impacto no plano de férias das pessoas (60,9% teve que cancelar/reagendar viagens e 74,1% acabou por alterar os planos de férias para 2020);

- Mais de metade dos inquiridos (57,5%) afirmaram que não iriam viajar com o intuito de férias;

- A grande maioria dos residentes, 84,2%, indicou vontade de passar férias na região, com 11,5% a mostrar interesse em férias no restante território nacional e apenas 4,4% para o estrangeiro;

- Os açorianos demonstram confiança no selo “Clean and Safe” (63,7%);

- Os residentes responderam que iriam evitar os destinos massificados (58,1%), a época alta (49,5%) e as viagens de longa duração (60,8%).

Destes dados podemos retirar algumas conclusões sobre os comportamentos no planeamento das férias. A COVID-19 afetou imenso o setor turístico, com muita gente a evitar praticar férias fora da sua área de residência. Da mesma maneira que os açorianos não querem sair da sua região por motivos de segurança, os turistas estrangeiros que iriam visitar os Açores acabam por fazer o mesmo, forçando os empreendimentos turísticos a operarem para um mercado diferente, que tem atenção às normas preventivas da propagação viral e que tem isso em conta no momento de decisão. (OTA, 2020).

No entanto, alguns comportamentos podem ser benéficos a longo prazo. Apesar de esta consciencialização ser derivada da pandemia e não dos motivos de sustentabilidade ser um pouco alarmante, se essas tendências se mantiveram, após a pandemia terminar, podem ser vistas com bons olhos. Um dos grandes desafios de muitos destinos turísticos é a sazonalidade, e como forma de evitar locais com muita gente, as pessoas começam a praticar férias fora da época alta. Também com a evicção de locais com alta procura turística, as regiões com turismo massificado em excesso vão começar a receber menos visitantes, apoiando a sustentabilidade socio turística na zona. (OTA, 2020).

CAPÍTULO VII – CONCLUSÃO

Ao longo da realização deste trabalho de projeto foram surgindo alguns desafios, tendo sido necessário alguma criatividade e resiliência para os ultrapassar. A pandemia atual foi sem dúvida o maior de todos, quer pela forma como alterou a metodologia planeada para a elaboração do trabalho, quer a nível de desgaste psicológico. A forma como alguns dados estatísticos são apresentados em algumas plataformas, não sendo a mais prática, acabou por ser mais um desafio a ultrapassar. Outro desafio prendeu-se com o facto de a tipologia de Alojamento Local só ter sido criada recentemente, pelo que ainda não existe tanta informação organizada e com critérios científicos como existe para outras temáticas relacionadas com o turismo ou alojamento.

Apesar dos desafios que foram surgidos e das dificuldades sentidas, sinto uma enorme satisfação pessoal ao observar os resultados finais apresentados neste documento, com destaque para o guia de boas práticas nele formalizado. Mesmo sendo diferente da ideia inicial que se tinha criado, a pesquisa que foi sendo realizada foi direcionando a elaboração do guia num sentido diferente. Diferente, mas mais adequado à realidade da atividade turística, um setor de atividade muito dinâmico.

Nestas circunstâncias, mais importante do que apresentar um guia uniformizado, é fundamental capacitar os proprietários para serem capazes de analisarem a realidade do mercado no qual operam. Por esse motivo, do guia criado não constam medidas concretas e específicas, como, por exemplo, o tamanho das unidades de alojamento, mas sim sugestões práticas e úteis para que os proprietários ganhem mais sentido de empreendedorismo e sejam capazes de se adaptar da melhor maneira às alterações que vão surgindo. Fornecer os proprietários do conhecimento necessário para que cada um seja capaz de elaborar um plano de boas práticas específico para o seu alojamento é o intuito do guia apresentado neste trabalho de projeto.

Foi possível chegar-se a várias conclusões com o desenvolvimento deste trabalho. A importância que o Alojamento Local assume nos Açores derivado do seu crescimento e a necessidade de orientar esse crescimento de forma a beneficiar a

imagem do destino, a necessidade e obrigação de tornar o turismo uma atividade sustentável e a imprescindibilidade da diferenciação do serviço em mercados com grande diversificação ou saturação são algumas dessas conclusões.

Sinto que o objetivo pretendido foi alcançado. Com o decorrer da investigação ficou claro que era essencial a criação de um guia, o qual, embora não correspondendo na totalidade ao inicialmente preconizado, constitua um referencial que apoie os proprietários, de forma sustentável e eficaz, na implementação de boas práticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assembleia da República. (2018, agosto 22). Lei nº62/2018. *Diário da República n.º 161/2018*, 4300-4312. <https://data.dre.pt/eli/lei/62/2018/08/22/p/dre/pt/html>
- Booking.com - <https://www.booking.com/>
- Careto, H., & Lima, S. (2007). O Ordenamento do território como fator de competitividade do turismo. *Bárliã - Revista científica sobre ambiente e desenvolvimento*, 57-79.
- Chamberlin, E. (1933). *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Harvard University Press.
- Chang, L., Backman, K & Huang, Y. (2014). Creative tourism: a preliminar examination of creative tourists motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8 (4), 401- 419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1987). *Relatório Brundtland (Our Common Future)*. Oxford University Press.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Editorial Verbo.
- Cunha, L. (2010, janeiro 31). *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário* [CPES - Atas de Conferências Nacionais]. Repositório Científico Lusófona. <http://hdl.handle.net/10437/665>.
- Finanças e Trabalho, Solidariedade e Segurança Social. (2018, janeiro 18). Portaria nº23/2018. *Diário da República n.º 13/2018*, 457 – 461. <https://data.dre.pt/eli/port/23/2018/01/18/p/dre/pt/html>
- Johns Hopkins University. (2020). *Coronavirus COVID-19 Global Cases*. Johns Hopkins Center for Systems Science and Engineering. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Kaspar, C., (1981, setembro 13-19). *Loisirs, Recreation, Tourisme – Une introduction au theme generale*. [apresentação de conferência]. 31º Congresso da associação internacional de especialistas e cientistas do Turismo. Cardiff, País de Gales.
- Lusa/AO Online. (2019, setembro 10). *Abertura do espaço aéreo fez 'disparar' turismo mas teme-se pelo ambiente*. Açoriano Oriental. https://www.acorianooriental.pt/noticia/abertura-do-espaco-aereo-fez-disparar-turismo-mas-teme-se-pelo-ambiente-302684?fbclid=IwAR0pJWQ7TidgWxGKOM2s7_R6Vr8_p2VAd8N1QrcKfHK9jPWWqhk9BFc4DGw
- Lusa/AO. (2017, maio 5). *Estudo conclui que desafio do alojamento local nos Açores é a diferenciação*. Açoriano Oriental.

<https://www.acorianooriental.pt/noticia/estudo-conclui-que-desafio-do-alojamento-local-nos-aco-res-e-a-diferenciacao>

- Ministério da Economia e da Inovação. (2008, março 7). Decreto-Lei nº39/2008. *Diário da República n.º 48/2008*, 1440-1456. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/39/2008/03/07/p/dre/pt/html>
- Ministério da Economia. (2014, agosto 29). Decreto-Lei n.º 128/2014. *Diário da República n.º 166/2014*, 4570 – 4577. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/128/2014/08/29/p/dre/pt/html>
- Ministério da Economia. (1999, fevereiro 16). Decreto-lei nº47/99. *Diário da República n.º39/1999*, 805-818. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/47/1999/02/16/p/dre/pt/html>
- Moutinho, D. (2011). Turismo Sustentável e Desenvolvimento Local: Projeto da Mata de Sesimbra [dissertação de mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril]. Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/2461>
- Observatório do Turismo dos Açores (OTA). (2020). Avaliação do Impacto da Covid 19 nas Férias e Viagens: Residentes nos Açores. Região Autónoma dos Açores. <https://otacores.com/wp-content/uploads/2020/07/Impacto-da-COVID-19-nas-f%C3%A9rias-e-viagens-residentes.pdf>
- Observatório do Turismo dos Açores (OTA). (2020). <https://otacores.com/>
- Oliveira, A. (2016). *O papel das redes sociais para as empresas de turismo no espaço rural: guia de boas práticas* [dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo]. Repositório Científico IPVC. <http://hdl.handle.net/20.500.11960/1491>
- Organização Mundial de Turismo. (2003). *Turismo Internacional: uma Perspectiva Global*. Bookmann, 128- 251
- Organização Mundial do Turismo. (1995, abril 27-28). *Carta do Turismo Sustentável* [apresentação de conferência]. Conferência Mundial de Turismo Sustentável. Lanzarote, Ilhas Canárias, Espanha.
- Pârvu, I. & Fleşeriu, C. (2018). Good Practices In Mountain Tourism: A Literature Review. *Revista de Turism: Studii si Cercetari in Turism*. <https://doaj.org/article/1c952c22280e4a29a1189228586a0055>
- Porter, M. (1974). Consumer Behavior, Retailer Power and Market Performance in Consumer Goods Industries. *The Review of Economics and Statistics*, 56 (4), 19-436.
- Richards, G & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture. *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>

- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*. 23, 16-20. ISSN 1388-3607
- Saúde. (2016, abril 12). Portaria n.º 83/2016. *Diário da República n.º 71/2016*, 1207 – 1208. <https://data.dre.pt/eli/port/83/2016/04/12/p/dre/pt/html>
- Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA). (2020). <https://srea.azores.gov.pt/>
- TURISMO 2020. (2015). *Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo de Portugal*. Turismo de Portugal, I.P. Ministério da Economia e do Emprego. https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020_Parte%20I_mercados%20-%20SWOT.pdf
- TURISMO 2027. (2016). *Estratégia Turismo 2027 PORTUGAL*. Turismo de Portugal, I.P. Governo de Portugal. https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf
- Turismo de Portugal. (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Ministério da Economia e da Inovação. http://www.turismo2015.pt/userfiles/File/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.p
- Turismo, I.de, (2015). Plano Estratégico e de Marketing dos Açores
- United Nations World Tourism Organization. (1994). Recommendations on Tourism Statistics [Brochura]. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83e.pdf
- United Nations World Tourism Organization. (2020, setembro 16). *UNWTO 112 Executive Council - Message by UN Secretary General António Guterres*. [vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OC0tuYTnkO0>
- Vera, J., Palomeque, F., Marchena, M., & Anton, S. (1997). *Análisis Territorial del Turismo*. Ariel Geografía.
- Vilhena, L. (2018, janeiro 8). *O alojamento local tem uma tradição antiga*. Observador. <https://observador.pt/opiniao/o-alojamento-local-tem-uma-tradicao-antiga/>
- Weaver, D. & Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. John Wiley & Sons Australia.
- Weaver, D. (2001), *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI, 1-82.

ANEXOS

Anexo I. Guias Técnicos: Alojamento Local Regime Jurídico-Direção de
Valorização da Oferta

GUIAS
TÉCNICOS

46

ALOJAMENTO LOCAL REGIME JURÍDICO

DIREÇÃO DE VALORIZAÇÃO
DA OFERTA

TURISMO DE
PORTUGAL



Conteúdos

1. Introdução	3
2. Conceito	5
3. Modalidades dos Estabelecimentos de Alojamento Local	7
4. Capacidade dos estabelecimentos de Alojamento Local	8
5. Requisitos dos estabelecimentos de Alojamento Local	9
6. O «Hostel»	10
7. Registo dos estabelecimentos de Alojamento Local	11
8. Áreas de contenção	14
9. Vistorias	15
10. Estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços	16
11. Identificação e publicidade	17
12. Placa identificativa	18
13. Período de funcionamento	19
14. Livro de Reclamações	20
15. Livro de informações	22
16. Seguro obrigatório	23
17. Acesso aos estabelecimentos	24
18. Reporte de informação de dormidas	25
19. Alojamentos locais em condomínios	27
20. Alojamentos locais registados antes de 2014	28
21. Alteração de elementos e cessação de atividade	29
22. Cancelamento do registo	30
23. Fiscalização	31
24. Legislação aplicável	33
25. Aplicação no tempo	34
26. Regiões autónomas	35
27. Obrigações fiscais	36
28. Informação sobre os estabelecimentos de AL registados	37

1. Introdução

A figura do alojamento local foi criada pelo [Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março](#), para enquadrar a prestação de serviços de alojamento temporário em estabelecimentos que não reunissem os requisitos legalmente exigidos para se qualificarem como empreendimentos turísticos.

A [Portaria n.º 517/2008, de 25 de junho](#), entretanto alterada pela [Portaria n.º 138/2012, de 14 de maio](#), definiu os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de alojamento local, bem como o procedimento para registo destes estabelecimentos junto das câmaras municipais.

O [Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto](#), que entrou em vigor em 27 de novembro de 2014, tem subjacente o reconhecimento da relevância turística do alojamento local.

Com efeito, conforme se reconheceu no preâmbulo do decreto-lei, a dinâmica do mercado da procura e oferta fez surgir e proliferar um conjunto de novas realidades de alojamento que, sendo formalmente equiparáveis às previstas na anterior legislação, determinaram, pela sua importância turística, pela confirmação de que não se trata de um fenómeno passageiro e pela evidente relevância fiscal, a atualização do quadro normativo aplicável ao alojamento local que, assim, mereceu pela primeira vez um tratamento jurídico autónomo no ordenamento nacional.

A necessidade de densificar o regime dos «hostel», levou à primeira alteração do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, pelo [Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril](#), o qual veio, do mesmo passo, clarificar determinados aspetos do regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local e entrou em vigor no dia 22 de junho de 2015.

Em 21 de outubro de 2018, entrou em vigor a [Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto](#), que procedeu à segunda alteração do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto e o republicou.

As principais alterações introduzidas pela Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto referem-se à forma do procedimento de registo, que passa a ser o da comunicação prévia com prazo; à possibilidade de as câmaras municipais estabelecerem limites à atividade de exploração dos estabelecimentos em determinadas áreas; ao alargamento das situações em que as câmaras podem cancelar os registos; à necessidade de autorização do condomínio para a instalação de «hostels» e ainda à previsão de novos requisitos ou regras de exploração e funcionamento, como sejam as relativas à capacidade máxima dos alojamentos, a obrigatoriedade de um livro de informações, de afixação de placas identificativas e de celebração de um seguro de responsabilidade civil.

Assim, o regime jurídico dos Estabelecimentos de Alojamento Local consta, atualmente, do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril e pela [Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto](#), que o republica.

O Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto foi adaptado à **Região Autónoma da Madeira** pelo [Decreto Legislativo Regional n.º 13/2015/M, de 22 de dezembro](#).



Na **Região Autónoma dos Açores** aplica-se a [Portaria n.º 83/2016, de 4 de agosto](#), que contém uma disciplina própria para os estabelecimentos de alojamento local localizados nos Açores.

O presente Guia Técnico refere-se ao regime jurídico que consta do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, ou seja, as regras aplicáveis aos estabelecimentos de alojamento locais localizados no continente e na Região Autónoma da Madeira.

2. Conceito

2.1 Consideram-se **estabelecimentos de alojamento local** aqueles que prestam serviços de alojamento temporário, nomeadamente a turistas, mediante remuneração, e que reúnem os requisitos previstos no [Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto](#), alterado pelo [Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril](#), e pela [Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto](#), não sendo permitida a exploração como estabelecimentos de alojamento local dos estabelecimentos que reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos.

Com efeito, também os empreendimentos turísticos são estabelecimentos em que são prestados serviços de alojamento, mediante remuneração, no entanto, para obterem a respetiva classificação, devem dispor de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares, que constam do regime jurídico aplicável: [Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março](#), alterado pelos [Decreto-Lei n.º 228/2009, de 14 de setembro](#), [Decreto-Lei n.º 15/2014, de 23 de janeiro](#), [Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro](#), [Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto](#) e [Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho](#), que republicou, e respetivos regulamentos.

Assim, para a delimitação do conceito de estabelecimento de alojamento local importa, desde logo, recortá-lo da figura dos empreendimentos turísticos, já que só poderão ser explorados como alojamento local os estabelecimentos que, pelas suas características, não possam ser enquadrados em nenhuma das tipologias de empreendimentos turísticos, como sejam os estabelecimentos hoteleiros, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos ou empreendimentos de turismo de habitação ou de turismo no espaço rural.

Para esta verificação torna-se necessário aferir os requisitos previstos no referido Decreto-Lei n.º 39/2008, e respetivos regulamentos, nomeadamente as normas que dispõem sobre condições gerais de instalação, requisitos de cada tipologia e requisitos mínimos obrigatórios relacionados com as condições de instalação de cada tipologia de empreendimento turístico.

+ info: [Empreendimentos turísticos | Portal Business](#).

2.2 A exploração de estabelecimento de alojamento local corresponde ao exercício, por pessoa singular ou coletiva, da **atividade de prestação de serviços de alojamento**.

Presume-se existir exploração e intermediação de estabelecimento de alojamento local quando um imóvel ou fração deste:

- a) Seja publicitado, disponibilizado ou objeto de intermediação, por qualquer forma, entidade ou meio, nomeadamente em agências de viagens e turismo ou sites da Internet, como alojamento para turistas ou como alojamento temporário; ou

- b) Estando mobilado e equipado, neste sejam oferecidos ao público em geral, além de dormida, serviços complementares ao alojamento, nomeadamente limpeza, por períodos inferiores a 30 dias.

A presunção referida no ponto anterior pode ser afastada, designadamente mediante a apresentação de contrato de arrendamento urbano devidamente registado no serviço das finanças.

2.3 A exploração de estabelecimento de alojamento local depende de prévio registo destes estabelecimentos através de uma [comunicação prévia com prazo](#) realizada no Balcão Único Eletrónico, não sendo permitida a oferta, disponibilização, publicidade e intermediação de estabelecimentos de alojamento local não registados ou com registos desatualizados.

