

A gestão de unidades de alojamento local

Relatório de estágio

Ana Cristina Batista da Silva

Mestrado em

Gestão do Turismo Internacional



Ponta Delgada
2019

A gestão de unidades de alojamento local

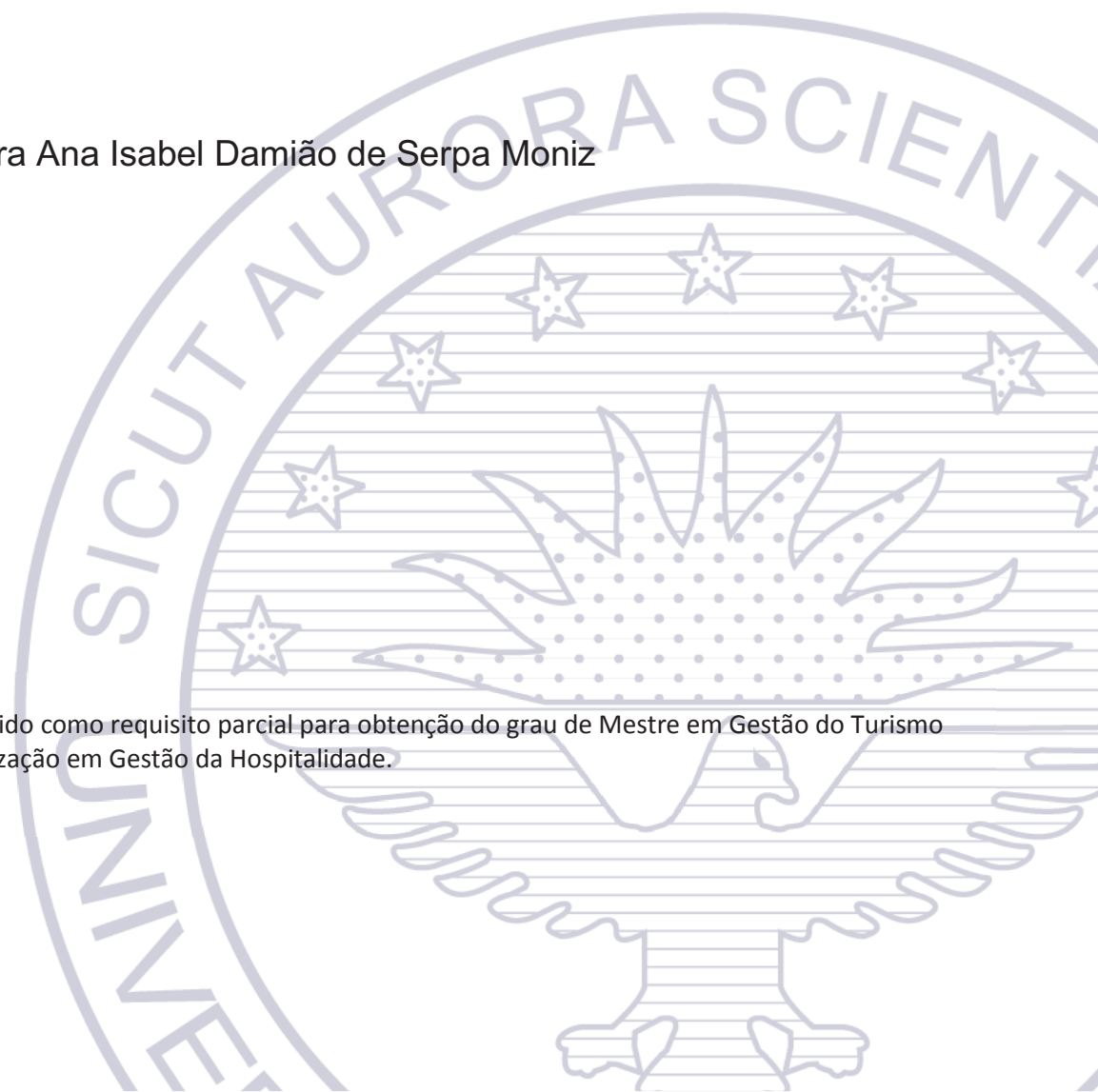
Relatório de Estágio

Ana Cristina Batista da Silva

Orientadora

Prof.^a Doutora Ana Isabel Damião de Serpa Moniz

Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo Internacional, com especialização em Gestão da Hospitalidade.



RESUMO

O alojamento local é um fenómeno relativamente recente e que está associado ao surgimento de novas tipologias de alojamento turístico despoletado pelo crescimento e pelas novas tendências da procura turística. Apesar da Figura do alojamento local ter sido criada, em Portugal, em 2008, o aparecimento de novas dinâmicas do mercado, nomeadamente com a entrada das companhias aéreas de baixo custo na Europa, veio revolucionar os modelos de negócio no alojamento turístico, obrigando a sucessivas alterações no respectivo enquadramento legal, nomeadamente a partir de 2014, com o reconhecimento da relevância turística do alojamento local.

Para além de robustecer a oferta de alojamento, em geral, o alojamento local favoreceu o desenvolvimento do turismo urbano e o processo de reabilitação urbana, trazendo uma nova vida aos centros das cidades, permitindo uma utilização mais racional de imóveis, outrora vazios ou fechados. Paralelamente, tem contribuído para a criação de inúmeras empresas, do autoemprego e de postos de trabalho destinados a auxiliar a operação dos seus titulares.

Este relatório de estágio propõe-se descrever as atividades desempenhadas durante o estágio realizado na empresa Living4Malaga que teve a duração de 10 meses, abrangendo várias épocas do ano (época baixa, época média e época alta). Trata-se de uma empresa de gestão de alojamento local sediada em Málaga, Espanha, que faz a gestão de apartamentos de férias na região metropolitana de Málaga e de Torremolinos. Igualmente, tem como propósito abordar comparativamente a realidade do alojamento local em Portugal, mais concretamente nos Açores, e em Espanha, em Málaga.

Palavras-chave: Alojamento local, Turismo, Gestão da Hospitalidade

ABSTRACT

Local accommodation is a relatively recent phenomenon, which is associated to new modalities of touristic housing and is triggered by economic growth and new trends in the industry. Despite the fact that local accommodation, as legal figure, was created already back in 2008, the appearance of new market trends, such as the rise of low-cost air carriers in Europe, brought deep change in the business models of tourist housing. That has motivated several changes to the respective legal environment, especially since 2014, when the relevance of local accommodation gained widespread recognition.

Besides strengthening and widening accommodation offer, local accommodation has also favoured the growth of urban tourism and urban rehabilitation processes, bringing new life to the inner cities and allowing a more rational use of properties that were hitherto empty or closed. In parallel, it has contributed to the creation of several new companies, self-employment and new job offers.

This internship report's aim is twofold: first, it seeks to describe the activities that took place during my 10-month internship with the company Living4Malaga, covering several different seasons (low season, high season and middle season). This is a local accommodation management company headquartered in Malaga, Spain, that administers holiday rentals in the metropolitan region of Malaga and Torremolinos. Second, it also seeks to establish a comparative approach between the realities of local accommodation in Malaga with those of the Azores, in Portugal.

Keywords: Local accommodation, Tourism, Hospitality Management

AGRADECIMENTOS

Este estágio contou com importantes e incondicionais apoios e incentivos sem os quais nunca se teria tornado realidade e que me compete agradecer.

Em primeiro lugar, à Professora Doutora Ana Moniz, pela sua total disponibilidade, por toda a ajuda e orientação na preparação deste relatório, pelas opiniões e críticas, pelo incentivo ao longo de todos os meses e eficácia em solucionar as minhas questões.

À minha supervisora, Regina Garrido e o meu supervisor, Pablo Carballo, por me acolherem na sua empresa, permitindo a realização deste estágio, e por todos os conhecimentos e experiência que me transmitiram sobre a gestão de empresas de alojamento local.

A todos os meus colegas de estágio, que não são apenas colegas de trabalho, mas que considero amigos, pelo apoio que me deram a resolver problemas em contexto empresarial, por me ensinarem a comunicar melhor em língua espanhola, e por partilharam comigo tantas informações sobre Málaga, fazendo-me conhecer Málaga por inteiro.

E por último, um especial agradecimento à minha família e amigos, pois apesar de estarem longe, sempre se fizeram sentir presentes, provando que eu poderia contar com eles para tudo.

ÍNDICE

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
AGRADECIMENTOS	iii
ÍNDICE.....	iv
LISTA DE TABELAS	vi
LISTA DE FIGURAS	vii
LISTA DE ABREVIATURAS.....	viii
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I – CONTEXTUALIZAÇÃO	3
1.1- Turismo urbano	3
1.2- Conceitos de Alojamento local	5
1.3- Breve evolução da procura e da oferta do alojamento local	8
1.3.1- Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local em Portugal.....	8
1.3.2- Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local nos Açores.....	10
1.3.3- Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local em Espanha.....	14
1.4- Enquadramento legal do alojamento local em Portugal, Açores e Espanha	18
1.4.1- Enquadramento legal em Portugal	18
1.4.2- Enquadramento legal nos Açores	22
1.4.3- Enquadramento legal em Espanha.....	26
1.5- Comparação da procura de alojamento local em Portugal, nos Açores e em Espanha.....	29
1.6 - As novas tendências da procura turística	33
CAPÍTULO II – DESCRIÇÃO DO ESTÁGIO	36
2.1- Apresentação da empresa Living4Malaga	36
2.2- Descrição das atividades desenvolvidas no estágio	43
2.3- Conhecimentos adquiridos sobre a cidade de Málaga.....	45
CAPÍTULO III – Análise Contextual da empresa Living4Malaga.....	49
3.1- Análise PEST	49
3.2- Análise SWOT	51
3.3- Perfil do hóspede na empresa Living4Malaga	53
3.4- Ciclo de vida do produto	55
3.5- Marketing Estratégico	57
3.5.1- Segmentação e posicionamento	57
3.5.2- Concorrência Directa e Indirecta.....	58
3.5.3- Imagem e marca da empresa Living4Malaga	59
3.6- Marketing Operacional.....	62
3.6.1- Modelo de Negócio Canvas	63

CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO	71
ANEXOS	74
LISTA DE ANEXOS	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Número de dormidas em alojamento local em Portugal.....	10
Tabela 2. Plataformas <i>online</i> de reservas	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Número de hóspedes em alojamento local em Portugal	9
Figura 2. Número de estabelecimentos de alojamento local nos Açores	11
Figura 3. Número de hóspedes por nacionalidades nos Açores	12
Figura 4. Número de dormidas no alojamento local nos Açores.....	13
Figura 5. Número total de dormidas em alojamento local nos Açores	14
Figura 6. Número de estabelecimentos de alojamento local em Espanha.....	15
Figura 7. Número total de dormidas em Espanha	16
Figura 8. Número de dormidas em alojamento local em Málaga.....	17
Figura 9. Número de dormidas em alojamento local em Málaga.....	18
Figura 10. Número de dormidas em alojamento local em Portugal e Açores	30
Figura 11. Número de dormidas em alojamento local em Portugal e Açores.....	30
Figura 12. Número de dormidas em alojamento local em Espanha e Málaga	31
Figura 13. Número de dormidas em alojamento local em Portugal e Espanha.....	32
Figura 14. Número de estabelecimentos locais em Portugal, Espanha, Açores e Málaga	33
Figura 15. Organograma da empresa Living4Malaga	37
Figura 16. Nacionalidade dos hóspedes na empresa Living4Malaga.....	54
Figura 17. Nacionalidade dos hóspedes na empresa Living4Malaga.....	55
Figura 18. Logotipo da empresa	61
Figura 19. Pontuação da empresa Living4Malaga na <i>Booking</i>	61
Figura 20. Pontuação da empresa Living4Malaga na <i>Expedia</i>	61
Figura 21. Pontuação da empresa Living4Malaga no <i>Facebook</i>	62

LISTA DE ABREVIATURAS

IVA	Imposto sobre o Valor Acrescentado
IRS	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares
IRC	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas
SEF	Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
AL	Alojamento Local
RNAL	Registo Nacional do Alojamento Local
OTA	Observatório do Turismo dos Açores
NIF	Número de Identificação Fiscal
NIPC	Número de Identificação de Pessoa Colectiva
DRE	Diário da República Electrónico

INTRODUÇÃO

Este relatório de estágio enquadra-se no âmbito de obtenção do Grau de Mestre em Gestão do Turismo Internacional, pela Universidade dos Açores.

Este estágio foi realizado numa empresa de gestão de alojamento turístico, nomeadamente a Living4Malaga, sediada em Espanha, mais concretamente, em Málaga.

Teve a duração de 10 meses, desde 20 de setembro de 2018 a 20 de julho de 2019.

O estágio foi supervisionado por Regina Garrido e Pablo Carballo, ambos diretores da empresa.

As principais funções desempenhadas decorreram na área de receção e *back office*.

Com este relatório pretende-se ir mais além de uma simples descrição de tarefas, tendo-se pesquisado a origem do alojamento local, conceitos, enquadramento legal da instalação de unidades de alojamento local, tipos e modalidades existentes, enquadramento fiscal, e uma comparação da gestão de unidades do alojamento local em Portugal e Espanha.

Também foi importante abordar as novas tendências da procura turística e o fenómeno emergente do alojamento local, ou seja, a economia da partilha e as plataformas de reservas de alojamento *online*, que permitiram a rápida difusão de um novo modelo de negócio.

Este tema consagra-se interessante, uma vez que a procura de unidades de alojamento local encontra-se a aumentar cada vez mais por vários países do mundo. Em

2018, o sector do turismo gerou 328,5 mil empregos (um peso de 6,7% na economia nacional), representando um acréscimo de 5,3 mil empregos em relação ao ano de 2017 (Turismo de Portugal, 2019).

Conclui-se que, em 2018, o sector do turismo foi a maior atividade económica exportadora do país, sendo responsável por 51,5% das exportações de serviços e 18,6% das exportações totais, tendo as receitas turísticas registado um contributo de 8,2% no PIB em Portugal (Turismo de Portugal, 2019). O crescimento do turismo deve-se ao contributo da oferta do transporte aéreo, com uma maior presença de companhias *low cost*.

O número de alojamentos turísticos tem aumentado desde 2013 em todas as regiões do país. À hotelaria juntou-se o alojamento local, que cresceu de forma significativa devido a plataformas como o *Airbnb*.

Começamos o relatório com o primeiro capítulo que se refere à contextualização do tema, onde se aborda o turismo urbano, os conceitos fundamentais do alojamento local, uma breve evolução da procura dos estabelecimentos de alojamento turístico e o enquadramento legal onde se insere o alojamento local em Portugal, nos Açores e em Espanha.

De seguida, é feita uma comparação entre as três regiões.

Para finalizar, é realizada uma descrição do estágio, em conjunto com a apresentação da empresa e é efetuada uma análise contextual da empresa.

CAPÍTULO I – CONTEXTUALIZAÇÃO

Neste capítulo é realizada uma breve caracterização do turismo urbano, abordam-se os conceitos fundamentais do alojamento local e efetua-se uma análise relativamente à evolução da procura e da oferta de estabelecimentos de alojamento local em Portugal, na Região Autónoma dos Açores, em Espanha e em Málaga, bem como do enquadramento legal do alojamento local em cada região.

1.1 Turismo Urbano

O Turismo urbano é um dos primeiros tipos de turismo praticados no mundo, e a sua origem está na antiguidade, onde as motivações para viajar para outras cidades eram por questões políticas, religiosas ou económicas (Inforural, 2019).

O Turismo urbano é uma forma de turismo que é desenvolvida dentro de uma cidade e engloba todas as atividades que os visitantes realizam durante sua estada, tais como: conhecer e visitar seus pontos de interesse (arquitectónicos, praças, edifícios públicos e históricos, museus, monumentos) para realizar atividades relacionadas à profissão e negócios (Inforural, 2019).

O turismo urbano resulta da ideia de turismo, cidade e cultura (Inforural, 2019).

Dentro do turismo urbano podemos assistir vários tipos (Inforural, 2019), tais como:

- Turismo Urbano Cultural, onde visita diferentes monumentos, museus, exposições, centros culturais ou qualquer outro evento e atividade que tenha relação direta com o enriquecimento cultural do visitante.

- Turismo Urbano e Atividades Profissionais, cujo está ligado ao desenvolvimento profissional dos visitantes, que participam de feiras, congressos, conferências, competições ou treinamentos. O visitante pode estar presente em exposições, conferências, reuniões, seminários ou *workshops*.
- Turismo de Negócios (económico), muitos dos visitantes visitem as cidades em trabalho, para gerir, promover ou comprar serviços e produtos turísticos.
- Turismo Urbano de Lazer e Prazer, envolve todas as atividades recreativas em que o visitante, durante sua estada, faz rotas gastronómicas, atividades desportivas ou até visitar centros de relaxamento. Atividades geralmente combináveis com turismo cultural, profissional ou empresarial.

Desta forma, é importante que as entidades competentes criam pontos turísticos atrativos e estabelecimentos de alojamento aos visitantes. Deste modo, há que salientar que a flutuação de visitantes numa cidade ou região resulta na criação de políticas locais, de investimentos ou novos projetos, tais como: empresas de animação turística; e construção do meio citadino, tais como: reconstrução de edifícios degradados que são aproveitados para estabelecimentos de alojamento local, por exemplo (Inforural, 2019).

No caso de Espanha, os principais centros urbanos vistos como atração turística sempre foram Madrid e Barcelona, mas nas últimas décadas muitas cidades, como Valência, Sevilha, Bilbao, Salamanca, e Santiago de Compostela, alcançaram um desenvolvimento extensivo em termos de crescimento de sua capacidade de infraestrutura, equipamentos, instalações, comunicações e serviços que podem satisfazer a procura de um sector especializado, atraindo fluxos turísticos permanentes (Inforural, 2019).

No caso de Portugal, as grandes cidades com grande procura turística em relação a turismo cultural e urbano são Lisboa e Porto. Mas também há uma grande procura turística em relação a Évora, Fátima, Coimbra e Algarve (Dicas de Lisboa, 2019). Há que salientar que se tem assistido a uma emergente procura em relação aos arquipélagos. Este crescimento da procura deve-se também ao desenvolvimento de infra-estruturas, comunicações e serviços, e em relação aos arquipélagos dos Açores, a introdução das companhias *low cost* (Sapo, 2017).

Contudo, uma vez que existe um número crescente da procura dos destinos, há a necessidade de albergar todos os visitantes, e daí surgiu o aumento de estabelecimentos, emergindo com mais impacto, a tipologia do alojamento local, não só em zonas urbanas como também arredores.

1.2 Conceitos do alojamento local

O alojamento local trata-se da exploração de estabelecimentos de atividade de prestação de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração. Os estabelecimentos de alojamento local podem ser explorados por pessoa singular ou coletiva (EPortugal, 2019).

Considera-se que haja exploração quando esse imóvel, estando mobilado e equipado, esteja a ser publicitado, disponibilizado ou objeto de intermediação, por qualquer forma, entidade ou meio.

No entanto, a exploração como alojamento local não cumpre requisitos para ser considerado empreendimentos turísticos.

Contudo, para obterem a respetiva classificação, devem dispor de um conjunto de estruturas, equipamentos e serviços.

Um estabelecimento de alojamento local tem que respeitar certos requisitos, enquadramento legal e fiscal (EPortugal, 2019).

Os estabelecimentos de alojamento local integram-se nas seguintes modalidades:

- Moradia: define-se por unidade de alojamento que é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar.
- Apartamento: é a unidade de alojamento que é constituída por uma fracção autónoma de edifício ou parte de prédio urbano susceptível de utilização independente.
- Estabelecimentos de hospedagem: trata-se de unidades de alojamento constituídas por quartos. Estes, em alguns casos, poderão utilizar a denominação de hostel.
- 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.
- Hostel: São os 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.

A capacidade máxima dos estabelecimentos de alojamento local é de 9 quartos e 30 utentes, com exceção do hostel que não têm limite de capacidade, e dos quartos que apenas podem ser três na residência do titular.

Em todas as modalidades de alojamentos, e havendo condições de habitabilidade, podem ainda ser instaladas até duas camas suplementares para crianças até aos 12 anos (Turismo de Portugal, 2019).

No caso de Espanha, cada comunidade por ser autónoma, estabelece os seus limites/requisitos, por isso há uma grande diversidade da procura e da oferta de Alojamento Local. De acordo com decreto 28/2016, de 2 de fevereiro, na Andaluzia, o alojamento local pode ser dividido pode ser:

- Um apartamento, casa ou vivenda completa.
- Quartos, o proprietário deve residir no alojamento.

Em relação à capacidade máxima, os estabelecimentos de alojamento local destes será limitada às disposições da licença de ocupação. De qualquer forma, quando o uso da casa estiver completo, ele não poderá exceder quinze hóspedes e, quando o uso for por quarto, não poderá exceder seis hóspedes, não podendo exceder nos dois tipos de quatro hóspedes por quarto.

- Vocabulário utilizado na área de hotelaria:

Check-in: procedimento de chegada e registo do hóspede no hotel.

