

Universidade da Maia

Departamento de Ciências Empresariais



Orientador Institucional



Resumo

Palavras-chave: Hotelaria, Turismo, Hotel Oca Oriental Porto, Pet Friendly

O presente relatório foi elaborado no âmbito do Estágio Curricular realizado no Hotel Oca Oriental Porto, nos meses de fevereiro, março e abril, com duração de 375 horas. O estágio decorreu em diversos departamentos, nomeadamente back office, receção, departamento comercial, departamento de F&B, housekeeping, e também organização e participação num evento corporativo. O relatório inicia-se com uma breve introdução, seguido de um enquadramento teórico, depois surge a apresentação da entidade de acolhimento e a descrição do estágio, por fim surge o tema da investigação e também as conclusões finais.

Na introdução é realizada uma breve apresentação sobre tudo o que irá decorrer ao longo do relatório. No primeiro capítulo é realizado o enquadramento teórico do relatório, onde são apresentados teoricamente alguns pontos, neste caso, o turismo, o turismo urbano, a hospitalidade em meio urbano, o pet and tourism, e os hotéis pet friendly e as suas vantagens e desvantagens. O segundo capítulo dedica-se à cadeia hoteleira Oca Hotels, onde é apresentada a história desta, a sua missão, visão e valores e também neste capítulo engloba-se a apresentação do Hotel Oca Oriental Porto, o hotel onde foi realizado o estágio, que faz parte da cadeia Oca Hotels, e além da apresentação foi também realizada a análise SWOT e apresentada a estrutura organizacional. No terceiro capítulo decorre a apresentação do estágio onde inicialmente é feita a descrição do funcionamento geral do estágio e de seguida é explicado como decorreu o estágio em cada departamento do hotel. O quarto capítulo é o capítulo referente à metodologia, neste foi realizada a explicação de toda a parte da investigação que decorreu ao longo do relatório. O penúltimo capítulo, a investigação foi o capítulo onde foram apresentados todos os resultados das pesquisas realizadas para o relatório, primeiramente foi apresentado um ponto referente à pesquisa face ao turismo urbano no Porto, de seguida apresentou-se a parte de investigação referente ao hotel Oca Oriental Porto, depois apresentaram-se os resultados da pesquisa face aos hotéis pet friendly de quatro países, de seguida foram apresentados os resultados de um inquérito referente às perceções das pessoas face ao mercado pet friendly, e por fim apresentaram-se os resultados da pesquisa realizada em relação aos comentários de hotes pet friendly da cidade do Porto.

Abstract

Keywords: Hotel Management, Tourism, Pet Friendly, Hotel Oca Oriental Porto

The present report was written in the scope of the Curricular Internship carried out at Oca Oriental Porto, between February and April, with a duration of 375 hours.

The internship took place in several of the hotel departments, including back office, reception desk, commercial department, food and beverage department, housekeeping and also organization and participation in a corporate event. The report begins with a brief introduction, followed by a theoretical framework. After that comes the presentation of the host entity and the description of the internship, ending with the research topic and the final conclusions.

In the introduction, a brief presentation is made about everything that will occur throughout the report. In the first chapter the theoretical framework of the report is presented, where some points are presented - in this case, tourism, urban tourism, hospitality in urban environments, pet and tourism, and pet friendly hotels and their advantages and disadvantages.

The second chapter is dedicated to the "Oca Hotels" chain, where its history, mission, vision and values are introduced. This chapter also includes the presentation of the Oca Oriental Porto Hotel, the place where the internship took place, which is part of the Oca Hotels chain. Besides the presentation, a SWOT analysis was also performed and the organizational structure was explained.

The third chapter is the display of the internship where initially its general functioning is described and then it is described how the internship took place in each department of the hotel. The fourth chapter is the chapter referring to the methodology, in which the whole part of the research that took place throughout the report was explained.

In the second to last chapter - the research - was the chapter where all the results of the research conducted for the report were presented. Firstly, a point was presented regarding the research on urban tourism in Porto, followed by the presentation of the research on the Oca Oriental Porto Hotel and the results of the research on pet friendly hotels in four countries. The results of a survey on people's perceptions of the pet friendly market were also presented, and finally the results of the research were presented regarding the comments of pet friendly hotels in the city of Porto.

Índice

Introdução.....	7
1. Enquadramento Teórico	10
1.1. Turismo	10
1.1.1. Turismo Urbano: Fundamentos.....	11
1.2. Hospitalidade em meio urbano.....	13
1.3. Pet and Tourism.....	15
1.4. Hotéis Pet Friendly.....	18
1.4.1. Vantagens e Desvantagens	19
2. Entidade de Acolhimento	21
2.1. Cadeia Hoteleira Oca Hotels	21
2.1.1. Apresentação e História.....	21
2.1.2. Missão, Visão e Valores	22
2.2. Hotel Oca Oriental Porto.....	23
2.2.1. Estrutura Organizacional.....	28
2.2.2. Análise SWOT	29
3. Descrição do Estágio.....	33
3.1. Funcionamento Geral do Estágio	33
3.2. Back Office	34
3.3. Departamento Comercial.....	35
3.4. Recepção/ Reservas.....	36
3.5. Departamento de F&B.....	37
3.6. Housekeeping	37
3.7. Evento Corporativo	38
3.8. Análise do Estágio.....	39
4. Metodologia	39
5. Investigação.....	42
5.1. Turismo Urbano no Porto.....	42
5.2. Hotel Oca Oriental Porto.....	46
5.3. Alojamentos Pet Friendly.....	47

5.4. Perceções sobre o mercado Pet Friendly em Portugal.....	50
5.4.1. Análise e Discussão dos Resultados.....	50
5.5. Análise de opiniões dos hóspedes dos hotéis pet friendly do Porto	58
Conclusão.....	66
Bibliografia.....	68
Anexos.....	74

Índice de Figuras

Figura 1: Distribuição dos Hotéis da cadeia hoteleira por cidade.	22
Figura 2: Informações do Hotel Oca Oriental Porto.	24
Figura 3: Localização do Hotel.	24
Figura 4: Fachada do Hotel.	25
Figura 5: Vista interna Hotel.	25
Figura 6: Quarto Duplo.	25
Figura 7: Quarto Duplo Standard.	25
Figura 8: Quarto Oca Deluxe.	26
Figura 9: Quarto Triplo.	26
Figura 10: Apartamento Duplex.	26
Figura 11: Júnior Suíte.	26
<i>Figura 12: Quarto Individual</i>	26
<i>Figura 13: Quarto Júnior Deluxe</i>	26
Figura 14: Quarto Familiar.	27
Figura 15: Sala Reunião.	27
Figura 16: Ginásio.	27
Figura 17: Business Center.	27
Figura 18: Buffet de Pequeno-almoço.	28
Figura 19: Buffet de Pequeno-Almoço.	28
Figura 20: Sala Restaurante.	28
Figura 21: Bar. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto.	28
Figura 22: Hotel Oca Oriental Porto.	29
Figura 23: Hotel Eurostars Heroísmo. Fonte: Booking.	30
Figura 24: Número de Dormidas em Alojamentos Turísticos.	31
Figura 25: Mapa Localização Projetos de Empreendimentos Turísticos.	32
Figura 26: Número de Semanas dedicada a cada departamento.	34
Figura 27: Atividade de Decoração- Housekeeping.	38
Figura 28: Pack Vip do Evento Corporativo.	39
Figura 29: Kit pet friendly.	47
Figura 30: Norma conduta animais.	47
Figura 31: N° de alojamentos e hotéis pet friendly por país.	49
Figura 32: Mapa distribuição turismo por país.	49
Figura 33: Resultados dos dados do questionário sobre quem possuiu e não possuiu animal de estimação.	50
Figura 34: Género das pessoas que não possuem animal de estimação.	51
Figura 35: Idade das pessoas que não possuem animal de estimação.	51
Figura 36: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.	51
Figura 37: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.	51
Figura 38: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.	52
Figura 39: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.	52
Figura 40: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.	52
Figura 41: Género das pessoas que possuem animais de estimação.	53
Figura 42: Idade das pessoas que possuem animal de estimação.	53

Figura 43: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.....	53
Figura 44: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.....	53
Figura 45: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.....	54
Figura 46: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.....	54
Figura 47: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.....	54
Figura 48: Cruzamento das questões de opinião com o facto dos inquiridos possuírem ou não animal de estimação.	56
Figura 49: Cruzamento das questões de opinião com o sexo dos inquiridos.	57
Figura 50: Cruzamento das questões de opinião com a idade dos inquiridos.....	57
Figura 51: Comentários Hotel Oca Oriental Porto.....	58
Figura 52: Comentários Hotel Mercure Porto.....	59
Figura 53: Comentário Hotel Fontinha Porto.....	59
Figura 54: Comentários Hotel Sé Catedral Porto.....	60
Figura 55: Comentários Hotel Catalónia Porto.	61
Figura 56: Comentários Hotel M.O.U.C.O.	61
Figura 57: Comentários Hotel Casual Inca Porto.	62
Figura 58: Comentários Hotel NH Collection Porto.....	63
Figura 59: Comentário Hotel Pestana Vintage Porto.....	63
Figura 60: Comentários Hotel Crowne Plaza Porto.	64
Figura 61: Comentários Hotel Pestana Porto- A Brasileira.	64
Figura 62: Comentários Hotel Casa da Companhia Porto.....	64

Introdução

Este relatório surge no âmbito da realização de um estágio curricular no hotel Oca Oriental Porto, no seguimento do mestrado em Turismo, Património e Desenvolvimento do ISMAI (UMAIA), orientado pelo professor António José Pinheiro. O estágio teve a duração de 375 horas e decorreu entre o mês de fevereiro e abril sob orientação interna da subdiretora do Hotel, Diana Macedo. Este repartiu-se em vários departamentos, nomeadamente backoffice onde decorreu a maior parte do estágio, receção, departamento comercial, departamento de F&B, Housekeeping e também compreendeu a organização e participação num evento corporativo.

Tal como todos os trabalhos realizados, este relatório tem também objetivo geral e alguns objetivos específicos. Este relatório tem dois objetivos gerais, um deles é explanar o funcionamento do estágio, e o outro é compreender o desempenho do hotel face à característica específica deste ser pet friendly. Como objetivos específicos do primeiro objetivo geral temos, perceber o funcionamento do estágio, conhecer a entidade de acolhimento e a cadeia da qual faz parte. Em relação aos objetivos específicos do segundo objetivo geral, estes são. enquadrar teoricamente o turismo, o turismo urbano e a sua hospitalidade, e perceber o pet and tourism, também investigar sobre o turismo pet friendly nas suas variadas formas é um dos objetivos. Estes objetivos específicos tem como finalidade permitir que no final de todo o relatório exista uma conclusão face aos objetivos gerais.

A opção do estágio ter sido realizado num hotel relacionou-se com o facto de este incluir diversos serviços diferentes que permitiriam poder ocupar um pouco do estágio em cada um deles de modo a perceber o funcionamento de todas as áreas que se encontram num hotel, pois futuramente este conhecimento poderia ajudar a decidir por qual área se poderia optar profissionalmente. O tema de investigação: pet friendly, surgiu devido ao facto do hotel onde foi realizado o estágio, Hotel Oca Oriental Porto, ser um hotel pet friendly e também devido ao facto de este turismo estar a ganhar mais de reconhecimento e a expandir.

Antes de perceber como funciona este turismo pet friendly, é importante perceber como funciona o turismo em geral e também do turismo urbano, já que o local do estágio foi a cidade do Porto. O turismo é um conceito que tem várias definições, umas similares outras bastantes

opostas, em que qualquer uma delas é válida. No entanto a definição mais utilizada é a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), que nos diz que o turismo é um conjunto de atividades que as pessoas realizam durante o período da sua viagem e estadia em locais fora do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo desde que não ultrapasse um ano, com finalidade de ter momentos de lazer, negócios ou outros. Deste turismo geral surgem diversos tipos de turismo, sendo um deles o turismo urbano que se aplica às cidades, e que é definido como um tipo de turismo direcionado a turistas de todas as cidades e países que tenham por objetivo desenvolver atividades turísticas em centros históricos ou vilas culturais, e que tem como foco não só os visitantes, mas também os residentes, segundo Cazes et al (1996). A cidade do Porto, é um estudo de caso evidente de turismo urbano, onde podem ser analisadas as dinâmicas de franco crescimento do número de turistas e o relacionamento com os residentes.

Esta cidade tem uma grande vantagem relacionada com o turismo, que é o facto de ser uma cidade com enorme hospitalidade. Como nos diz Kolb, citado por Coutinho (2006), a hospitalidade urbana deve ser interpretada como algo que surge quer das pessoas, quer da própria cidade, isto é, quando se chega ao destino da viagem as pessoas gostam de ser bem recebidas e de se sentirem bem no sítio onde estão. Isso deve-se à hospitalidade urbana, que deve ocorrer por parte da cidade com a oferta de bons alojamentos turísticos, bons espaços gastronómicos, bons locais de enoturismo e também com variada oferta de experiências que despertem ao turista vontade de voltar. No entanto a população residente tem também uma grande importância nesta hospitalidade, pois o facto de serem pessoas simpáticas, disponíveis e dispostas a ajudar quando o turista necessita, de tentarem mostrar ao turista bons locais para visitar, dormir, alimentar ou se entreter, será também um aspeto que os turistas irão ter em conta quando decidirem recomendar ou voltar à cidade.

Após perceber um pouco mais sobre o turismo em geral e sobre o turismo que abrange a cidade do Porto, foi feita uma análise da entidade de acolhimento do estágio, a cadeia hoteleira Oca Hotels, e depois foi descrito todo o estágio em si. Para finalizar foi realizada uma pesquisa sobre o pet and tourism, mais especificamente sobre este tema em Portugal. Esta pesquisa relacionou-se com o facto do hotel Oca Oriental Porto, hotel onde foi realizado o estágio, ser um hotel pet friendly.

Segundo Vinha (2008), após análise do relatório WTM Global Trend (2007), as viagens com animais de estimação, chamadas de pet travel, estão a tornar-se tendência, uma vez que os animais de estimação já fazem parte da vida das pessoas, e por isso quando a família vai de férias o animal também vai, causando uma grande procura pelo mercado pet friendly, mesmo que os valores sejam mais elevados, já que os donos estão dispostos a pagar qualquer valor pelo conforto do seu animal. Dado isto este mercado não só necessita de ser desenvolvido em relação a alojamentos turísticos, mas também em relação a alojamentos de restauração, atrações turísticas e até mesmo companhias aéreas. De modo a perceber mais sobre a opinião das pessoas face a este tema, foi aplicado um questionário online, a um grupo geral de pessoas, e também foi realizado um estudo face aos comentários de hotéis pet friendly da cidade do Porto.