3. Modalidades dos Estabelecimentos de Alojamento Local

a) **Moradia:** estabelecimento de alojamento local cuja *unidade de alojamento* é constituída por um *edifício autónomo, de carácter unifamiliar*.

b) **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*.

c) **Estabelecimentos de hospedagem:** estabelecimento de alojamento local cujas *unidades de alojamento* são constituídas por *quartos*, integrados numa fração autónoma, em prédio urbano ou parte de prédio urbano suscetível de utilização independente.

Os estabelecimentos de hospedagem podem utilizar a denominação de «**hostel**» quando a unidade de alojamento predominante for um *dormitório* [isto é, quando o número de utentes em dormitório seja superior ao número de utentes em quarto], e se obedecerem aos restantes requisitos previsto para o efeito.

d) **Quartos:** exploração de alojamento local feita na *residência do titular* - correspondente ao seu domicílio fiscal - quando a unidade de alojamento sejam quartos em número não superior a *três*.

Caso a intenção do titular da exploração seja a de utilizar os quartos da moradia ou do apartamento como unidades de alojamento, e não a própria moradia ou apartamento como única unidade de alojamento, a modalidade a registar será a de estabelecimento de hospedagem ou a de quartos se, neste caso, o seu número for até 3 e a moradia ou apartamento corresponderem ao domicílio fiscal do titular da exploração.

4. Capacidade dos estabelecimentos de Alojamento Local

Limites à capacidade dos estabelecimentos de alojamento local

4.1 A capacidade máxima dos estabelecimentos de alojamento local é de **9 quartos** e **30 utentes**, com exceção dos «hostels», que não têm limite de capacidade, e dos «quartos» que apenas podem ser três.

4.2 A capacidade dos alojamentos locais, em termos de **utentes**, encontra-se ainda limitada em função das características/dimensão dos fogos, não podendo exceder o número que resulta da multiplicação do número de quartos por dois.

No caso dos «apartamentos» e «moradias» é acrescida da possibilidade de acolher mais dois utentes na sala, nos termos dos indicadores do INE.

Em todas as modalidades de alojamentos, e havendo condições de habitabilidade, podem ser instaladas até duas camas suplementares para crianças até aos 12 anos.

Limites de capacidade relativamente a «apartamentos» no mesmo edifício

4.3 Cada proprietário, ou titular de exploração de alojamento local só pode explorar, por edifício, mais de nove estabelecimentos de alojamento local na modalidade de *apartamento* se aquele número não exceder 75% do número de frações existentes no edifício.

Para o cálculo de exploração referido no número anterior, consideram-se os estabelecimentos de alojamento local na modalidade de apartamento registados em nome do cônjuge, descendentes e ascendentes do proprietário ou do titular de exploração e bem assim os registados em nome de pessoas coletivas distintas em que haja sócios comuns.

Os requisitos relativos à capacidade dos estabelecimentos de alojamento local não se aplicam aos estabelecimentos registados nas câmaras municipais respetivas à data da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto [27.11.2014], nem àqueles que antes de 2008 eram empreendimentos turísticos, empreendimentos de turismo no espaço rural e casas de natureza e não puderam manter ou obter a classificação de empreendimentos turísticos ao abrigo das novas regras do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março (regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos) convertendo-se em estabelecimentos de alojamento local.

5. Requisitos dos estabelecimentos de Alojamento Local

5.1 Requisitos gerais

5.1.1 Os **estabelecimentos** de alojamento local devem obedecer aos seguintes requisitos:

- a) Apresentar adequadas condições de conservação e funcionamento das instalações e equipamentos;
- b) Estar ligados à rede pública de abastecimento de água ou dotados de um sistema privativo de abastecimento de água com origem devidamente controlada;
- c) Estar ligados à rede pública de esgotos ou dotados de fossas sépticas dimensionadas para a capacidade máxima do estabelecimento;
- d) Estar dotados de água corrente quente e fria.

5.1.2 As **unidades de alojamento** dos estabelecimentos de alojamento local devem:

- a) Ter uma janela ou sacada com comunicação direta para o exterior que assegure as adequadas condições de ventilação e arejamento;
- b) Estar dotadas de mobiliário, equipamento e utensílios adequados;
- c) Dispor de um sistema que permita vedar a entrada de luz exterior;
- d) Dispor de portas equipadas com um sistema de segurança que assegure a privacidade dos utentes.

5.1.3 As **instalações sanitárias** dos estabelecimentos de alojamento local devem dispor de um sistema de segurança que garanta privacidade.

5.1.4 Os estabelecimentos de alojamento local devem reunir sempre condições de higiene e limpeza.

5.2 Requisitos de segurança

5.2.1 Os estabelecimentos de alojamento local devem cumprir as regras de segurança contra riscos de incêndio, nos termos do disposto 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](#).

5.2.2 O disposto no número anterior não se aplica aos estabelecimentos de alojamento local que tenham capacidade igual ou inferior a 10 utentes, os quais devem possuir:

- a) Extintor e manta de incêndio acessíveis aos utilizadores;
- b) Equipamento de primeiros socorros acessível aos utilizadores;
- c) Indicação do número nacional de emergência (112) em local visível aos utilizadores.

Segundo indicações da Autoridade Nacional de Proteção Civil (ANPC), que é a entidade competente para assegurar o cumprimento do regime de segurança contra incêndios em edifícios (SCIE):

- *O produto extintor a utilizar depende do “tipo de fogo”, podendo o Pó Químico ABC (6kg) ou a Água Aditivada (5 Kg) ser uma boa opção.*
- *A manta deve ser dimensionada de acordo com o dispositivo de queima sobre o qual se pretenda atuar.*
- *A ANPC recomenda ainda que, em termos de prevenção, é importante que sejam afixadas nos estabelecimentos medidas de prevenção e instruções de segurança.*



6. O «Hostel»

6.1 Características

«Hostel» é a denominação utilizada pelos estabelecimentos de hospedagem cuja unidade de alojamento predominante é o **dormitório**.

Considera-se que o dormitório é predominante quando o número de utentes em dormitório seja superior ao número de utentes em quarto.

6.2 Limites à instalação

A exploração de «hostels» em **edifícios em propriedade horizontal** nos prédios em que coexista habitação carece de autorização dos condóminos.

6.3 Requisitos

A regulamentação das condições de funcionamento e requisitos dos «hostels» constará de portaria, ainda não publicada.

7. Registo dos estabelecimentos de Alojamento Local

7.1 O registo é efetuado mediante uma **comunicação prévia com prazo** obrigatória e condição necessária para a exploração de estabelecimentos de alojamento local.

A comunicação prévia com prazo é dirigida ao Presidente da Câmara Municipal territorialmente competente e realizada exclusivamente através do **Balcão Único Eletrónico** previsto no artigo 6.º do [Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho](#), que confere a cada pedido um número de registo de estabelecimento de alojamento local se, findo o prazo de 10 ou 20 dias, não se verificar oposição por parte do mesmo Presidente da Câmara.

A **oposição** ao registo pode ocorrer no prazo de 10 dias ou, no caso dos «hostels», 20 dias, após a submissão da comunicação prévia com prazo, pelos seguintes motivos:

- a. Incorreta instrução do pedido;
- b. Violação de restrições definidas, caso se trate de uma [área de contenção](#) previamente identificada pela câmara, ou de proibição temporária de registo;
- c. Falta de autorização de utilização adequada do edifício.

Acesso ao [formulário de comunicação prévia com prazo](#).

+ info:

[Espaço Empresa](#)

[Portal Business - Turismo de Portugal](#)

A submissão da declaração prévia com prazo no Balcão Único Eletrónico pode ser efetuada por uma terceira pessoa, desde que mandatada pelo titular da exploração para o efeito, nomeadamente, com poderes para assinar em nome daquele as declarações prestadas e o termo de responsabilidade. A cópia da procuração atribuindo estes poderes ao declarante deve ser inserida no Balcão Único Eletrónico ou indicado o código de consulta no caso de procuração on-line.

7.2 Da comunicação prévia com prazo devem obrigatoriamente constar as seguintes informações:

a) **A autorização de utilização ou título de utilização válido do imóvel;**

Tratando-se de um imóvel construído antes da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 38:382/1951, de 7 de agosto (Regulamento Geral das Edificações Urbanas) que não tenha um título de utilização, deve ser dada essa indicação no Balcão Único Eletrónico, podendo a Câmara Municipal competente posteriormente comprovar essa situação.



Quanto ao tipo de utilização prevista para o edifício ou fração, cabe à Câmara Municipal competente verificar, caso a caso, se a autorização de utilização ou título de utilização respetivos possibilitam a atividade de prestação de serviços de alojamento, tendo em conta, nomeadamente, os usos genéricos admitidos e as salvaguardas existentes.