Check-out: procedimento de saída do hóspede do hotel, incluindo o fechamento de sua conta.

Early Check-in: entrada do hóspede antes do horário estabelecido pelo hotel, que em alguns casos, quando não é abonado, é cobrado como *Day Use* ou diária extra.

Late Check-out: saída do hóspede depois do horário, se não combinado com o hóspede, pode gerar cobrança extra.

No Show: se refere a reserva confirmada e que não houve o comparecimento e/ou cancelamento prévio por parte do hóspede.

Overbooking: quando a quantidade de reservas é superior a capacidade do hotel.

Up Grade: situação que beneficia o hóspede que é contemplado com um alojamento de categoria superior a que foi reservada (Hospedin, 2018).

1.3 Breve evolução da procura e da oferta de alojamento local

1.3.1 Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local em Portugal

Em 2014, ano em que entrou em vigor a nova lei, estavam registados em Portugal cerca de 10 000 estabelecimentos de alojamentos local. Desde então, os números têm aumentado muito visto que a 24 de agosto de 2018, estavam registadas no Registo Nacional do Alojamento Local (RNAL), gerido pelo Turismo de Portugal, cerca de 73.489 unidades de alojamento local.

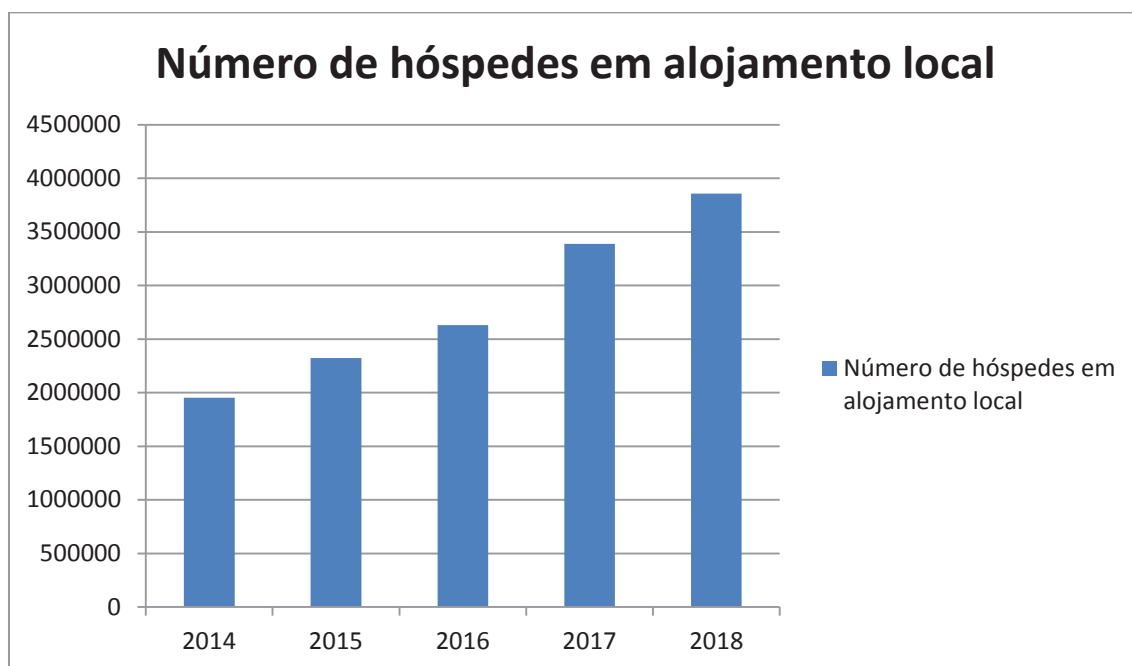
Também há que salientar que existe grandes diferenças a nível regional. Os distritos de Faro, Lisboa e Porto concentram perto de 80% de todos os alojamentos locais do país. O Algarve destaca-se, com mais de 29 000 registos, seguido de Lisboa, que tem cerca de 20 000, e do Porto, com mais de 8000 (Relvas, 2018).

De acordo com o Travel BI by Turismo de Portugal, podemos analisar que a procura pela tipologia de estabelecimento de alojamento local tem crescido ao longo dos últimos cinco anos (Figura 1).

Em 2014, o número total de hóspedes foi de 1 952 166 e em 2018, o número foi de 3 856 431 (Travel BI, 2019).

Em 2019, até ao mês de junho, os dados mostravam que o número de hóspedes estava ao redor de 1 939 219 (Anexos 1; 2; 3; 4; 5; 6).

Figura 1: Número de hóspedes em alojamento local em Portugal, 2014-2018



Fonte: Travel BI (2019)

De acordo com os dados da Travel Bi by Turismo de Portugal (2019), podemos verificar que o número de dormidas em estabelecimentos de alojamento local foi aumentando de ano para ano. Em 2014, o número foi de 4 347 940 dormidas, e quatro

anos mais tarde, em 2018, o número de dormidas contava com mais do que o dobro do número de dormidas em 2014, com 8 724 391 dormidas (tabela 1).

Tabela 1: Número total de dormidas em alojamento local em Portugal, 2014-2018

Ano	2014	2015	2016	2017	2018
Número de dormidas em AL	4347940	5266676	6274375	7950647	9310035

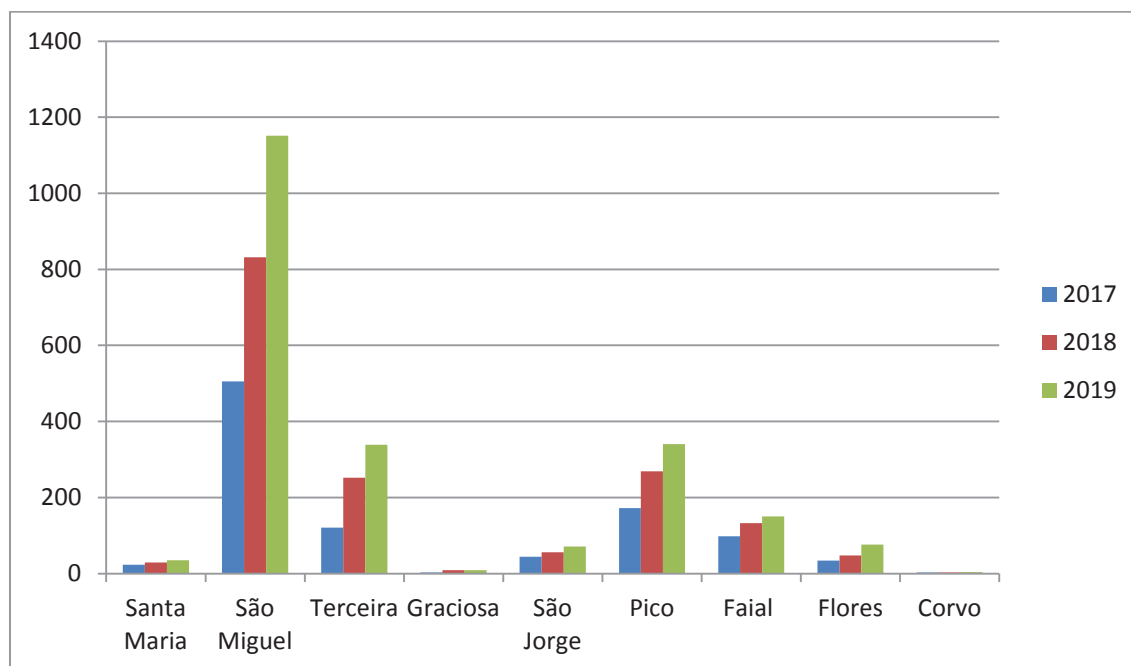
Fonte: Travel BI (2019)

1.3.2 Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local nos Açores

De acordo com a Figura 2, podemos analisar o número de estabelecimentos de alojamento local desde 2017 até ao ano decorrente nos Açores.

Visto isto, o número de estabelecimentos tem crescido em todas as ilhas, onde o impacte é maior na ilha de São Miguel e de seguida na ilha do Pico e ilha Terceira (Figura 2).

Figura 2: Número de estabelecimentos em atividade na RAA, 2017-2019



Fonte: Observatório do Turismo Açores (2019)

De acordo com os dados do Observatório do Turismo dos Açores (2019), podemos ver que, no ano de 2018, temos, em primeiro lugar, em relação ao número de hóspedes, os portugueses, com um total de 61 238.

Em segundo lugar, ficaram os alemães, com 19 388, e em seguida dos hóspedes de nacionalidade francesa, com 15 398.

O número total de hóspedes em alojamento local no último ano foi de 177 787 (Figura 3).

Figura 3: Número de hóspedes por nacionalidade na Região Autónoma dos Açores (2018)

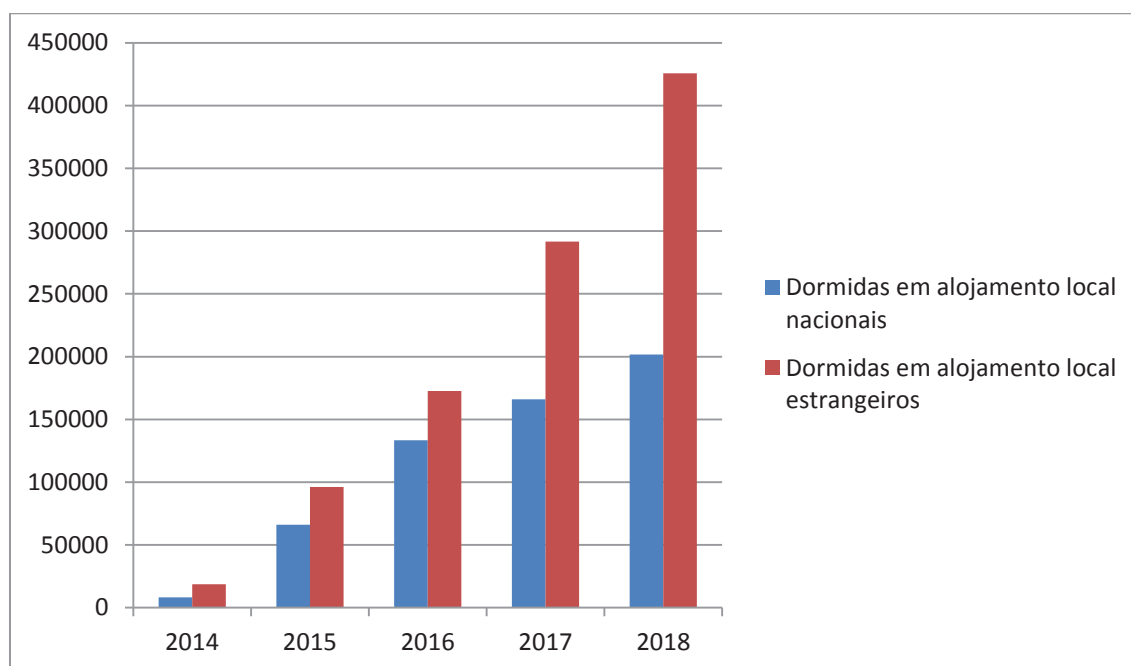


Fonte: Observatório do Turismo dos Açores (2019).

Ao longo dos últimos cinco anos, o número de estrangeiros alojados em alojamento local foi sempre superior ao número de nacionais (Figura 4).

Em 2018, viu-se uma grande diferença, pois o número de estrangeiros foi de 425 687 e o número de nacionais foi de 201 570, ou seja, a diferença foi de 224 117, um pouco mais do que o dobro (Observatório do Turismo dos Açores, 2019).

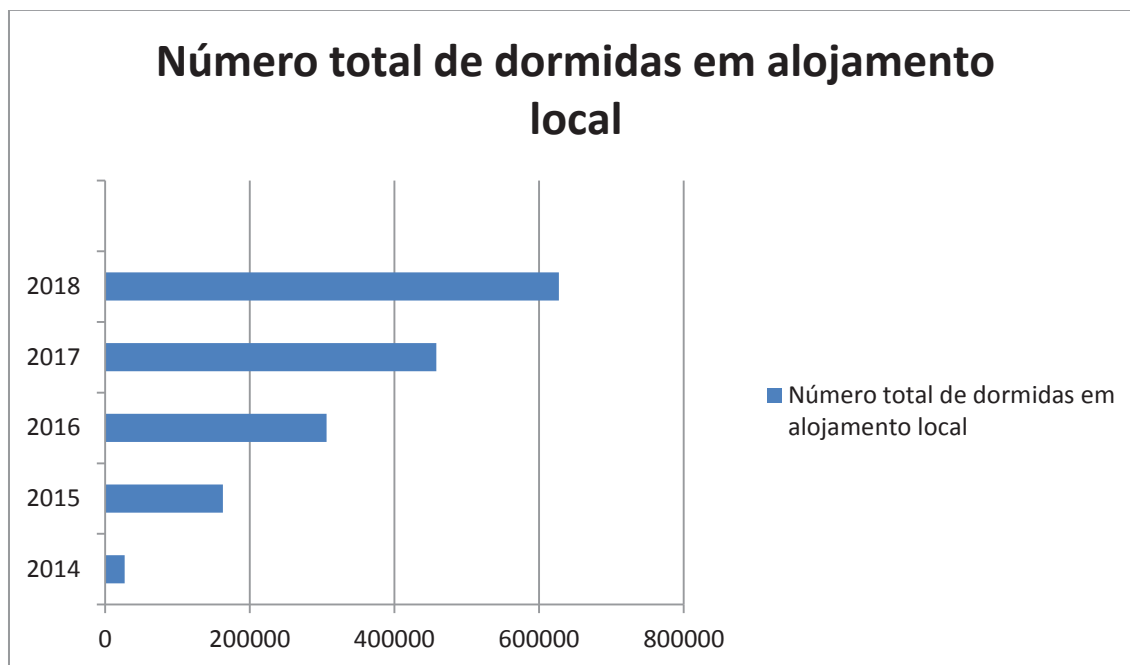
Figura 4: Número de dormidas no alojamento local por nacionalidade na Região Autónoma dos Açores, 2014-2018



Fonte: Observatório do Turismo dos Açores (2019)

De acordo com a Figura 5, o número de dormidas na Região Autónoma dos Açores aumentou nos últimos anos. Em 2014, o número de dormidas foi de 26 918. Em 2015, o número de dormidas subiu para 162 245. Em 2016, já ultrapassava os 300 000. Em 2017, o número de dormidas foi de 457 758. No último ano de 2018, o número foi de 627 257, ou seja, houve um grande crescimento entre o ano de 2014 e o ano de 2018 (Observatório do Turismo dos Açores, 2018).

Figura 5: Número total de dormidas em alojamento local nos Açores, 2014-2018

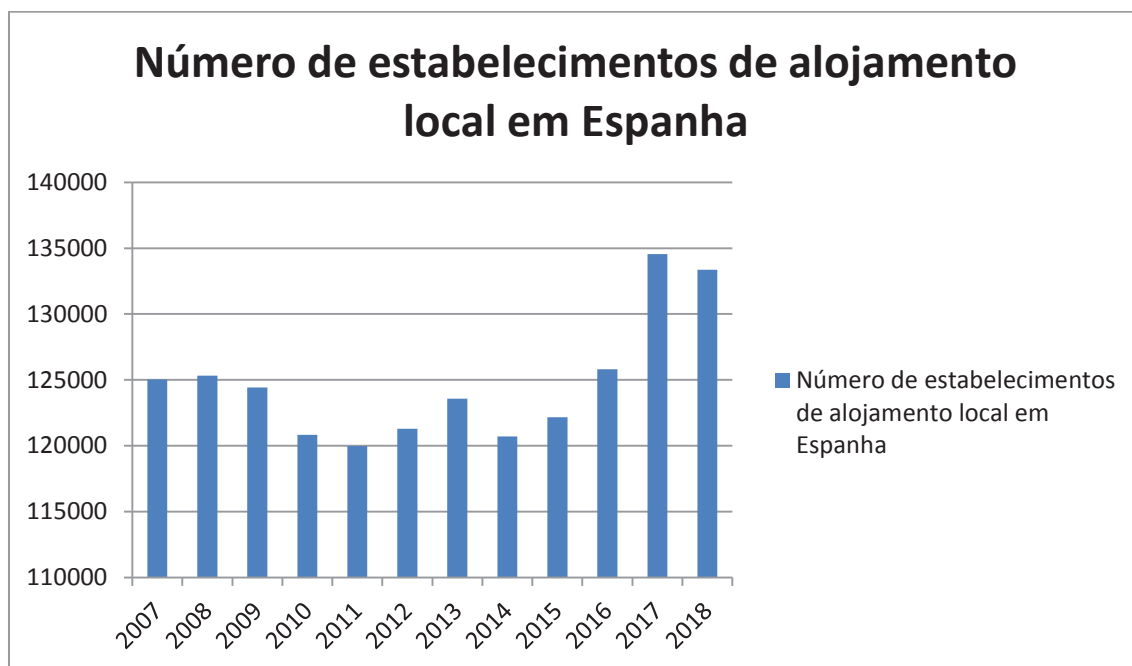


Fonte: Observatório do Turismo dos Açores (2018)

1.3.3 Evolução da procura e oferta de estabelecimentos de alojamento local em Espanha

De acordo com a plataforma de estatísticas, foi possível analisar o número de estabelecimentos de alojamento local em Espanha (Figura 6). Assim sendo, no último ano o número de estabelecimentos foi de 133 356 (Statista, 2019).

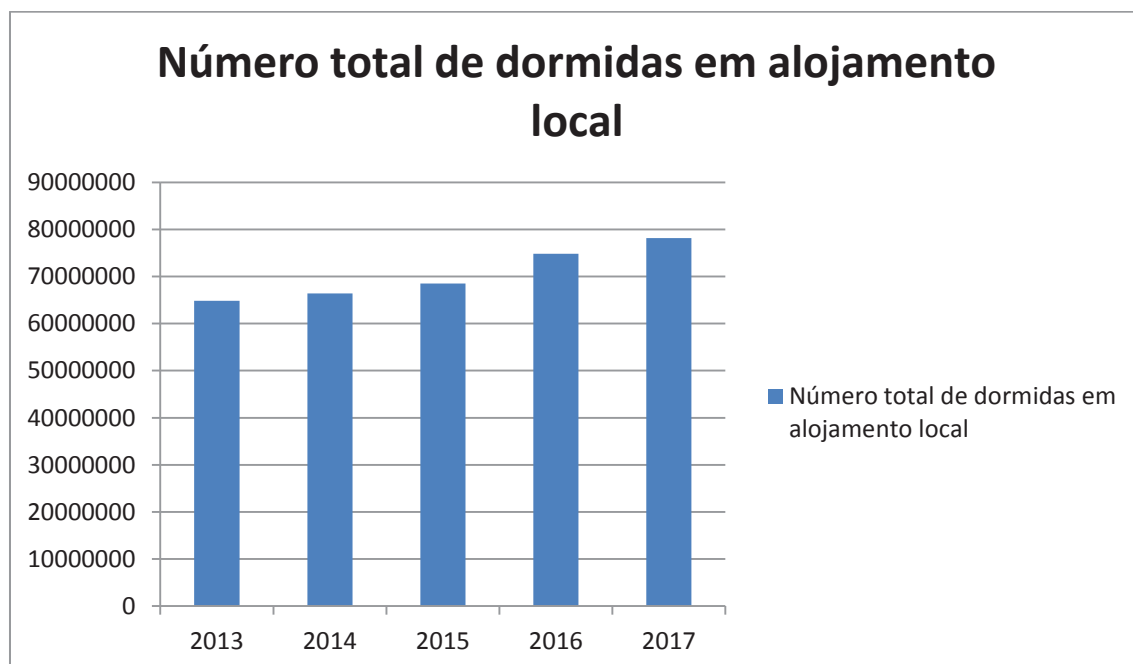
Figura 6: Número de estabelecimentos de alojamento local em Espanha, 2007-2018



Fonte: Statista (2019)

De acordo com a recolha de dados do Instituto Nacional de Estatística de Espanha, o número de dormidas em estabelecimentos de alojamento local em Espanha foi aumentando gradualmente desde o ano 2013 até ao ano 2017 (Statista, 2018).