1. Enquadramento Teórico

1.1. Turismo

O turismo é um setor que adquiriu muita importância nos últimos anos, devido a vários fatores, sendo o mais importante o seu crescimento, quer em países desenvolvidos quer em países em desenvolvimento, tornando-se assim um instrumento de criação de emprego, melhores condições de vida, entre outros aspetos.

É importante perceber então o que é afinal o turismo, uma vez que turismo é um conceito muito amplo que, segundo diversos autores se torna difícil de definir, e dado isso, existem inúmeras definições de turismo, algumas controversas, outras idênticas, mas todas válidas. No entanto, em 1994 a Organização Mundial do Turismo (OMT) criou uma definição para este conceito que é uma das mais utilizadas até aos dias de hoje. Para a OMT o turismo é um conjunto de atividades que as pessoas realizam durante o período da sua viagem e estadia em locais fora do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo desde que não ultrapasse um ano, com finalidade de ter momentos de lazer, negócios ou outros motivos. Segundo Cunha (2001), implícita nesta definição está a existência de dois tipos de visitantes, o turista que é qualquer pessoa que permanece pelo menos uma noite no lugar visitado, e o excursionista que é um visitante temporário que permanece menos de 24 horas no local visitado.

De acordo com o Turismo de Portugal, o setor do turismo é uma atividade económica fundamental para gerar emprego e riqueza em Portugal. Segundo o jornal digital PRESSTUR (2022), o turismo foi a origem em Portugal de 19,1% da riqueza no ano de 2021, de acordo com o relatório do World Travel & Tourism Council, que aponta Portugal com o quinto país onde é mais forte a contribuição do turismo para o Pib. Visto de uma parte mais prática, segundo o Turismo de Portugal (2019) nos últimos nove anos o país registou um crescimento médio anual de 7,2% nas dormidas, que se traduziu em 37 milhões de dormidas em 2010 e 70 milhões em 2019, o maior valor registado. Dado isto, a taxa média de variação anual das receitas turísticas era de 10,3%, isto é, 7,6 milhões de receitas em 2010, e 18,4 mil milhões de receitas turísticas em 2019. Contudo a pandemia do Covid-19 provocou uma grande alteração nestes valores e segundo o último registo da Organização Mundial do Turismo (OMT) face a 2021 ocorreu uma subida de 4% em relação a 2020, no entanto o valor permaneceu 72% abaixo dos níveis de 2019. Ainda a sofrer consequências da pandemia, Portugal registou uma pequena recuperação na procura, de 37,4 milhões de dormidas, cerca de 45,2% mais do que em 2020.

Segundo o INE-Instituto Nacional Estatística (2021), após análise das estatísticas do turismo 2020 lançado no ano de 2021, foi possível observar que em 2020 as chegadas dos turistas a Portugal foram de 6,5 milhões, cerca de menos 73,7% face a 2019, e a estadia média de 2020 passou a ser 2,6 noites, menos 1,6% face a 2019. Contando a generalidade dos meios de alojamento turístico a 31 julho de 2020 estavam em atividade 5467 alojamentos, menos 23,6% do que em 2019 onde resultarem 11,7 milhões hóspedes que proporcionaram 30,3 milhões dormidas.

1.1.1. Turismo Urbano: Fundamentos

Tal como o turismo, também o turismo urbano tem várias definições dadas por vários autores. Este é um conceito ligado ao turismo, mas um pouco mais específico, pois aplica-se essencialmente a cidades. Gárbea (2013), afirma que o turismo urbano se encontra em crescimento desde há vários anos, principalmente após o fenómeno do turismo global em que as cidades se tornaram mais bonitas. Segundo esta autora há dois fatores importantes face ao crescimento do turismo urbano, um deles é o facto de as cidades terem de ter capacidade para atender aos gostos e necessidades do turista, o outro é o facto de estas cidades necessitarem de assegurar que este desenvolvimento não afeta a população residente ou o ambiente. Assim sendo, é necessário que sempre que se crie uma nova infraestrutura, esta se enquadre na cidade, de modo a conservar o seu centro histórico e todos os seus locais de interesse. Com a mesma linha de pensamento surge, Ferreira e Costa, citado por Silva et al (2021), que salientam que o turismo urbano pode ser interpretado como uma indústria que deve ter como objetivo satisfazer a comunidade da mesma maneira que pretende satisfazer as necessidades e os gostos dos visitantes. De modo a reforçar a ideia de que o turismo urbano por vezes afeta as cidades onde se encontra, por estas não estarem preparadas para certas estruturas e atrações turísticas surgem Ashworth & Page, citados por Silva et al (2021), que constam que existe pouca harmonia entre os interesses que o turismo e as cidades recetoras têm, uma vez que os turistas dão muito uso a certas instalações e serviços urbanos e muitas dessas cidades não estão capacitadas para todo esse uso. Estes autores analisaram que este tipo de turismo pode oferecer vários benefícios para as cidades, no entanto as cidades que mais dependem do turismo são as que menos beneficiam, ao contrário das grandes cidades que têm grandes benefícios mesmo não dependendo do turismo. Isto é, as grandes cidades por norma, além do turismo têm diversas fontes de

rendimento que lhes permite sustentar-se, mas mesmo assim o turismo traz-lhes enormes benefícios e os seus recursos permitem-lhes fazer investimentos em atrações turísticas que lhes trarão sempre retorno. Em contrapartida as pequenas cidades não são assim tão beneficiadas por este tipo de turismo pois muitas das vezes estas não têm fundos para investir no turismo e nas suas infraestruturas turísticas de modo a garantir o bem-estar não só dos turistas, mas também dos residentes.

O turismo urbano é um turismo praticado nas cidades, cidades estas que segundo Ashworth e Page, citados por Silva et al (2021), são caracterizadas pela sua densidade e diversidade quer seja de culturas, povos ou funções, e isso é o fator de distinção do turismo urbano do turismo rural, e são estes fatores que atraem os turistas quer de modo individual através de apenas um fator, quer de modo geral devido a todos os fatores. Para Cazes et al (1996), o turismo urbano é direcionado a turistas de todas as cidades e países que tenham por objetivo desenvolver atividades turísticas em centros históricos ou vilas culturais. No entanto, segundo Simona et al, citados por Meireles (2016), há estatísticas que mostram que o ambiente urbano atrai maioritariamente turistas urbanos que tem como objetivo comparar a cidade visitada com a sua cidade de residência.

Como já é sabido há algum tempo, cada vez mais as cidades investem no turismo, mesmo que algumas delas não consigam assegurar a qualidade de vida dos residentes por estarem apenas focados nos visitantes, e isso causa problemas ao longo do tempo. O turismo urbano é um tipo de turismo que deve assentar não só na vertente de planeamento e gestão do turismo, mas também no planeamento e gestão da cidade em si, isto é, não se pode apenas observar se a cidade reúne condições para atrair visitantes, é necessário também observar se a cidade tem capacidade de manter os seus residentes, e após se analisar estes dois pontos essenciais e ambos reunirem capacidades, aí sim faz sentido que a cidade seja considerada destino de turismo urbano. Desse modo Silva et al (2021) citaram alguns autores, como Pinto da Silva, Brandão e Sousa, que afirmam que é necessário perceber quais são os impactos que estão associados à atividade turística e analisar medidas que maximizem impactos positivos e minimizem impactos negativos, de modo a assegurar a sustentabilidade dos destinos turísticos a nível social, económico e ambiental. Segundo estes o problema é que nos últimos anos a aposta tem sido no crescimento do turismo e não no seu desenvolvimento e isso causa problemas e pior qualidade de vida aos residentes dos meios urbanos, o que provoca a saída destes residentes dos

centros históricos, que levam consigo a autenticidade que é um dos fatores de atração desses locais. Desse modo, estes autores defendem a necessidade de criar modelos de gestão sustentável para aplicar ao turismo urbano.

1.2. Hospitalidade em meio urbano

Ao contrário do que acontece no turismo e turismo urbano, em relação à hospitalidade praticamente todos os autores estão de acordo, pois na realidade não há muito por onde fugir em relação a este conceito, apesar de alguns autores diferenciarem em relação a alguns pormenores. Fontana (2003) entende que a hospitalidade envolve ações coletivas e individuais que podem ser de caráter comercial ou pessoal, e que esta hospitalidade engloba acolhimento por uma das partes, que além de uma boa recepção deve também oferecer alimentação, bebida e acomodação. Na mesma linha de pensamento para Chon e Sparrowe, citado por Machado et al (2017), p.6 “o conceito de hospitalidade não se modificou com o passar dos anos, é mencionado ainda como ideia de relação de acolhimento, seja numa simples relação entre indivíduos de caráter não comercial, como numa relação formal de prestação de serviços às pessoas que necessitam de acomodação e abrigo.” Também para Batista, citado por Santos (2017), pp.18 e 19, a hospitalidade “(...) surge justificada como um dos traços fundamentais da subjetividade humana na medida em que representa a disponibilidade da consciência para acolher a realidade fora de si.”

Diversos autores procuram investigar e perceber melhor este assunto da hospitalidade, e surgiram assim duas linhas de pensamento distintas sobre o assunto, a linha humanística e a linha economicista. Os autores que defendem a linha humanística afirmam que a hospitalidade acontece no meio doméstico e privado, já os autores que defendem a linha economicista entendem que a hospitalidade se dá num meio comercial e público ao prestar determinado serviço. Deste modo há vários autores que entendem que a hospitalidade se adequa a todos os ambientes, público, domésticos, privados ou comerciais.

Grinover, citado por Santos (2017), pp.19-20, aborda o tema da hospitalidade em meio urbano. Para este “Nas cidades adequadamente identificadas, o estrangeiro sente-se acolhido, bem recebido, sabe onde tem que ir, encontra o que procura sem perder tempo, passeia sem compromisso e pode se dedicar à contemplação sem risco de se perder.” Para este, oferecer e receber informação é um mecanismo de hospitalidade, é a noção de dádiva, e torna-se sinónimo

de “imagem de cidade” e de qualidade urbana. Ou seja, para este autor uma cidade que tem fácil acessibilidade, e que tem uma imagem e uma identidade, e se torna de fácil compreensão para o turista, é uma cidade dotada de grande hospitalidade, pois o objetivo da hospitalidade é esta não estar só ligada à hospitalidade das pessoas, mas também à hospitalidade da cidade em si. O espaço de hospitalidade pode ser a casa (hospitalidade doméstica), o hotel (hospitalidade comercial), ou a cidade (hospitalidade urbana). Desse modo, Camargo, citado por Ferraz (2013), p. 28, define a hospitalidade urbana como algo que engloba a relação que se estabelece entre o espaço físico da cidade e os seus habitantes e visitantes. E este define a hospitalidade como “o ato humano, exercido em contexto doméstico, público ou profissional, de rececionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas do seu habitat.”, defendendo que a hospitalidade não se limita apenas a dar comida, bebida e acomodar, pois, a relação entre hóspede e anfitrião implica uma ligação, e um elo social ligado a solidariedade e sociabilidade.

No meio de diversos autores também Grinover, citado por Ferraz (2013), p. 26, afirma que “a história da hospitalidade é a história do homem, dos seus encontros, dos seus diálogos e de tudo aquilo que ele tem criado para facilitar a sua aproximação com os seus semelhantes.” já no dicionário Houaiss e Villar, citado por Ferraz (2013), p.27, “Hospitalidade significa hospedar quem está longe da sua residência, oferecendo-lhe comida, cama, e segurança, assim como afeto, amabilidade, cortesia e gentileza.”

No entanto, Maus, citado por Serafim (2017), vai mais além, pois considera a prática da hospitalidade como um dom mediante desafios e interesses sociais.

A hospitalidade urbana deve ser interpretada como algo que surge quer das pessoas, quer da própria cidade, isto é, quando uma pessoa visita uma cidade esta vai procurar saber um pouco mais, logo aí a imagem que estes turistas observam deve ser chamativa e hospitaleira, tal como diz Kolb, citado por Coutinho (2012), as pessoas podem visitar uma cidade primeiro porque decidem viajar e depois porque encontraram um destino que oferece a experiência desejada. A decisão pode ser tomada sem grande pesquisa desde que a imagem de promoção da cidade motive a visita. Quando se chega ao destino as pessoas gostam de ser bem recebidas e de se sentirem bem no sítio onde estão. Isso deve-se à hospitalidade urbana, que deve ocorrer por parte da cidade com a oferta de bons alojamentos turísticos, bons espaços gastronómicos, bons locais de enoturismo e também com variada oferta de experiências que despertem ao turista

vontade de voltar. No entanto a população residente tem também uma grande importância nesta hospitalidade, pois o facto de serem pessoas simpáticas, disponíveis e dispostas a ajudar quando o turista necessita, de tentarem mostrar ao turista bons locais para visitar, dormir, alimentar ou se entreter, será também um aspeto que os turistas irão ter em conta quando decidirem recomendar ou voltar à cidade. Esta hospitalidade trará conforto aos turistas, e estes saberão que serão sempre recebidos “de braços abertos” quando voltarem à cidade.

1.3. Pet and Tourism

Pet and tourism, um tema recente, mas que tem vindo a ser desenvolvido cada vez mais dado o facto de cada vez mais as pessoas terem animais e optarem viajar com eles, tal como diz Medeiros (2014) que afirma que cada vez mais se vê a presença de animais de estimação nas famílias e que estes “passam do fundo do quintal para o quarto cultivando fortes elos de carinho e amizade”. Os animais que antes eram vistos apenas como seres vivos ou utilizados como guarda, hoje são tratados como hóspedes ou até mesmo como membros da família. Segundo este, alguns autores tratam este assunto como antropomorfismo, isto é, “a atribuição de características e peculiaridades humanas aos animais.”

Diversos autores tentam explicar que existem grandes ligações entre os animais e os donos e que estes são considerados muitas vezes membros da família, como Oliveira, citado por Machado et al (2017), p. 5, que salienta que “(...) as relações de afetividade que ocorrem entre homens e cães são reflexos da modernização das cidades e da individualização cada vez maior da cultura na sociedade ocidental.” Também citado por este, Costa ressalta que a companhia dos animais proporciona “significativa melhoria na qualidade de vida das pessoas, aumentando estados de felicidade, reduzindo sentimentos de solidão e melhorando as funções físicas e a saúde emocional.”, p.5. De modo a compreender estes autores de melhor forma temos o exemplo de Portugal em que entrou em vigor em 2017 um novo estatuto jurídico, o decreto-lei 8/2017 de 3 de março de 2017 publicado no Diário da República. Segundo este, os animais deixam de ser considerados “coisas” e passam a ser considerados seres vivos dotados de sensibilidade. Esta nova legislação foi elaborada para proteger os animais e evitar maus-tratos. Também Vinha (2008), p.15 destaca “a necessidade das pessoas levarem os seus animais de estimação durante as suas viagens, relacionando tal contexto com a questão de manter a família

unida, oferecendo ao animal de estimação os mesmos benefícios dos restantes membros do grupo.”