No caso dos empreendimentos turísticos convertidos em estabelecimentos de alojamento local, o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, prevê que os respetivos títulos de abertura existentes à data da sua entrada em vigor se mantenham válidos, no entanto, os mesmos devem ser substituídos por alvará de autorização de utilização para fins habitacionais na sequência de obras de ampliação, reconstrução ou alteração, ou em qualquer outro momento, a pedido do interessado.

b) Identificação do titular da exploração do estabelecimento, com menção do nome ou firma e do número de identificação fiscal;

O titular da exploração do estabelecimento é a pessoa singular ou coletiva a quem cabe o exercício da atividade de prestação de serviços de alojamento temporário, assegurando a idoneidade do edifício ou fração autónoma para o efeito, promovendo o respeito pelas normas legais e regulamentares aplicáveis à atividade e que responde, independentemente de culpa, pelos danos causados aos destinatários dos serviços ou a terceiros decorrentes da atividade de prestação de serviços de alojamento em desrespeito dessas regras. Cabe-lhe igualmente declarar o início da atividade de prestação de serviços de alojamento junto da Autoridade Tributária e Aduaneira e celebrar um seguro de responsabilidade civil.

O titular da exploração é solidariamente responsável com os hóspedes relativamente aos danos provocados por estes no edifício.

O titular da exploração pode não ser proprietário do imóvel devendo, nesse caso, juntar no Balcão Único Eletrónico um contrato de arrendamento ou a outro título que o habilite à prestação de serviços de alojamento.

c) Endereço do titular da exploração do estabelecimento;

d) Nome adotado pelo estabelecimento e seu endereço;

e) Modalidade do estabelecimento de alojamento local;

f) Capacidade (quartos, camas e utentes) do estabelecimento;

Para uniformização da informação, a contagem das camas (fixas ou convertíveis) e dos utentes nos estabelecimentos de alojamento local, nomeadamente nos hostel com beliches, deve ser efetuada do seguinte modo:

1 cama singular = 1 cama = 1 utente

1 cama de casal = 1 cama = 2 utentes

1 beliche individual = 2 camas = 2 utentes

1 beliche duplo = 2 camas = 4 utentes

g) **Data pretendida de abertura ao público;**

h) **Nome, morada e número de telefone de pessoa a contactar em caso de emergência.**

7.3 A comunicação prévia com prazo deve ser instruída com os seguintes documentos:

a) Cópia simples do **documento de identificação** do titular da exploração do estabelecimento, no caso de este ser pessoa singular, ou indicação do código de acesso à certidão permanente do registo comercial, no caso de este ser pessoa coletiva;

b) **Termo de responsabilidade**, subscrito pelo titular da exploração do estabelecimento, assegurando a idoneidade do edifício ou sua fração autónoma para a prestação de serviços de alojamento e que o mesmo respeita as normas legais e regulamentares aplicáveis;

c) Cópia simples da **caderneta predial urbana** referente ao imóvel em causa;

d) Cópia simples do **contrato de arrendamento** ou de **outro título** que legitime o titular da exploração ao exercício da atividade e, caso do contrato de arrendamento ou outro não conste prévia autorização para a prestação de serviços de alojamento ou subarrendamento, cópia simples do documento contendo tal autorização;

e) Cópia simples da **declaração de início ou alteração de atividade** do titular da exploração do estabelecimento para o exercício da atividade de prestação de serviços de alojamento correspondente à secção I, subclasses 55201 ou 55204 da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3, aprovada pelo [Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de novembro](#), apresentada junto da Autoridade Tributária e Aduaneira (AT).

f) **Ata da assembleia de condóminos** na qual conste a autorização para instalação, no caso dos «hostels».

7.4 O documento emitido pelo Balcão Único Eletrónico contendo o número de registo do estabelecimento de alojamento local constitui o único título válido de abertura ao público.

A indicação do número de registo é obrigatória na publicidade, documentação comercial e *merchandising* dos estabelecimentos, estando as plataformas eletrónicas que disponibilizem, divulguem ou comercializem alojamento também obrigadas a exibir este número.

7.6 O Turismo de Portugal IP disponibiliza no seu sítio da internet informação sobre os estabelecimentos de alojamento local através do [Registo Nacional do Alojamento Local](#).

8. Áreas de contenção

8.1. Com o objetivo de preservar a realidade social dos bairros e lugares, as câmaras municipais podem aprovar **por regulamento** a existência de áreas de contenção, por freguesia, no todo ou em parte, para a instalação de novos alojamentos locais, que poderão ter em conta limites percentuais em proporção dos imóveis disponíveis para habitação.

Nestas áreas podem ser impostos **limites relativamente ao número de estabelecimentos**, carecendo a instalação de novos estabelecimentos de alojamento local nesse território de autorização expressa da câmara que, em caso de deferimento, promove o respetivo registo.

8.2. Nas áreas de contenção **o mesmo proprietário apenas pode explorar um máximo de sete estabelecimentos** de alojamento local, sendo que os proprietários que em 21.10.2018 excedem este limite não podem afetar mais imóveis à exploração de alojamento local.

8.3. Exceto nas situações de sucessão, o número de registo do estabelecimento de alojamento local, nas modalidades de «apartamento» e «moradia», localizados em áreas de contenção é **pessoal e intransmissível**, caducando caso ocorra a alteração ou transmissão da respetiva titularidade, nomeadamente por força da transmissão do capital social de pessoa coletiva titular do registo, acumulada ou não, em percentagem superior a 50%.

8.4. As áreas de contenção definidas devem ser reavaliadas, no mínimo, de dois em dois anos.

8.5 Suspensão de autorizações

Tendo em vista acautelar a eficácia dos regulamentos camarários que irão aprovar a existência de áreas de contenção, os municípios podem, sob proposta fundamentada da câmara municipal, suspender, pelo período máximo de um ano, a autorização de novos registos em áreas especificamente delimitadas, até à entrada em vigor do referido regulamento.

9. Vistorias

9.1 A **câmara municipal** territorialmente competente realiza, no prazo de 30 dias após a apresentação da comunicação prévia com prazo, uma vistoria para verificação do cumprimento dos requisitos previstos para os estabelecimentos de alojamento local, sem prejuízo dos demais poderes de fiscalização que legalmente lhe assistem.

9.2 Os estabelecimentos de alojamento local podem ainda ser vistoriados pela **Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)** e pela **câmara municipal** competente, no âmbito de ações de fiscalização, para verificação do cumprimento do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto.

9.3 O **Turismo de Portugal I.P.** pode vistoriar os estabelecimentos de alojamento local para verificar se estes reúnem condições para serem considerados empreendimentos turísticos. Estas vistorias são realizadas a pedido da ASAE, ou por iniciativa do próprio Turismo de Portugal I.P. nos casos em que a mesma entidade exploradora seja titular de mais de nove estabelecimentos na modalidade de apartamento no mesmo edifício.

Quando o Turismo de Portugal I.P. verificar que o estabelecimento de alojamento local reúne requisitos para ser considerado empreendimento turístico fixa um prazo, não inferior a 30 dias, prorrogável, para que seja iniciado o processo de autorização de utilização para fins turísticos legalmente exigido. Findo este prazo sem que a entidade responsável tenha dado início ao processo de autorização, o Turismo de Portugal I.P. informa a ASAE para efeitos de interdição de exploração.

9.4 O **Turismo de Portugal I.P.** pode também vistoriar os estabelecimentos de alojamento local, a pedido da ASAE, tendo por fim verificar a atualização da listagem de estabelecimentos de alojamento local para efeitos de inscrição nas plataformas eletrónicas de reservas.

10. Estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços

Nos «estabelecimentos de hospedagem» e desde que a autorização de utilização o permita, podem ser instalados estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, incluindo os de restauração e de bebidas, sem prejuízo do cumprimento dos requisitos específicos previstos na demais legislação aplicável a estes estabelecimentos.

11. Identificação e publicidade

11.1 Os estabelecimentos devem identificar-se como estabelecimentos de alojamento local, não podendo, em caso algum, utilizar a qualificação de empreendimento turístico, ou de qualquer tipologia de empreendimento turístico, nem qualquer sistema de classificação.

Assim, não podem publicitar-se com recurso a qualquer elemento que possa suscitar confusão com o sistema de classificação legal utilizado para os empreendimentos turísticos no que se refere à respetiva tipologia, grupo e categoria.

Nada obsta, porém, que os estabelecimentos de alojamento local usem qualificações ou qualificativos para efeitos comerciais ou de divulgação junto do público, nomeadamente os que sejam atribuídos por entidades privadas.

+ info: [Orientação Técnica n.º 1/DVO/2014 – Alojamento Local: publicidade.](#)

11.2 A publicidade, a documentação comercial e o *merchandising* dos estabelecimentos de alojamento local devem indicar o respetivo **nome** ou logótipo e **número de registo**, não podendo sugerir características que os estabelecimentos não possuam nem sugerir que os mesmos se integram num dos tipos de empreendimentos turísticos legalmente previstos.

11.3 Só podem usar a denominação de «hostel» os estabelecimentos de hospedagem que reúnam os requisitos previstos para o efeito.

11.4 Os «estabelecimentos de hospedagem» e os «quartos» podem usar comercialmente a designação de «bed & breakfast» ou «guest house».

12. Placa identificativa

12.1 Nos «**hostel**» é obrigatória a afixação no exterior do edifício, junto à entrada principal, de uma placa identificativa.