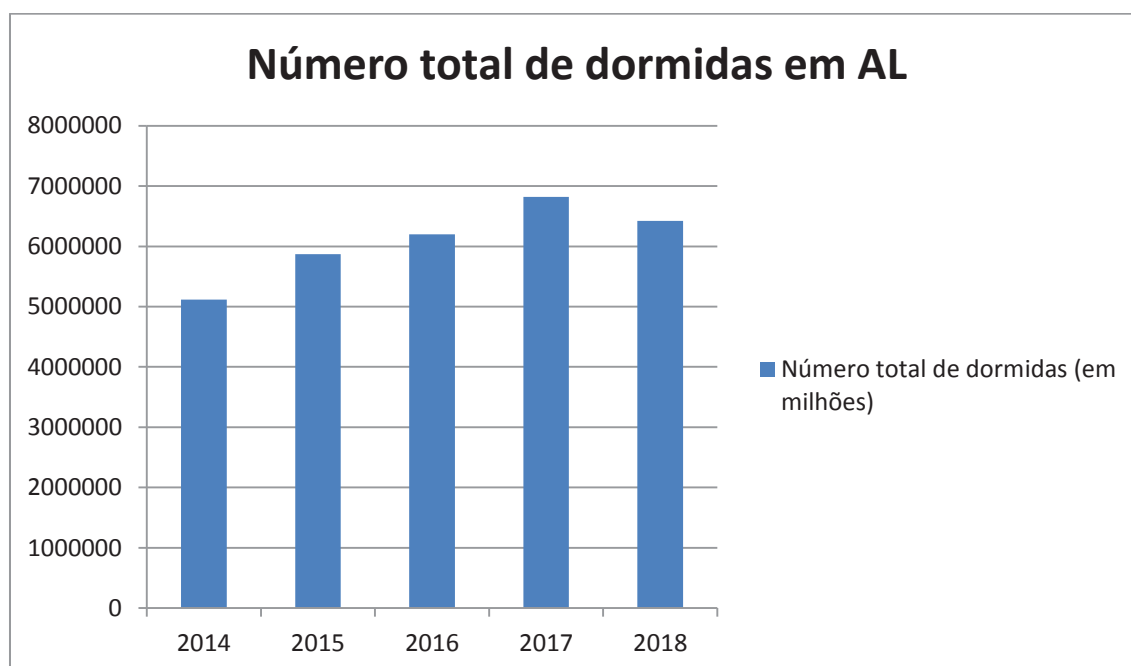
Figura 7: Número total de dormidas em alojamento local em Espanha, 2013-2017



Fonte: Statista (2018)

De acordo com as estatísticas apresentadas pelo Instituto de Estatística e Cartografia de Andaluzia, podemos constatar que, ao longo dos anos 2014, 2015, 2016 e 2017, o número de dormidas foi crescendo, mas em 2018 o número total de dormidas em apartamentos turísticos desceu em comparação com 2017. Em 2018, registaram-se 6 819 122 de dormidas, e em 2017 o número de dormidas foi de 6 524 510 (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2018).

Figura 8: Número de dormidas em alojamento local em Málaga, 2014-2018

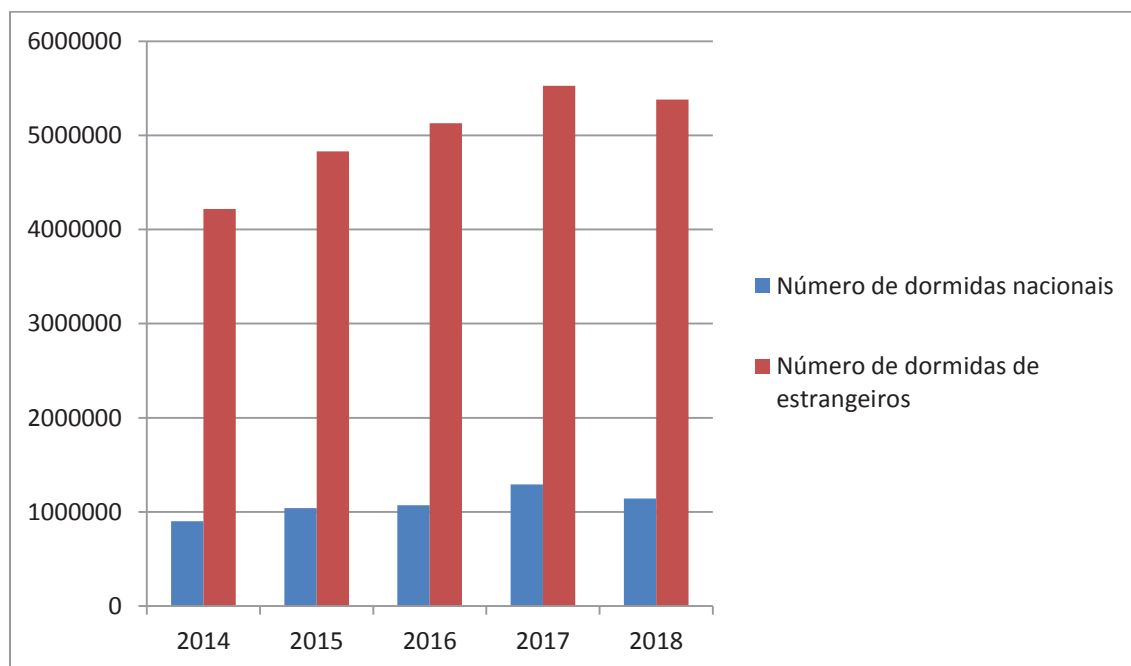


Fonte: Instituto de Estatística e Cartografia de Andaluzia (2018)

Através das análises feitas sobre o número de dormidas em Málaga (Figura 9), podemos verificar que nos últimos cinco anos os estrangeiros são quem mais usa os apartamentos turísticos como alojamento. No último ano, o número de espanhóis que se alojaram em apartamentos turísticos foi de 1 142 723 e o número de estrangeiros foi de 5 378 459.

Neste contexto, há que salientar que Málaga tinha 27 362 estabelecimentos de alojamento turístico em 2018 (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2018).

Figura 9: Número de dormidas em alojamento local em Málaga, 2014-2018



Fonte: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2018)

1.4 Enquadramento legal do alojamento local em Portugal, Açores e Espanha

1.4.1 Enquadramento legal do alojamento local em Portugal

A noção de estabelecimentos de alojamento local foi criada pelo decreto-lei nº 39/2008, de 7 de março, sendo que a última alteração a este regime é a de 2018, com a lei nº 62/2018, de 22 de agosto, e entrou em vigor a 20 de novembro de 2018 (DRE, 2018). Assim sendo, de acordo com a lei nº 62/2018, de 22 de agosto, as câmaras municipais têm o poder de estabelecer as áreas de contenção, a hipótese de cancelar o registo e a fazer uma vistoria ao estabelecimento e de suspender a autorização de novos registos nas zonas que se prevê que sejam classificadas como áreas de contenção.

Apesar de os donos apenas terem que realizar uma mera comunicação prévia para o registo de novos estabelecimentos, as câmaras municipais podem-se opor num prazo de 10 dias depois da apresentação da comunicação.

Um proprietário pode apenas explorar um máximo de sete estabelecimentos de alojamento local.

Os proprietários são obrigados a ter seguro multirriscos por danos causados nas áreas comuns do prédio, de disponibilizar aos hóspedes um documento com todas as regras de utilização do prédio. Caso exista um regulamento do condomínio também deverá ser entregue.

Todos os proprietários de um alojamento local têm que afixar junto à entrada uma placa identificativa. E ficam, também, obrigados a comunicar a cessação da exploração do estabelecimento, num prazo de 10 dias após a cessação, através do Balcão Único Eletrónico. O mesmo prazo é aplicado para comunicar a cessação às plataformas digitais.

Quanto aos condomínios, estes têm a possibilidade de encerrar um estabelecimento de alojamento local através de uma queixa fundamentada à câmara e podem fixar o pagamento de uma contribuição adicional com um limite de 30% do valor anual da quota respetiva.

Se um indivíduo quiser tornar o seu estabelecimento num alojamento local terá que ter em atenção várias regras, tais como:

- Registo da Atividade
- Tributação dos Rendimentos
- Pagamento de IVA

- IRC, IRS – Encargos Associados
- Obrigações da Segurança Social
- Emissão de Faturas
- Comunicação de Estrangeiros SEF
- Mera Comunicação Prévia
- Taxa Municipal Turística

Alguns municípios portugueses implementaram a Taxa Municipal Turística de dormidas. Esta taxa é devida por hóspede com idade superior a 13 anos e por noite nos empreendimentos turísticos e nos estabelecimentos de alojamento local. O valor unitário varia, e pode ser consultado nos regulamentos de cada município.

Nos Açores, esta regra não é aplicada.

Os estabelecimentos de alojamento local têm que corresponder a várias obrigações, tais como: um livro de reclamação em cada um dos seus imóveis de alojamento local, cumprir as regras de segurança contra incêndios, para uma capacidade inferior a 10 utilizadores, o estabelecimento deve ter extintor e manta de incêndio, equipamento de primeiros socorros, todos acessíveis aos utilizadores, e o número de emergência (112) visível e ter uma placa identificativa apenas se se tratar de um estabelecimento de hospedagem.

Os estabelecimentos devem apresentar adequadas condições de conservação e funcionamento das instalações e equipamentos, estar ligados à rede pública de abastecimento de água ou dotados de um sistema privativo de abastecimento de água com origem devidamente controlada, estar ligados à rede pública de esgotos ou dotados

de fossas sépticas dimensionadas para a capacidade máxima do estabelecimento, estar dotados de água corrente quente e fria e reunir sempre condições de higiene e limpeza.

As unidades do estabelecimento devem ter uma janela ou sacada com comunicação direta para o exterior que assegure as adequadas condições de ventilação e arejamento, estar dotadas de mobiliário, equipamento e utensílios adequados, dispor de um sistema que permita vedar a entrada de luz exterior, dispor de portas equipadas com um sistema de segurança que assegure a privacidade dos utentes, as instalações sanitárias dos estabelecimentos de alojamento local devem dispor de um sistema de segurança que garanta privacidade.

A capacidade máxima dos estabelecimentos de alojamento local é de 9 quartos e 30 utentes, com exceção do hostel, que não tem limite de capacidade e dos quartos que apenas podem ser 3 na residência do titular.

A capacidade dos alojamentos locais, em termos de utentes, encontra-se ainda limitada em função das características ou dimensão dos fogos, não podendo exceder o número que resulta da multiplicação do número de quartos por 2.

No caso dos apartamentos e moradias, é acrescida a possibilidade de acolher mais dois utentes na sala, nos termos dos indicadores do Instituto Nacional de Estatística.

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

Quanto aos limites de instalação de apartamentos, no caso da modalidade apartamento cada proprietário ou titular de exploração de alojamento local, pode explorar por edifício mais de nove unidades, se não exceder 75% do número de frações existentes ou partes independentes do edifício.

Para o cálculo de exploração consideram-se os apartamentos registados em nome do cônjuge, descendentes e ascendentes do proprietário ou do titular de exploração e bem como os registados em nome de pessoas coletivas distintas, em que hajam sócios comuns.

1.4.2 Enquadramento legal do alojamento local nos Açores

Na Região Autónoma dos Açores é aplicada 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. Nos termos do n.º 1 do artigo 4.º do Decreto Legislativo Regional n.º 7/2012/A, de 1 de março, na redação dada pelo artigo 43.º do Decreto Legislativo Regional n.º 1/2016/A, de 8 de janeiro, definem-se várias regras e normas a serem aplicadas, em relação à tipologia dos estabelecimentos de alojamento local, os requisitos mínimos de segurança, higiene, instalações, equipamentos e serviços prestados aos hóspedes, as capacidades máximas dos estabelecimentos e respetivas unidades de alojamento, os bens e serviços incluídos no preço do alojamento e as regras atinentes ao registo, publicidade, identificação dos estabelecimentos e à disponibilização de informação para fins estatísticos (Anexo 7).

- Tipologia de estabelecimentos de alojamento local:

De acordo com a Portaria nº83/2016, de 2014, analisada através do portal do Governo dos Açores (Jornal Oficial da Região Autónoma dos Açores, 2016), os estabelecimentos de alojamento local podem ser integrados na tipologia de:

-Quartos na residência do proprietário;

-Moradia, sendo que é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar.

-Apartamento, cujo é constituído por uma fração autónoma de edifício. O grupo de apartamentos situados no mesmo edifício ou em edifícios contíguos e explorados pela mesma entidade pode ter até 20 camas, incluindo camas convertíveis, sendo que estas não podem exceder o número de camas fixas, e um máximo de 10 quartos.

-Estabelecimentos de hospedagem que são constituídos por quartos. Os estabelecimentos de hospedagem podem ter o máximo de 20 camas, incluindo camas convertíveis, sendo que estas não podem exceder o número de camas fixas, e um máximo de 10 quartos e podem ocupar a totalidade ou fração autónoma dum único edifício ou de um conjunto de edifícios contíguos.

-Hostel

É considerado hostel o estabelecimento de alojamento local que seja resultado do aproveitamento de construções existentes, situadas em centros urbanos; que a unidade de alojamento predominante seja a cama em dormitório, considerando-se predominante sempre que o número de camas em dormitório seja superior ao número de camas em quarto; que tenha, no máximo, 6 camas por dormitório, podendo ser camas convertíveis e beliches; e que tenha, no máximo, 30 camas, incluindo beliches e camas convertíveis, sendo que estas últimas não podem exceder o número de camas fixas e um máximo de 10 quartos e podem ocupar a totalidade ou fração autónoma dum único edifício ou dum conjunto de edifícios contíguos.

- Procedimento e registo

Com exceção dos estabelecimentos instalados em imóveis construídos em momento anterior à entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 38.382/51, de 7 de agosto, a comercialização de estabelecimentos de alojamento local pressupõe a existência de autorização de utilização ou de título de utilização válido do imóvel, cuja verificação cabe à câmara municipal do respetivo concelho (Anexo 8).

- Publicidade

Toda a documentação comercial ou publicidade dos estabelecimentos de alojamento local devem ser indicados com o respetivo nome e identificação de alojamento ou AL.

- Placa identificativa

Todos os estabelecimentos de alojamento local devem afixar no acesso principal, no exterior, uma placa identificativa, a qual deve ser fornecida pela câmara municipal.

- Livro de reclamações

Os estabelecimentos de alojamento local devem dispor de livro de reclamações, sendo que o original da folha de reclamação deve ser enviado à Inspeção Regional de Turismo, entidade competente para fiscalizar e instruir os processos de contraordenação.

- Estatística

Os titulares dos estabelecimentos devem proceder a um registo mensal obrigatório, nomeadamente, do número de hóspedes e dormidas ou noites, discriminado por nacionalidades, de acordo com o formulário eletrónico disponibilizado pela direção regional competente em matéria de turismo. A informação deve ser enviada eletronicamente à direção regional referida no número anterior até ao décimo dia útil do mês seguinte àquele a que se reporta.

- Sanção

Em caso de incumprimento do disposto na presente portaria, o registo do estabelecimento é cancelado.

Algumas das obrigações fiscais a ter em conta:

- Registo de contribuintes:
 - Número de identificação fiscal (NIF);
 - Número de identificação de pessoa colectiva (NIPC);
 - Classificação da atividade;
 - Senha de acesso ao portal das finanças;
 - Comunicação telefónica Segura.

- Registo de atividade:
 - Início de atividade;
 - Alteração de atividade;
 - Cessação de atividade;
 - Ato isolado.

- Regimes de tributação;
- Caixa Postal Eletrónica;
- Obrigações Declarativas;
- Obrigações de pagamento;
- Pagamento de documentos de cobrança;
- Faturação;
- Taxas;
- Registo de operações, conservação e arquivo;
- Direitos e Garantias Fiscais do Contribuinte.

1.4.3 Enquadramento legal em Espanha

Em Espanha, o grupo de normas em relação aos estabelecimentos de alojamento local é dividido por cerca de 17 autonomias com 43 regulamentos, além das ordenanças de mais de 8.000 municípios (Benedito, 2018).

A única regra que todas as comunidades têm em comum é que são obrigadas a comunicar a atividade e registar. E, em alguns casos, têm que ter a aprovação dos moradores, que podem vetar a atividade, como é o caso de Málaga, que pede para vetar o aluguer da VPO (viviendas de protección oficial). Dentro das medidas a serem incluídas no regulamento, o Conselho Municipal de Málaga criou a Habitação Oficial de Proteção. O consistório pediu à Junta de Andaluzia a modificação do regulamento atual para impedir que um VPO possa ser usado para o aluguer de turistas, como eles podem agora anunciar por quartos (Benedito, 2018).

O decreto-lei estabelecido em Málaga é o decreto estabelecido pela região autónoma de Andaluzia e tem por finalidade a organização do serviço de alojamento local turístico, de acordo com o Decreto 28/2016, de 2 de fevereiro de viviendas com fins turísticos e com a modificação do Decreto 194/2010, de 20 de abril, de estabelecimentos de apartamentos turísticos.

Assim sendo, para se iniciar a prestação de serviços de alojamento local turísticos, a pessoa ou entidade que gere este serviço tem de formalizar o correspondente responsável perante o Ministério responsável pelo Turismo.

Todo o hóspede tem que receber um documento, na forma de um contrato, indicando o nome da pessoa ou entidade que opera a residência, o código de registo

alfanumérico, o número de pessoas que irão ocupá-lo, as datas de entrada e saída, o preço total da estadia e número de telefone de quem faz a gestão.

Os usuários, para fazerem uso do alojamento, devem apresentar o seu documento de identificação, de acordo com os regulamentos atuais sobre registo e de entrada de viajantes em estabelecimentos de hospitalidade.

O acesso à habitação para fins turísticos não pode ser restringido por razões de nascimento, raça, sexo, religião, opinião ou outras circunstâncias pessoais ou sociais.

A pessoa que possui a habitação para fins de turismo é o gestor da habitação e será responsável pela administração e os usuários pela correta prestação do serviço, exceto na declaração responsável, que se trata de registar outra pessoa ou entidade como o gestor do mesmo, tendo que ter em tal caso um título legal habilitante.

De acordo com o Decreto 28/2016, de 2 de fevereiro, e com a modificação do Decreto 194/2010, de 20 de abril, os estabelecimentos para fins turísticos devem atender aos seguintes requisitos e serviços comuns:

- Ter uma licença de ocupação, e cumprir sempre as condições técnicas e de qualidade exigidas do alojamento.
- Os quartos terão ventilação direta para o exterior ou para pátios e algum sistema de obscurecimento das janelas. Este requisito não será exigido quando a habitação ou o prédio em que está integrado for classificado como um Ativo de Interesse Cultural e o nível de proteção impedir a realização de qualquer tipo de trabalho, modificação ou intervenção que seja necessário para atender ao requisito.

- Estar suficientemente mobilados e equipados com os equipamentos e aparelhos necessários para uso imediato e de acordo com o número de lugares disponíveis.
- Ar-condicionado e aquecimento em quartos e salas.
- kit de primeiros socorros.
- Ter informações turísticas, em suporte físico ou eletrônico, da área, áreas de lazer, restaurantes, e lojas de alimentos, estacionamentos mais próximos da residência, serviços médicos na área, transporte urbano, plano da localidade e guia de atrações.
- Todas as residências têm de ter livros de reclamações.
- Limpeza da casa na entrada e saída de novos clientes.
- Roupa de cama, roupa de casa, utensílios domésticos em geral, dependendo da ocupação da casa e um kit de reposição.
- Fornecer aos usuários um número de telefone para atender e resolver imediatamente qualquer dúvida ou incidente relacionado à moradia.
- Ter à disposição dos clientes, informações e instruções operacionais de aparelhos elétricos ou outros dispositivos que exijam a sua correta utilização.
- Informar os utentes das regras internas relativas à utilização das instalações, dependências e equipamentos da habitação, bem como a admissão e existência de animais de estimação em casa, restrições para fumantes, bem como áreas restritas de uso.

1.5 Comparação do alojamento local em Portugal, nos Açores e em Espanha

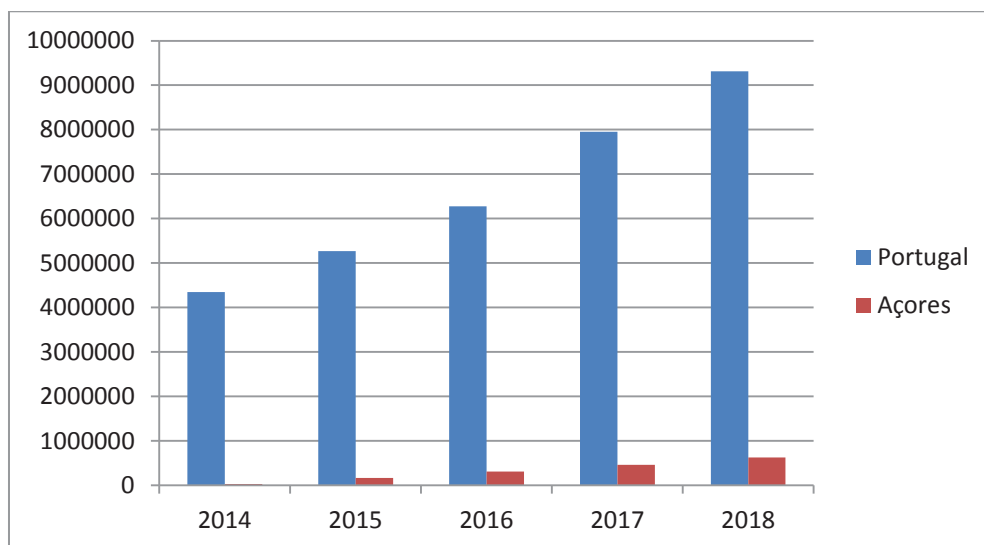
A nível de regime jurídico, ambos os países apresentam vários pontos em comum, tal como: a classificação em grupos e categorias dos estabelecimentos, bem como a nível da inspeção e sanções da administração pública.