O objetivo dos autores é que as pessoas compreendem a importância dada cada vez mais aos animais e a viajar e ir de férias com animais, e percebam que é realmente importante investir na indústria pet friendly, como nos diz Machado et al (2017) p.3, “ compreender como os animais fazem sentido na vida do indivíduo, é fundamental para entender esse novo segmento de mercado que vem se instalando nos dias de hoje, o pet friendly traduzido como “amigos dos animais”.”

Observando como exemplo a população americana, Vinha (2008), após análise de um artigo publicado pela revista americana Road and Travel citou que “relativo às viagens com animais, aproximadamente 65% da população americana tem animais de estimação e destes 78% viaja com os seus animais.” Dado isso e sabendo que o mercado americano é predominante em Portugal, a procura por partes destes vai ser muito mais direcionada a alojamentos pet friendly. Segundo Vinha (2008), no relatório WTM Global Trend (2007), as viagens com animais de estimação, chamadas de pet travel, estão a tornar-se tendência na indústria do turismo, uma vez que os animais de estimação fazem parte da vida das pessoas e passam a ser membros da família, e por isso quando a família vai de férias o animal também vai, e isso causa uma grande procura pelo mercado pet friendly, mesmo que os valores sejam elevados, pois os donos estão dispostos a pagar qualquer valor pelo conforto do seu animal. Este mesmo relatório adianta que os agentes turísticos que optam por disponibilizar serviços pet friendly ficarão muito bem posicionados uma vez que as viagens pet friendly têm tendência a crescer 6% ao ano durante os próximos 5 anos, e que os hotéis que optarem por investir neste nicho de mercado aumentarão em mais de 30% as suas receitas.

Em Portugal, segundo Vinha (2008), a política de admissão de animais de estimação em hotéis depende da direção de cada hotel, ou seja, mesmo que alguns hotéis pertençam a cadeias hoteleiras pet friendly, a aceitação de animais pode diferir de hotel para hotel, como é o caso da cadeia Pestana e Tivoli.

No entanto para um país poder ter atrações e alojamentos direcionados ao mercado pet friendly, é necessário que as empresas de transportes para os países, como é o caso das empresas de aviões, comboios, autocarros, barcos, também adotem esta política para que os turistas se possam deslocar com os seus amigos de quatro patas. Assim sendo, sabe-se que bastantes

companhias aéreas permitem o transporte de animais de estimação, no entanto existem diversas regras. Vinha (2008) afirmou que em 2008, a companhia aérea portuguesa TAP, permitia que os passageiros pudessem viajar com os seus animais, na cabine caso o peso total destes já com a caixa de transporte incluída fosse sete quilos, ou então poderiam ser transportados no porão. Atualmente, segundo o site da Tap, o peso permitido é de 8kg em transportadoras maleáveis, os restantes animais serão transportados no porão. Na cabine o valor de transporte varia entre quarenta e cento e noventa euros dependendo do destino e do tipo de voo, no caso do porão os animais devem ter até trinta e dois quilos para alguns destinos e até quarenta e cinco quilos para outros destinos e o valor do bilhete varia entre cento e trinta euros e trezentos e cinquenta euros. Outra opção de transporte poderá ser o comboio, e mediante Iva Vinha a CP-Comboios de Portugal (2008) não cobra nada pelas viagens com cães ou gatos até 5 kg, acima desse peso já é necessário pagar meio bilhete e tem de ser transportados com açaime e presos por trela. No caso dos cães guia é uma exceção pois são transportados gratuitamente e sem restrições. Atualmente segundo o site da CP-Comboios de Portugal é gratuito transportar animais até dez quilos se estes forem transportados dentro de caixas de transporte para serem carregados como volume de mão, no caso de animais que excedam os dez quilos estes devem ser transportados devidamente açaimados, com trela curta, com licença e boletim de vacinas junto do seu dono e neste caso em alguns comboios como é o caso do alfa pendular é necessário adquirir um bilhete inteiro normal, no caso do comboio regional e inter-regional é necessário o pagamento de meio bilhete e nos restantes o transporte é gratuito. No caso dos cães guia as regras mantêm-se, o transporte é gratuito e sem restrições.

Nos dias de hoje este tema já se encontra muito mais abordado, mas infelizmente, apesar de diversas companhias aéreas e espaços hoteleiros já se terem transformado em locais pet friendly, ainda há muitos locais que não o fazem, como nos diz Kirillova et al (2015), em relação a restaurantes, centros comerciais e atrações turísticas.

Analisando de outro ponto de vista, este turismo pet friendly traz enormes vantagens às cidades, como diz Boroshok, citado por Martins (2018), p.38, “as cidades indicam claramente que pet friendly é mais do que uma mera artimanha de marketing.” Ou seja, apesar de o tema ser considerado marketing, este é também uma grande vantagem ainda recusada por vários locais, pois iria atrair muitos mais turistas que muitas vezes mesmo não viajando com o seu animal ou até não tendo animal, acham uma boa iniciativa pois apoiam o facto dos animais também

puderem ir de férias com os seus donos e todos poderem usufruir sem problemas. Dado o crescente número de pessoas que pretendem viajar com os seus animais, são já várias as unidades hoteleiras que adotaram políticas pet friendly. Kirillova (2015) que afirma que Pet friendliness permite que as cadeias hoteleiras se foquem nas necessidades específicas deste público-alvo e assim se possam diferenciar dos seus concorrentes, sem muito investimento financeiro. Os hotéis cobram pela estadia dos animais e é comum os donos assinarem um termo de responsabilidade face ao animal, que os responsabiliza por todos os danos que este possa causar, desse modo isto trará muito poucos custos à unidade hoteleira, pois apenas poderá ter de disponibilizar uma cama e comedouro e bebedouro para o animal e nem sempre isso acontece, ou seja, os custos são praticamente nulos. Mas mesmo com baixos custos, estes alojamentos estão dotados de uma grande vantagem face aos concorrentes, e cada vez mais isto irá acontecer pois as viagens pet friendly tendem a acontecer cada vez mais.

Mas como nem tudo são aspetos positivos, há também constrangimentos nas viagens pet friendly, quer para locais de alojamento, devido ao facto de haver pessoas que optam por não escolher o hotel exatamente pelo facto de este aceitar animais, pois podem existir problemas de saúde associados ou então por questões de gosto em relação a animais, quer para os próprios donos, uma vez que estes terão sempre maior dificuldade para se deslocar a diversas atrações turísticas, a fazer as suas refeições pois muitos restaurantes nem nas esplanadas permitem a presença de um animal.

1.4. Hotéis Pet Friendly

Este mercado pet friendly tem crescido nos últimos anos, no entanto ainda é um mercado pouco explorado e que ocupa uma baixa percentagem em relação ao turismo existente no país, e também na cidade do Porto.

Segundo Afonso et al, citados por Pinto (2021), o mercado pet friendly, produtor de bens e serviços para os animais de estimação está a ganhar destaque mundial devido a ser um novo e lucrativo segmento da economia. Os donos dos animais têm novos hábitos de consumo, que favorecem o mercado de produtos e serviços, pois os animais estão cada vez mais a fazer parte da vida dos humanos, e isto resultou no crescimento da procura de produtos e serviços relacionados com os animais, e também do mercado pet friendly, tal como nos diz Canteri (2013). Machado et al (2017), constataram na sua pesquisa, que os empreendimentos pet

friendly que usam isso como sua estratégia beneficiam o cliente e também o gasto financeiro do hotel. De modo então a usar o facto de serem empreendimentos pet friendly como vantagem, os empreendimentos pet friendly devem perceber que é necessário planear com consistência como será coordenado o público-alvo, focando nos espaços onde os donos e animais vão ficar, como o empreendimento vai receber o animal, e como poderão oferecer apoio com comida e água, e também fornecer um guia que mostre restaurantes e parques nas proximidades, segundo José, citado por Pinto (2021).

1.4.1. Vantagens e Desvantagens

Segundo Carr (2016), os donos esperam que o seu animal de estimação seja tratado como um membro da família tanto nos alojamentos turísticos, como em restaurantes ou cafés. Estes donos devem saber que viajar com animais requer logística e planeamento sobre destino, meio de transporte, alojamento e outros. E é por isso que viajar com animais é vantajoso e ao mesmo tempo não vantajoso.

Dado isso, segundo o site Vacation Differently, citado por Silva, existem várias vantagens em viajar com animal de estimação, como por exemplo:

- A experimentação de sentimentos positivos resultantes de brincadeiras com animal de estimação;
- O efeito de tranquilidade que o animal proporciona ao seu dono;
- A transmissão de valores por parte do animal, como por exemplo amor, lealdade e companheirismo;
- A sensação de segurança que o animal transmite, devido aos instintos de proteção dos animais, relacionados com olfato e audição;
- O apoio em manter rotina evitando o jet lag, uma vez que os animais irão manter a rotina normal e precisam para isso que os donos os acompanhem;
- A interação com pessoas desconhecidas, em especial proprietários de outros animais;
- O vínculo afetivo existente entre o animal e o dono;
- O combate da solidão, uma vez que o animal nunca abandona o seu dono, logo este nunca se sente só;

No entanto viajar com animais além de algumas vantagens, tem também algumas desvantagens e constrangimentos, como nos diz Chen et al, citado por Silva (2021).

- O valor económico é talvez a maior desvantagem de viajar com o animal, pois os custos associados ao mercado pet friendly por vezes são um pouco elevados, quer em relação a alojamento quer em relação a transporte;
- A preparação da viagem é também um desafio bastante complexo que pode ser considerado uma desvantagem, isto é, para viajar com o animal é preciso planear bem, ter em atenção o destino para onde se vai pois cada destino tem as suas regras, ter atenção às condições físicas do animal pois muitos dos empreendimentos turísticos aceitam animais mas apenas de pequeno porte, ter em atenção o tipo de viagem que vai ser realizada pois o animal precisa que lhe dedique tempo e por isso tudo tem de ser planeado com cuidado e atenção;
- Outra desvantagem que pode existir em viajar com o animal é tolerância deste a terceiros, visto que o animal irá ter contacto quer com outros animais, quer com outras pessoas, e necessita de conseguir ter esse convívio mesmo que seja mínimo, para não causar problemas;
- A reação dos turistas ao animal pode ser também uma desvantagem, pois é complicado para os donos estarem à vontade a passear com o seu animal se os turistas não reagirem bem à presença do mesmo;
- Outra desvantagem pode ser também o transporte animal e o alojamento, isto é, os meios de transporte escolhidos têm diversas regras que podem condicionar a viagem do animal, do mesmo modo que a dificuldade para arranjar um alojamento que aceite animais, ou que aceite algumas características dos animais é também um desafio;
- Outra desvantagem são alguns locais de visita, ou atrações ou mesmo espaços de alimentação, devido ao facto de muitos destes não serem pet friendly, o dono tem de alterar e condicionar a sua visita a certos lugares por não poder levar o seu animal;

2. Entidade de Acolhimento

2.1. Cadeia Hoteleira Oca Hotels

2.1.1. Apresentação e História

O grupo Oca Hotels foi criado em 1998, segundo o site da Oca Hotels (2022), com o objetivo de se tornar uma organização líder na gestão sustentável e responsável de empreendimentos turísticos no noroeste peninsular. David Caramés Pombo foi o seu fundador e é atualmente o presidente, especialista em gestão e direção de empresas turísticas e também presidente da Holding Inversiones Hosteleras da Galícia, empresa que gere a Oca Hotels. David, natural de Sanxenxo, começou a sua atividade no setor hoteleiro em 1994 com dois estabelecimentos, os apartamentos Caramés e o Hotel Vermar, a partir daí foi sempre evoluindo a nível de hotelaria, até decidir iniciar uma cadeia hoteleira na Galiza, com objetivo de expandir para as Astúrias, Castela e Leão e Portugal.

O início da Oca teve como fundamento o aproveitamento de oportunidades que foram surgindo em Espanha, formando um total de quatorze hotéis e assim deu-se em 2007 a sua expansão internacional.

David Caramés, segundo o site da Oca Hotels, sabe que as necessidades dos clientes variam ao longo do tempo e por isso assumiu que era necessário ir sempre inovando para ir de encontro aos gostos dos clientes, e por isso iniciou uma procura além-fronteiras e comprou e construiu um resort de cinco estrelas em Maragogi no Brasil.

Atualmente a cadeia hoteleira é composta pelos hotéis Oca e também pelos hotéis duerming que são uma marca hoteleira mais acessível dentro da Oca Hotels. São no total vinte e nove hotéis, localizados na sua maioria em Espanha, mas também em Portugal e no Brasil, e tem agendada a abertura de mais 3 hotéis para 2022 e 2023. Na seguinte figura é possível verificar a distribuição de hotéis por cada país.

País	Cidade	Nome do Hotel
Portugal	Porto	Oca Oriental Porto Hotel
		Oca Flores Boutique Hotel
		Oca Vitória Village
Brasil	Maragogi	Grand Oca Maragogi Beach e Leisure Resort
Espanha	Ourense	Oca Vila Allariz Hotel & Spa
	Lugo	Oca IMI Hotel e & Spa
		Oca Playa de Foz Hotel & Spa
		Hotel Duerming Villa de Sarria
		Duerming Casa Vilamor
		Duerming Park Viveiro
		Duerming Sea View Viveiro
		Duerming Family Viveiro 3 Rooms
		Duerming Family Viveiro 4 Rooms
		Pontevedra
	Oca Vermar Hotel	
	Duerming Bolera Picó	
	Duerming Portonovo Picó	
	Duerming Sanxenxo Residences	
	Oca Ipanema Hotel	
	Duerming San Vicente Hotel	
	Apartamentos Duerming	
	Casal da Martiña	
	Duerming Paris Pontevedra Hotel	
	Coruna	Oca Puerta del Camino
		Duerming Rua Travesa
		Duerming Casas Reales
		Oca Insua Costa da Morte Hotel
	Astúrias	Oca Palácio da La Llorea Hotel & Spa
		Duerming Longoria Plaza Hotel
		Oca Villa de Avilés Hotel

Figura 1: Distribuição dos Hotéis da cadeia hoteleira por cidade. Fonte: Elaboração própria

2.1.2. Missão, Visão e Valores

Lisboa, Coelho, Coelho e Almeida (2013) afirmam que para constituir uma empresa ou organização é sempre necessário ter uma visão do que ela poderá ser e das razões que justificam a criação da mesma. Esta visão dos fundadores relativamente à empresa e ao caminho que esta deve percorrer no futuro é representada pela missão que é definida para a organização. Face aos valores, os autores afirmam que estes estão ligados ao que os fundadores da empresa definem como comportamentos aceitáveis no âmbito da atividade da organização.

Missão

Segundo o site da Oca Hotels (2022) “Com o OCA Hotels pretendemos trazer benefícios tangíveis à nossa comunidade, oferecendo serviços de hotelaria de qualidade, inovadores e

eficientes em todos os momentos baseados no desenvolvimento do nosso capital humano, excelência na gestão e visando sempre a plena satisfação dos nossos clientes.”