12.2 Nos «**estabelecimentos de hospedagem**», «**apartamentos**» e «**quartos**» é obrigatória a afixação junto à entrada do estabelecimento de uma placa identificativa.

12.3 Modelo e características das placas identificativas:

Material acrílico cristal transparente, extrudido e polido, com 10 mm de espessura, com as seguintes características:

- a) Dimensão de 200 mm × 200 mm;
- b) Tipo de letra Arial 200, de cor azul escura (pantone 280);
- c) Aplicação com a distância de 50 mm da parede (através de parafusos de aço inox em cada canto: com 8 mm de diâmetro e 90 mm de comprimento).

Modelo da Placa Identificativa

A L

(Alojamento Local)

12.4 Desde que obedeça ao modelo e características referidas a placa pode ser adquirida junto de qualquer empresa fornecedora.

13. Período de funcionamento

13.1 Os estabelecimentos de alojamento local podem estabelecer livremente os seus períodos de funcionamento, sem prejuízo de disposição legal ou contratual.

13.2 Os «**estabelecimentos de hospedagem**», quando não estejam abertos todos os dias do ano, devem publicitar o seu período de funcionamento.

14. Livro de Reclamações

Todos os estabelecimentos de alojamento local devem dispor de livro de reclamações nos termos e condições estabelecidos no [Decreto-Lei n.º 156/2005, de 15 de setembro](#), alterado pelos [Decreto-Lei n.º 371/2007, de 6 de novembro](#), [Decreto-Lei n.º 118/2009, de 19 de maio](#), [Decreto-Lei n.º 317/2009, de 30 de outubro](#), [Decreto-Lei n.º 242/2012, de 7 de novembro](#) e [Decreto-Lei n.º 74/2017, de 21 de junho](#).

De acordo com este regime, o titular da exploração do estabelecimento está obrigado a possuir e disponibilizar o livro de reclamações nos formatos físico e eletrónico.

14.1 Livro de reclamações em formato físico

Obrigações do titular da exploração do AL:

1) Facultar imediata e gratuitamente ao utente o livro de reclamações sempre que por este tal lhe seja solicitado;

O titular da exploração não pode, em caso algum, justificar a falta de livro de reclamações no estabelecimento onde o utente o solicita pelo facto de o mesmo se encontrar disponível noutros estabelecimentos ou locais;

Não pode, de igual modo, condicionar a apresentação do livro de reclamações, designadamente à necessidade de identificação do utente.

2) Afixar no seu estabelecimento, em local bem visível e com caracteres facilmente legíveis pelo utente, um letreiro com a seguinte informação: «Este estabelecimento dispõe de livro de reclamações», bem como a identificação e morada da entidade junto da qual o utente deve apresentar a reclamação (ASAE);

No que diz respeito aos estabelecimentos de alojamento local, na modalidade de apartamentos, quando a mesma entidade exploradora possua mais do que um apartamento no mesmo edifício, tem sido entendimento da ASAE distinguir as seguintes situações:

1. Sempre que em relação ao conjunto de apartamentos exista uma receção comum, o Livro de Reclamações e respetivo Aviso devem constar nessa mesma receção;

2. Quando não existe receção, distinguem-se, ainda, duas situações:

a) Quando os estabelecimentos de alojamento local se situarem a uma curta distância da sede do titular da exploração, onde seja possível a entrega imediata do Livro de Reclamações aquando a sua solicitação pelo utente, será suficiente afixar em cada apartamento, em local bem visível e com caracteres facilmente legíveis o letreiro informativo mencionado supra. Poderá, nestes casos, ser afixada uma fotocópia do letreiro que vem junto ao Livro de Reclamações.

b) *Quando os estabelecimentos de alojamento local se situarem a uma distância considerável da sede do titular, não sendo deste modo possível a entrega imediata do Livro de Reclamações aquando a sua solicitação, deve cada apartamento dispor de um exemplar do Livro de Reclamações, bem como nele se encontrar afixado o letrero informativo mencionado supra.*

3) Manter, por um período mínimo de três anos, um arquivo organizado dos livros de reclamações que tenha encerrado;

4) Fornecer todos os elementos necessários ao correto preenchimento dos campos que, no livro de reclamações, se referem à sua identificação, devendo ainda confirmar que o utente os preencheu corretamente;

5) Após o preenchimento da folha de reclamação, destacar do livro de reclamações o original e, no prazo de 10 dias úteis, enviá-lo à ASAE;

4) Entregar o duplicado da reclamação ao utente, conservando em seu poder o triplicado, que faz parte integrante do livro de reclamações e dele não pode ser retirado.

5) O encerramento, perda ou extravio do livro de reclamações obriga o fornecedor de bens ou o prestador de serviços a adquirir um novo livro e a comunicar esse facto à ASAE.

Durante o período de tempo em que não disponha do livro deve informar o utente sobre a entidade à qual deve recorrer para apresentar a reclamação.

14.2 Livro de reclamações em formato eletrónico

Obrigações do titular da exploração do AL:

1) Disponibilizar no sítio da internet, em local bem visível e de forma destacada, o acesso à plataforma digital que disponibiliza o [formato eletrónico do livro de reclamações](#).

As entidades exploradoras que não disponham de sítios da internet devem ter um endereço eletrónico para receção das reclamações feitas pelos clientes através da plataforma digital;

- Responder ao consumidor ou utente no prazo máximo de 15 dias (úteis) para o endereço eletrónico que o reclamante colocou no formulário, informando-o sobre as medidas adotadas na sequência da reclamação.

14.3 A existência e disponibilização do formato eletrónico não dispensa da necessidade de disponibilização, em simultâneo, do formato físico do livro de reclamações.

Para mais informações, consultar a [Direção-Geral do Consumidor](#).



15. Livro de informações

Em todos os estabelecimentos de alojamento local é obrigatória a existência de um **livro de informações** a disponibilizar aos hóspedes em português, inglês e, pelo menos, mais duas línguas estrangeiras, sobre o funcionamento do estabelecimento e regras de utilização internas, incluindo, nomeadamente, regras sobre:

- 1) Recolha e seleção de resíduos urbanos
- 2) Funcionamento dos eletrodomésticos
- 3) Ruído e cuidados a ter para evitar perturbações que causem incómodo e afetem a tranquilidade e o descanso da vizinhança
- 4) Contacto telefónico do responsável pela exploração do estabelecimento.

No caso de o estabelecimento estar inserido em edifício de utilização coletiva, deve ainda ser dada informação sobre o regulamento com as práticas e regras do condomínio relevantes para a utilização do alojamento e das partes comuns.

16. Seguro obrigatório

O titular da exploração dos estabelecimentos de alojamento local é solidariamente responsável com os hóspedes pelos danos provocados por estes no edifício e deve celebrar e manter válido um **seguro multirrisco de responsabilidade civil** que cubra riscos de incêndio e danos patrimoniais e não patrimoniais causados a hóspedes e a terceiros decorrentes da atividade.

17. Acesso aos estabelecimentos

17.1 O acesso e permanência no estabelecimento de alojamento local é reservado a hóspedes e respetivos convidados.

17.2 A entidade exploradora pode recusar o acesso ao estabelecimento a quem perturbe o seu normal funcionamento e/ ou desrespeite a ordem pública, incumprindo regras de urbanidade, funcionamento ou ruído.

18. Reporte de informação de dormidas

18. 1 Boletins de Alojamento – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

As entidades exploradoras dos estabelecimentos de alojamento local têm obrigação de comunicar ao [Serviço de Estrangeiros e Fronteiras \(SEF\)](#) (por meio de boletim de alojamento), no prazo de três dias úteis após a entrada e no prazo de três úteis dias após a saída, a permanência de **cidadãos estrangeiros** no alojamento.

Esta comunicação pode ser efetuada:

- Em suporte eletrónico, através da internet, tendo, para o efeito, de ser efetuado um registo junto como utilizadores do [Sistema de Informação de Boletins de Alojamento \(SIBA\)](#).
- Por Boletim de Alojamento em suporte de papel (de acordo com o modelo aprovado), o qual deve ser entregue:
 - No SEF (Delegação ou Direção regional ou posto de atendimento do SEF ou Lojas do Cidadão onde há serviços do SEF) ou, nas localidades onde este não exista,
 - À Guarda Nacional Republicana (GNR) ou à Polícia de Segurança Pública” (PSP) que depois reencaminham a informação ao SEF.

Boletins de alojamento

Os boletins de alojamento destinam-se a permitir o controlo dos cidadãos estrangeiros em território nacional.

Por cada cidadão estrangeiro, incluindo os nacionais dos outros Estados membros da União Europeia, é preenchido e assinado pessoalmente um boletim de alojamento.

Não é obrigatório o preenchimento e a assinatura pessoal dos boletins por ambos os cônjuges e menores que os acompanhem, bem como por todos os membros de um grupo de viagem, podendo esta obrigação ser cumprida por um dos cônjuges ou por um membro do referido grupo.