Mas ainda podemos verificar diferenças notáveis, sendo a mais destacável o facto de que em Espanha existem regulamentações jurídicas diferentes em cada comunidade autónoma, tendo em comum apenas as principais competências legislativas de ordenação do turismo no âmbito da respetiva circunstância territorial (Benedito, 2018).

A nível de estatísticas, existe uma grande diferença entre Espanha e Portugal em relação ao número de estabelecimentos e ao número de dormidas, tal como está explícito nos próximos gráficos (Figura 10; 11; 12 e 13).

De acordo com a Figura 10, podemos verificar que a procura por esta tipologia foi crescendo ao longo dos anos. Em 2018, o número de dormidas em alojamento local em Portugal foi de 8 724 391, sendo que 627 257 correspondem ao número de dormidas nos Açores, ou seja, 7,19 % do total de dormidas em alojamento local em Portugal (Figuras 10 e 11).

Figura 10: Número de dormidas em alojamento local em Portugal Continental e Região Autónoma da Madeira em comparação com os Açores, 2014-2018



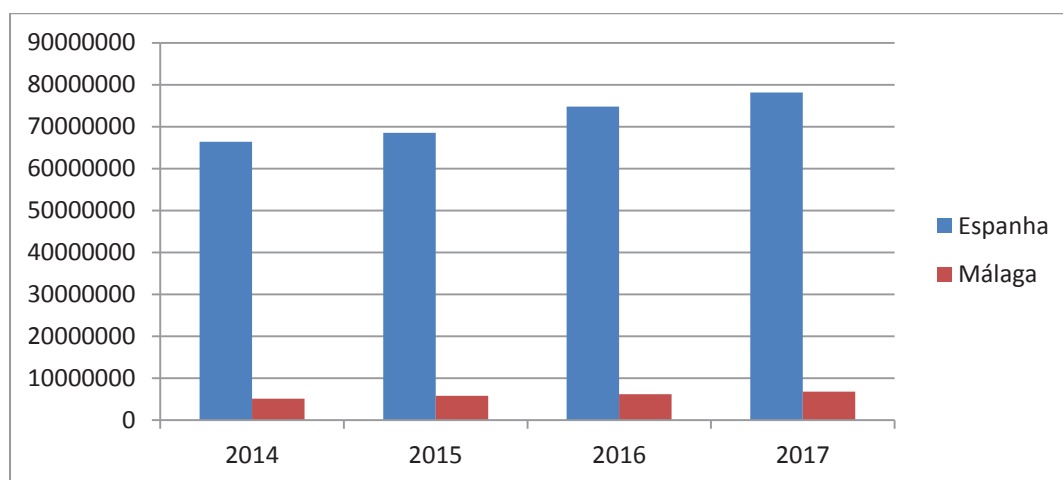
Fonte: Observatório do Turismo dos Açores (2019); Bi travel (2019)

Figura 11: Número de dormidas em alojamento local em Portugal, 2018



Fonte: Observatório do Turismo dos Açores (2019); Bi travel (2019)

Figura 12: Número de dormidas em alojamento local em Espanha e em Málaga, 2014-2017



Fonte: Statista (2018); Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2018)

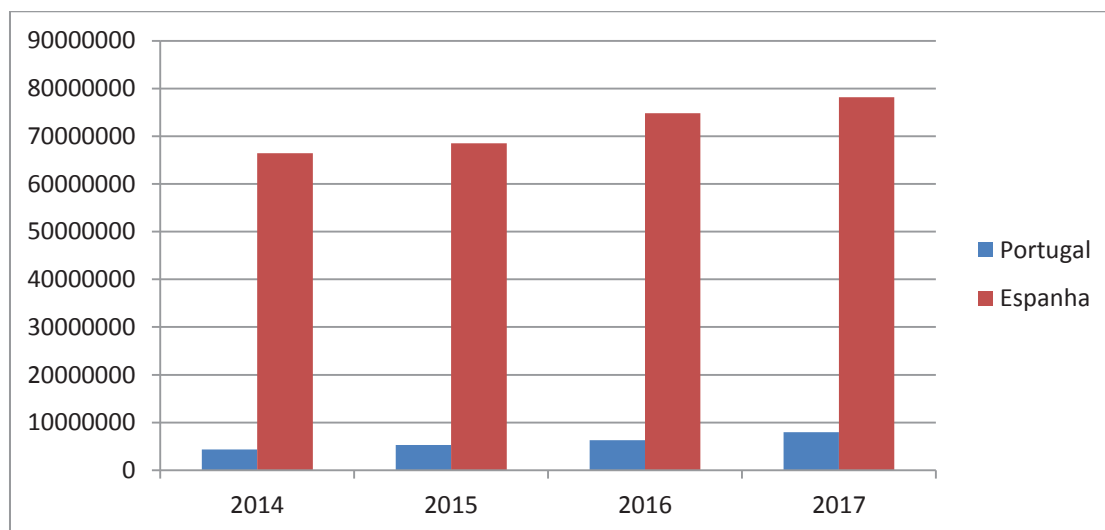
De acordo com a Figura 12, podemos visualizar a grande diferença em relação ao número de dormidas em alojamento local entre Portugal e Espanha (Figura 13).

Ao longo dos anos, podemos ver que o número de dormidas esteve sempre a aumentar.

Em 2014, em Portugal registaram-se 4 347 940 dormidas, e em Espanha 66 412 700. Em 2017, em Portugal o número de dormidas foi de 7 950 647 e em Espanha foi de 78 148 500. Esta grande diferença pode dever-se em parte à diferença da dimensão dos territórios destes países: Espanha tem uma superfície com cerca de 504.782 km² (Mundo Educação, 2019), enquanto Portugal tem uma superfície com cerca de 92 391 km² (InfoEscola, 2019).

Posto isto, também podemos referir que Espanha tem um maior número de destinos turísticos, desde cidades a ilhas, e, desta forma, atrai mais turistas do que a Portugal. Por conseguinte, existe uma maior necessidade de se criarem mais estabelecimentos turísticos de forma a albergar os turistas que visitam Espanha (Figura 13).

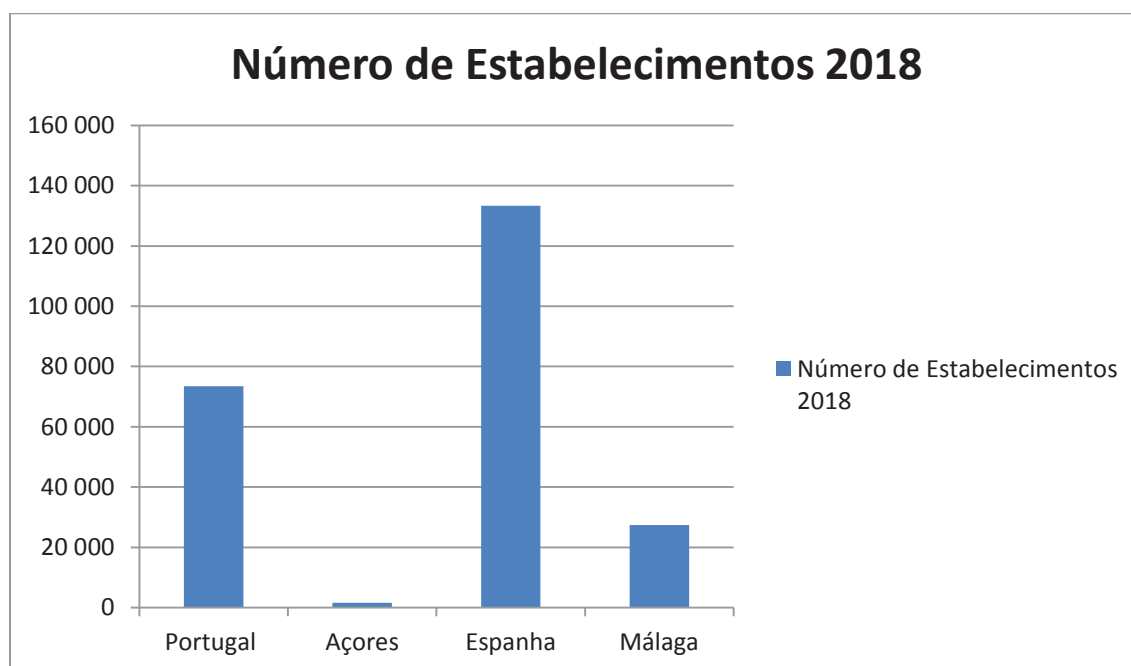
Figura 13: Comparação do número de dormidas em alojamento local em Portugal e em Espanha, 2014-2017



Fonte: Travel BI (2018), Instituto Nacional de Estatística (2018)

Em relação ao número de estabelecimentos de AL, Portugal conta com cerca de 73 489 e Espanha com 133 356. Nos Açores, o número de estabelecimentos de alojamento local é de 1 631 e em Málaga é de 27 362 (Figura 14).

Figura 14: Comparação entre o número de estabelecimentos de alojamento local, em 2018



Fonte: Observatório do Turismo nos Açores (2019); Travel Bi (2019); Instituto Nacional de Estatística (2019); Instituto de Estadística de Andalucía (2019)

1.6 As novas tendências da procura turística

A *Booking*, uma das mais conhecidas plataformas de reservas de alojamento, fez um estudo no qual reflete as características e tendências dos turistas em 2019.

Apresentam-se algumas das tendências para 2019, que têm importância para o alojamento local (*Booking*, 2018):

- A Aprendizagem

Em 2019, os viajantes refletirão mais na hora de escolher o destino com o objetivo de acrescentar sentido às suas viagens, o que representa uma nova maneira de viajar e

de fomentar o desenvolvimento pessoal. Uma vez que o aluguer de um quarto numa casa de família pode ser considerado alojamento local, este tipo de viajantes pode procurar como estadia alojamentos onde possam pernoitar em casas de famílias, e desta forma fazer um intercâmbio de culturas, de modos de vidas diferentes, e intercâmbio de línguas.

- Facilidade

A “facilidade” será o critério de referência em 2019, levando ao uso de novas tecnologias. Existirá uma especial atenção às inovações que possam oferecer soluções práticas aos viajantes. Por exemplo, na gestão de alojamentos turísticos utiliza-se a aplicação *becheckin*, que consiste na abertura automática de portas em caso de *check-in* à distância.

- Viagem consciente

Refletindo o interesse global cada vez maior pelas questões sociais, como direitos humanos, igualdade e condições de trabalho, o indivíduo que viaja terá cada vez mais em conta as questões sociais, políticas e ambientais dos possíveis destinos de viagem antes de decidir onde ir. Os viajantes procuram cada vez mais experiências novas e autênticas; também querem ter uma garantia que podem viajar em segurança, independentemente do género, etnia ou orientação sexual.

- Sustentável

Os *millenials* e a geração Z procurarão experiências mais sustentáveis ao viajar, enquanto os gestores de alojamento tentarão reduzir o uso de plástico e aumentar as suas credenciais de sustentabilidade. Desta forma, os estabelecimentos de alojamento local tentarão reduzir o uso de plástico, fornecendo apenas ferramentas reutilizáveis, trocando

talheres e pratos de plástico por loiças exclusivamente de vidro ou cerâmica, por exemplo.

- A importância de viver e retratar experiências

Uma das maiores tendências de viagem em 2018 foi disfrutar de novas experiências durante as viagens, e em 2019 seguirá sendo igual. Assim sendo, em 2019, o viajante centrar-se-á em criar momentos de felicidade e comodidade, que durem inclusive após a atividade e que por suposto perdurem em redes sociais.

- Grandes viagens a pequena escala

Os viajantes têm pensado em viajar mais durante os fins-de-semana de 2019. Assim sendo, tentam disfrutar de grandes experiências em poucos dias. E, desta forma, esperam inovações no mundo do transporte e alojamento (*Booking*, 2018).

As expectativas de inovações no mundo do transporte são:

-aumento das rotas de voos,

-preços das passagens mais baixos,

-mais opções para compartilhar trajetos facilmente, como, por exemplo, o *blablacar*.

- acesso à informação, a nível internacional, sobre o transporte público em tempo real, que se pode consultar em qualquer lugar.

Contudo, as viagens de curta duração serão cada vez mais variadas, personalizadas e gratificantes, o que contribuirá para o aumento da procura do alojamento, que desta forma fará emergir os estabelecimentos de tipologia de alojamento local (Report Lobby, 2018).

CAPÍTULO II. Descrição do estágio

Neste capítulo é feita uma apresentação da empresa Living4Malaga, onde foi feito o estágio.

Também é feita uma descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio e uma exposição dos conhecimentos adquiridos sobre a cidade de Málaga.

2.1 Apresentação da empresa

A Living4Malaga é uma empresa que foi fundada em 2010 pela iniciativa do casal Carmen Cuevas e Alejandro Aranzo Zamora. É constituída por volta de 20 funcionários (Figura 15) e trata-se de uma empresa de gestão de alojamento turístico de Málaga, que oferece apartamentos excepcionais para as férias dos seus hóspedes na área metropolitana de Málaga e de Torremolinos.

A todos os proprietários que não sabem como gerir as suas propriedades, a empresa oferece um serviço completo, tratando de tudo, dando uma atenção personalizada e desempenhando um serviço profissional.

A Living4Malaga é uma empresa de Málaga que gere apartamentos turísticos em Málaga e Torremolinos. Foca-se no mercado a nível mundial porque recebe visitantes de todo o mundo. A experiência dos funcionários no setor permite oferecer um serviço profissional, com os melhores resultados.

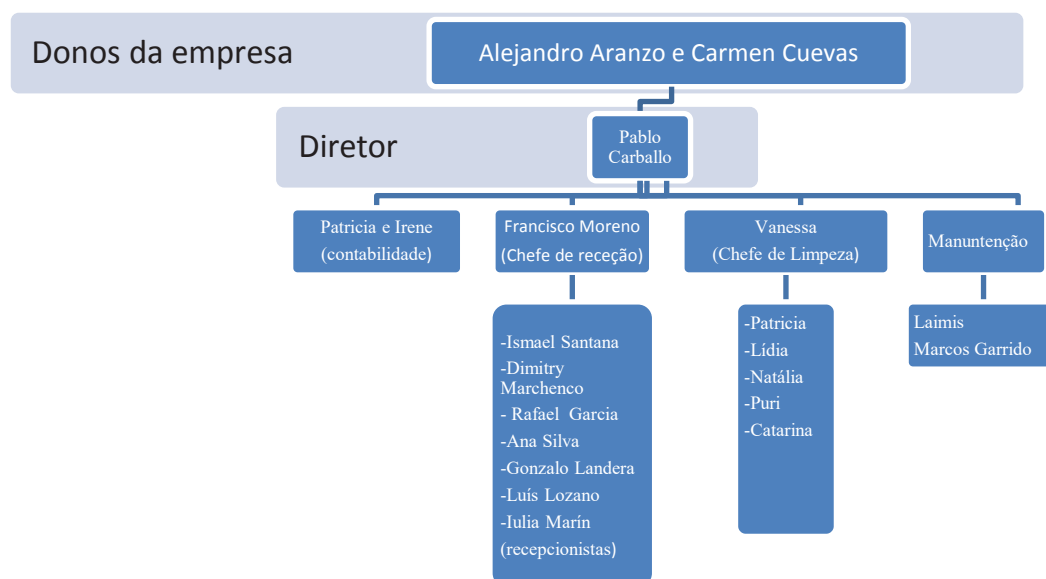
A empresa tem boas classificações em *sites* de turismo internacional que garantem a excelência do seu trabalho de uma forma externa.

Tenta estar constantemente atualizada sobre todas as situações e alcançar os seus objetivos.

É conhecida por ser uma empresa bem preparada e dinâmica, composta por uma equipa de profissionais com ampla experiência, dispostos a ajudar os clientes nas suas necessidades.

A equipa é composta por funcionários que falam espanhol, inglês, francês, alemão, russo, português e italiano. Na Figura 15 apresenta-se o organograma da empresa.

Figura 15: Organograma da empresa



Fonte: Elaboração Própria

- Visão

A visão é a orientação necessária para uma empresa e serve como um grande objetivo de longo prazo, ou seja, para inspirar os colaboradores e definir onde pretende chegar em determinado espaço de tempo (Paula, 2015). Sendo assim, a empresa tem como visão dinamizar o turismo, contribuir para o desenvolvimento e valorização da cidade de Málaga e também estabelecer-se como uma referência na gestão de unidades de alojamento local a nível nacional. A filosofia da empresa é atingir a satisfação total dos seus clientes e de colocar à sua disposição todos os seus meios para o conseguir.

- Missão

A missão define o seu foco de atuação (Paula, 2015).

Visto isso, a missão da empresa é fazer o que o que for necessário para dar o melhor desempenho às propriedades que gere, oferecendo o melhor serviço aos hóspedes.

Os apartamentos estão localizados nas melhores e mais centrais ruas da cidade de Málaga e têm um maravilhoso *design* de interiores, com a qualidade e conforto que todos procuram nas suas férias.

Oferece aos clientes a maneira perfeita de viverem intensamente a cidade de Málaga, os seus museus, monumentos, restaurantes, lojas e ainda desfrutar de sol e praia.

- Valores

Os valores de uma empresa são a maneira como esta pretende ser reconhecida (Paula, 2015).

O atendimento ao cliente é o principal foco da empresa, pois esta pretende criar valor para os seus clientes através de um atendimento personalizado de excelência. É por isso que a equipa está totalmente disponível para entrar em contacto por telefone ou via *email* para esclarecer quaisquer dúvidas ou problemas que surjam e ter o maior prazer em ajudar o cliente.

- Criação de valor da Living4Malaga

A atividade principal da empresa é arrendar apartamentos completamente mobiliados e com uma ampla gama de equipamentos que oferecem uma diversidade de serviços extra para uma estadia mais confortável.

As principais vantagens que oferece ao cliente são as seguintes:

- Proximidade inquestionável aos locais de interesse, por estar dentro da própria cidade, com acesso próximo a qualquer via de transporte
- Maior privacidade na sua estadia
- Maior espaço e autonomia
- Maior conforto para os clientes

- Serviços extra da empresa:

-*Transfer*: a empresa oferece *transfer* em monovolume, carro ou táxi. A Living4Malaga oferece a opção mais adequada e económica para que o cliente possa chegar ao seu destino sem problemas.

-*Babysitter*: se o cliente precisa de alguém para cuidar das suas crianças durante as suas férias, a empresa tem um serviço de *babysitting*. O cliente pode solicitar também o pacote de bebé antes da sua chegada (um berço, cadeiras altas e tudo que precisa para fazer as suas crianças sentirem-se em casa).

-*Parking*: a empresa pode reservar um lugar em um parque de estacionamento o mais perto possível do apartamento.

-*Dog daycare service*: a empresa oferece um serviço de creches para cães.

-*Full fridge*: os apartamentos estão equipados com tudo o que o cliente precisa para se sentir em casa. A empresa também oferece um serviço completo de frigorífico. O cliente pode pedir a sua lista de compras.

- *Car rental*: os apartamentos estão localizados em áreas privilegiadas do centro da cidade que permitem que o cliente ande a pé. Mas para se deslocar pela cidade ou organizar uma viagem, a melhor opção é alugar um carro. Desta forma, pode evitar os horários de transporte público e pode aproveitar a cidade a seu modo.

- Organização de excursões: a empresa oferece excursões para as diferentes províncias andaluzas e municípios de Málaga (Ronda, Granada, Sevilha, Córdoba, Nerja, Frigiliana, Caminito del Rey, Torcal de Antequera e Marbella), bem como para Gibraltar e Tânger.

- Organização de atividades: visita a museus, *free tour* pelo centro histórico de Málaga, visita à Alcazaba e Castelo de Gibralfaro. Na parte da restauração, a empresa dá referências de restaurantes mais antigos e emblemáticos, tais como: Bodega del Pimpi, Casa Aranda, Casa Mira, Lepanto, e a terraça do hotel Málaga Palácio.

- Contactos da empresa:

Endereço: Calle Carretería 43. 29008. Málaga. Espanha

Telefone: +34 951 431 069 - +34 656 288 509

Email: info@living4malaga.com

Horário de atendimento ao cliente: 10:00 h - 21:00 h

Após as 21h, o *check-in* tem um custo extra. Os clientes também são informados do número de telemóvel para onde podem telefonar em caso de emergência, ou quando a empresa se encontra encerrada.

- Apartamentos da empresa

A empresa gere mais de 100 apartamentos, dos quais, na maior parte, os apartamentos pertencem a proprietários que fazem um pedido à empresa para que faça a gestão dos seus imóveis.

Em regra geral, os proprietários recebem um valor de 65 % do valor da renda, e a empresa recebe 35 %, e conforme combinado entre ambas as partes os sites de reservas podem ganhar até 15% de comissão.

Também como forma a dar mais visibilidade e maior procura, a empresa tem parcerias e aceita reservas de vários portais, como por exemplo os que se encontram apresentados na Tabela 2.