Visão

Segundo o site da Oca Hotels (2022) diz “Na OCA Hotels aspiramos que a nossa cadeia seja uma organização líder na gestão sustentável e responsável dos estabelecimentos turísticos do noroeste peninsular.

As pessoas são a chave da nossa visão e quem trabalha nos nossos hotéis empenha-se todos os dias para que cada um dos nossos clientes receba sempre o melhor serviço, tornando cada estadia um desafio a vencer.

As necessidades dos nossos clientes variam ao longo do tempo, pelo que assumimos o processo permanente de inovação como essencial, o que nos permite manter a nossa competitividade como grupo empresarial ao longo do tempo.”

Valores

Segundo o site da Oca Hotels (2022) informa “As pessoas que integram os Hotéis OCA querem proclamar o nosso compromisso com este projeto de que conduziremos ao sucesso a partir da humildade e da simplicidade, da proximidade com o cliente, o colaborador, o accionista e toda a sociedade que nos rodeia.

Da mesma forma, assumimos como nosso valor o profundo cuidado e respeito pelo meio ambiente, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável de nossa comunidade. Como organização, seremos eficientes sem perder a capacidade de resposta e faremos com que a Humanidade esteja sempre presente na nossa linha de gestão”.

2.2. Hotel Oca Oriental Porto

O hotel Oca Oriental Porto Hotel, que pertence à cadeia hoteleira Oca Hotels, foi a entidade de acolhimento escolhida para realizar o estágio curricular. De modo a saber um pouco mais sobre este hotel, no seguinte quadro encontram-se algumas das informações sobre o hotel.

Nome do Estabelecimento	Hotel Oca Oriental Porto
Denominação Social	Circuito da Razão Unipessoal Lda
Morada	Rua Padre António Vieira 83, 4300-031 Porto
Website	https://www.ocahotels.com/pt/hoteis/oca-oriental-porto-hotel
Telefone	229 766 650
Email	Reservas.oriental@ocahotels.pt
Instagram	https://www.instagram.com/ocahotels/?hl=es
Facebook	https://www.facebook.com/ocahotels/

Figura 2: Informações do Hotel Oca Oriental Porto. Fonte: Elaboração Própria

Localizado no lugar de Campanhã, na freguesia do Bonfim no Porto, este hotel foi inaugurado em setembro de 2021. O hotel situa-se a 500 metros da estação de Campanhã, o que faz com que seja um hotel que permite fácil acesso a toda a cidade do Porto. Este é composto por oitenta e quatro quartos de diversas tipologias e que estão divididos em seis pisos, uma sala de reunião, um business center, um snack bar, um restaurante e também um pequeno ginásio. (Oca Oriental Porto, 2021).

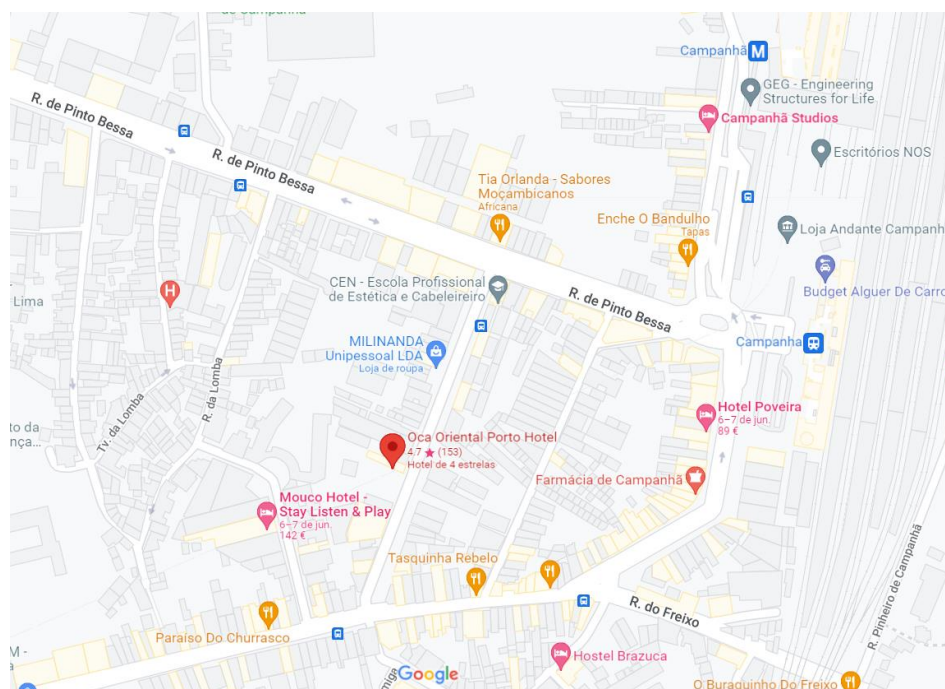


Figura 3: Localização do Hotel. Fonte: Google Maps



Figura 4: Fachada do Hotel. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

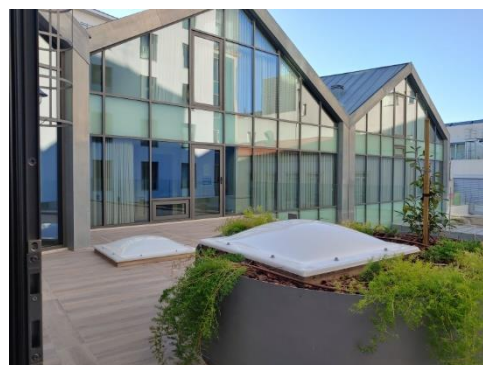


Figura 5: Vista interna Hotel. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

O hotel dispõe de nove tipologias diferentes de quartos que vão de encontro aos gostos e necessidades de cada cliente, no entanto todos eles se encontram equipados com casa de banho independente, mini bar, secador de cabelo, toalhas e amenities, cofre, wifi e televisão com canais internacionais. O quarto duplo e o quarto duplo standard com varanda, são semelhantes e podem ser com duas camas individuais ou cama de casal e a única diferença entre eles é a varanda.

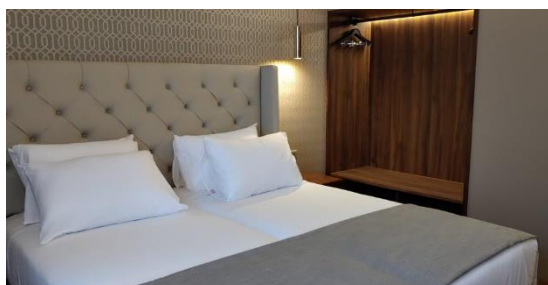


Figura 6: Quarto Duplo. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto



Figura 7: Quarto Duplo Standard. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

Os quartos Oca deluxe localizam-se no sexto piso e além de todas as comodidades já oferecidas ainda dispõe de serviços extra que trazem mais conforto como por exemplo roupão, chinelos, e poltronas, e todos tem varanda com uma vista soberba e muita luminosidade. Os quartos triplos são compostos por uma cama de casal e uma cama individual, são localizados também no sexto piso e dispõem de duas varandas.



Figura 8: Quarto Oca Deluxe. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto **Figura 9:** Quarto Triplo. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

Os duplex são pequenos apartamentos compostos por dois andares com uma pequena sala, três quartos e duas casas de banho, que são o ideal para uma família numerosa ou então um grupo de amigos que pretenda ficar junto. As junior suíte dispõem de uma cama de casal e um sofá-cama o que o torna ideal para uma família com crianças.

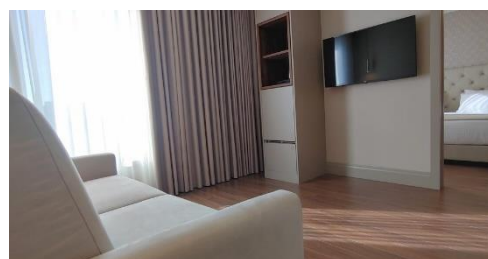


Figura 10: Apartamento Duplex. Fonte: Hotel Oca Oriental

Figura 11: Júnior Suíte. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

O quarto individual tem um tamanho um pouco mais reduzido e dispõe de uma cama de casal mais pequena, mas com todo o conforto. Já o quarto júnior deluxe é um quarto de grande dimensão composto por uma cama de casal e um sofá-cama e duas casas de banho.

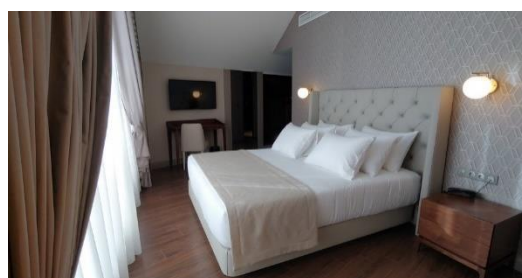
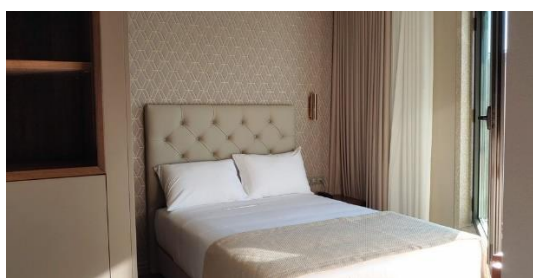


Figura 12: Quarto Individual. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

Figura 13: Quarto Júnior Deluxe. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

O quarto familiar é também composto por uma cama de casal e um sofá-cama e disponibiliza todo o espaço e conforto necessário para uma família com crianças. Além destas tipologias existem dois quartos adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.



Figura 14: Quarto Familiar. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

A sala de reunião, o business center e o ginásio são também três espaços que podem ser usados por qualquer cliente do hotel para lazer ou trabalho.



Figura 15: Sala Reunião. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto



Figura 16: Ginásio. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

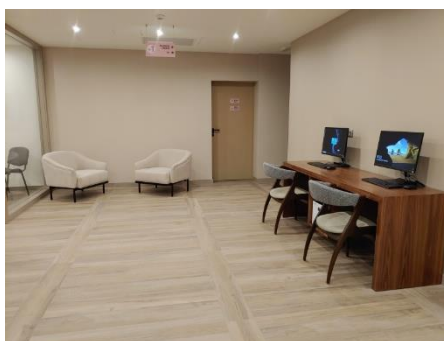


Figura 17: Business Center. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

No hotel é possível também usufruir do restaurante Ganso Douro, onde é servido o buffet de pequeno-almoço, os almoços com menu executivo e os jantares à la carte onde são servidos pratos confeccionados com produtos de alta qualidade que conjugam a cozinha tradicional, galega e internacional. O snack bar encontra-se aberto todos os dias e dispõe além de bebidas também de alguns pratos para “picar” e partilhar.

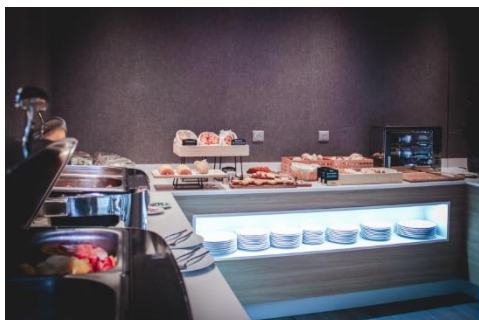


Figura 18: Buffet de Pequeno-almoço. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto



Figura 19: Buffet de Pequeno-Almoço. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto



Figura 20: Sala Restaurante. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto



Figura 21: Bar. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

O back office é o escritório onde se encontra a diretora comercial e a responsável pela contabilidade e recursos humanos, é um pequeno espaço localizado ao lado da receção de modo a dar apoio na receção, se necessário. Neste espaço foi passada a maior parte do estágio.

2.2.1. Estrutura Organizacional

Segundo Pereira (2017), a estrutura organizacional de uma empresa é a forma como uma organização se encontra hierarquizada e dividida. Esta estrutura define como deve ser feita a gestão das atividades da empresa e como deve funcionar a comunicação entre todos os setores, de modo a atingir todos os objetivos da empresa.

O Hotel Oca Oriental Porto é gerido tal como os outros hotéis da cadeia pela empresa Inversiones Hosteleras da Galícia, uma empresa que tem como presidente David Caramés Pombo, que é também o dono de toda a cadeia hoteleira Oca Hotels. Este hotel conta com cerca de quatorze funcionários e tem como diretor geral Jon Gonzalez e como subdiretora Diana Macedo, que é também a diretora comercial de todos os hotéis da Oca em Portugal. O hotel conta também com um chefe de receção e quatro rececionistas, um chefe de cozinha, um ajudante de cozinha e um chefe de sala orientados por um diretor do departamento de F&B, um

chefe e um ajudante de manutenção, um responsável por toda a parte contabilística de de recursos humanos e também um chefe de alojamento. A parte de housekeeping é realizada por uma empresa externa e sempre que o volume de trabalho é maior o hotel recorre a uma empresa de extras que complementam os diversos serviços em que sejam necessários. No entanto, por detrás desta estrutura organizacional interna do hotel, existe uma equipa de superiores que comanda cada departamento específico do hotel. (Hotel Oca Oriental, 2021).

2.2.2. Análise SWOT

SWOT é uma sigla que representa as forças (strengths), fraquezas (weakness), oportunidades (opportunities) e ameaças (threats), e identifica diversos fatores positivos e negativos internos à empresa, e fatores positivos e negativos externos à empresa. As forças e fraquezas estão ligadas aos recursos e capacidades, no entanto as ameaças e oportunidades estão ligadas a comportamentos que podem estar relacionados com o mercado, clientes ou concorrentes. Assim sendo, ao analisar diversos fatores do hotel, foi possível realizar uma análise SWOT.

Forças:

- **Preços:** Os preços praticados pelo hotel são um dos grandes pontos fortes, uma vez que sendo um hotel de 4* com boas condições, pratica preços muito mais baixos do que outros hotéis da mesma gama, e são preços acessíveis a todo o tipo de público. De modo a exemplificar, foi analisado através da plataforma booking o preço do hotel Oca Oriental Porto e também do hotel Eurostars Heroísmo que é um hotel também de 4* localizado na mesma zona do Oca Oriental Porto. A data escolhida para fazer a comparação foi a noite de quatro para cinco de outubro, em que é possível analisar, após observar as imagens seguintes que o preço no hotel Oca Oriental Porto é de 101€, enquanto que no hotel Eurostars Heroísmo o valor é de 123€.