Legislação aplicável

[Lei n.º 23/2007, de 4 de Julho](#), que aprova o regime jurídico de entrada, permanência, saída e afastamento de estrangeiros do território nacional, alterada e republicada pela [Lei n.º 29/2012, de 9 de agosto](#).

[Portaria n.º 287/2007, de 16 de Março](#) – Determina que os estabelecimentos hoteleiros e similares devam proceder, para os efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 98.º do [Decreto-Lei n.º 244/98 de 8 de Agosto](#), ao seu registo junto do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras como utilizadores do sistema de informação de boletins de alojamento (SIBA).



[Portaria n.º 415/2008, de 11 de Junho](#) – Aprova o modelo de boletim de alojamento e as regras de comunicação eletrónica em condições de segurança, nos termos da Lei n.º 23/2007, de 4 de Julho, que aprova o regime jurídico de entrada, permanência, saída e afastamento de estrangeiros do território nacional.

18. 2 Inquéritos do Instituto Nacional de Estatística (INE)

O INE, IP pode, no exercício da sua atividade na qualidade de autoridade estatística nacional, exigir a prestação de informações, com carácter obrigatório e gratuito, a todos os serviços ou organismos, pessoas singulares e coletivas, de quaisquer elementos necessários à produção de estatísticas oficiais.

Assim os titulares de exploração dos estabelecimentos de alojamento local devem, quando contactados para o efeito, responder aos inquéritos do INE nos prazos que forem indicados, de forma completa, exata e que não se mostre suscetível de induzir em erro.

Exemplo de um inquérito que pode abranger a atividade de exploração dos AL é o Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (IPHH) que tem carácter mensal.

Todos os dados estatísticos individuais reportados ao INE são confidenciais e abrangidos pelo segredo estatístico de acordo com o disposto na Lei do Sistema Estatístico Nacional.

Legislação aplicável:

[Lei n.º 22/2008, de 13 de maio](#) (Lei do Sistema Estatístico Nacional)

[Decreto-Lei n.º 136/2012, de 2 de julho](#) (Lei Orgânica do INE).

Mais informação: [Instituto Nacional de Estatística](#).

19. Alojamentos locais em condomínios

Quando os estabelecimentos de alojamento local se localizem em edifícios em **regime de propriedade horizontal** existem algumas regras específicas a cumprir:

1. O condomínio pode fixar o pagamento de uma **contribuição adicional** correspondente às despesas decorrentes da utilização acrescida das partes comuns, com um limite máximo de 30% do valor da quota anual respetiva, a deliberar nos termos do artigo 1424.º do Código Civil, [ou seja, através de disposição do regulamento de condomínio, aprovada sem oposição por maioria representativa de dois terços do valor total do prédio].
2. As **despesas com as obras** nas partes comuns que sejam necessárias à adaptação do imóvel à atividade de exploração de alojamento local correm por conta do titular da exploração.
3. No **livro de informações**, obrigatoriamente disponibilizado aos hóspedes, em português, inglês e, pelo menos, em mais duas línguas estrangeiras, deve haver informação sobre o regulamento com as práticas e regras do condomínio relevantes para a utilização do alojamento e das partes comuns.
4. O responsável do estabelecimento deve disponibilizar ao condomínio o seu **contacto telefónico**.
5. Quando exista uma **prática reiterada e comprovada de atos que perturbem a normal utilização do prédio** ou que **causem incómodo e afetem o descanso dos condóminos**, a assembleia de condomínio pode, através de deliberação fundamentada de mais de metade da permissão do edifício, opor-se ao exercício da atividade de alojamento local na fração, dando conhecimento ao presidente da câmara municipal que pode determinar a cessação de atividade do alojamento, através do cancelamento do registo, por um determinado período, que pode ir até 1 ano.
6. Nos prédios em que coexista habitação, a instalação e exploração de «**hostels**» carece de autorização dos condóminos, sendo necessário juntar a cópia da ata da assembleia de condóminos à comunicação prévia com prazo, para efeitos de registo do alojamento.

20. Alojamentos locais registados antes de 2014

20.1 No caso dos estabelecimentos de alojamento local registados à data da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, ou seja, os registados ao abrigo da [Portaria n.º 517/2008, de 25 de junho](#), alterada pela Portaria n.º 138/2012, de 14 de maio, as câmaras municipais territorialmente competentes ficam responsáveis pela inserção dos dados necessários no Balcão Único Eletrónico e pela disponibilização aos respetivos titulares de um novo número de registo.

20.2 Até à disponibilização do novo número de registo, os estabelecimentos de alojamento local referidos no número anterior estão dispensados da obrigação de indicação do número de registo na sua publicidade.

20.3 Os titulares dos estabelecimentos de alojamento local registados à data da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, que ainda não o tenham feito, devem, no prazo de 30 dias após a entrada em vigor do referido diploma, apresentar cópia simples da **declaração de início ou alteração de atividade** do titular da exploração do estabelecimento para o exercício da atividade de prestação de serviços de alojamento correspondente à secção I, subclasses 55201 (alojamento mobilado para turistas) ou 55204 (outros locais de alojamento de curta duração) da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3 - aprovada pelo Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de novembro, apresentada junto da Autoridade Tributária e Aduaneira (AT) - junto da câmara municipal territorialmente competente, que a remete ao Turismo de Portugal, I.P.

O incumprimento desta disposição legal constitui uma contraordenação, fiscalizada pela ASAE, independentemente da eventual infração tributária prevista no artigo 22.º do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto.

+ info: [Orientação Técnica n.º 4/DVO/2014 – Alojamento Local: norma transitória: artigo 33.º n.º 4.](#)

21. Alteração de elementos e cessação de atividade

21.1 O titular da exploração do AL é obrigado a manter atualizados todos os dados comunicados através do balcão único eletrónico, devendo proceder a essa atualização no mesmo balcão único, no prazo máximo de 10 dias após a ocorrência de qualquer alteração.

Acesso ao [formulário de alterações de dados](#).

21.2 A cessação da exploração do estabelecimento de alojamento local deve ser comunicada ao Balcão Único Eletrónico, no prazo máximo de 10 dias após a sua ocorrência.

Acesso ao [formulário de cessação de atividade](#).

Em ambas as situações acima referidas, depois de submetidos os pedidos respetivos, o balcão único eletrónico comunica automaticamente com o Turismo de Portugal IP para efeitos de atualização do Registo Nacional do Alojamento Local.

22. Cancelamento do registo

22.1 O Presidente da Câmara Municipal competente pode, após audiência prévia, cancelar o registo do alojamento local, se verificar que:

- 1 - Existem desconformidades em relação a informação ou documento constante do registo;
- 2 – Foram instalados novos alojamentos em violação de áreas de contenção;
- 3 – Há incumprimento dos requisitos aplicáveis aos estabelecimentos de alojamento local;
- 4 – O titular de exploração não celebrou ou mantém válido o seguro de responsabilidade civil obrigatório.

O cancelamento do registo determina a imediata cessação de exploração do estabelecimento.

22.2 O Presidente da Câmara Municipal territorialmente competente pode determinar o **cancelamento temporário** do registo, até ao máximo de um ano, quando, relativamente a estabelecimentos de alojamento local instalados em frações autónomas, a assembleia de condóminos, por deliberação fundamentada de mais de metade da permissão do edifício, se opuser ao exercício da atividade na fração, por motivo da prática reiterada e comprovada de atos que perturbem a normal utilização do prédio ou que causem incómodo e afetem o descanso dos condóminos.

22.3 O cancelamento do registo é efetivado através da comunicação dessa informação, por parte da câmara municipal, no balcão único eletrónico (formulário de cancelamento) que comunica automaticamente com o Turismo de Portugal IP para efeitos de atualização do Registo Nacional do Alojamento Local.

22.4 O titular da exploração do estabelecimento comunica às plataformas eletrónicas de reservas, no prazo máximo de 10 dias, o cancelamento do registo e/ou interdição temporária da exploração do estabelecimento de alojamento local.

23. Fiscalização

23.1 A fiscalização do cumprimento do regime jurídico do alojamento local compete à **ASAE** e às **câmaras municipais** territorialmente competentes.

Consulte a [Ficha Técnica de Fiscalização - Alojamento local da ASAE](#) que também está disponível a partir do [Website da ASAE](#).

Sobre as fichas técnicas, a ASAE presta o seguinte esclarecimento:

As Fichas Técnicas de Fiscalização constituem procedimentos documentados com o objetivo de uniformizar os critérios aplicados durante os controlos oficiais. São dinâmicas e não abrangem toda a legislação específica aplicada a cada sector de atividade, sendo utilizadas como documento de trabalho pelos funcionários da ASAE, que possuem formação adequada para a avaliação global do controlo efetuado. (...) salienta-se ainda que estas Fichas Técnicas podem mencionar requisitos que, não sendo obrigatórios, permitem uma caracterização abrangente do estabelecimento visitado.

À **Administração Tributária e Aduaneira (AT)** compete fiscalizar, nos termos da legislação em vigor, o cumprimento das obrigações fiscais decorrentes da atividade, cujo incumprimento constitui infração tributária.