Tabela 2: Plataformas de reservas

Wuking	Wiflap.com	Vacagen	TuiVillas	Paradisetera
Tripadvisor	Travel Compositor	SpainHolidays	Rent Private Villas	Nextrip
MisterBnb	MagicStay	Locasun	Innclusive	Hoppify
Hometogo	Homeaway	Goholidaylefts	Flat4Dat	Expedia
EveryStay	Despegar	CLlckStay	BTU	Booking
BnBhero	BeApartement	ApartmentsApart	Aibnb	W2M

Fonte: Empresa Living4Malaga

O maior número de apartamentos encontra-se no centro histórico de Málaga.

Encontramos também apartamentos perto da zona da praia Malagueta, e na zona piscatória de Pedregalejo.

A empresa também faz a gestão de apartamentos localizados em Torremolinos.

O procedimento do *check-in* é feito virtualmente por códigos através de uma aplicação, nomeadamente a *Becheckin*.

Os apartamentos são divididos por grupos conforme as suas características ou sua localização. Desta forma, podem ser divididos por:

- Living4Malaga Apartamentos,
- Living4Malaga Boutique Apartamentos,
- Living4Malaga Fajardo,
- Living4Malaga Platinum Beach,
- Living4Malaga Skyline Apartamentos,

- Living4Malaga Suites Superior,
- Living4Malaga Villa Miraflores,
- Living4 Torremolinos,
- Living4 Pedregalejo,
- Living4Malaga Soho.

2.2 Descrição das atividades desenvolvidas no estágio

A estagiária teve como opção concluir o seu segundo ano de mestrado fazendo um estágio no estrangeiro através do programa Erasmus. Assim sendo, depois de várias pesquisas em *sites* de procura de emprego em vários países, encontrou uma empresa que fazia a gestão de unidades de alojamento local, em Espanha. Entretanto, optou por fazer um estágio na empresa Living4Malaga, sediada em Málaga. Foi importante escolher estagiar numa empresa de gestão de unidades de alojamento local, pois este é um fenómeno relativamente recente e que está associado ao surgimento de novas tipologias de alojamento turístico, desencadeado pelo crescimento e pelas novas tendências da procura turística.

A escolha da cidade também foi importante, uma vez que o principal sector de atividade económica, em Málaga, é o setor turístico.

O estágio durou dez meses, abrangendo várias épocas sazonais (época baixa, época média e época alta).

A estagiária teve como funções:

- Gerir e fazer um *planning* da limpeza e manutenção dos apartamentos;
- Gerir pedidos de *transfers*, pedidos dos clientes e de portais de reservas;
- Tratar das reservas, cancelamentos, e modificações de reservas;

- Atualizar portais de reservas, verificar fotos e descrições, e conseguir manter o posicionamento;
- Responder aos comentários e pontuações nos sites de reservas (tais como: *Booking, Expedia*);
- Atendimento ao cliente por via *email*, telefónica e direta;
- Verificar as reservas da semana;
- Efetuar *check-in*;
- Efetuar *check-out*;
- Redigir os relatórios diários;
- Efetuar o fecho de caixa.

O facto de a estagiária ter realizado as funções acima descritas foi muito vantajoso, pois permitiu alargar os seus conhecimentos no conjunto de procedimentos que devem ser realizados dentro de uma empresa, o que contribui para o fortalecimento da sua experiência profissional na área de gestão de uma empresa, nomeadamente de gestão de unidades de alojamento local. Também possibilitou o desenvolvimento de competências de comunicação oral, uma vez que usava várias línguas, tais como: o inglês, o francês, o espanhol e o português; o alargamento de conhecimentos de gestão de plataformas de reservas *online*; contribuiu igualmente para o melhoramento de competências de relacionamento intrapessoal e interpessoal, tais como: autoconfiança, autoestima, autoconhecimento, automotivação; maior segurança e autonomia; mais paciência, atenção, altruísmo e otimismo ao ouvir atentamente as queixas e problemas dos clientes; mais eficiência e perspicácia na resolução de problemas dos clientes.

Também é importante realçar que este estágio representou uma oportunidade para se efetuar uma análise comparativa entre a realidade do alojamento local em Portugal, mais concretamente nos Açores, e em Espanha, mais concretamente em Málaga.

2.3 Conhecimentos adquiridos sobre a cidade de Málaga

Ao longo da temporada passada em Málaga, a estagiária aprofundou os conhecimentos sobre vários aspetos geográficos, económicos, sociais e culturais da cidade de Málaga e arredores.

A província de Málaga é uma das cidades de Andaluzia e está localizada no sul de Espanha, ao sul da costa do Mediterrâneo, entre as províncias de Granada e Cádiz, e faz fronteira com o norte com as cidades de Córdoba e Sevilha (Andalucía, 2011).

Málaga é uma das cidades da Andaluzia e tornou-se uma das principais cidades de atração turística da Andaluzia.

É uma cidade que mantém as suas raízes histórias intactas. Málaga é uma cidade rica em registos de antepassados. Há que salientar que existe registos da pré-história, pois em Antequera tem fósseis e dólmens. Também podemos verificar a passagem do domínio do reino Romano, onde existe um teatro romano no centro da cidade. Há também registos da passagem dos árabes, tais como a Alcazaba e o Castelo de Gibralfaro no centro da cidade, e claro, muitas igrejas católicas que foram construídas depois da reconquista aos mouros.

Os habitantes locais são pessoas muito acolhedoras e simpáticas.

Possui um clima temperado com temperaturas amenas no inverno. Durante o verão, a temperatura é moderada, uma vez que se encontra perto do mar. Ao longo do ano, a temperatura pode variar normalmente entre os 13 graus e os 38 graus centígrados.

- Pontos atrativos de Málaga

A província de Málaga tem mais de 160 quilómetros de faixa costeira.

O mar Mediterrâneo banha um total de 14 municípios em Málaga

Málaga também tem mais de 15 áreas protegidas como reserva, local ou monumento natural (Andalucía, 2011) e várias praias, tais como:

- *Playa Misericórdia,*
- *Peñon del Cuervo,*
- *Playa El Candado,*
- *Playa El Dedo,*
- *Playa de El Palo,*
- *Playa de Pedregalejo,*
- *Baños del Carmen,*
- *Playa de la Caleta,*
- *Playa de la Malagueta,*
- *Playa de San Andrés,*
- *Playa de la Misericordia,*
- *Playa de Guadalmar,*
- *Playa del Campo de Golf – San Julián.*

- Pontos turísticos

- *El caminito del Rey,*
- *El chorro,*
- *Montes de Málaga,*

- Antequera, onde se pode visitar *El Torcal* e também se pode encontrar o *Dolmen de Menga*, o Dolmen de Viera e o *Dolmen d'El Romeral*. Há também a *Cueva del Toro*, onde se encontram fósseis e registos de arte rupestre.

- *Peña de los enamorados*.

- Ronda, onde há uma ponte antiga construída por volta dos anos 1750,

- Marbelha, cidade que atrai visitantes com um poder de compra mais elevado do que os visitantes do centro de Málaga, devido aos seus *resorts* e restaurantes de luxo,

- Torremolinos, onde se pode dizer que é uma cidade atractiva também ao turismo gay, primeiro destino gay em Espanha (Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia (2017)).

- Nerja, é uma zona muito bonita, onde a areia das praias é constituída por minerais de várias cores.

Málaga é composta por um conjunto de municípios. Alguns deles retratam influências árabes, tais como os pequenos municípios de Mijas e Frigiliana, cujos se assemelham às Medinas de Marrocos. Mijas e Frigiliana são característicos pelas suas ruas estreitas, com casas pequenas e de cor branca.

Há também um município de Júzcar, que era característico por ser a cidade dos desenhos animados Estrunfes. É um município onde as casas eram azuis e com imagens de desenhos animados pelas ruas. Actualmente, devido a uma controvérsia do criador dos desenhos animados, que pediu um cobro de direitos de imagem e o município rejeitou, já não existe imagens dos desenhos animados (El País, 2017).

As festividades fazem parte da rotina da vida dos espanhóis, mas há que dar destaque às festividades mais atrativas de Málaga, que são a Semana Santa e A Féria.

Na costa de Málaga, o peixe e o marisco são a principal característica da gastronomia, devido à sua localização geográfica virada para o mar. Málaga tem uma extensa lista de pratos ou produtos típicos gastronómicos, tais como: espetos de sardinhas, porras antequereanas, gazpachuelo, salada malaguenha, campero, caldo de pintarroja, as azeitonas malaguenhas, beringelas com mel de cana, por exemplo.

Há que salientar também que em Málaga existe muitas maneiras de pedir café, de acordo com a quantidade de café.

CAPÍTULO III- ANÁLISE CONTEXTUAL DA EMPRESA

LIVING4MALAGA

Neste capítulo apresentam-se algumas ferramentas estratégicas de análise da empresa, tal como a análise PEST, a análise SWOT, o ciclo de vida do produto, uma análise em relação ao marketing operacional e estratégico, e a apresentação do modelo de negócio Canvas. Também é realizada uma análise sobre o perfil do turista que é cliente da empresa.

3.1 Análise PEST

PEST é a abreviatura para fatores macroambientais Políticos (P), Económicos (E), Sociais (S) e Tecnológicos (T) (Camarco, 2017).

Assim sendo, a Análise PEST é utilizada para analisar as mudanças políticas, económicas, socioculturais e tecnológicas no ambiente de negócios de uma empresa. Posto isto, esta análise ajuda a obter uma visão mais macro das ameaças e oportunidades externas a que a empresa está exposta.

Desta forma, a empresa tem que ter em atenção vários aspetos:

A nível político/legal:

- Atitudes governamentais,
- Tributação,
- Regulamentação
- Legislação laboral;
- Lei do consumidor;
- Mudanças legislativas
- Estatísticas

- O fenómeno da gentrificação pode levar ao abrandamento de disponibilização de casas de alojamento local, em favor dos residentes.

A nível económico:

- Economia local,
- Tendências económicas,
- Problemas sazonais,
- Taxas,
- Comissões.

A nível social:

- Tendências sociais,
- Estilo de vida,
- Tabus culturais,
- Os espanhóis são vistos como um povo acolhedor com capacidade para receber bem.

A nível tecnológico:

- Tecnologias emergentes,
- Pesquisa e inovação,
- Problemas de plataformas ou ferramentas virtuais.
- A influência das plataformas online na tomada de decisão do cliente aumenta a capacidade de comparação do mesmo e a concorrência. É essencial a presença em vários sites de venda (como por exemplo: *Booking*, *Expedia*,

Airbnb, entre outras) e um tratamento cuidado da informação disponibilizada ao cliente.

- A disponibilização de Wi-Fi que permite ao hóspede ter uma experiência mais confortável e com acesso mais rápido à informação relevante sobre o estabelecimento de alojamento local.

Acrescentam-se também mudanças a nível ecológico que podem ser a regulamentação ambiental e ecológica, a redução da pegada de carbono e a gestão de resíduos, políticas de sustentabilidade e utilização de energias renováveis. Em relação à empresa, todos os apartamentos têm energia elétrica ou solar e os clientes têm como dever fazer reciclagem.

3.2 Análise SWOT

O termo SWOT é uma sigla originária do idioma inglês, e é uma abreviatura de Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

Assim sendo, a análise SWOT ou matriz FOFA (em português) é uma ferramenta muito importante para analisar a empresa e os fatores que afetam o seu funcionamento (Anexo 14).

Foi importante analisar a empresa em relação ao seu ambiente interno, ou seja, os seus pontos fortes e pontos fracos, e também em relação ao seu ambiente externo, ou seja, as suas ameaças e oportunidades (Casarotto, 2019):

Forças (*Strengths*):

- Os funcionários falam espanhol, inglês, alemão, russo, italiano e francês, ou seja, oferecem um bom atendimento aos clientes, devido à facilidade de comunicação,
- Simpatia, profissionalismo e experiência dos funcionários,
- Possibilidade de *check-in* diretamente no apartamento que o hóspede alugou,
- Os funcionários têm várias funções, o que pode ser benéfico para todo o desenvolvimento da empresa,
- Os apartamentos são renovados e decorados,
- Os apartamentos oferecem mais privacidade.

Fraquezas (*Weaknesses*):

- O *check-in* que é realizado diretamente no apartamento só é feito apenas para os clientes que alugam apartamentos que se encontram no exterior do centro histórico de Málaga, para os clientes que pedem transporte privado ou com incapacidades motoras e idosos,
- Custo do late check-in,
- Os funcionários têm várias funções, o que é uma desvantagem, pois não são recompensados por todas as funções que exercem.

Oportunidades (*Opportunities*):

- Cada vez mais as pessoas que têm casas antigas no centro urbano deslocam-se para viver na periferia deixando as casas para uso de alojamento

local, o que contribui para o aumento da renovação de edifícios degradados, antigos e velhos e o alojamento local.

- Turismo em desenvolvimento,
- Aumento da procura e oferta de unidades de alojamento local.

Ameaças (*Threats*):

- Concorrência,
- Sazonalidade,
- Mudança de leis governamentais.

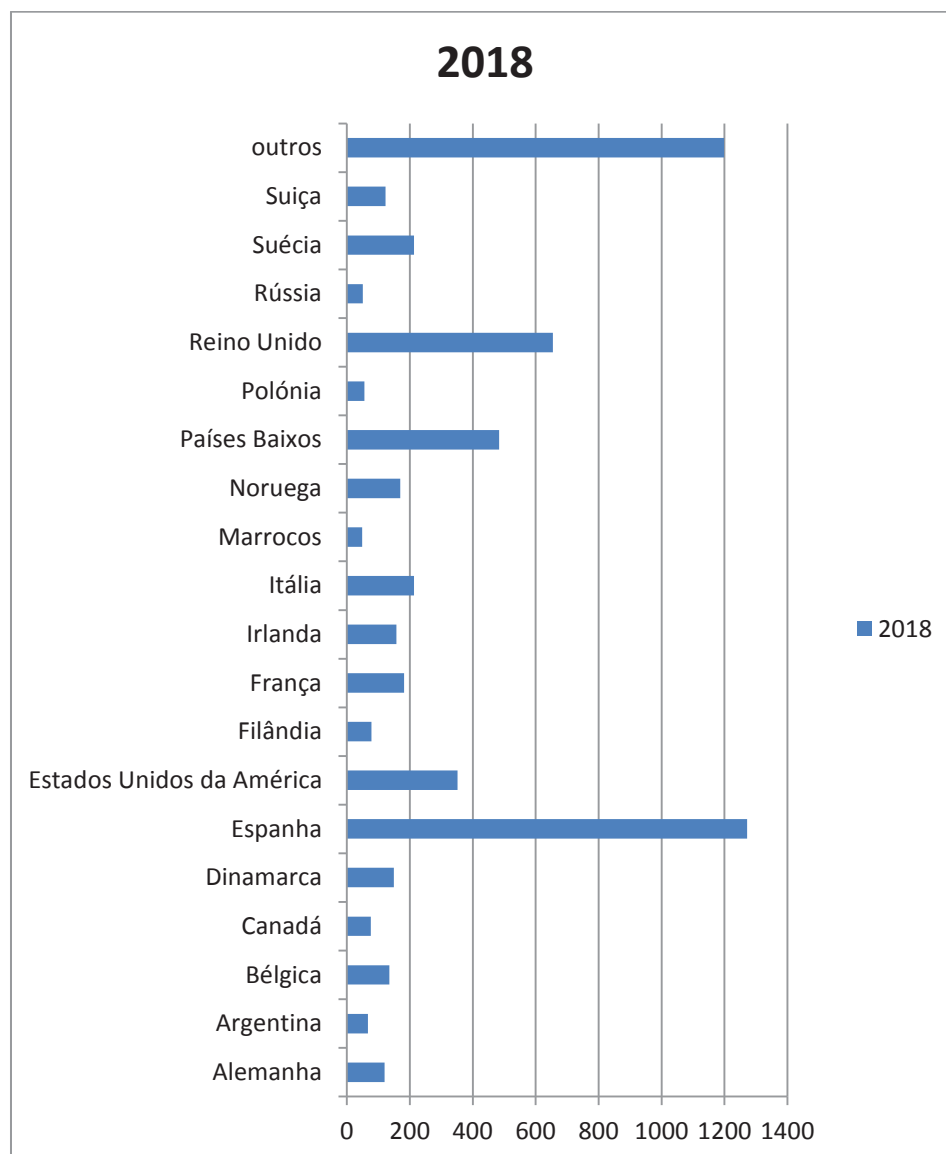
3.3 Perfil do hóspede

A empresa recebe hóspedes de vários países, de todos os continentes do mundo, desde jovens de 18 anos a idosos de 90 anos.

De acordo com os dados adquiridos pela empresa Living4Malaga, em 2018, a empresa recebeu um total de 5797 hóspedes, vindos de vários países do mundo.

São muitas as nacionalidades que a empresa recebe, mas os que se destacam são os turistas domésticos, com 1272, em segundo lugar fica o Reino Unido, com 655, seguido dos Países Baixos, com 848 e dos Estados Unidos da América, com 351 (Figura 16).

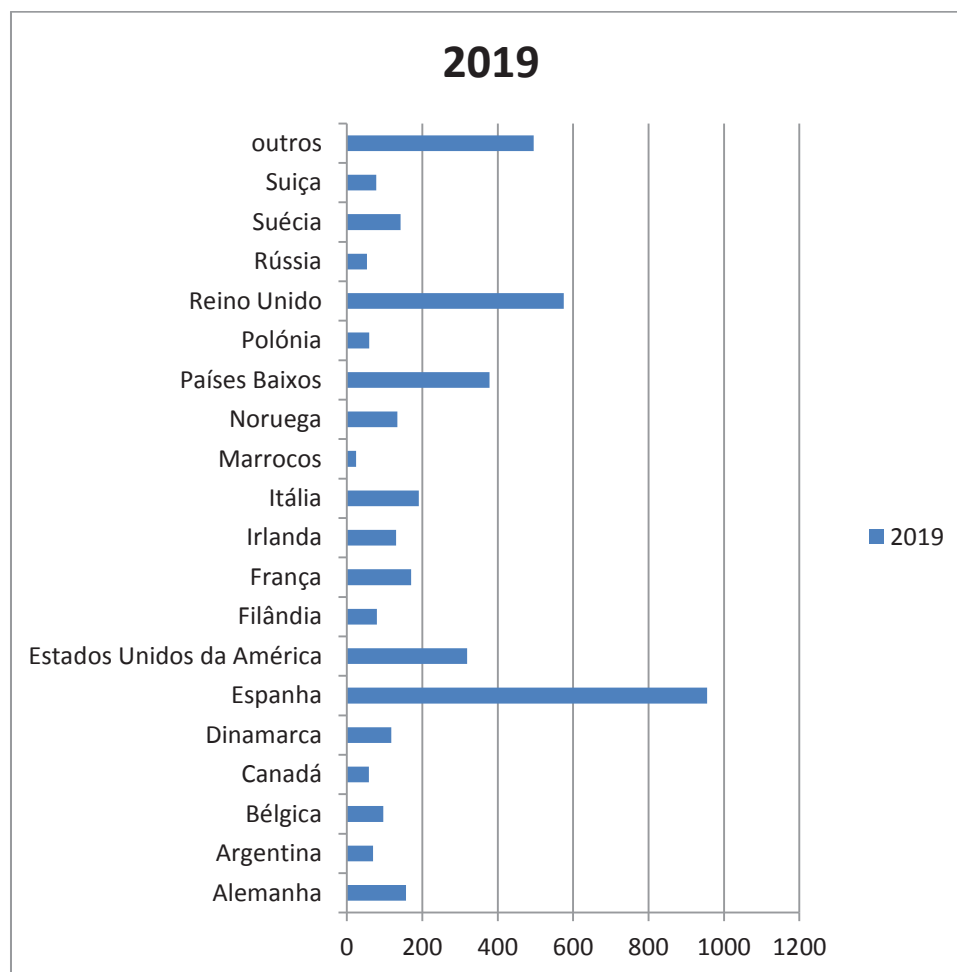
Figura 16: Nacionalidades dos Hóspedes que recorrem à Living4Malaga, 2018



Fonte: Living4Malaga (2019)

Desde de 1 de janeiro de 2019 até 26 de agosto de 2019, o número total de hóspedes foi de 4280. Em primeiro lugar, estão os espanhóis, com 955, seguindo-se o Reino Unido, com 575, depois os hóspedes dos Países Baixos, com 378 hóspedes e dos Estados Unidos da América, com 319 hóspedes (Figura 17).

Figura 17: Nacionalidade dos Hóspedes que recorrem à Living4Malaga, 2019



Fonte: Living4Malaga (2019)

3.4 Ciclo de Vida do Produto

O Ciclo de Vida do produto/serviço trata-se de um conjunto de fases que um determinado produto/serviço irá percorrer ao longo da sua comercialização (Araújo, 2014).

a) Introdução:

Numa fase inicial, os donos da empresa têm um conjunto de apartamentos de familiares ou de heranças, que aproveitam e recuperam (alguns dele antigos), tornando-os em apartamentos de alojamento local.

A empresa entra no mercado com ajuda de *sites* de reservas, tais como o *Booking* e o seu próprio *site*, e então começa a receber hóspedes.

b) Crescimento:

A empresa começa com estratégias de marketing e publicidade, explorando novos *sites* de reservas e o seu *site*.