Figura 22: Hotel Oca Oriental Porto. Fonte: Booking



Figura 23: Hotel Eurostars Heroísmo. Fonte: Booking

- **Localização:** O hotel encontra-se localizado a 2 minutos da estação de Campanhã, uma estação de onde saem comboios, metros e também autocarros, o que permite que a deslocação seja feita de forma rápida para qualquer partes da cidade ou até mesmo para outras cidades.
- **Qualidade do espaço:** O hotel foi inaugurado em 2021 após conclusão da sua construção, ou seja, é um hotel bastante recente, com imensa qualidade de infraestruturas e do espaço.
- **Qualidade dos serviços:** Dado ser um hotel recente, todos os serviços são adequados à qualidade do hotel, ou seja, todos os serviços são de excelente qualidade tal como o hotel em si.
- **Hotel Pet Friendly:** Nos dias de hoje cada vez mais existem pessoas a querer e a viajar com os seus companheiros de quatro patas, assim sendo o facto do hotel ser pet friendly é uma ótima mais-valia, visto que ainda não existem muitos hotéis pet friendly.
- **Estacionamento:** O facto de o hotel ter estacionamento é também uma grande mais-valia, uma vez que inúmeras pessoas deslocam-se de carro até ao Porto e tendem a procurar um hotel que tenha estacionamento para poderem deixar o seu carro num lugar seguro e para não terem de andar durante muito tempo a procurar estacionamento.

Fraquezas:

- **Contratação de colaboradores extra:** Sendo a hotelaria um dos ramos em que é complicado encontrar trabalhadores, este hotel não é exceção, então quando o volume de trabalho aumenta é necessário recorrer a empresas de contratação de colaboradores extra, o que faz com que cada dia haja colaboradores novos e diferentes, o que pode causar alguma confusão no serviço interno por estes não estarem familiarizados com o tipo de serviço do hotel, e pode-se traduzir num serviço menos bom para o cliente.

- **Capacidade do Alojamento:** O hotel é composto apenas por oitenta e quatro quartos, o que especialmente na época alta é muito pouco, e conseqüentemente o hotel encontra-se muitas vezes sem disponibilidade.
- **Enquadramento na Cidade:** Apesar de ser um dos pontos fortes, a localização é também um dos pontos fracos deste hotel por dois motivos, um deles é o facto de ser localizado junto a uma estrada o que faz com que os quartos virados diretamente para a estrada sejam quartos em que se ouve algum ruído e seja incómodo para os clientes, o outro motivo é o facto do hotel não ser localizado no centro da cidade, uma vez que inúmeras pessoas preferem os hotéis do centro para ficar de modo a não terem de se deslocar de transportes, nem a deslocarem-se muito tempo a pé.
- **Pouco espaço exterior:** Dado que o hotel não tem muito espaço envolvente, apenas um espaço com um pequeno jardim, por vezes isso pode influenciar a escolha de um cliente, principalmente na época de primavera/verão, pois os clientes por vezes gostam de se instalar no exterior a relaxar um pouco e sem estarem no meio de muita gente, e dado o espaço ser pequeno, é complicado ter privacidade e sossego.

Oportunidades:

- **Mercado turístico em expansão:** o mercado turístico encontra-se cada vez mais a expandir, e o Porto continua a ser um dos sítios em que cada vez mais existe turismo, assim sendo o facto de o hotel ser localizado no Porto é uma ótima oportunidade para angariar clientes. Para exemplificar fez-se uma breve análise da procura turística no Porto, através do Pordata como é possível observar na figura seguinte. Nesta pode-se observar o crescimento na cidade do Porto desde o ano de 2015 até ao ano de 2019, onde se observa um forte crescimento da procura turística, que se traduz nesta figura no número de dormidas.

Territórios		2015	2016	2017	2018	2019
Matosinhos		292.323	367.021	404.174	427.308	435.277
Oliveira de Azeméis
Paredes	54.390	61.575	56.794
Porto		2.303.099	2.629.278	2.870.783	2.987.385	3.199.937
Póvoa de Varzim		146.054	152.896	176.687	192.964	243.856
Santa Maria da Feira	68.996	70.691	78.332	78.716
Santo Tirso	...	20.958	23.450	25.339	23.549	29.666
São João da Madeira

Figura 24: Número de Dormidas em Alojamentos Turísticos. Fonte: Pordata

- **Concorrência com mais reconhecimento:** Sendo o hotel recente na cidade e em Portugal, ainda não tem muito reconhecimento. Então, os hotéis que já tem mais reconhecimento por já existirem há mais tempo ou por serem hotéis que já receberam prémios e distinções são muitas das vezes as primeiras escolhas dos clientes, o que faz com que isso seja uma ameaça para o negócio do hotel.
- **Sazonalidade:** A sazonalidade é uma grande ameaça ao turismo em geral e por isso ao hotel também, pois nos meses mais frios a procura turística diminuiu bastante e isso causa também uma queda no volume de negócio do hotel.
- **Crises:** As crises que existem ao longo dos tempos, como o caso da crise pandémica do covid-19, a crise militar associada à guerra entre a Ucrânia e a Rússia, e também a crise económica relacionada com as duas anteriores são uma grande ameaça, pois devido à pandemia a procura turística caiu a pique. Já a guerra fez com que houvesse um enorme aumento dos preços e conseqüentemente mais dificuldades que resultam numa menor procura turística.

3. Descrição do Estágio

3.1. Funcionamento Geral do Estágio

O estágio no hotel Oca Oriental Porto foi realizado na sua maioria no departamento administrativo, o chamado back office, onde eram realizadas diversas funções, no entanto este também passou por outros setores, nomeadamente o departamento comercial, a receção, o departamento de F&B, housekeeping e também pelo apoio na organização de um evento corporativo. Este estágio iniciou-se no dia sete de fevereiro de 2022 e terminou no dia quatorze de abril de 2022.

Na primeira semana de estágio foi realizada toda a apresentação do hotel e dos seus funcionários e colaboradores. Foi dada uma pequena formação sobre todo o funcionamento do hotel e dos seus sistemas internos. Assim sendo, nesta primeira semana o estágio passou por ter cada dia dedicado a um departamento diferente de modo a haver uma explicação mais profunda sobre o funcionamento de cada departamento e também para haver alguma interação com cada responsável e colaborador de cada um dos departamentos. Na seguinte figura é possível

verificar quais os departamentos em que foi realizado estágio em cada semana, tendo em conta que na mesma semana estava em diferentes departamentos.

Tarefa	Semanas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Back office	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Comercial	■	■							■	■
Receção			■						■	■
F&B					■			■		
Housekeeping								■	■	
Evento corporativo									■	

Figura 26: Número de Semanas dedicada a cada departamento. Fonte: Elaboração Própria

3.2. Back Office

O back office foi o local onde foi passada a maioria do tempo de estágio. Neste local são realizadas diversas funções relacionadas na sua maioria com contabilidade e recursos humanos. Ao nível dos recursos humanos foram realizadas algumas tarefas como elaboração, ou seja, juntamente com a contabilidade elaborar contratos com os dados dos trabalhadores e entrega de contratos quer para trabalhadores quer para empresas de fornecedores, entrega de recibos de vencimento e certificação de que todos foram assinados, sempre tendo no final a observação da responsável por este departamento uma vez que era uma tarefa importante.

A parte contabilística do hotel é trabalhada em conjunto com a parte contabilística da cadeia hoteleira, assim sendo o método de trabalho passa por partilhar todos os documentos e faturas numa plataforma do drive de modo a dar acesso a todos os intervenientes necessários, uma vez que a gestão do hotel é controlada e realizada na sua maioria por intervenientes externos ao hotel. Deste modo ao nível da contabilidade foram desempenhadas inúmeras tarefas, inicialmente com ajuda, mas com o tempo passaram a ser tarefas do dia a dia que eram realizadas autonomamente. O lançamento e arquivo de faturas era uma tarefa realizada todos os dias, onde era necessário descarregar todas as faturas que eram enviadas por email e digitalizar todas as faturas entregues em papel para depois colocar na plataforma do drive para que o contabilista da cadeia pudesse ter acesso para realizar o lançamento na plataforma de

faturação de modo que as contas e faturas estivessem sempre atualizadas. A reconciliação bancária era também uma tarefa que tinha de ser realizada todos os dias, que consistia em colocar num Excel partilhado com todos os intervenientes necessários, todos os movimentos que eram realizados em todas as contas bancárias do hotel e colocar sempre em anexo nesses movimentos os documentos justificativos. O fecho das caixas era também uma tarefa realizada diariamente, era necessário sempre conferir o fundo de caixa da receção, do bar e do restaurante e de seguida verificar se o dinheiro e os movimentos bancários batiam certo com os movimentos realizados no sistema do hotel, e por fim anotar no Excel partilhado o valor associado a cada caixa do hotel para controlo semanal. Outra tarefa realizada todos os dias era a verificação e resposta aos emails, por norma esta tarefa era sempre realizada em conjunto com a responsável de contabilidade, uma vez que muitas das vezes não sabia o que era necessário responder ao email e por isso precisava de saber o que era suposto responder e depois elaborava a resposta. Uma das atividades que também foi realizada foi o apoio nas transferências para fornecedores e de seguida o envio dos comprovativos de pagamento para os fornecedores emitirem os recibos e no final se puder dar baixa dos pagamentos de modo a conseguir ter sempre as contas correntes sob controlo. Outra tarefa realizada no back office era a adjudicação de propostas de fornecedores em relação a pedidos de material que eram feitos, e também a encomenda de economato necessária para todos os setores do hotel.

3.3. Departamento Comercial

Este departamento era coordenado pela subdiretora do hotel que também é a diretora comercial dos hotéis Oca em Portugal. Este foi um dos departamentos onde realizei poucas atividades, no entanto é um departamento muito complexo e interessante. A principal tarefa realizada neste departamento foram as reservas de grupo e também a realização de ordens de serviço. As reservas de grupo eram por norma feitas com agências com quem o hotel tinha parceria e acordos comerciais com preços fixos adequados a cada época do ano, estas reservas tanto eram de meia pensão como de pensão completa e por isso eram sempre realizadas ordens de serviço para todos os departamentos estarem informados do que seria necessário preparar, quer a nível de manutenção, alimentação ou mesmo limpeza e organização dos quartos. Outra tarefa realizada neste departamento foi a atualização constante dos calendários uma vez que sempre que era confirmado ou até desmarcado um grupo era necessário fazer alteração no calendário,

para ser possível conciliar sempre com a receção as reservas individuais e de grupo de modo a evitar overbookings. A emissão das faturas dos grupos foi também outra tarefa realizada, e consistia no final de cada grupo confirmar com todos os departamentos se tinha existido alguma coisa extra e faturar tudo à agência para que estes procedessem ao pagamento. No caso dos grupos em pré-reserva era sempre necessário entrar em contacto um mês antes da data de entrada prevista para ter a confirmação final da reserva e também do número de quartos que seriam necessários.

3.4. Receção/ Reservas

A receção é um dos departamentos mais importantes no hotel uma vez que é o departamento que tem o contacto mais direto com o cliente e assim sendo a maior responsabilidade, e foi também um dos departamentos onde estive mais tempo durante o estágio.

Na receção foram desempenhadas várias tarefas nomeadamente, check-ins, check-outs, inserção de reservas no sistema, emissão de faturas ao cliente, receção de reservas por email ou através dos sites de reservas e também atendimento telefónico quer para esclarecimento de dúvidas quer para realização de reservas. O check-in de um hóspede é talvez um dos pontos mais importantes uma vez que é a primeira impressão que o cliente tem de alguém quando chega ao hotel, este é realizado na plataforma Ofimática e é necessário para a sua realização existir uma reserva que pode já estar feita ou ser feita na hora e é necessário que os clientes tenham consigo os documentos de identificação. Após a inserção de todos os dados no sistema é dado a cada cliente o cartão do quarto e todas as informações necessárias, e caso o quarto ainda não esteja disponível informa-se o cliente para que este aguarde ou regresse um pouco mais tarde e guarda-se as malas no maleiro caso os clientes pretendam. No check-out era necessário confirmar os cargos que existam associados para pagamento e assim dar saída do quarto, obter o pagamento caso este ainda não tenha sido feito e de seguida emite-se a fatura quer para o cliente quer para controlo interno do hotel. Sempre que cai uma reserva no sistema ou nas plataformas de reservas e email é necessário inseri-la de forma correta, e essa foi também uma das tarefas realizadas, que tinha de ser o mais cuidadosa possível uma vez que um erro de inserção de data ou o esquecimento da inserção de uma reserva podia causar um overbooking. O atendimento telefónico foi uma das tarefas realizadas em que era necessário ter algum conhecimento sobre o hotel e o seu funcionamento e o seu sistema para o caso de ser necessário

esclarecer uma dúvida ou então fazer uma reserva via telefone. Também a programação dos cartões dos quartos foi uma tarefa realizada que merecia especial atenção uma vez que era necessário programar quanto ao número de quarto, ao número de pessoas por quarto e também ao número de noites em que o quarto iria ser ocupado por aqueles hóspedes.

3.5. Departamento de F&B

O departamento de F&B está relacionado com a parte da restauração e dado isso foi um departamento ao qual não foi possível dedicar muito tempo, no entanto ainda foi possível realizar algumas tarefas neste mesmo. Uma das tarefas realizadas foi a auxílio no serviço de pequeno-almoço, quer a repor comida, quer a levantar, limpar e voltar a colocar as mesas com os utensílios necessários. No buffet de pequeno-almoço era possível encontrar uma variada seleção de padaria e pastelaria, 4 variedades de fruta, diversos tipos de queijos e enchidos, uma secção de comida quente composta por ovos de diversas formas, enchidos cozinhados e alguns legumes cozinhados, cereais, frutos secos, iogurtes, compotas, leites e bebidas vegetais assim como sumos de fruta e também máquinas de café, chá. Outro serviço realizado foi o “room service” de pequenos-almoços. Também a preparação de “lunch boxes”, cada uma desta composta por uma sandes mista, três variedades de pastelaria, uma peça de fruta, uma água e um sumo, que eram feitas para que os clientes que tinham de sair cedo do hotel pudessem usufruir de um pequeno almoço, foi uma das atividades realizadas. E por fim a tarefa realizada com mais frequência ligada a este departamento foi a receção de encomendas diversas.

3.6. Housekeeping

Face a este departamento foram apenas realizadas duas pequenas atividades, uma delas foi decorar quartos para os packs vips ou para quando surgiam certos pedidos específicos de decoração do quarto, como é possível observar nas seguintes imagens, outra tarefa foi o controlo das folhas de limpeza, isto é, sendo que a empresa de housekeeping era uma empresa externa ao hotel, era sempre necessário comparar a folha diária preenchida pela governanta onde eram mencionados o número de quartos limpos e comparar com o número de quartos que eram dados como limpos no sistema do hotel e no fim caso batesse certo o número de quartos era preciso assinar a folha e arquivar na capa do hotel para no final do mês ser possível realizar as contas.