23.2 A ASAE e a câmara municipal territorialmente competente podem determinar a **interdição temporária** da exploração dos estabelecimentos de alojamento local, na sua totalidade ou em parte, quando o estabelecimento reúna requisitos para ser considerado empreendimento turístico e não tenha dado início ao processo de autorização de utilização para fins turísticos no prazo fixado pelo Turismo de Portugal, I.P. ou quando a falta de cumprimento das disposições legais aplicáveis puser em causa a segurança dos utilizadores ou a saúde pública, sem prejuízo da competência atribuída por lei a outras entidades.

23.3 As infrações ao regime jurídico da exploração do alojamento local constituem **contraordenações** puníveis com coimas nos termos seguintes:

- Infrações puníveis com coimas que podem ir de **€ 2.500 a € 4.000**, no caso de pessoa singular, e de **€ 25.000 a € 40.000**, no caso de pessoa coletiva:
 - Angariação, oferta, disponibilização, publicidade e intermediação de estabelecimentos de alojamento local não registados ou com registos desatualizados;
 - Oferta, disponibilização, publicidade e intermediação de estabelecimentos de alojamento local em desrespeito ou incumprimento do contrato de arrendamento ou da autorização de exploração.

- Falta de atualização dos dados que constam do registo do alojamento ou falta de comunicação da cessação da atividade de exploração do alojamento local no prazo de 10 dias após a ocorrência da alteração ou a cessação da atividade;
 - Desrespeito pelas regras de capacidade máxima dos estabelecimentos de alojamento local ou exploração de mais de 75% do número de frações existentes no mesmo edifício, pela mesma entidade exploradora, quando o respetivo número seja superior a 9 apartamentos por edifício.
- Infrações puníveis com coimas que podem ir de **€ 125 a € 3.250**, no caso de pessoa singular, e de **€ 1.250 a € 32.500**, no caso de pessoa coletiva.
 - Instalação de «hostels» em edifícios em propriedade horizontal, nos prédios em que coexista habitação, sem autorização dos condóminos;
 - Não cumprimento dos [requisitos gerais](#), dos [requisitos de segurança](#) e falta de [seguro de responsabilidade civil](#).
 - Infrações puníveis com coimas que podem ir de **€ 50 a € 750**, no caso de pessoa singular, e de **€ 250 a € 7.500**, no caso de pessoa coletiva.
 - Violação das regras de [identificação e publicidade](#);
 - Não afixação da [placa identificativa](#) dos estabelecimentos ;
 - Não publicitação do [período de funcionamento](#), no caso dos estabelecimentos de hospedagem (incluindo os «hostel») quando o estabelecimento não esteja aberto todos os dias do ano.
 - No caso dos estabelecimentos existentes antes da entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, [não envio à câmara municipal competente cópia da declaração de início ou alteração de atividade](#) apresentada junto da Autoridade Tributária e Aduaneira (AT).

23.4 Além das coimas referidas, podem ser aplicadas **sanções acessórias** de:

- Apreensão do material através do qual se praticou a infração;
- Suspensão, até dois anos, do exercício da atividade diretamente relacionada com a infração;
- Encerramento, até dois anos, do estabelecimento ou instalações onde estejam a ser prestados serviços de alojamento, de angariação de clientela ou de intermediação de estabelecimentos de alojamento local.

23.5 As infrações ao regime jurídico do [livro de reclamações](#) são fiscalizadas pela ASAE e constituem contraordenações puníveis com coimas e sanções acessórias nos termos da legislação aplicável.

24. Legislação aplicável

A legislação aplicável à exploração dos estabelecimentos de alojamento local é o [Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto](#), que entrou em vigor em 27 de novembro de 2014, alterado pelo [Decreto-Lei n.º 63/2015, de 23 de abril](#), que entrou em vigor a 22 de junho de 2015 e pela [Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto](#), que republicou e entrou em vigor em 21 de outubro de 2018.

Foram revogadas a [Portaria n.º 517/2008, de 25 de junho](#), alterada pela [Portaria n.º 138/2012, de 14 de maio](#), e as disposições que no [Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março](#), dispunham sobre o regime do alojamento local.

25. Aplicação no tempo

O regime previsto no [Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto](#), aplica-se aos procedimentos em curso, sem prejuízo da salvaguarda dos atos praticados antes da sua entrada em vigor no âmbito de pedidos de controlo prévio apresentados nas autarquias para posterior exploração de um imóvel no regime do alojamento local.

Quanto às alterações introduzidas pela [Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto](#), os estabelecimentos de AL existentes dispõem do prazo de dois anos, a contar de 21 de outubro de 2018, para se adaptarem aos novos requisitos de funcionamento, concretamente os que respeitam à obrigatoriedade de seguro, à afixação de placas identificativas e aos valores de contribuição para o condomínio.

26. Regiões autónomas

O regime jurídico do alojamento local é aplicável às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, sem prejuízo das adaptações decorrentes da estrutura própria da administração regional autónoma.

O Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto foi adaptado à Região Autónoma da Madeira pelo [Decreto Legislativo Regional n.º 13/2015/M, de 22 de dezembro](#).

Na Região Autónoma dos Açores aplica-se a [Portaria n.º 83/2016, de 4 de agosto](#), que além de prever um procedimento de registo próprio, estabelece requisitos especiais para os estabelecimentos de alojamento local situados no arquipélago dos Açores.

27. Obrigações fiscais

O Portal das Finanças contém informação sobre as [obrigações fiscais da entidades exploradoras dos estabelecimentos de alojamento local](#), em especial pessoas singulares.

28. Informação sobre os estabelecimentos de AL registados

O Turismo de Portugal, I. P., disponibiliza no seu sítio na Internet informação sobre os estabelecimentos de alojamento local registados

Estabelecimentos de Alojamento Local registados: [Registo Nacional de Estabelecimentos de Alojamento Local](#).

Localização georreferenciada dos estabelecimentos de Alojamento Local: [SIGTUR](#).

+ info:

[Estabelecimentos de alojamento local na Madeira](#)

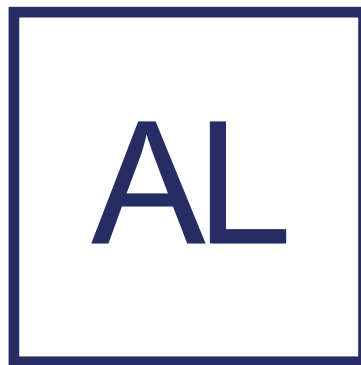
[Estabelecimentos de alojamento local nos Açores](#)


Direção de
Valorização da Oferta
Turismo de Portugal, I.P.

outubro 2018

Anexo II. Guias de Boas-Práticas para os Proprietários de Alojamento Local em
São Miguel

**GUIA DE BOAS PRÁTICAS
PARA OS PROPRIETÁRIOS DE ALOJAMENTO LOCAL
EM SÃO MIGUEL**





*“Não existem boas práticas universais que possam ser implementadas por qualquer organização.
É geralmente aconselhável estudar e identificar essas boas práticas individualmente.”*

Pârvu & Fleşeriu, 2018

Este guia vai ajudá-lo a ser capaz de criar um modelo de boas práticas para o seu alojamento



<p>DESTINO/REGIÃO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ LER DOCUMENTOS ESTRATÉGICOS: PENT, TURISMO 2020, TURISMO 2027, PEM AÇORES ➤ IDENTIFICAR PRODUTOS E RECURSOS TURÍSTICOS ➤ IDENTIFICAR DIRETRIZES ESTRATÉGICAS
<p>DOCUMENTOS LEGAIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ CONHECER A LEGISLAÇÃO EM VIGOR ➤ SEGUIR OS PASSOS REFERENCIADOS NOS GUIAS TÉCNICOS: ALOJAMENTO LOCAL REGIME JURÍDICO
<p>MERCADO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ANÁLISE À OFERTA E PROCURA ➤ ANÁLISE À CONCORRÊNCIA ➤ DIFERENCIAÇÃO DE SERVIÇO
<p>MARKETING/VENDA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ VERIFICAR PLANO DE MARKETING LOCAL ➤ ESCOLHER CANAIS DE VENDA ADEQUADOS ➤ RELAÇÃO ENTRE CLIENTE E FUTURO CLIENTE
<p>EXPERIÊNCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ USAR TRAVEL BI PARA CONHECER OS MERCADOS EMISSORES ➤ ALOJAMENTO LOCAL COMO ALGO MAIS DO QUE ALOJAMENTO ➤ ALOJAMENTO LOCAL COMO PONTE DE LIGAÇÃO ENTRE DESTINO E TURISTA
<p>MONITORIZAÇÃO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ MONITORIZAR ➤ AVALIAR ➤ ADAPTAR

Destino/Região

É necessário saber o que uma região tem a oferecer ao turismo, bem como as diretrizes turísticas que as organizações de gestão turística definem para essa mesma região, a fim de otimizar um alojamento turístico. Para tal existem documentos estratégicos que podem fornecer informação pertinentes sobre esses tópicos.