A credibilidade da empresa aumenta e começam a gerir imóveis de outros proprietários.

c) Maturidade:

Nesta fase, a empresa já é reconhecida no mercado. Os clientes já têm boas referências.

Os proprietários de outros imóveis pedem que a empresa faça a gestão dos seus imóveis.

d) Declínio:

A fase de declínio da empresa pode ser vista quando a concorrência busca proprietários que têm outros apartamentos que podiam ser geridos pela empresa Living4Malaga.

Os proprietários, que antes não sabiam como gerir os seus apartamentos, aprendem a geri-los e começam a fazer os seus negócios individualmente.

Assim sendo, podemos concluir que a empresa Living4Malaga encontra-se na fase de crescimento, uma vez que cada vez mais a empresa recebe mais clientes e cada vez mais de outros países, contribuindo assim para a divulgação dos seus serviços e desta forma atraindo mais clientes.

3.5 Marketing Estratégico

O marketing estratégico é um método de análise e conhecimento do mercado. Tem como objetivo detetar oportunidades económicas rentáveis para a empresa, satisfazendo as necessidades dos consumidores de uma forma mais eficaz (Espinosa, 2016).

Desta forma, uma vez que Málaga é uma cidade muito turística, apareceu a oportunidade de preparar um conjunto de apartamentos turísticos de forma a acolher os turistas que visitam Málaga.

3.5.1 Segmentação e Posicionamento

A empresa Living4Malaga dirige-se a todo o tipo de clientes que queiram usufruir de sua estância num apartamento turístico ou vivenda.

Devido à complexidade do mercado, existe a necessidade de segmentar de forma a vender os apartamentos de forma eficaz.

A empresa faz uma segmentação indireta, ou seja, cria um conjunto de apartamentos divididos por vários grupos, de acordo com as características dos apartamentos de forma a satisfazer as necessidades dos clientes.

Para conseguir uma vantagem competitiva é necessário ter um bom conhecimento da concorrência, optar por vender apartamentos com qualidade e que sejam atrativos aos hóspedes e oferecer um serviço que melhor se adapte às necessidades dos clientes.

A empresa tem conhecimento dos turistas que visitam a cidade de Málaga, pelo que recruta como colaboradores indivíduos que falam várias línguas, tais como inglês e espanhol, principais requisitos, e também francês, russo, alemão, italiano, português, como línguas secundárias, de forma a oferecer um bom atendimento aos clientes através de uma boa comunicação.

Também analisa e ajusta os preços de venda de acordo com os preços que a concorrência estabelece.

O posicionamento é a ação de criar produtos, serviços e uma imagem de marca para ocupar um lugar exclusivo na mente dos consumidores. A empresa define uma estratégia de posicionamento mostrando a essência da sua marca. Esse é o seu fator de diferenciação e é o segredo das grandes marcas do mercado (Carvalho, 2017). A diferenciação neste caso é a aposta no atendimento personalizado de excelência e de forma criativa, uma vez que o uniforme dos colaboradores é de uma loja de marca conhecida em vários países, nomeadamente a Desigual - uma marca artística e criativa, que vende produtos que se destacam através dos estampados, gráficos, assimetrias e também mensagens escritas. Os clientes da empresa podem ainda usufruir de 10% de desconto em todos os produtos da Desigual.

3.5.2 Concorrência Direta e Indireta

A concorrência direta trata-se de todas as empresas que vendem um produto igual ou quase igual ao produto da empresa e que o vendem no mesmo mercado em que a empresa está inserida, ou seja, buscam os mesmos clientes para vender o mesmo produto. Assim sendo, a empresa tem como principais concorrentes:

-IloftMalaga,

-LetMalaga,

-Holiday2Malaga,

-El Pinar,

-La recepcion.

A concorrência indireta é dada como todos os negócios que intervêm lateralmente no mercado e clientes da empresa, pois buscam atender as mesmas necessidades de forma diferenciada e com produtos substitutos. Neste contexto, existe como concorrentes indiretos: hotéis, resorts, hostéis, tais como:

- Hotel Sallés Malaga Centro,
- AC Hotel by Marriott Málaga Palácio,
- Vincci Málaga Hotel, NH Málaga,
- Gran Hotel Miramar,
- Soho Boutique Vegas,
- The Urban Jungle Rooftop hostel,
- Feel Hostels Soho Malaga,
- Feel Hostels City Center,
- Resort Terrazas Costa del Sol.

3.5.3 Imagem e Marca da empresa Living4Malaga

A imagem de uma empresa cria mais credibilidade. A marca que tenha credibilidade interfere com um ponto muito valorizado pelos consumidores, a confiança. Para isso, é necessário que se transmita uma boa imagem aos consumidores. Assim sendo, a empresa criou uma identidade visual bonita e profissional, conseguindo boas recomendações de clientes nas redes sociais ou plataformas de reservas, tais como o *Tripadvisor* e o *Booking*, pois proporciona qualidade no atendimento, evidencia fotos claras e realistas dos apartamentos em *web sites* e cuidado com a limpeza dos

alojamentos. Desta forma, criam-se laços de confiança e identificação com os consumidores, fazendo com que os turistas optem por apartamentos da empresa, se tornem leais e os recomendem a outros possíveis consumidores.

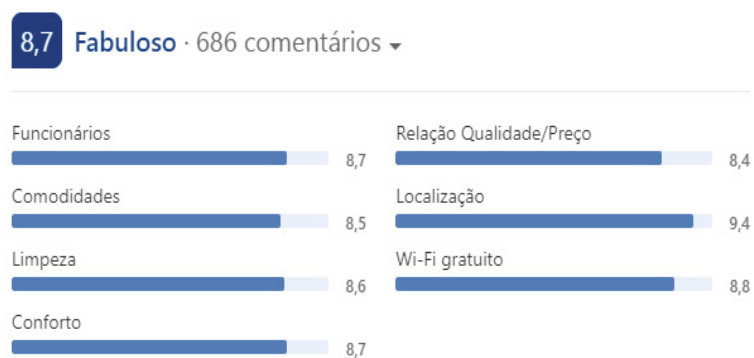
Para atrair consumidores, a empresa tem a necessidade de criar uma identidade visual, um reconhecimento da marca na mente dos consumidores. Assim sendo, existem alguns itens relevantes na composição da identidade visual. Primeiro que tudo, um nome, pois é por meio do nome da marca que o consumidor sabe quais qualidades e características esperam do produto ou serviço, pelo logótipo ou logo da marca e pelas cores que apresenta (Figura 18). Assim sendo, o nome da empresa *Living4Malaga* (*holiday accomodation*), está em inglês de forma a captar mais clientes internacionais, tem a identificação da cidade onde operam e tem a definição do que é, ou seja, alojamento de férias. Utilizam-se as cores azul e branco, significando assim honestidade e verdade e segurança, respetivamente.

Como forma de demonstrar o sucesso da imagem e da marca da empresa, abaixo apresentam-se evidências que mostram o grau de satisfação dos clientes. Através da plataforma *Booking* podemos verificar que o conjunto das avaliações dos clientes fazem com que a empresa tenha uma pontuação de 8.7 em 10 (Figura 19). Através da plataforma *Expedia*, a pontuação é de 4.1 em 5 (Figura 20). E através da rede social *Facebook*, a pontuação corresponde a 4.6 num total de 5 (Figura 21).

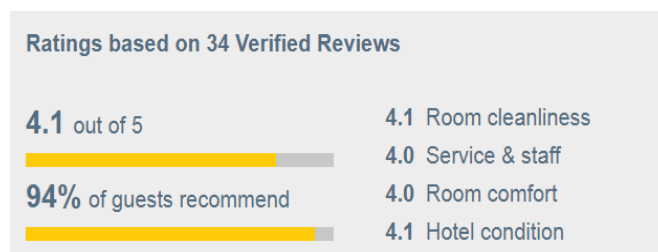
Figura 18: Logotipo da empresa Living4Malaga



Fonte: Living4Malaga (2019)

Figura 19: Pontuação na *Booking*

Fonte: Booking (2019)

Figura 20: Pontuação na *Expedia*

Fonte: Página da *Expedia* (2019)

Figura 21: Pontuação no *Facebook*



Fonte: Página *Facebook* da empresa Living4Malaga (2019)

3.6 Marketing Operacional

Enquanto o marketing estratégico se ocupa em guiar a empresa no processo de criação de estratégias de marketing, o marketing operacional põe as estratégias em prática.

Assim sendo, a empresa preocupa-se em escolher bem os apartamentos, com uma decoração apelativa e adequada, em ter uma boa relação entre proprietários, clientes e funcionários, em ajustar os preços conforme a época sazonal e em comparação com os preços da concorrência, aplicação de descontos dependendo do cliente (se é cliente habitual, ou tem vários apartamentos reservados).

Também se preocupa em fazer promoção da sua oferta divulgando-a em redes sociais, tais como o Facebook, o Instagram, o site da empresa (Anexos 9; 10; 11) ou em plataformas de reservas.

Ambos os aspetos do marketing são essenciais em qualquer plano de marketing de uma empresa.

O marketing estratégico concentra-se em analisar o mercado e a trabalhar nas estratégias de marketing, pois as decisões são tomadas ao nível do negócio e são adoptadas com foco no médio e longo prazo.

O marketing operacional é focado no curto prazo e, se o marketing estratégico é bem planeado e estruturado, o risco e a incerteza são baixos (Espinosa, 2018).

Como forma de demonstrar a gestão operacional e estratégica da empresa, decidiu-se aplicar o modelo de negócio Canvas.

3.6.1 MODELO DE NEGÓCIO CANVAS

O *Business Model Canvas* é um modelo de negócio que pode ser utilizado por organizações de todos os portes, mas é usado principalmente no início da empresa, na fase de planeamento do negócio, uma vez que ajuda a criar um modelo de negócios de forma bastante simplificada e visual (Gomes, 2019).

Abaixo se descrevem os nove blocos que constituem o modelo (Anexo 12):

1. Segmentos de mercado/Clientes

A empresa é dirigida a todos os hóspedes, a nível nacional e internacional, que necessitam de alojamento no centro de Málaga e arredores, e em Torremolinos.

Os clientes podem ser grupos, famílias, casais, amigos e amigas, colegas de trabalho ou apenas singulares que a principal razão de sua hospedagem seja férias ou por motivos de trabalho ou negócios.

Só é permitida a reserva a um titular que possua mais de 18 anos, e normalmente, podendo haver exceções, as reservas são aceites apenas para mais de 2 noites.

Os clientes podem ser de todas nacionalidades, género, etnia, religião, ou orientação sexual.

Quanto a clientes com incapacidades motoras, é necessário que o cliente esteja atento às informações descritas sobre os apartamentos nos vários canais de reservas,

pois nem todos têm facilidades de acesso. Há alguns apartamentos que oferecem condições de acessibilidade.

2. Oferta/Proposta de valor

A empresa tem, como proposta de valor, garantir a qualidade de um atendimento personalizado de excelência, garantir o alojamento mais adequado de modo a satisfazer o cliente de acordo com os preços, necessidades e desejos dos clientes.

A empresa faz uma descrição detalhada dos apartamentos em vários canais de venda e reservas de modo a que o cliente escolha o apartamento que melhor se adapte às suas necessidades. A empresa criou vários grupos de apartamentos, onde cada grupo tem apartamentos com características comuns ou localização semelhante.

A empresa adapta o atendimento ao cliente de acordo com o seu idioma, facilita o acesso ao apartamento aos clientes que têm incapacidades motoras, ajuda também na exploração da cidade e arredores, fornecendo informação turística detalhada.

3. Canais

A empresa utiliza como canais de comunicação as redes sociais, tais como: *Facebook* e *Instagram*, panfletos e o *website* da empresa (Anexos 9; 10; 11; 13).

Em relação aos canais de distribuição, a empresa utiliza o *site* da empresa e as plataformas de reservas. A utilização das plataformas de reservas tais como o *Booking*, o *TripAdvisor* ou o *Airbnb* é a forma mais eficaz de atrair mais clientes e ter conhecimento do feedback dos clientes que se hospedaram, em particular, recentemente. Em contrapartida, tem custos de comissões associadas, o que não acontece quando é feita uma reserva por *call center* ou *email*.

Ao lidar com os canais, os clientes passam por várias fases:

a) Percepção

Nesta primeira fase, ou seja, a fase da publicidade em que o cliente tem conhecimento da proposta de valor da empresa, o nome da empresa, nomeadamente Living4Malaga, serve como palavra-chave nos motores de busca, alargando a possibilidade dos clientes encontrarem alojamento local em Málaga nas suas pesquisas.

b) Avaliação

Nesta fase, o cliente avalia o produto, buscando informações tal como a localização, o preço, a qualidade do alojamento e vendo fotos do alojamento.

Para esse efeito, a empresa tenta mostrar os apartamentos através de descrições detalhadas e fotos reais.

c) Compra

Esta fase envolve o processo de compra e venda, que pode ser feita de forma indireta, ou seja através de sites de reservas, ou de forma direta, tais como chamadas telefónicas, *email* ou *website* da empresa.

Em ambas as formas de reservas é importante que a empresa tenha uma garantia de reserva, tal como um número de cartão bancário, em caso de cancelamento, conforme as regras estipuladas.

d) Entrega

A fase de entrega trata-se do atendimento ao cliente, quando é feito o *check-in*. Neste momento, o funcionário tem como obrigações confirmar e mostrar o alojamento

arrendado ao cliente; confirmar se tudo está em boas condições de uso; verificar e apontar todos os documentos de identificação dos hóspedes que tenham mais de 16 anos de idade; confirmar o estado de pagamento da reserva e efetuar o pagamento. Caso o pagamento seja feito por cartão bancário é necessário que o nome do cartão corresponda a um dos hóspedes presentes, e caso o pagamento seja feito em numerário é necessário que confirme se as notas são verdadeiras, sendo que o pagamento em numerário não pode ultrapassar os 2 500 euros.

e) Pós-venda

O pós-venda é o suporte oferecido após a aquisição do produto. É a fase que fideliza o cliente. Esta fase é realizada no dia de check-out, pois é muito importante que a empresa tenha um feedback dos clientes e tenha conhecimento das críticas. É necessário também que seja feita uma revisão ao apartamento para ver se algo está destruído ou avariado.

4. Relacionamento com os clientes

A empresa tenta manter os clientes informados de tudo, passando todas e as melhores informações que sejam necessárias, tendo foco total no cliente, ouvindo muito, principalmente as críticas, de modo a corrigir, a melhorar e a evoluir na prestação do serviço.

É muito importante que a empresa demonstre segurança e fiabilidade aos clientes, fazendo com que a credibilidade da empresa aumente e esta comece a ser reconhecida no mercado e os clientes tenham boas referências, e desta forma divulguem a empresa.

A empresa procura manter o relacionamento com os clientes pós-venda através das páginas das redes sociais e das plataformas de reservas.

5. Fontes de receita

A empresa tem como principal fonte de receita o arrendamento dos apartamentos. Em segundo lugar, as fontes de receita são as comissões de *transfer* e de excursões.

O proprietário recebe 65 % da receita e a empresa ganha 35%. O preço dos apartamentos varia desde 35 euros a 400 euros por noite, dependendo do tipo de apartamento, época sazonal, número de pessoas que ficam alojadas no apartamento.

A forma de pagamento pode ser por transferência bancária, multibanco ou em numerário. Também uma vez feita através dos *sites* de reservas, o pagamento é feito de acordo com a política de reserva e cancelamento.

Quando uma reserva é feita diretamente com a empresa, ou seja, por *email* ou chamada telefónica, a reserva tem um custo de 30 % do total do preço da reserva como forma de garantia. Quanto à política de cancelamento, a reserva pode ser cancelada até 14 ou 7 dias antes da data de entrada no apartamento, dependendo da época sazonal, tendo em conta que dentro dos 14 ou 7 dias, o cancelamento terá um custo de 50 % do preço total.

Uma vez que a empresa está aberta ao público desde as 10 horas até às 21 horas, o *check-in* depois das 21 horas tem um custo (das 21 horas até as 23 horas tem um custo de 20 euros, das 23 horas até às 01 tem um custo de 30 euros e depois das 01 o preço será sob consulta), há que salientar também que o custo do late *check-in* é um rendimento extra ao funcionário que realiza o *check-in*, é assim desta forma um estímulo ao funcionário por trabalhar fora do seu horário de trabalho.

6. Recursos-chave

A empresa tem como principais recursos chave os apartamentos, casas ou vivendas de proprietários que necessitam fazer uso de suas propriedades que por vezes são adquiridas através de heranças, ou casas antigas ou habitações degradadas que foram recuperadas. Alguns dos alojamentos são decorados pela empresa de forma criativa e moderna.

A nível de recursos humanos, a empresa tem funcionários de várias nacionalidades, falantes em várias línguas, entre estas espanhol, inglês, francês, russo, português, romeno e alemão, de forma que haja uma boa comunicação entre clientes e funcionários, o que contribui para uma maior proximidade.

7. Atividades chave

A atividade chave da empresa resume-se ao arrendamento de alojamento local turístico na cidade de Málaga, abrangendo também Torremolinos. A empresa faz a gestão de mais de uma centena de alojamentos desde o centro histórico de Málaga e arredores da zona de praia.

8. Parcerias chave

A empresa tem como parcerias os *websites* de reservas em geral. Os proprietários também fazem parte da principal razão de sobrevivência da empresa, uma vez que estes depositam total confiança na gestão das suas propriedades à empresa. Ainda é parceira a empresa de *transfers* com o nome de Auto Cordoba.

Também são parceiros a empresa de excursões Julia Travel, os parques de estacionamento, a empresa de banhos termais, nomeadamente a Hammam Al-Andalus e os museus (Anexo 13).

Em relação aos fornecedores, a empresa recorre ao Ikea quando é necessário decorar os apartamentos e a uma empresa de produtos de limpeza, chamada Prolimsur. A loja de roupa da marca Desigual também faz parte do grupo de parcerias, uma vez que fornece a farda aos funcionários da empresa e os funcionários desta forma divulgam a marca aos hóspedes, que por sua vez podem beneficiar de um desconto de 10% nas compras da marca.

9. Estrutura de custos

A empresa tem como principais custos o pagamento do salário dos funcionários da empresa (sendo o mínimo de 800 euros e o máximo de 2000 euros mensais, dependendo do posto de trabalho e das horas de trabalho), o arrendamento do escritório destinado à administração, que tem um custo de cerca de 500 euros mensais, e os impostos. Conforme acordo com o proprietário, a empresa também pode ter custos com a manutenção dos apartamentos e a decoração.

Em relação aos custos de rendas dos edifícios e despesas de água e luz, são pagos pelos proprietários dos apartamentos.

Em relação às reservas feitas através de plataformas, os proprietários recebem um valor de 65 % da receita, a empresa recebe 35 %, e conforme acordo entre ambas as partes, os *sites* de reservas podem ganhar até 15% de comissão.

E, por último, temos como custos os materiais de escritório e de limpeza.

Em caso de outros custos associados é sempre acordado entre a empresa e os proprietários a forma de os imputar, como por exemplo, os gastos de gestão, que se trata do transporte do funcionário até a um apartamento mais distante, ou mesmo em caso de um apartamento ter custos de manutenção de piscina.

Quando uma reserva é feita de forma direta, 5% da receita é paga ao colaborador que recebe a reserva.

CAPÍTULO IV- CONCLUSÃO

Concluindo, através da experiência da estagiária no seu estágio numa empresa de gestão de unidades de alojamento local e através de pesquisa de informações, foi possível verificar que tem havido um forte crescimento da procura pelo Alojamento Local, um grande aumento da oferta do número de estabelecimentos e um peso cada vez maior do número de dormidas no Alojamento Local em relação ao total de Alojamento Local Turístico, em ambos os países estudados, Espanha e Portugal, e em ambas regiões de estudo, Málaga e Açores.

Contudo, este tipo de alojamento pode ter tanto vantagens, como desvantagens.

Algumas das vantagens do alojamento local são a maior diversificação do risco do negócio, uma vez que o número de procura e de clientes tem aumentado e o facto do proprietário do estabelecimento ter maior flexibilidade em relação ao que fazer com o imóvel, ou seja, se quer vender, alterar o tipo de arrendamento ou utilização pelo próprio. Os hóspedes têm mais privacidade e é relativamente mais barato devido ao facto que se podem adicionar pessoas extra aos apartamentos. Pode capitalizar apoios à reabilitação urbana, uma vez que alguns apartamentos antigos são restaurados, fazendo bom proveito dos mesmos.

O proprietário, uma vez que invista noutras atividades ligadas ao turismo, pode beneficiar da aplicação de ações de *cross-selling* entre negócios, ou seja, por exemplo se o proprietário ou algum membro da sua família, amigo ou conhecido tiver, por exemplo, um café, um restaurante, uma loja ou empresa de animação turística, pode direccionar os clientes de um negócio para o outro. Pode ainda criar uma plataforma que envolva todos os negócios e gerar mais lucro com cada cliente.