Figura 27: Atividade de Decoração- Housekeeping. Fonte: Própria

3.7. Evento Corporativo

Ao longo do estágio decorreu um evento corporativo, no qual tive a sorte de conseguir acompanhar do início ao fim. Este evento foi realizado para a empresa de gestão clínica dedicada à criação de softwares para o mercado da saúde. Este evento decorreu durante quatro dias e foi necessário muita logística para a sua organização uma vez que era um evento complexo. Ao longo destes quatro dias foram realizadas diversas atividades, nomeadamente a realização do check-in com a introdução dos dados de cada pessoa, a colocação de um pack vip, que consistia em colocar em cima da cama de cada quarto destinado ao grupo do evento, uma folha com uma mensagem e uma caneta fornecida pela empresa, como podemos observar na imagem seguinte, com o objetivo de nesta folha as pessoas escreverem sugestões de melhoria para a empresa e entregar depois na receção para que pudessem fazer chegar ao responsável essas folhas, a distribuição das malas de cada cliente pelo seu quarto, a montagem da sala de reuniões e dos outros locais que foram também usados como sala de reuniões para as formações que iam ser lecionadas, a montagem e organização dos coffee breaks que eram servidos após cada formação dada nas salas de reunião, a preparação e montagem do serviço de buffet para o jantar do primeiro dia em que o grupo esteve no hotel, o apoio no serviço de pequeno almoço dos dias do evento e também o apoio a todos os pedidos que eram realizados pelo responsável do grupo.



Figura 28: Pack Vip do Evento Corporativo. Fonte: Própria

3.8. Análise do Estágio

Este estágio como descrito anteriormente, foi um estágio que me permitiu passar pelos vários departamentos existentes no hotel, e me fez aprender bastante sobre cada um deles, sobre o seu funcionamento, sobre como devem ser tratados certos assuntos, sobre a dificuldade de certos pontos de alguns departamentos, sobre a atenção que se deve ter quando se está a realizar uma tarefa importante e a atenção que se deve dar a todos os pormenores. Um aspeto importante da realização do estágio foi o facto de este me fazer perceber que é sempre mais fácil trabalhar em equipa, apoiar ao máximo os colegas com quem estamos diretamente a trabalhar e tentar sempre ser um bom apoio e uma boa ajuda quando estamos a desempenhar alguma tarefa.

4. Metodologia

A metodologia utilizada na realização de um relatório de estágio é sempre um aspeto muito importante. Desse modo a realização deste relatório, passou por várias etapas, nomeadamente, realização do estágio curricular, de seguida realizou-se uma pesquisa em relação a autores que falassem dos temas incluídos no relatório, e de seguida após esta análise foi realizada toda a parte escrita em relação a enquadramento teórico, descrição do estágio e da entidade de acolhimento, e por fim investigação sobre o tema escolhido, pet friendly. O objetivo deste relatório é descrever todo o estágio, esclarecer alguns pontos da hotelaria que se enquadram no estágio e também analisar com algum pormenor o tema de investigação ligado ao contexto do

hotel, o pet friendly. O relatório divide-se em cinco partes, logo após a introdução surge a primeira parte onde é feito um enquadramento teórico onde se abordam alguns pontos, como o turismo urbano, a hospitalidade em meio urbano e também o pet and tourism. Na segunda parte é feita uma apresentação da entidade de acolhimento, o hotel Oca Oriental Porto que faz parte da cadeia hoteleira espanhola Oca Hotels. De seguida é realizada toda a descrição do decorrer do estágio, falando de todos os departamentos por onde este passou. Para anteceder a parte final surge a metodologia como explicação para os resultados apresentados na parte da investigação. Por fim surge o tema de investigação, o Pet Friendly em Portugal, sendo o hotel Oca Oriental Porto um deles. Para terminar o relatório serão apresentadas as conclusões finais em relação ao estágio e a todo o trabalho relacionado. A realização deste relatório teve como base uma enorme pesquisa através de, livros online, artigos de bases de dados, bases de dados científicas, notícias online, algumas dissertações e relatórios de variados autores e também através de sites relacionados com turismo, com turismo pet friendly e também com a cidade do Porto.

A parte da investigação dividiu-se em três partes, a primeira parte está relacionada com a pesquisa de hotéis pet friendly em quatro países, a segunda parte está relacionada com o inquérito realizado no âmbito dos hotéis pet friendly, e a última parte está relacionada com os hotéis pet friendly da cidade do Porto.

A primeira parte da investigação teve uma duração de um dia, decorreu no dia 3 de maio e teve como base de pesquisa a plataforma Booking. Através do ranking de países com mais entradas de turistas no mundo, foram escolhidos os quatro países para investigação, Portugal, Espanha, Reino Unido e França. Após selecionar os países, foi realizada no booking a pesquisa, primeiramente para saber o número de alojamentos turísticos existentes no país e de seguida aplicou-se o filtro “animais permitidos” para saber quantos desses alojamentos turísticos são pet friendly. Após esta pesquisa aplicou-se o filtro de “hotéis” para saber quantos hotéis existem no país e depois aplicou-se novamente o filtro “animais permitidos” para saber quantos dos hotéis são pet friendly. A pesquisa foi realizada para os quatro países de igual forma, e por fim calcularam-se as percentagens de alojamentos e hotéis pet friendly existentes, para poder apresentar os resultados no próximo capítulo.

A segunda parte da investigação teve por base um inquérito, pois devido à pouca informação existente sobre o mercado pet friendly em Portugal, foi necessário elaborar uma pequena

investigação para perceber um pouco mais sobre as opiniões das pessoas em relação a este assunto. Para a criação desta investigação foi necessário ter em atenção alguns aspetos como, método de recolha de dados, definição da amostra, construção do questionário, aplicação do questionário e análise dos dados e resultados. Para esta investigação foi utilizado um método de recolha de dados que conseguisse fornecer informação relativa ao tema do Pet Friendly em Portugal. Dado que existem variados métodos de recolha de dados, foi escolhido o método de realização de inquérito por questionário, por ser o que mais se adequa ao tipo de estudo que se pretende realizar. Inicialmente foi necessário definir qual seria a técnica de amostragem. Então, a amostra da população em estudo para este questionário não é uma amostra específica, mas sim geral, ou seja, é toda a gente com idades compreendidas entre os 0 e os 90 anos, que se disponibilizem a responder ao questionário. Esta escolha deveu-se ao facto deste questionário ser constituído por perguntas que podem ser respondidas por qualquer pessoa, pois são perguntas de opinião geral. Em relação ao questionário, este foi elaborado com recurso ao google forms, e aplicado somente online, pois o facto de ser online facilita imenso, uma vez que não são necessárias deslocações, nem muito tempo para aplicar os questionários. Este é de resposta anónima e é composto por sete perguntas de resposta de escolha múltipla, e uma pergunta de escolha múltipla entre intervalos de números. O inquérito foi elaborado com recurso a perguntas simples e objetivas de resposta fácil e rápida. A duração deste é de cerca de um minuto. Todas estas questões permitem uma análise rápida e objetiva de modo a facilitar a investigação. O questionário foi administrado durante 10 dias, com início no dia 20 de maio e fim no dia 30 de maio. Este tem apenas uma versão e é apenas online. Para que este chegasse a um número de pessoas razoável foi partilhado através das redes sociais pessoais, de email e também em grupos de familiares, amigos e conhecidos. Além dos dez dias de duração do questionário foram ainda necessários mais três dias para analisar todos os dados e apresentar os resultados e conclusões.

Por fim a terceira ferramenta de investigação está relacionada apenas com a cidade do Porto, e teve também como base a plataforma Booking. Esta investigação teve a duração de dois dias, 8 e 9 de junho, e o objetivo desta era analisar comentários de vários hotéis pet friendly da cidade do Porto. Inicialmente foi necessário que tipo de hotéis seriam analisados, então foi feita uma pesquisa pelo número total de alojamentos turísticos da cidade do Porto, um total de três mil e quarenta alojamentos turísticos. Dado que dessa amostra iria resultar um número imenso de

comentários, foi aplicado o filtro de hotéis que resultou em cento e cinquenta e dois hotéis sendo vinte e um deles pet friendly, e dado que mesmo assim a amostra também era elevada, foram selecionados hotéis apenas de 4 e 5 estrelas. Esta escolha teve como base a categoria de 4 estrelas do hotel onde foi realizado o estágio, o hotel Oca Oriental Porto, e daí resultaram trinta e cinco comentários de nove hotéis de 4 estrelas. Mas para complementar a investigação com mais alguns comentários foi adicionada também a categoria de hotéis de 5 estrelas do Porto e obteve-se mais onze comentários de sete hotéis, perfazendo assim uma amostra de quarenta e seis comentários para análise, provenientes de apenas doze hotéis, uma vez que nem todos os hotéis analisados tinham comentários. Para encontrar os comentários foi feita uma pesquisa através da palavra-chave cão, nas cinco línguas principais, português, inglês, francês, espanhol e italiano, ou seja, cão, dog, chien, perro e cane. A opção de ser apenas a palavra cão relacionou-se com o facto de alguns destes serem apenas dog friendly, e também porque durante os meses de estágio foi possível observar que por norma os animais que se levam para os hotéis são apenas cães. Os comentários encontrados estavam nas várias línguas, no entanto foram todos traduzidos e apresentados em várias tabelas, cada um deles com a sua pontuação associada e de seguida foram todos analisados para obter resultados e conclusões.

5. Investigação

5.1. Turismo Urbano no Porto

O Porto é uma cidade portuguesa com 41,42 km², cerca de 213962 habitantes, de acordo com os censos de 2021, e uma densidade populacional de 5,16 habitantes por km². Encontra-se subdividido em sete freguesias. O seu centro histórico foi classificado Património Mundial da Unesco, em 1996, e foi também considerada capital europeia da cultura em 2011. Dado o seu turismo urbano, esta cidade já foi premiada várias vezes, segundo notícia do Porto.pt a 2 novembro de 2020, o Porto foi eleito o melhor destino da Europa para uma escapadela urbana, pelo quarto ano consecutivo, prémio atribuído pela organização World Travel Awards, os chamados Óscares do Turismo. A cidade foi também eleita melhor destino europeu em 2012, 2014 e 2017 pela European Best Destinations, segundo Gomes (2017).

Segundo a European Best Destination, o Porto é uma cidade de paragem obrigatória na Europa devido à sua notoriedade internacional e ao número de visitantes recebidos, tendo sido uma

das cem cidades mais visitadas no mundo em 2018, após subir quarenta e duas posições desde 2013 no ranking top 100 city destination da Eurimotor. Esta cidade encontra-se entre os melhores mercados turísticos com melhor desempenho da Europa.

De acordo com o INE- Instituto Nacional de Estatística (2022) e a Eurimotor (2022), o setor de turismo é o setor mais dinâmico da cidade do Porto e regista melhor desempenho em termos de crescimento da procura, oferta e retorno, segundo um estudo da empresa Christie e Co publicado em 2019. Este turismo depende também de uma parte muito importante que são os transportes. A nível de transportes a cidade encontra-se bem abastecida, uma vez que dispõe de várias redes de autocarros, linhas de metro e de comboio, mas também de um aeroporto que segundo a Ana Aeroportos de Portugal, o Aeroporto do Porto foi distinguido pela Airport Council International como um dos melhores aeroportos europeus de média dimensão. Mas também o terminal de cruzeiros recebeu vários prémios internacionais de arquitetura e design incluindo o building of the year 2017 da Arch Daily Internacional e People's Choice 2016 do AZ Awards.

O Porto é um dos destinos turísticos que mais tem crescido com o passar do tempo devido à sua oferta cultural, histórica e monumental. Em 2015 este foi eleito como o melhor destino emergente da Europa e encontrava-se em terceiro lugar a nível mundial, segundo o Porto.pt. Segundo o Pordata, em 2020 o Porto era a terceira cidade portuguesa com mais capacidade total e por tipo de alojamento, e nesse mesmo ano registou 1243955 dormidas em alojamentos.

A cidade do Porto além de todo o património, tem também outros fatores que motivam as pessoas a deslocar-se, nomeadamente eventos como a Red Bull Air Race, Nos Primavera Sound, eventos de moda na Alfândega do Porto, concertos variados, eventos desportivos ligados na sua maioria ao Futebol Clube do Porto, e também a festa do S. João. Todos estes eventos trazem turistas à cidade que além de participarem nos eventos aproveitam também para visitar e conhecer toda a cidade e todo o seu património, de acordo com Ramos (2011). De acordo com o Turismo Porto e Norte, o turismo urbano existente na cidade é muito complexo, uma vez que existem inúmeros pontos de interesse turístico, como por exemplo a gastronomia, o enoturismo mais especificamente as caves de vinho do porto, os diversos monumentos classificados, os cruzeiros do Douro, os museus e igrejas, os mercados e feiras, as salas de espetáculos, os parques e jardins e também a diversão noturna. Várias pessoas

deslocam-se até à cidade com intuito de praticar variados tipos de turismo, nomeadamente turismo de negócios, turismo religioso, turismo de natureza, turismo cultural, turismo paisagístico, turismo de saúde e lazer.

Apesar do Porto ser uma cidade em que predomina o turismo urbano, nesta cidade existem diversos problemas urbanísticos. Estes problemas estão a ser controlados, de modo que não exista perigo para o turismo mas também para os residentes e de modo a melhorar também as condições de vida da população. A baixa, que é uma das partes mais emblemáticas da cidade, é um local que apresenta grande envelhecimento acompanhado de uma forte degradação dos edifícios, o que protagoniza uma imagem de fragilidade social a quem visita a cidade. O período noturno, é ainda um grande problema da cidade, pois existe uma forte marginalidade que provoca insegurança aos turistas e à população, mas que a autarquia em conjunto com os comerciantes e os empresários está a tentar combater, segundo Ramos (2011), no entanto ao visitar a cidade do Porto é possível observar que em relação aos problemas de degradação estes tem vindo a melhorar pois muitos dos edifícios degradados neste momento são alojamentos locais ou até mesmo habitações e espaços comerciais, desse mesmo modo também a vida noturna se encontra diferente face a 2011, não foi eliminada por completo a marginalidade existente, no entanto esta diminuiu e atualmente é mais seguro sair na cidade. De acordo com a mesma autora, o município tem outros projetos para o melhoramento da cidade, focados no desenvolvimento urbano sustentável, com objetivo de valorizar a qualidade ambiental da cidade. Este município aposta também em programas estruturantes para a promoção turística com objetivo de afirmar o Porto como centro económico atrativo e dinâmico investindo em ações de apoio, divulgação e promoção da atividade turística.

Um fator importante para o turismo e para o turismo urbano é a imagem que o local nos transmite. No caso da cidade do Porto, a sua imagem surge desde há vários anos da sua componente histórica, no entanto o foco tem sido transmitir uma boa imagem ao turista de pontos turísticos da cidade sem anular a vertente histórica. Essa imagem passa por tentar proporcionar experiências diferentes no turismo urbano relacionadas com a qualidade de vida e do ambiente urbano do porto mas também do centro económico, atrativo e dinâmico da cidade, segundo Ramos (2011).