O PENT define os produtos estratégicos para o turismo de Portugal, sendo que para os Açores o Turismo de Natureza é o produto principal, e produtos como o Turismo Náutico e o Turismo de Saúde e Bem-Estar também são importantes. O PENT tem um caderno elaborado com as diretrizes para cada um dos produtos turísticos definidos, sendo que após serem identificados no PENT os produtos estratégicos da região, deve ser analisado o conteúdo desses cadernos. No documento Turismo 2020 refere-se a importância dos recursos turísticos dos Açores: Património natural, património mundial e património cultural. No caso específico de São Miguel não existe património mundial, mas existe imenso património natural (lagoas, cascatas, trilhos, entre outros), como também existem elementos culturais (imaterial, como a gastronomia, ou material como alguns imóveis). Também está lá indicado que a promoção turística para os Açores se tem feito como um destino premium, logo o alojamento deve ir ao encontro dessa promoção. Não sendo os Açores um destino massificado, nem um destino barato, não se deve fazer um alojamento que não corresponda à realidade da região. Isto vai de acordo com o que diz no documento Estratégia Turismo 2027, que defende que a oferta deve ser diferenciada, mas que também tem que ir de acordo aos recursos existentes, tendo em atenção a sustentabilidade do destino. O PEM Açores, sendo um plano de marketing, está mais vocacionado para a promoção dos Açores, sendo que devem ser seguidas essas indicações. É importante que todos os *stakeholders* da região trabalhem nos mesmos modos e diretrizes para que a região obtenha os resultados esperados.

Documentos Legais

O conhecimento do regime jurídico que regula a atividade e o funcionamento do Alojamento Local é fundamental. A direção de Valorização da Oferta, sob tutela do Turismo de Portugal fornece um guia técnico com toda a informação necessária para o funcionamento legal de um Alojamento Local. Informação sobre a capacidade, os requisitos, o registo, vistorias, publicidade, seguros entre outros está compilada nesse guia, facilitando em muito o trabalho dos proprietários. Para as regiões autónomas, nomeadamente a região dos Açores, apesar de haver uma portaria regional que regula o Alojamento Local, a consulta deste guia é importante para o funcionamento legal e seguro de um estabelecimento deste tipo. (disponível em <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/alojamento-local/guia-alojamento-local-out-2018.pdf>)

Mercado

Antes de se iniciar o processo de abrir um Alojamento Local, ou mesmo numa altura em que se equaciona investir num alojamento já existente é necessário ver se o destino necessita disso. Se a região tiver uma oferta inferior à procura, claramente que o destino necessita de mais oferta de alojamento. No entanto pode ocorrer que a oferta seja adequada à procura, ou até pode mesmo haver uma oferta muito superior à procura, estando o mercado saturado. Nestes dois casos, a criação de mais alojamento não fica necessariamente fora de questão, mas torna-se fundamental que esse novo alojamento venha trazer valor acrescentado para a região. Mesmo em mercados saturados, um produto/serviço diferenciado dos demais pode sempre ter sucesso, apesar de esse sucesso não ser tão fácil como em destinos com défice na oferta.

Após a análise à relação entre oferta e procura, é importante uma análise à concorrência, e saber identifica-la. Os concorrentes a um alojamento local não são só apenas os restantes alojamentos locais da área. Outras tipologias de alojamento, sobretudo se tiverem características semelhantes (um empreendimento de turismo em espaço rural, pode ser concorrente a um alojamento local que seja uma moradia numa quinta, por exemplo) e até mesmo alojamentos que estejam a operar de forma ilegal devem ser considerados para esta análise. Após selecionados os empreendimentos concorrentes, a análise assume duas componentes, as comodidades e o preço. Devem ser comparadas as comodidades que cada alojamento concorrente e o alojamento para o qual estão a ser formatadas boas práticas oferecem e após essa comparação, analisar o preço. Em situações normais um empreendimento concorrente pode praticar um preço inferior, sem afetar o desempenho do empreendimento em análise, desde que tenha menos comodidades.

Em mercados com uma elevada oferta, e com destaque em função de quanto maior a saturação desse mesmo mercado, a diferenciação assume maior importância. Quanto mais competição existir no mercado, mais poder de escolha tem o consumidor, obrigando os proprietários a serem capazes de destacar da concorrência. Desde a prestação de um serviço de qualidade superior, à oferta de algo que a concorrência não tem, ou simplesmente a prática de um preço mais competitivo, o proprietário tem que fazer com que o seu empreendimento seja diferente ao ponto de o consumidor procurar (e sentir) essa diferença.

Marketing e venda

A região dos Açores tem um plano de marketing específico para o turismo, acabando o próprio governo e as organizações responsáveis por realizarem grande parte da promoção à região. Os proprietários devem aproveitar isto, pois o marketing, já sendo planeado, é realizado de uma maneira muito direcionada. Os mercados emissores principais e os mercados emissores que a região pretende atrair futuramente estão

definidos, e é para esses segmentos que a promoção é orientada. Seguindo essa orientação os proprietários sabem para onde devem direcionar o seu marketing, atraindo os mercados mais vantajosos para a região. Numa altura em que os Açores se querem assumir como um destino premium, atraindo mercados com grande poder financeiro, é importante que toda a promoção, seja ela feita por organizações ou por um empreendimento, seja apontada para os segmentos corretos.

Atualmente grande parte das reservas é feita através de canais de venda online (booking, airbnb e outros), acabando por ser muito importante a forma como o perfil dos estabelecimentos é gerida nessas plataformas. É fulcral saber aproveitar as vantagens oferecidas pelas plataformas. Através desses canais de venda os clientes podem ver as comodidades, preços, fotografias dos estabelecimentos, mas um ponto a ter atenção é a interação entre clientes. Qualquer cliente pode deixar uma classificação ao alojamento, às diferentes características e até mesmo um comentário de opinião livre, possibilitando que o cliente seguinte tenha acesso à experiência de muitos clientes anteriores, no momento de decisão de compra. Isto pode ter um efeito exponencial na procura, pois comentários e classificações positivas irão dar confiança aos futuros clientes (aumento de procura) e comentários e classificações menos positivas retiram a confiança de futuros clientes (diminuição de procura). Ao ter um empreendimento de alojamento local num canal de venda online é possível aumentar vendas por vários motivos (ao estar online em plataformas confiáveis e públicas e a confiança que o cliente ganha em função das classificações). É possível através destes canais de venda a interação entre consumidor e prestador de serviço antes, durante e após a estadia, o que facilita a prestação de um serviço de maior excelência.

Experiência do Cliente

O Turismo de Portugal tem disponível na internet uma plataforma na qual se pode encontrar informações sobre os diferentes mercados emissores de turistas para Portugal. Essa plataforma, o Travel BI (<https://travelbi.turismodeportugal.pt/>), traça um perfil de mercado, mostra perspectivas de crescimento e publicações para cada país emissor, sendo uma boa ajuda para que os proprietários conheçam melhor as diferentes características de cada mercado.

Com toda a proximidade entre proprietário e cliente no Alojamento Local, não só é fácil o contacto entre ambos, como também faz parte de um serviço de excelência. Quanto maior esse contacto, melhor o proprietário conhece o cliente e melhor vai ser capaz de oferecer um serviço personalizado. A própria evolução social na qual cada vez mais as pessoas procuram adquirir bens e serviços personalizados é uma oportunidade para os proprietários do Alojamento Local, pois é nessa tipologia de alojamento que é possível uma maior personalização do serviço. A resolução de problemas que possam eventualmente surgir acabam por ter solucionados de forma mais simples e eficaz.

O Alojamento Local deve funcionar como uma ponte de ligação entre o turista e o destino, encaminhando o turista para os recursos turísticos, e trazendo os recursos da região para o alojamento. Como forma de encaminhamento dos turistas para os diferentes recursos existentes podemos criar parcerias entre o alojamento e diferentes empresas de animação turística. A Marca Açores é um bom exemplo de como trazer um recurso da região para o interior do alojamento, funcionando a Marca Açores como um selo de garantia de que um determinado produto tem como local de origem os Açores.

Monitorização

Nada na atividade turística é estática ao longo do tempo. Por esse mesmo motivo é fundamental ao longo do tempo ir fazendo uma avaliação da forma como o alojamento se tem desempenhado, e da eficácia das práticas aplicadas. É necessário ver se os resultados estão de acordo com as expectativas, e quando isso não se verificar, procurar os motivos que levaram a isso ter acontecido. Após a identificação dos novos problemas é preciso adaptar e formular novas práticas capazes de ultrapassar esses obstáculos. Esta monitorização deve funcionar em ciclo, sendo definidos os objetivos a atingir, os meios para tal e posteriormente avaliar o resultado final. O proprietário deve ser auto-crítico, acabando por ser a autoavaliação uma situação em que manter uma imparcialidade se torna mais difícil.

FICHA TÉCNICA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure

CONTACTOS



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet



dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad



minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper

suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

UNIVERSIDADE DOS AÇORES

Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus

9500-321 Ponta Delgada

Açores, Portugal

Guia do Alojamento Local de Sucesso

José Pedro Valério Ferreira



TP

2020