Por outro lado, ao oferecer uma rede integrada de experiências, aumenta a satisfação dos clientes com o serviço prestado e promove a sua marca, reforçando a posição no mercado (Pereira 2018).

Como principais desvantagens do alojamento local destacamos a menor estabilidade de rendimentos, ou seja, o valor da receita mensal é sempre variável e muito dependente da época do ano e de outros fatores não controlados pelo proprietário.

Há um menor controlo de custos, pois a maior parte destes custos são variáveis, tais como os custos com o consumo de água, eletricidade, gás, comunicações e outros gastos correntes, e também há um maior desgaste do imóvel devido à alternância de hóspedes. A manutenção do imóvel e todos os seus componentes também é importante, uma vez que pode trazer custos elevados em caso de avarias de eletrodomésticos, por exemplo.

Existe uma maior necessidade de gestão, ou seja, as unidades de alojamento local podem ser geridas por empresas especializadas, que cobram uma parte das receitas, o que tem um forte impacto na rentabilidade obtida. Mas, em caso de não optar pela gestão por terceiros, o proprietário do estabelecimento terá que contabilizar muitas horas de trabalho e disponibilidade total para acompanhar e gerir todos os aspetos do alojamento, entre os quais: a gestão de reservas ou cancelamentos *online*, a realização do check-in e do check-out e a limpeza e manutenção do apartamento.

Outra questão fundamental que cada proprietário terá que levar em conta é o enquadramento fiscal e legal (Almeida, 2019).

Em relação à empresa onde foi realizado o estágio, o facto dos membros da empresa serem polivalentes é muito vantajoso, pois permite alargar os conhecimentos no conjunto de procedimentos que devem ser realizados dentro de uma empresa, o que

contribui para o fortalecimento da experiência profissional na área de gestão de uma empresa, nomeadamente de gestão de unidades de alojamento local; mas, em contrapartida, torna-se um pouco cansativo e desgastante. A nível de recomendações, é necessário que a empresa atualize e se torne mais ativa nas redes sociais, tais como o *Facebook* e o *Instagram*, uma vez que cada vez mais os consumidores fazem uma escolha baseados no feedback de outros consumidores - a visibilidade é muito importante para o crescimento e maturidade de um produto; e no escritório/receção da empresa deveria haver um lugar destinado ao depósito de bagagens dos clientes.

A nível geral, a empresa Living4Malaga apresenta um bom ambiente de trabalho entre todos os colaboradores, contribuindo, desta forma, para o bom funcionamento do trabalho em equipa; estimula os seus colaboradores aplicando desafios e metas a cumprir e recompensando monetariamente quando atingidos, através do pagamento de comissões de reservas diretas ou de transferes realizados. O estágio na empresa contribuiu para a melhoria das competências da estagiária, uma vez que possibilitou o desenvolvimento de competências de comunicação oral, o alargamento de conhecimentos de gestão de plataformas de reservas *online* e contribuiu para o melhoramento do relacionamento intrapessoal e interpessoal.

Em conclusão, a empresa Living4Malaga é um bom exemplo a seguir de uma empresa de gestão de unidades de alojamento local.

ANEXOS

Anexo 1: Hóspedes por tipologia em Portugal (2014)

Hóspedes por Tipologia Portugal	2014												Acumulado
	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
Hóteis	538 385	594 660	800 508	1 027 809	1 185 207	1 135 814	1 239 952	1 532 111	1 233 786	1 129 634	742 978	707 539	11 928 383
5*	90 080	103 104	144 753	182 071	206 563	204 463	220 213	255 046	231 051	203 390	128 105	110 028	2 078 873
4*	238 333	267 229	361 960	463 407	536 258	513 030	540 996	661 333	564 628	502 937	328 266	313 143	5 291 580
3*	132 743	142 074	192 442	252 170	294 108	280 365	315 634	408 424	333 429	281 058	183 773	178 949	2 995 169
2* e 1*	77 169	82 253	101 347	130 161	148 278	137 956	163 109	207 308	164 678	142 249	102 834	105 419	1 562 761
Hóteis-Apartamentos	58 864	68 921	96 297	143 081	162 192	163 382	187 734	218 403	165 996	137 428	69 387	68 121	1 539 806
Pousadas*	11 263	11 739	17 518	22 736	26 708	24 707	26 225	31 013	28 585	26 132	14 504	17 667	258 877
Aldeamentos Turísticos	13 089	16 028	18 437	34 216	33 805	46 827	49 422	66 651	42 388	33 386	15 593	15 227	385 069
Apartamentos Turísticos	18 286	23 376	38 365	78 390	89 435	117 080	126 046	156 733	103 137	66 320	23 078	25 426	865 672
Alojamento Local	86 734	93 329	127 517	162 192	184 969	178 716	215 200	271 309	206 249	175 878	126 316	123 757	1 952 166
Turismo no Espaço Rural	11 414	13 740	20 345	31 304	32 951	36 284	45 939	72 323	42 850	27 277	16 235	20 987	371 649
Total Global	738 035	821 793	1 118 987	1 499 728	1 715 267	1 702 890	1 890 518	2 348 543	1 882 991	1 596 055	1 008 091	978 724	17 301 622

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hotalaria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)
 *Pousadas e Quintas da Madeira
 ... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: INE

Fonte : Travel Bi (2014)

Anexo 2: Hóspedes por tipologia em Portugal (2015)

Hóspedes por Tipologia Portugal	2015												Acumulado
	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
Hóteis	618 406	670 556	888 176	1 087 786	1 307 096	1 262 024	1 367 444	1 649 799	1 441 972	1 247 383	802 311	777 350	13 100 303
5*	101 611	111 842	144 640	184 101	216 439	219 141	239 925	272 391	252 681	219 589	129 678	120 593	2 212 631
4*	272 666	298 236	394 149	503 472	605 676	575 188	608 822	727 294	650 853	567 140	361 282	352 103	5 916 941
3*	150 555	163 727	214 774	264 270	325 566	312 679	340 781	430 514	358 805	308 362	200 876	195 668	3 266 577
2* e 1*	93 574	96 691	114 613	135 943	159 415	155 016	177 916	219 600	179 633	152 292	110 475	108 986	1 704 154
Hóteis-Apartamentos	61 624	73 144	101 457	138 365	164 337	172 072	185 862	213 004	168 511	135 384	66 564	69 606	1 549 930
Pousadas*	14 232	17 518	22 780	25 653	29 279	26 780	31 282	35 201	34 012	27 726	17 669	19 856	301 988
Aldeamentos Turísticos	12 374	15 194	22 475	33 438	45 553	43 801	53 475	64 710	53 587	35 887	18 731	18 873	418 098
Apartamentos Turísticos	21 085	24 916	40 212	68 953	92 534	113 229	137 061	158 101	110 097	75 189	27 508	29 646	898 541
Alojamento Local	125 081	127 211	156 921	188 773	219 418	216 123	257 088	312 195	244 321	205 465	138 686	131 359	2 322 641
Turismo no Espaço Rural	18 823	22 698	31 550	42 330	54 070	54 090	73 166	106 212	68 285	43 631	24 655	30 169	569 679
Total Global	871 625	951 237	1 243 571	1 585 298	1 912 287	1 888 119	2 105 378	2 539 222	2 120 785	1 770 675	1 096 124	1 076 859	19 161 180

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hotalaria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)
 *Pousadas e Quintas da Madeira
 ... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: INE

Fonte: Travel Bi (2015)

Anexo 3: Hóspedes por tipologia em Portugal (2016)

Hóspedes por Tipologia Portugal		2016												
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	Acumulado
Hotéis		685 321	783 940	1 065 661	1 196 151	1 416 674	1 425 441	1 540 775	1 734 795	1 583 244	1 419 989	922 889	849 818	14 624 898
5*		104 152	125 238	169 850	189 585	230 195	236 837	262 724	274 755	253 016	238 217	147 930	125 395	2 363 934
4*		313 487	360 105	499 575	563 781	671 074	667 954	707 205	795 024	740 730	676 018	435 057	396 503	6 826 513
3*		170 777	192 269	257 509	293 197	338 012	346 108	373 055	434 666	384 971	336 750	219 098	208 851	3 555 263
2* e 1*		96 905	106 268	138 727	149 608	177 593	174 542	197 791	230 350	196 527	169 004	120 804	119 069	1 879 188
Hotéis-Apartamentos		63 114	77 623	111 156	141 345	160 291	183 344	209 257	213 765	179 129	148 768	73 461	73 692	1 634 945
Pousadas*		15 475	18 041	25 175	26 586	32 579	31 177	34 531	37 226	36 693	32 913	20 463	22 526	333 385
Aldeamentos Turísticos		15 900	21 146	28 062	37 378	44 246	53 374	65 301	74 628	59 000	44 487	18 851	21 534	483 907
Apartamentos Turísticos		26 162	30 287	49 555	65 592	83 938	104 713	126 392	143 604	107 759	80 984	26 880	28 825	874 691
Alojamento Local		120 584	136 251	171 146	193 531	233 990	255 867	303 637	365 386	288 931	242 916	162 027	157 437	2 631 703
Turismo no Espaço Rural		22 588	28 788	41 880	47 444	55 120	67 295	86 204	121 921	81 284	55 648	26 891	34 033	669 096
Total Global		949 144	1 096 076	1 492 635	1 708 027	2 027 038	2 121 211	2 366 097	2 691 325	2 336 040	2 025 705	1 251 462	1 187 885	21 252 625

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hoteleria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

*Pousadas e Quintas da Madeira

... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: INE

Fonte: Travel Bi (2016)

Anexo 4: Hóspedes por tipologia em Portugal (2017)

Hóspedes por Tipologia Portugal		2017												
		janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	Acumulado
Hotéis		803 500	879 087	1 110 549	1 467 485	1 542 376	1 588 382	1 664 549	1 854 786	1 735 934	1 562 827	1 026 406	962 246	16 199 327
5*		122 874	140 149	173 683	223 677	243 086	251 921	265 996	279 779	269 191	246 644	155 786	137 998	2 510 784
4*		380 367	414 402	528 237	700 441	733 702	743 687	774 181	852 790	803 132	736 474	486 048	455 246	7 608 707
3*		192 779	211 839	270 913	365 901	377 143	400 786	417 347	480 857	444 305	391 216	254 564	241 485	4 049 115
2* e 1*		107 480	112 697	137 716	177 466	189 045	192 608	207 025	241 360	219 306	198 493	130 008	127 517	2 030 721
Hotéis-Apartamentos		67 689	80 947	100 494	166 480	164 001	181 170	205 662	219 291	187 586	160 612	83 515	78 498	1 695 945
Pousadas*		18 106	19 219	25 598	34 326	34 318	34 525	35 569	41 216	38 257	35 330	23 380	23 432	363 276
Aldeamentos Turísticos		18 357	22 234	25 934	50 937	47 428	57 137	68 419	77 807	61 147	47 220	19 581	23 721	519 922
Apartamentos Turísticos		24 341	27 868	39 885	95 349	96 850	122 044	146 924	156 440	124 690	91 089	30 838	34 559	990 877
Alojamento Local		145 844	160 023	202 009	287 248	300 735	335 588	390 331	453 407	381 644	321 548	212 892	198 401	3 389 670
Turismo no Espaço Rural		24 434	32 497	37 245	75 208	68 093	79 477	102 501	136 157	97 386	69 411	31 728	40 611	794 748
Total Global		1 102 271	1 221 875	1 541 714	2 177 033	2 254 401	2 398 923	2 613 955	2 939 104	2 626 644	2 288 037	1 428 340	1 361 468	23 953 785

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hoteleria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

*Pousadas e Quintas da Madeira

... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: INE

Fonte: Travel Bi (2017)

Anexo 5: Hóspedes por tipologia em Portugal (2018)

Hóspedes por Tipologia Portugal	2018												Acumulado
	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
Hotéis	838 894	941 367	1 241 148	1 429 149	1 614 434	1 604 793	1 657 128	1 918 275	1 762 895	1 534 555	1 114 173	1 009 621	16 726 492
5*	123 135	136 386	188 480	215 008	250 305	254 999	261 546	287 392	273 077	255 307	170 898	141 539	2 558 072
4*	397 683	454 465	597 731	692 384	761 879	756 891	774 009	889 591	831 098	754 033	524 749	474 613	7 909 126
3*	205 333	233 788	306 357	355 449	404 709	399 519	414 199	495 809	444 068	395 675	278 601	260 803	4 194 310
2* e 1*	112 743	116 728	148 580	166 308	197 601	193 384	207 374	245 483	214 652	189 540	139 925	132 666	2 064 984
Hotéis-Apartamentos	68 619	61 373	120 422	156 574	180 787	192 147	211 380	227 798	201 825	170 610	91 534	88 035	1 791 104
Pousadas*	19 952	23 244	28 550	32 217	36 092	34 989	35 226	41 106	38 914	35 158	23 683	23 795	372 926
Aldeamentos Turísticos	17 108	22 118	32 862	41 562	51 087	60 387	70 867	83 736	65 624	49 580	22 819	25 115	542 865
Apartamentos Turísticos	25 073	33 320	50 076	76 995	102 069	121 052	146 024	163 755	133 494	93 855	35 690	35 402	1 016 845
Alojamento Local	173 681	189 758	254 075	300 536	358 734	375 981	448 477	519 844	429 495	357 341	233 918	214 391	3 856 431
Turismo no Espaço Rural	26 091	35 737	46 756	62 687	78 236	84 451	108 933	149 131	104 429	75 221	36 322	40 671	848 665
Total Global	1 169 618	1 326 917	1 773 889	2 099 720	2 421 499	2 473 840	2 678 035	3 103 645	2 736 676	2 376 320	1 558 139	1 437 030	25 155 328

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hoteleria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

*Pousadas e Quintas da Madeira

... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: IIE

Fonte: Travel Bi (2018)

Anexo 6: Hóspedes por tipologia em Portugal (2019)

Hóspedes por Tipologia Portugal	2019												Acumulado
	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	
Hotéis	887 549	969 836	1 278 487	1 513 650	1 703 622	1 712 656							8 066 000
5*	137 730	150 375	203 151	234 634	269 637	280 666							1 276 193
4*	413 104	462 343	607 745	717 283	808 515	797 257							3 806 247
3*	219 767	239 058	315 174	381 849	425 643	428 116							2 009 607
2* e 1*	116 948	118 060	152 417	180 084	199 827	206 617							973 953
Hotéis-Apartamentos	80 163	87 418	125 489	172 887	190 557	210 229							866 743
Pousadas*	18 989	20 015	29 989	32 530	35 887	35 516							172 926
Aldeamentos Turísticos	19 584	21 817	31 679	47 204	51 180	60 640							232 084
Apartamentos Turísticos	29 589	36 158	53 669	98 211	112 197	141 309							471 133
Alojamento Local	202 813	214 625	281 090	373 383	416 309	450 999							1 939 219
Turismo no Espaço Rural	27 902	34 412	51 401	77 237	81 898	101 688							374 538
Total Global	1 266 569	1 384 281	1 851 804	2 315 302	2 591 650	2 713 037							12 122 643

Notas: Hóspedes no total do alojamento turístico (Hoteleria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

*Pousadas e Quintas da Madeira

... dado confidencial _ não aplicável n.d não disponível

Fonte: IIE, valores provisórios

Fonte: Travel Bi (2019)

Anexo 7: Condições para o funcionamento de unidades de alojamento local nos Açores

Moradias e apartamentos

Infraestruturas e equipamentos	
1	Edifícios bem conservados, no interior e exterior
2	Equipamentos e mobiliário em bom estado de conservação
3	As infraestruturas, máquinas e, de um modo geral, todo o equipamento necessário para o funcionamento dos estabelecimentos não devem produzir ruídos, vibrações, fumos ou cheiros suscetíveis de perturbar ou, de qualquer modo, afetar o ambiente do empreendimento e a comodidade dos hóspedes
4	Sistema de iluminação e água corrente quente e fria
5	Sistema de saneamento adequado à capacidade máxima do estabelecimento
6	Quando o sistema de abastecimento de água seja privativo, os empreendimentos devem dispor de reservatórios com capacidade para satisfazer as necessidades diárias
7	Sistema de climatização adequado às condições climáticas do local
8	As salas e quartos são insonorizados e com janelas ou portadas em comunicação direta com o exterior.
9	Telefone fixo ou móvel com ligação à rede exterior

Áreas mínimas	
10	Devem ser cumpridas as áreas mínimas estabelecidas no Regulamento Geral das Edificações Urbanas (RGEU)
Segurança	
11	Os estabelecimentos devem dispor de: <ul style="list-style-type: none"> a) Extintores e mantas de incêndios acessíveis e em quantidade adequada ao número de unidades de alojamento; b) Equipamento de primeiros socorros; c) Manual de instruções de todos os eletrodomésticos existentes nas unidades de alojamento ou, na falta dos mesmos, informação sobre o respetivo funcionamento e manuseamento; d) Indicação do número nacional de emergência (112).
Zona de serviço	
12	Sistema de armazenagem de lixos, quando não exista serviço público de recolha
Quartos	
13	Os quartos são individuais, duplos ou triplos
14	Equipamento mínimo dos quartos: cama(s), mesa(s) de cabeceira ou solução de apoio equivalente, espelho, roupeiro ou solução equivalente, iluminação de cabeceira, tomada elétrica, cadeira ou sofá, cabides, cesto de papéis, cobertor ou édredon suplementar, TV ⁽¹⁾ com controlo remoto.

Anexo 7 (continuação)

15	Dispositivo para vedar a entrada de luz exterior
Salas	
16	Equipamento mínimo: mesa de refeições ou adaptável para o efeito, cadeiras e sofá, loiças, vidros, talheres, TV ⁽¹⁾
Cozinhas ou pequenas cozinhas (kitchenettes)	
17	Equipamento mínimo: frigorífico, fogão ou placa, micro-ondas, lava-loiça, dispositivo para absorver fumos e cheiros, utensílios e armários para víveres e utensílios
18	Nas pequenas cozinhas (kitchenettes), os aparelhos de confeção de refeições ou de aquecimento não devem utilizar fluidos combustíveis
Instalações sanitárias	
19	Uma instalação sanitária para cada três quartos
20	Equipamento mínimo e consumíveis: sanita, duche ou banheira, lavatório, espelho, ponto de luz, tomada de corrente elétrica, suporte para toalhas, toalhas (1 de rosto e 1 de banho por pessoa), tapete ou toalha de chão e sabonete ou gel de banho

Serviços	
21	Serviço de atendimento ao cliente: informação e reservas
22	<p>Informação escrita para os hóspedes, pelo menos em português e inglês, sobre:</p> <p>a) Condições gerais da estada e normas de utilização do estabelecimento, incluindo preços dos serviços disponibilizados e respetivos horários;</p> <p>b) Aviso da disponibilidade de livro de reclamações;</p> <p>c) Localização dos serviços médicos e das farmácias mais próximas;</p> <p>d) Meios de transporte público que sirvam o estabelecimento, vias de acesso aos mesmos e estabelecimentos de restauração e bebidas nas proximidades.</p>
23	O preço diário do alojamento inclui o serviço de arrumação e limpeza e o consumo ilimitado de água e de eletricidade, desde que inerente aos serviços próprios do estabelecimento
24	As instalações e equipamentos devem ser mantidos nas devidas condições de higiene e limpeza
25	<p>Arrumação e limpeza do estabelecimento:</p> <p>a) Pelo menos duas vezes por semana;</p> <p>b) Sempre que o hóspede o solicite;</p> <p>c) Sempre que haja mudança de hóspede.</p>
26	<p>As roupas de cama devem ser substituídas:</p> <p>a) Pelo menos uma vez por semana;</p> <p>b) Sempre que o hóspede o solicite;</p> <p>c) Sempre que haja mudança de hóspede.</p>
27	<p>Os atalhados devem ser substituídos:</p> <p>a) Pelo menos duas vezes por semana;</p> <p>b) Sempre que o hóspede o solicite;</p> <p>c) Sempre que haja mudança de hóspede.</p>

(1) Alternativamente, pode ser colocada na sala ou nos quartos da moradia ou apartamento.