A cidade do Porto é uma cidade dotada de uma grande hospitalidade, por diversas razões, existe uma enorme oferta de locais de restauração, de espaços de enoturismo, de atrações turísticas de vários tipos, e também de alojamentos turísticos, que segundo o Turismo de Portugal (2022) o Porto proporciona uma oferta de cento e quarenta e três empreendimentos turísticos. O facto de a cidade ter uma boa rede de transportes faz com que esta se torne hospitaleira pois consegue receber de variadas formas os seus turistas. A nível da hospitalidade ao nível das pessoas, há de tudo um pouco, normalmente as pessoas são bastante prestáveis, ajudam o máximo que conseguem a dar indicações de locais de restauração, ou alojamento ou mesmo de atrações turísticas, em relação a comerciantes estes tentam receber da melhor forma os turistas para que estes se sintam bem e queiram voltar. A cidade em si não tem como não ser considerada hospitaleira, uma vez que está praticamente toda direcionada ao turismo.

Além de ser hospitaleira com os turistas, esta cidade começa também a ser hospitaleira com os animais, uma vez que cada vez mais começam a existir oferta turística como por exemplo locais para se visitar e poder estar com os animais, como é o caso dos hotéis pet friendly, parques caninos, restaurantes e cafés, ruas e também algumas atrações. Em relação a parques caninos, podemos destacar a Quinta do Covelo, que atualmente já dispõe de um grande parque canino com 3800 metros quadrados que dispõe de bebedouros para os animais e bancos para os seus donos, segundo o Porto. Pt. Já em relação a restauração, segundo os autores do Time Out Porto (2022), existem locais no Porto de restauração, e outras atividades que já aceitam animais, como é o caso do Soundwich, localizado no parque da cidade do Porto, este restaurante além de permitir que os animais estejam confortáveis perto dos seus donos, dispõe também de um menu canino com comida húmida de diversos sabores e ainda água e uma barrita. Também o Monarca, é um restaurante localizado em Cedofeita, em que os amigos de quatro patas podem estar confortáveis perto dos seus donos, e tem ainda direito a uma taça de água e alguns biscoitos. Também a Dogga, uma recente escola de cães foi criada para que os patudos possa ser educados e divertirem-se tal como os humanos. Localizado na Boavista temos também o restaurante Lea Food & Drinks, espaço recente que aceita animais de estimação. Mas como não só cães são animais de estimação, também existe o café Porto dos gatos, em que os felinos são a sua maior atração e fazem companhia a toda a gente que frequenta o café. Existem ainda outros restaurantes pet friendly na cidade como é o caso do Manna localizado na baixa portuense, o Base localizado junto à torre dos Clérigos, o Bao-Bao,

o Zenith Brunch & Cocktail's Bar e o Aduela também localizados na Baixa, O café Hop Trip e o restaurante Terrárea localizado em Matosinhos, o café Picaba Natural situado na Foz, a cervejaria Letraria situada na famosa rua de Santa Catarina, o Selina Porto e o BAO'S localizados em Cedofeita, e também o Terraplana e o Macrobiótico situados no Bonfim. Existem ainda outros locais pet friendly como é o caso do Fungagá da Bicharada, uma creche canina localizada na Foz, o Villa Dog que é um hotel para cães e também o Armazém da Real Companhia Velha, situado em Miragaia, que também recebe de braços abertos os amigos de quatro patas. Apesar de já existirem alguns locais que aceitam animais, como visto anteriormente, a oferta pet friendly ainda é muito reduzida em comparação com a oferta turística existente na cidade do Porto.

5.2. Hotel Oca Oriental Porto

O hotel onde foi realizado o estágio, Hotel Oca Oriental Porto, é um hotel que abriu como pet friendly e, entretanto, alterou a designação para hotel dog friendly. E foi por este motivo que o tema escolhido para investigar incidu sobre os hotéis pet friendly. O hotel faz parte da cadeia espanhola Oca Hotels e entre os seus vinte e nove hotéis, dez deles são hotéis Pet Friendly, e nesse seguimento decidiram que iriam colocar o Oca Oriental Porto também como hotel pet friendly, como nos diz o site Oca Hotels “De modo a perceber como funciona este mercado, vamos analisar como funciona o Pet Friendly neste hotel”. Segundo o site do Oca Hotels, “No Oca Hotels sabemos que o seu animal de estimação é mais um membro da sua família e que as suas férias não estão completas sem ele, é por isso que nossa equipa trabalha para que você possa ficar connosco, embora no momento só aceitemos cães. Se for esse o seu caso ou se não encontrar o local ideal para deixar o seu cão durante as suas férias, não hesite e reserve a sua estadia num dos nossos hotéis e apartamentos 'Não sem o meu mascote', especialmente pensado para fazer de sua estadia com o seu cão o mais confortável possível.”

O Hotel Oca Oriental Porto, segundo o seu site, aceita animais de estimação, especificamente cães, com peso até quinze quilos e apenas um cão por quarto. Existem quartos específicos para que os seus donos se possam alojar com os seus cães, e o valor da estadia de cada animal tem o custo de vinte euros por noite, e o hotel disponibiliza uma cama para o animal, comedouro e bebedouro e também um brinquedo emprestado, como se pode ver na seguinte imagem.



Figura 29: Kit pet friendly. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

É necessário avisar que um animal irá acompanhar a estadia dos clientes para que tudo seja preparado com tempo, e no momento de check-in é necessário que os donos assinem um termo de responsabilidade para o seu animal, como podemos observar na seguinte imagem.



Antes de mais, damos as boas vindas a OCA Hotels e esperamos que tenha uma ótima estadia, assim como ao seu cão.

De seguida, indicados uma serie de normas de conduta respeitantes ao seu animal, que permitirá manter a harmonia com o resto dos hóspedes dos nossos hotéis.

NORMAS DE CONDUTA

- Os cães não podem permanecer nas zonas comuns do hotel, apenas poderão transitar para aceder aos quartos ou para sair do hotel. Entende-se como zonas comuns do hotel a entrada ou receção (exceto cães guia).
- Não podem aceder ao restaurante, sala de pequenos almoços, bar ou salas do hotel (exceto cães guia). Fica excluído deste ponto o terraço do bar, onde o seu cão pode permanecer (sempre com trela).
- O cliente é responsável por qualquer dano causado pelo seu cão no quarto ou em alguma outra área do hotel.
- Em caso de qualquer acidente com outro cão ou com uma pessoa, o proprietário do animal será o máximo responsável, ficando o hotel isento de toda a responsabilidade para efeitos legais.
- Sempre que o seu cão circule pelas zonas comuns do hotel deverá ir com trela ou nos braços do proprietário.
- Ficam excluídos de admisão no hotel, os cães com mais de 15Kg de peso.
- O hotel reserva-se no direito de não admitir o cão, em caso de o mesmo demonstrar agressividade ou um comportamento inadequado.
- O seu cão não poderá ficar sozinho no quarto.
- Tanto a cama, como o comedouro e bebedouro encontram-se no seu quarto aquando da sua chegada (caso não seja assim, por favor, contacte a receção. Será sempre sujeito a disponibilidade e com previa reserva de quarto adaptado) e são propriedade do hotel. No caso de querer adquirir estes produtos para levar, o preço da cama é de 50€ e os recipientes 15€/cada (IVA Incluído).

Desejamos que tenha uma ótima estadia e ficamos a sua disposição para qualquer questão ou informação adicional.

Trabalhamos para que no futuro possamos admitir outros animais nos nossos hotéis.

Obrigada pela sua compreensão e colaboração.

Procedimento de referência: P.1115_ Quartos para Animais de Estimação

Figura 30: Norma conduta animais. Fonte: Hotel Oca Oriental Porto

5.3. Alojamentos Pet Friendly

O tema Pet Friendly é ainda um tema pouco investigado, o que resulta em pouca informação relacionada com o mesmo, em especial em relação a Portugal e às suas cidades. De modo a perceber

como funciona este mercado no nosso país, foi feita uma pequena análise e comparação com recurso à plataforma da Booking, entre Portugal, Espanha, França e Reino Unido em relação ao total de alojamentos pet friendly e ao total de hotéis pet friendly. A escolha destes países baseou-se no ranking de países com mais entradas de turistas do mundo, do Barómetro de Turismo do Mundo.

Iniciamos com Portugal, o país é composto por trinta e sete mil trezentos e oitenta e sete (37387) alojamentos turísticos, dos quais sete mil quatrocentos e oitenta e seis (7486) aceitam animais de estimação, o que significa que apenas 20% dos alojamentos existentes em Portugal são pet friendly. Mais especificamente, deste total de alojamentos turísticos apenas dois mil duzentos e vinte e quatro (2224) são hotéis, e destes apenas trezentos e quarenta e nove (349), ou seja, apenas cerca de 15,69 % dos hotéis em Portugal são pet friendly.

Em relação ao país vizinho, Espanha, sabemos que existe um total de cento e quarenta e nove mil duzentos e oitenta e quatro (149284) alojamentos turísticos e destes apenas quarenta e dois mil setecentos e cinquenta e um (42751), cerca de 28,64% são pet friendly. Deste total onze mil seiscentos e sessenta e dois (11662) são hotéis e destes dois mil seiscentos e sessenta e seis (2666) aceitam animais, cerca de 22,86%.

Em França, o total de alojamentos turísticos é de cento e sessenta e quatro mil, oitocentos e sessenta e seis (164866), mas apenas cinquenta e seis mil cento e quatro (56104) destes aceitam animais, cerca de 34%. O total de hotéis por sua vez é de dezassete mil duzentos e oitenta e oito (17288) e destes onze mil oitocentos e oitenta e um (11881) são pet friendly, cerca de 68,72%.

Por fim, em relação ao Reino Unido, existem noventa e três mil novecentos e sessenta e nove (93969) alojamentos turísticos, dos quais trinta e cinco mil oitocentos e quarenta e um (35841) são pet friendly, cerca de 38,14%. Em relação aos hotéis, o total são nove mil oitocentos e noventa e nove (9899), e destes, três mil quinhentos e quarenta e três (3543) são hotéis pet friendly, cerca de 35,79%.

De modo a simplificar a leitura e análise dos dados anteriores, estes serão apresentados na seguinte tabela.

Pais	Portugal	Espanha	França	Reino Unido
Nº Alojamentos Turísticos	37387	149284	164866	93969
Nº Alojamentos Turísticos Pet Friendly	7486 (20%)	42751 (28,64%)	56104 (34%)	35841 (38,14%)
Nº Hotéis	2224	11662	17288	9899
Nº Hotéis Pet Friendly	349 (15,69%)	2666 (22,86%)	11881 (68,72%)	3543 (35,79%)

Figura 31: Nº de alojamentos e hotéis pet friendly por país. Fonte: Elaboração Própria

Após análise, é possível observar que Portugal é o país com percentagem mais baixa quer em relação a alojamentos turísticos pet friendly, quer em relação a hotéis pet friendly, seguidamente de Espanha. Por outro lado, a maior percentagem de alojamentos turísticos pet friendly encontra-se no Reino Unido, mas a maior percentagem de alojamentos turísticos pet friendly encontra-se no Reino Unido, mas a maior percentagem de hotéis pet friendly encontra-se em França, sendo esta bastante elevada em comparação com as restantes dos outros países, e sendo também associada a mais de metade dos hotéis de França. Em 2017 Caleiro analisou um mapa que mostrava que Portugal e Espanha dependiam do setor do turismo, no entanto o Reino Unido e a França eram menos dependentes do turismo, fazendo estes dois países parte das maiores economias do planeta, como podemos observar na figura seguinte. Dado então que Portugal é um país que depende em parte do turismo, este devia de começar a investir mais em todos os tipos de turismo, em especial naqueles que se estão a desenvolver cada vez mais, como é o caso do turismo pet friendly.

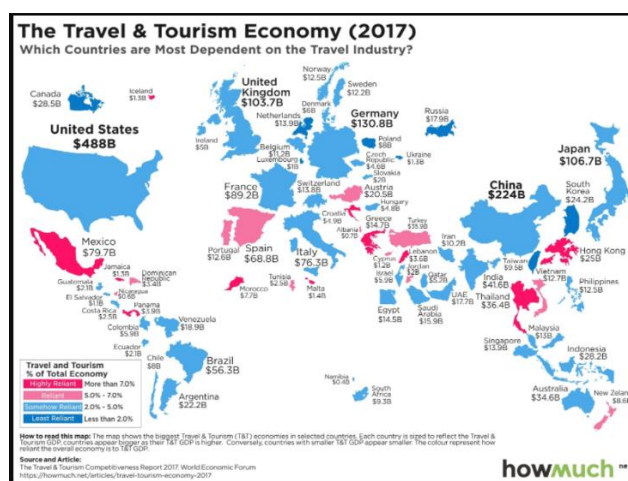


Figura 32: Mapa distribuição turismo por país. Fonte: World Economic Fórum

5.4. Perceções sobre o mercado Pet Friendly em Portugal

De modo a perceber mais, não só sobre alojamentos Pet Friendly, mas também sobre o mercado Pet Friendly em geral em Portugal, foi criado um questionário com recurso à plataforma google forms, que esteve disponível durante 10 dias.

5.4.1. Análise e Discussão dos Resultados

Será agora feita uma análise e discussão dos resultados do inquérito. Após dez dias disponível, o questionário teve um total de trinta e três respostas. De modo a compreender estas respostas a análise será dividida em duas partes, primeiramente será feita uma divisão entre quem possui e quem não possui animal de estimação e de seguida serão apresentados gráficos com as respostas às questões em função dessa divisão, em segundo lugar serão apresentadas três tabelas de cruzamentos de dados para que seja possível retirar algumas conclusões.

Das trinta e três respostas obtidas no questionário, foi possível saber, após análise dos dados que vinte e seis pessoas possuem animais de estimação e apenas sete pessoas não possuem animais de estimação, como é possível observar no seguinte gráfico.