Anexo 7 (continuação)

Estabelecimentos de hospedagem e quartos na residência do locador

Infraestruturas e equipamentos	
1	Edifícios bem conservados, no interior e exterior
2	Equipamentos e mobiliário em bom estado de conservação
3	As infraestruturas, máquinas e, de um modo geral, todo o equipamento necessário para o funcionamento dos estabelecimentos não devem produzir ruídos, vibrações, fumos ou cheiros suscetíveis de perturbar ou, de qualquer modo, afetar o ambiente do empreendimento e a comodidade dos hóspedes
4	Sistema de iluminação e água corrente quente e fria
5	Sistema de saneamento adequado à capacidade máxima do estabelecimento
6	Quando o sistema de abastecimento de água seja privativo, os empreendimentos devem dispor de reservatórios com capacidade para satisfazer as necessidades diárias
7	As salas e quartos são insonorizados e com janelas ou portadas em comunicação direta com o exterior.
8	Acesso privativo às unidades de alojamento
9	Telefone fixo ou móvel com ligação à rede exterior e disponível 24h/dia

Segurança	
10	Os estabelecimentos devem dispor de: <ul style="list-style-type: none"> a) Extintores e mantas de incêndios acessíveis e em quantidade adequada ao número de unidades de alojamento; b) Equipamento de primeiros socorros; c) Manual de instruções de todos os eletrodomésticos existentes nas unidades de alojamento ou, na falta dos mesmos, informação sobre o respetivo funcionamento e manuseamento; d) Indicação do número nacional de emergência (112).
Zonas comuns	
11	Local identificado de receção destinado ao <i>check-in</i> , <i>check-out</i> e informações aos hóspedes, que pode estar inserido em qualquer área de uso comum ⁽¹⁾
12	Área de estar equipada: mesas, sofás ou cadeiras e TV com controlo remoto.
Zonas de serviço	
13	Cozinha ou copa, se forem servidos pequenos-almoços
14	Zona de armazenagem ⁽¹⁾
Quartos	
15	Sistema de climatização adequado às condições climáticas do local
16	50% dos quartos com instalações sanitárias privadas ⁽¹⁾

Anexo 7 (continuação)

17	Área mínima do quarto individual – 6,5 m ²
18	Área mínima do quarto duplo – 9 m ²
19	Área mínima do quarto triplo – 14 m ²
20	Equipamento mínimo dos quartos: cama(s), mesa(s) de cabeceira ou solução de apoio equivalente, espelho, roupeiro ou solução equivalente, iluminação de cabeceira, tomada elétrica, cadeira ou sofá, cabides, cesto de papéis, cobertor ou édredon suplementar.
21	Dispositivo para vedar a entrada de luz exterior
Instalações sanitárias	
22	Uma instalação sanitária para cada dois quartos sem instalações privativas ⁽²⁾
23	Equipamento mínimo e consumíveis: sanita, duche ou banheira, lavatório, espelho, ponto de luz, tomada de corrente elétrica, suporte para toalhas, toalhas (1 de rosto e 1 de banho por pessoa), tapete ou toalha de chão e sabonete ou gel de banho
24	As instalações sanitárias, quando comuns, podem ser mistas ou separadas por género; nas que não sejam separadas por género, os chuveiros devem configurar espaços autónomos separados por portas com fecho interior.

Serviços	
25	<p>Informação escrita para os hóspedes, disponível na receção, pelo menos em português e inglês, sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Condições gerais da estada e normas de utilização do estabelecimento, incluindo preços dos serviços disponibilizados e respetivos horários; b) Aviso da disponibilidade de livro de reclamações; c) Localização dos serviços médicos e das farmácias mais próximas; d) Meios de transporte público que sirvam o estabelecimento, vias de acesso aos mesmos e estabelecimentos de restauração e bebidas nas proximidades.
26	O preço diário do alojamento inclui o serviço de arrumação e limpeza e o consumo ilimitado de água e de eletricidade, desde que inerente aos serviços próprios do estabelecimento
27	As instalações e equipamentos devem ser mantidos nas devidas condições de higiene e limpeza
28	<p>Arrumação e limpeza do quarto:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Pelo menos duas vezes por semana; b) Sempre que o hóspede o solicite; c) Sempre que haja mudança de hóspede.
29	<p>As roupas de cama devem ser substituídas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Pelo menos uma vez por semana; b) Sempre que o hóspede o solicite; c) Sempre que haja mudança de hóspede.

Anexo 7 (continuação)

30	Os toalhadados devem ser substituídos: a) Pelo menos duas vezes por semana; b) Sempre que o hóspede o solicite; c) Sempre que haja mudança de hóspede.
31	Serviço de atendimento permanente, presencial ou automático ⁽¹⁾ .

(1) Não aplicável ao alojamento previsto na alínea a) do n.º 1 do artigo 2º.

(2) No caso do alojamento previsto na alínea a) do n.º 1 do artigo 2º, contabilizam-se todos os quartos e instalações sanitárias da habitação, incluindo os afetos ao uso privativo do locador e seu agregado familiar.

«Hostel»

Infraestruturas e equipamentos	
1	Edifícios bem conservados, no interior e exterior.
2	Equipamentos e mobiliário em bom estado de conservação.
3	As infraestruturas, máquinas e, de um modo geral, todo o equipamento necessário para o funcionamento dos estabelecimentos não devem produzir ruídos, vibrações, fumos ou cheiros suscetíveis de perturbar ou, de qualquer modo, afetar o ambiente do empreendimento e a comodidade dos hóspedes.
4	Sistema de iluminação e água corrente quente e fria.
5	Sistema de saneamento adequado à capacidade máxima do estabelecimento.
6	Quando o sistema de abastecimento de água seja privativo, os empreendimentos devem dispor de reservatórios com capacidade para satisfazer as necessidades diárias.
7	Os quartos ou dormitórios devem ter uma janela ou sacada com comunicação direta para o exterior que assegure as adequadas condições de ventilação e arejamento.
8	Acesso privativo às unidades de alojamento, exceto às unidades em dormitório.
Segurança	
9	Os estabelecimentos devem dispor de: a) Extintores e mantas de incêndios acessíveis e em quantidade adequada ao número de unidades de alojamento; b) Equipamento de primeiros socorros; c) Manual de instruções de todos os eletrodomésticos existentes nas unidades de alojamento ou, na falta dos mesmos, informação sobre o respetivo funcionamento e manuseamento; d) Indicação do número nacional de emergência (112).

Anexo 7 (continuação)

Zonas comuns	
10	Local identificado de receção destinado ao <i>check-in</i> , <i>check-out</i> e informações aos hóspedes, que pode estar inserido em qualquer área de uso comum.

11	Área de estar equipada: mesas, sofás ou cadeiras e TV com controlo remoto.
Zonas de serviço	
12	Cozinha ou copa, se forem servidos pequenos-almoços.
Quartos ou dormitórios	
13	Sistema de climatização adequado às condições climáticas do local
14	30% dos quartos com instalações sanitárias privativas
15	Área mínima do quarto individual – 6,5 m ²
16	Área mínima do quarto duplo – 9 m ²
17	Área mínima do quarto triplo – 14 m ²

18	Área mínima do dormitório - 16m ²
19	Equipamento mínimo dos quartos ou dormitórios: cama(s), mesa(s) de cabeceira ou solução de apoio equivalente, tomada elétrica, cesto de papéis, cobertor ou édredon suplementar por cama.
20	Os dormitórios devem dispor de um compartimento individual por cada cama, com sistema de fecho, com uma dimensão mínima interior de 55cmx40cmx20cm;
21	Dispositivo para vedar a entrada de luz exterior.
Instalações sanitárias	
22	Uma instalação sanitária para cada três quartos sem instalações privativas.
23	Equipamento mínimo: sanita, duche ou banheira, lavatório, espelho, ponto de luz, tomada de corrente elétrica e suporte para toalhas.
24	As instalações sanitárias, quando comuns, podem ser mistas ou separadas por género; nas que não sejam separadas por género, os chuveiros devem configurar espaços autónomos separados por portas com fecho interior.
Serviços	
25	Informação escrita para os hóspedes, disponível na receção, pelo menos em português e inglês, sobre: <ul style="list-style-type: none"> a) Condições gerais da estada e normas de utilização do estabelecimento, incluindo preços dos serviços disponibilizados e respetivos horários; b) Aviso da disponibilidade de livro de reclamações; c) Localização dos serviços médicos e das farmácias mais próximas; d) Meios de transporte público que sirvam o estabelecimento, vias de acesso aos mesmos e estabelecimentos de restauração e bebidas nas proximidades.
26	As instalações e equipamentos devem ser mantidos nas devidas condições de higiene e limpeza
27	Arrumação e limpeza do quarto e do dormitório: sempre que haja mudança de hóspede
28	As roupas de cama devem ser substituídas: sempre que haja mudança de hóspede
29	Os atoalhados, no caso de serem fornecidos pelo estabelecimento, devem ser substituídos: sempre

	que haja mudança de hóspede
--	-----------------------------

Anexo 8: Modelo de requerimento para pedir a titularidade de alojamento local

Modelo de requerimento

Exmo(a). Senhor(a)
Presidente da Câmara Municipal
d _____

1. IDENTIFICAÇÃO DO REQUERENTE

Nome ou denominação social _____

Morada ou sede _____ Código Postal _____

NIF/NIPC _____ Tel./Tlmv. _____ Correio Eletrónico _____

2. PEDIDO

Requer a V. Exª a verificação dos requisitos mínimos do estabelecimento, para efeitos de comercialização como alojamento local, ao abrigo do disposto no n.º 2 do artigo 4.º da Portaria n.º .../2016, com as seguintes características:

Denominação: _____

Localização: _____

Localidade: _____ Código Postal: _____

Tipo: Quartos na residência Moradia Apartamento Estabelecimento de hospedagem Hostel

3. MORADIAS

Nº Camas:

Nº Quartos: individuais duplos triplos

4. APARTAMENTOS

T0 T1 T2 T3 Outros Capacidade máxima (camas)

5. ESTABELECIMENTOS DE HOSPEDAGEM E QUARTOS EM RESIDÊNCIA

Nº Camas:

Nº Quartos: individuais duplos triplos

6. HOSTEL

Nº Camas:

Nº Quartos: individuais duplos triplos

Nº Dormitórios:

7. DOCUMENTOS

O requerente junta os seguintes documentos:

- Documento comprovativo da sua legitimidade
- Termo de responsabilidade respeitante às instalações elétricas, de gás e outras
- Projeto de segurança, com termo de responsabilidade do seu autor, contra riscos de incêndio, se exigível
- Planta do(s) imóvel(is), com indicação das unidades de alojamento afetas à atividade

Data: _____

Ass: _____

Anexo 9: Página do Facebook da empresa Living4Malaga

The screenshot shows the Facebook profile for Living4Malaga. The profile picture is a circular logo with a stylized 'M' and the text 'Living4Malaga Holiday Accommodation'. The cover photo is a blue and white abstract design. The left sidebar contains a menu with options: 'Página inicial', 'Críticas', 'Ofertas', 'Fotos', 'Vídeos', 'Publicações', 'Sobre', and 'Comunidade'. The main content area features a post with three recommendations and a poll asking 'Recomendas Living4malaga?' with 'Sim' and 'Não' options. The right sidebar includes a 'Comunidade' section with statistics and a 'Sobre' section with a map and contact information.

Fonte: Facebook da empresa Living4Malaga

Anexo 10: Página do Instagram da empresa Living4Malaga

The screenshot shows the Instagram profile for Living4Malaga. The profile picture is a circular logo with a stylized 'M' and the text 'Living4Malaga Holiday Accommodation'. The bio includes the company name, business type, website, and location. The grid of posts features various images related to the company, including a fashion week event and a fireworks display.

Fonte : Página do Instagram da Empresa Living4Malaga

Anexo 11: Página do *website* da empresa Living4Malaga

Living4malaga
HOLIDAY ACCOMMODATION

HOME VACATION RENTALS GUEST SERVICES WHAT TO DO BLOG ABOUT US CONTACT US ESPAÑOL

Call us: +34 951 431 069 - +34 656 288 509

LIVE THE EXPERIENCE

FIND YOUR MÁLAGA VACATION RENTAL

ARRIVAL	DEPARTURE	BEDROOMS	GUESTS (2 YEAR OLD)	SEARCH
2019-09-26	2019-09-27	0+ BEDROOMS	1 GUEST	

Fonte: Living4Malaga (2019)

Anexo 12: Modelo de Negócio Canvas

O Business Model Canvas

Parcerias-chave	Atividades-chave	Oferta de valor	Relacionamento	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> -Websites de reservas (booking, expedia, homeawa, airbnb, misterbnb, tripadvisor), -Proprietários, -Taxi, Transfer, -Empresas de excursões (Julia Travel), -Parques de estacionamento -Hammam (banhos termais), -museus. 	<p>Alojamento local</p> <p>-Arrendamento de apartamentos</p>	<p>-garantir a qualidade de atendimento,</p> <p>-Garantir o alojamento mais adequado de modo a satisfazer o cliente de acordo com os preços, acessibilidades e desejos dos clientes,</p>	<p>-Foco total no cliente,</p> <p>-Manter os clientes informados de tudo, passando todas e as melhores informações que sejam necessárias,</p> <p>-Escutar muito, principalmente as críticas,</p> <p>-Demonstrar segurança e fiabilidade</p>	<p>-Mercado internacional</p> <p>-Clientes que estejam em família, casais ou clientes individuais,</p> <p>-Clientes de todas as idades, nacionalidades, género, etnia, religião,</p>
	<p>Recursos-chave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Apartamentos, -casas, -vivendas -humanos 		<p>Canais</p> <ul style="list-style-type: none"> -Redes sociais (Facebook, Instagram, site da empresa) -Sites de reserva 	
<p>Estrutura de custos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pagamento do salário dos funcionários da empresa, mínimo de 800 euros e máximo de 1900 euros mensais dependendo do posto de trabalho. -Impostos, -Manutenção dos apartamentos, -Decoração, -Materiais de escritório, limpeza. 		<p>Fontes de receita</p> <ul style="list-style-type: none"> -O arrendamento dos apartamentos, - Comissões de transfer, táxi, excursões, <p>O proprietário recebe 65 % do lucro e a empresa ganha 35%. Os apartamentos são desde 35 euros a 300 euros por noite, dependendo do tipo de apartamento, época sazonal, número de pessoas que alugam um apartamento.</p>		

Anexo 13: Panfleto de parcerias da empresa



Fonte: Empresa Living4Malaga

Anexo 14: Análise *Swot*



LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Hóspedes por tipologia de alojamento em Portugal (2014).....	74
Anexo 2. Hóspedes por tipologia de alojamento em Portugal (2015).....	74
Anexo 3. Hóspedes por Tipologia de alojamento em Portugal (2016).....	75
Anexo 4. Hóspedes por tipologia de alojamento em Portugal (2017).....	75
Anexo 5. Hóspedes por tipologia de alojamento em Portugal (2018).....	76
Anexo 6. Hóspedes por tipologia de alojamento em Portugal (2019).....	76
Anexo 7. Condições para o funcionamento das unidades de alojamento local nos Açores.....	77
Anexo 8. Modelo de requerimento de alojamento local nos Açores.....	83
Anexo 9. Página <i>Facebook</i> da empresa.....	84
Anexo 10. Página <i>Instagram</i> da empresa.....	84
Anexo 11. Página <i>website</i> da empresa.....	85
Anexo 12. Modelo de negócios Canvas	86
Anexo 13. Panfleto de parcerias da empresa.....	87
Anexo 14. Análise <i>Swot</i>	87

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia consultada:

Brites Salgado, Manuel António. *Perspectivas do turismo rural em Portugal, Estudos de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal*. Alquilafuente ediciones Universidad Salamanca.

Nobrega, António. *O Novo Regime Jurídico do Alojamento Local*. Arandis Editora, 2018

Patricio, Manuela. *Direito do turismo e alojamento local turístico*. Editora Almedina, 2016

Patrício, Manuela. *Direito do turismo e alojamento local turístico*. Editora Almedina, 2017

Sarmento, Manuela. *Gestão pela qualidade total na indústria do alojamento turístico*. Escolar Editora

Rodriguez, Agustin Nieto. *Dirección y coordinación de alojamientos turísticos*. Editorial Síntesis, 2017

Dorado, Jose António. *Dirección de alojamientos turísticos*. Editorial Síntesis, 2011

MacCannell, Dean.; *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press. Sage, London, 1999

Berkeley Urry, J.; *The Tourist Gaze*. Sage, London, 1990

Webgrafia consultada:

Paula; Gilles de B. de (2015) *Missão, Visão e Valores – A forma mais simples e poderosa de inspirar, motivar e engajar todos em sua empresa*. Disponível no portal: Treasy: <https://www.treasy.com.br/blog/missao-visao-e-valores/>

Gonzalez, Taiana (2018). *Booking revela las tendencias de viajes para 2019*. Disponível no portal: Hosteltur: https://www.hosteltur.com/lat/125640_booking-revela-tendencias-viajes-2019.html

Almeida, Maria (2019), *Alojamento local VS Alojamento tradicional: Qual a melhor opção?*. Disponível no portal: Home Hunting: <https://homehunting.pt/blog/2019/05/15/alojamento-local-vs-alojamento-tradicional-qual-a-melhor-opcao/>

Pereira, Pedro (2018). *É possível fazer cross-selling para aumentar lucros*. Disponível no portal: Casas d'Almedina: <https://www.casasdalmedina.pt/e-possivel-fazer-cross-selling-para-aumentar-lucros>

Domingos Salvador (acedido a 2019) *Alojamento Local: Conceito e Regulamentação Jurídica*. Disponível no portal: Domingos Salvado. Gestão, Contabilidade e consultoria: (Acedido em Julho de 2019): <https://www.domingossalvador.pt/pt/blog/4-fiscalidade/88-alojamento-local-conceito-e-regulamentacao-juridica>

Travel BI by Turismo de Portugal (acedido em maio de 2019): <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/hospedes.aspx>

Instituto Nacional de Estatística. *Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos*. Acedido em agosto de 2019. Disponível no portal: INE: <http://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t11/e162eoap/a2013/10/&file=01nad02.px&L=0>

Instituto de Estatística e Cartografia da Andaluzia. (acedido a 2018) *Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos*. Disponível no portal: Junta de Andalucía https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/15833?CodOper=b3_1434&codConsulta=15833

Junta de Andalucía (acedido em julho de 2019): <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/28/6>

Andalucía. *Málaga* (acedido em maio de 2019): <http://www.andalucia.org/es/destinos/provincias/malaga/>

Diário de Espanha.El País. *Los Pitufos reniegan del pueblo pitufo*. (acedido em 2017): https://elpais.com/politica/2017/08/07/diario_de_espana/1502096277_327367.htm

Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia (2017), Andalucía: *Destino Internacional 'Gay Friendly' Recomendado Para El 2018*, (acedido em março de 2019):

<https://cclgbt.co/andalucia-destino-internacional-gay-friendly-recomendado-para-el-2018>

Hospedin (acedido em Dezembro de 2018):
<http://blog.hospedin.com/glossario-hoteleiro/>

Turismo de Portugal.(*Acedido desde novembro de 2018 a agosto de 2019*):
http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Apresentacao/Desempenho_Turistico/Paginas/default.aspx

Inforural. *Turismo Urbano*. Acedido em agosto de 2019:
<http://www.inforural.com/turismo/cultural/urbano/>

EPortugal (acedido em agosto de 2019):
<https://eportugal.gov.pt/fichas-de-enquadramento/alojamento-local>

Statista (acedido em Abril de 2019):
<https://es.statista.com/estadisticas/511424/apartamentos-turisticos-numero-total-en-espana/>

Sapo (acedido em março de 2019):
<https://sol.sapo.pt/artigo/128081/chegada-das-low-cost-anima-economia-dos-acores>

Dicas de Lisboa (acedido em junho de 2019):
<https://dicasdelisboa.com.br/2015/09/cidades-mais-visitadas-de-portugal.html>

Benedito, Inma (2018). *La maraña legal del alquiler turístico*. Disponível no portal: Expansión:
<https://www.expansion.com/economia/2018/04/29/5ac63397e2704ef46a8b466b.html>

Casarotto, Camila(2019). *Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio*. Disponível no portal: Blog Rock Content: <https://rockcontent.com/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>

Gomes, Rafael (2015). *Modelagem de Negócios – Canvas*. Disponível no portal Slideshare: <https://fr.slideshare.net/rafaelgomesadm/canvas-48011804>

Araújo, Fabrícia (2014) *O ciclo de vida do produto*. Disponível no portal: administradores.com: <https://administradores.com.br/artigos/o-ciclo-de-vida-do-produto>

Roberto Espinosa (Acedido em Julho de 2019):

<https://robertoepinosa.es/2016/12/31/marketing-operativo-marketing-estrategico>

Carvalho, Henrique (2017). *Diferenciação: como usar seu posicionamento para conquistar um lugar exclusivo na mente dos clientes*. Disponível no portal: Viver de Blog: <https://viverdeblog.com/diferenciacao/>

Relvas, Rafaela (2018). *Quantos alojamentos locais estão registados em Portugal?* Disponível no portal: Sapo: <https://eco.sapo.pt/2018/08/25/sabia-que-quantos-alojamentos-locais-estao-registados-em-portugal/>

Report Lobby (acedido em Dezembro de 2018):

<https://www.reportelobby.com/2018/10/-tendencias-turismo-2019-reporte-lobby.html>

S.R. do Turismo e Transportes (2016). *Jornal Oficial, Presidência do Governo dos Açores* Portaria N.º 83/2016 de 4 de Agosto. Disponível no Portal: Governo dos Açores: <http://azores.gov.pt/JO/Serie+I/2016/S%C3%A9rie+I+N%C2%BA+99+de+4+de+Agosto+de+2016/Portaria+N%C2%BA+83+de+2016.htm>

DRE (acedido em Fevereiro de 2019):

<https://dre.pt/home/-/dre/116152179/details/maximized>

UNIVERSIDADE DOS AÇORES
Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus
9500-321 Ponta Delgada
Açores, Portugal