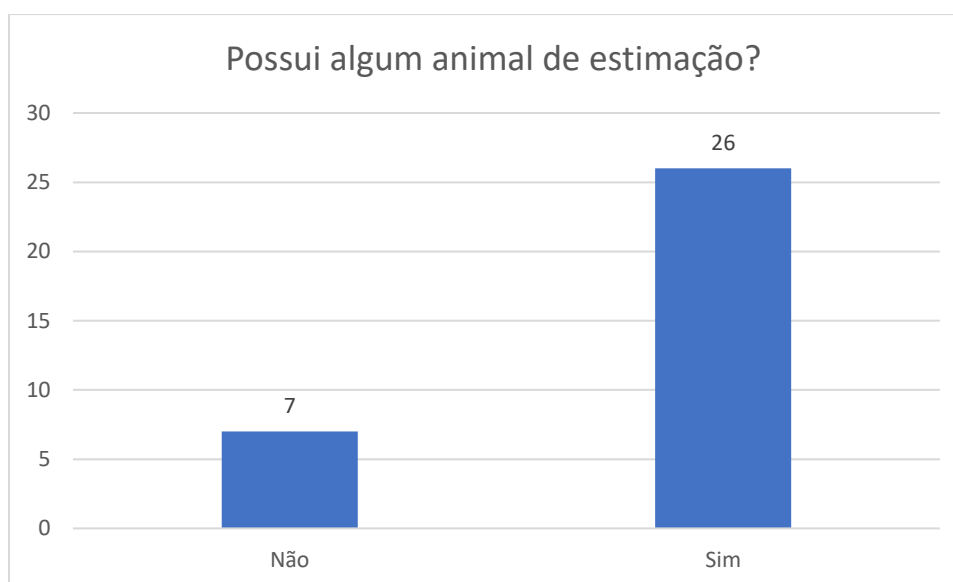


Figura 33: Resultados dos dados do questionário sobre quem possuiu e não possuiu animal de estimação. Fonte: Elaboração própria

Sabendo agora quantas pessoas possuem e não possuem animais de estimação, primeiramente serão analisados os resultados às questões do inquérito respondidas por quem não possui animal de estimação. Nos seguintes gráficos, pode-se observar que as sete pessoas que não possuem animal de

estimação são todas do género feminino, e que cinco dessas pessoas tem idade compreendida entre os quinze e os trinta anos, e as restantes duas pessoas tem idade compreendida entre os trinta e os sessenta anos.

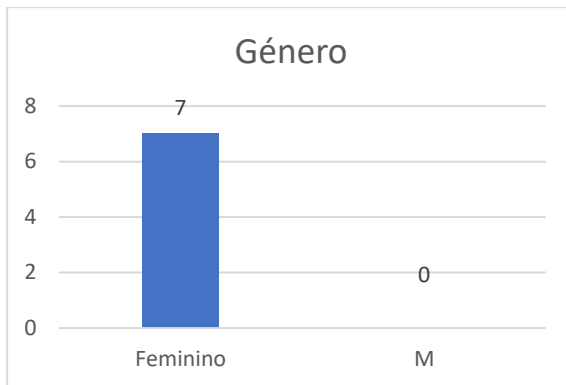


Figura 34: Género das pessoas que não possuem animal de estimação

Fonte: Elaboração própria

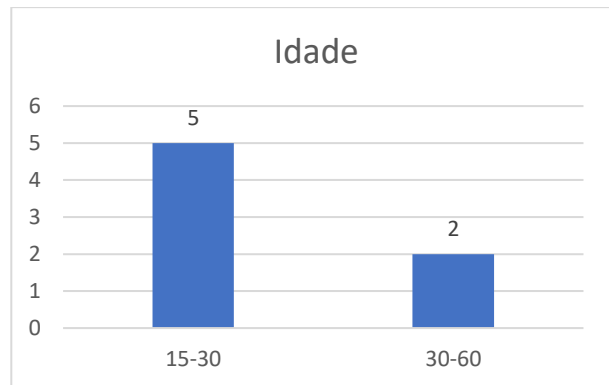


Figura 35: Idade das pessoas que não possuem animal de estimação

Fonte: Elaboração própria

Em relação à questão “Acha importante que as atrações turísticas do país sejam pet friendly?” das sete pessoas que não possuem animais, seis delas acham importante que Portugal invista em atrações turísticas pet friendly, enquanto apenas uma pessoa acha que Portugal não deve investir nas atrações turísticas pet friendly. Já face à questão “Acha que Portugal é um país que tem investido em locais pet friendly?”, cinco dos inquiridos que não possuem animal de estimação não concorda que Portugal tem investido nestes locais, enquanto dois dos inquiridos acham que Portugal tem investido nos locais pet friendly, como é possível observar nos seguintes gráficos.

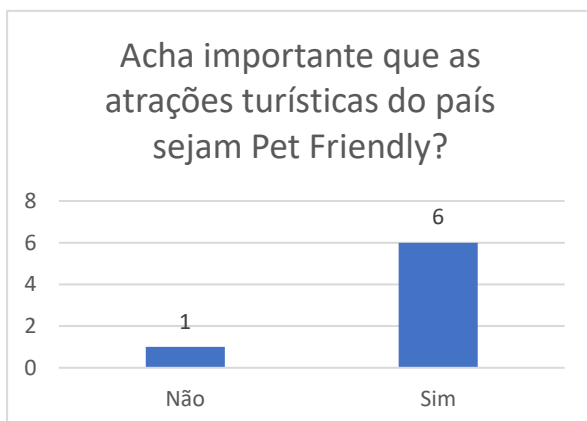


Figura 36: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração própria

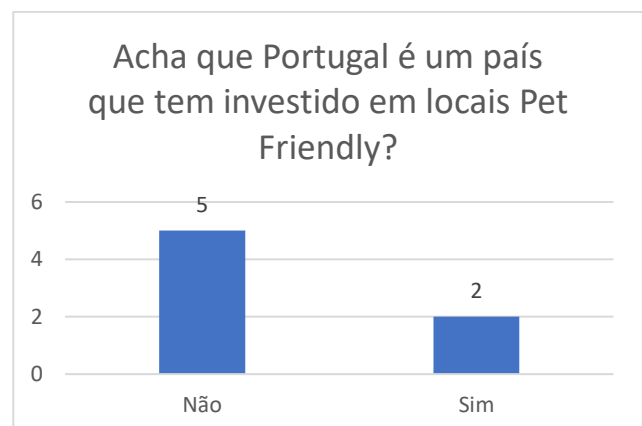


Figura 37: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração própria

Face às três questões finais, é possível observar nos seguintes gráficos, que seis pessoas que não possuem animal de estimação acham importante que se invista num mercado adequado ao turismo pet friendly, enquanto uma pessoa não concorda. Em relação à questão “Acha importante os estabelecimentos turísticos serem pet friendly?”, o cenário de resposta é o mesmo, pois seis dos inquiridos responderam sim à questão, enquanto apenas um respondeu não. Em resposta à questão “Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly?”, cinco dos inquiridos responderam que sim, enquanto os restantes dois responderam não.

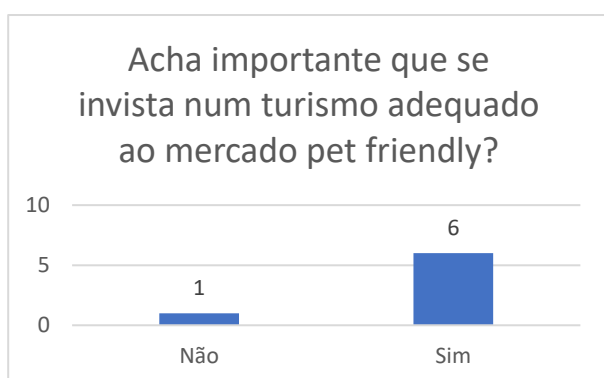


Figura 38: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração própria

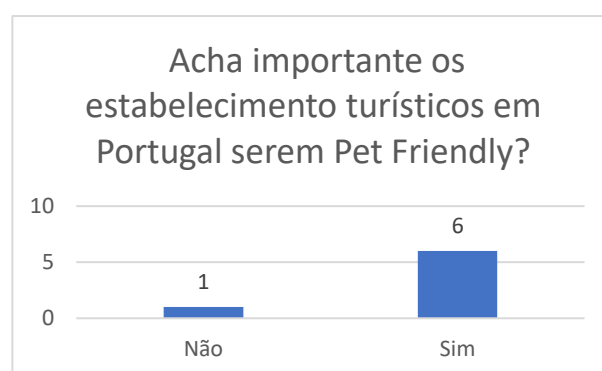


Figura 39: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração própria

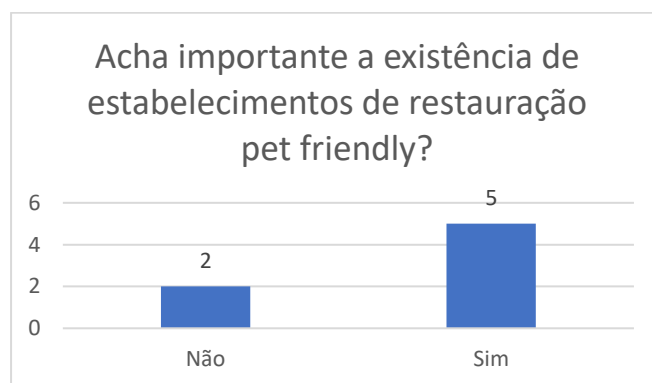


Figura 40: Resposta das pessoas que não possuem animal de estimação. Fonte: Elaboração própria

Analisada a vertente de respostas de quem não possui animal de estimação, serão agora analisados os gráficos com as respostas de quem possui animais de estimação, salientando que, como visto anteriormente, vinte e seis pessoas das inquiridas possuem animal de estimação.

Tal como nas respostas dos inquiridos que não possuem animal de estimação, a maioria dos inquiridos são do sexo feminino, no entanto oito respostas foram dadas por membros do sexo

masculino. A maioria tem idade compreendida entre quinze e trinta anos, e quatro pessoas tem idade compreendida entre os trinta e os sessenta anos.

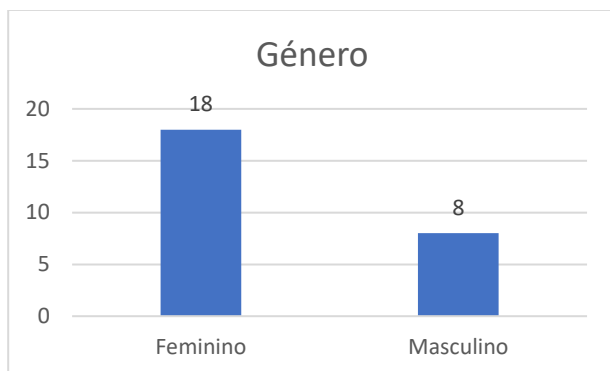


Figura 41: Género das pessoas que possuem animais de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

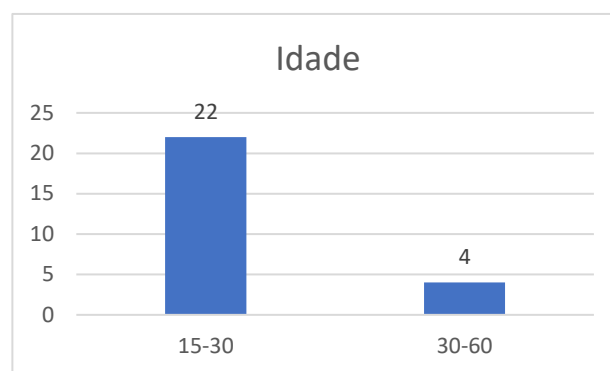


Figura 42: Idade das pessoas que possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

Como resposta à pergunta “Acha que Portugal é um país que tem investido em locais pet friendly?”, dos inquiridos que possuem animal de estimação, vinte responderam que não e apenas seis responderam que sim. Face à pergunta “Acha importante que as atrações turísticas do país sejam pet friendly?”, vinte e três pessoas acham que sim, enquanto apenas três pessoas acham que não, como é possível observar nos gráficos seguintes.

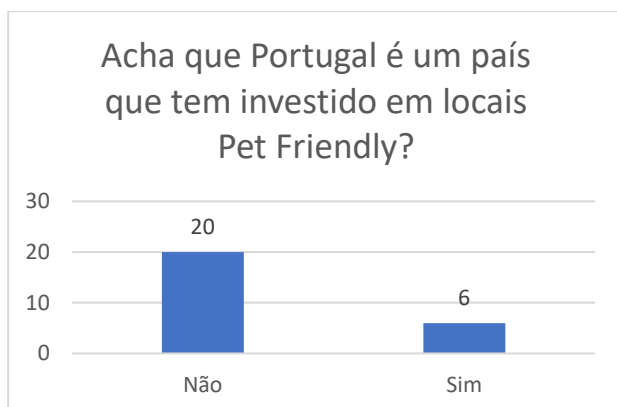


Figura 43: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

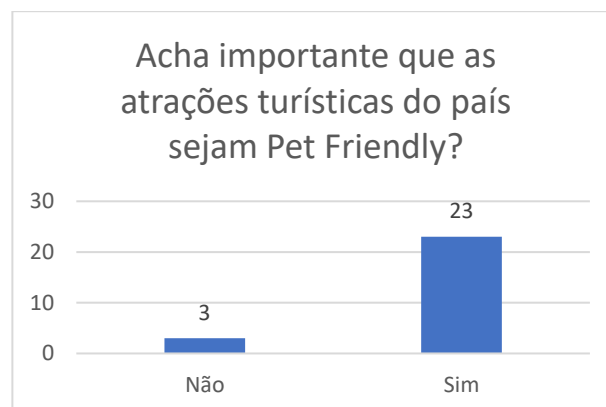


Figura 44: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

Dos vinte e seis inquiridos que possuem animal de estimação, a totalidade acha que é importante que se invista num turismo adequado ao mercado pet friendly, e acha importante também os estabelecimentos turísticos do país serem pet friendly. Em relação aos estabelecimentos de restauração serem pet friendly, da totalidade das vinte e seis pessoas apenas uma não acha importante,

enquanto as restantes vinte e cinco acham importante, como é possível observar nos seguintes gráficos.

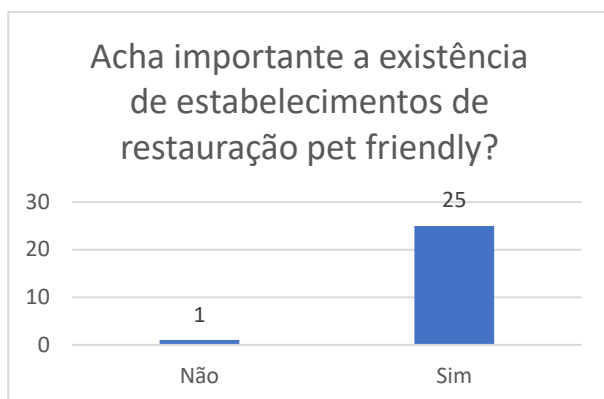


Figura 45: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

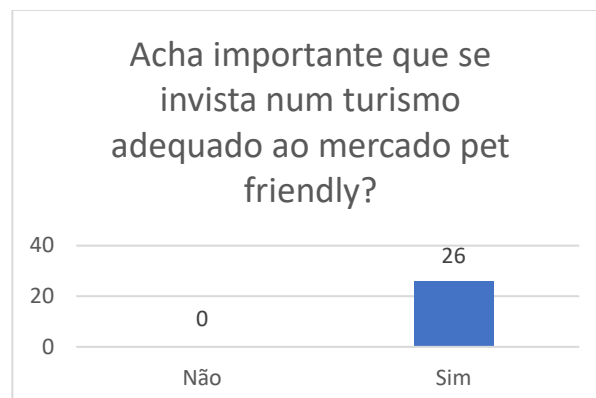


Figura 46: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

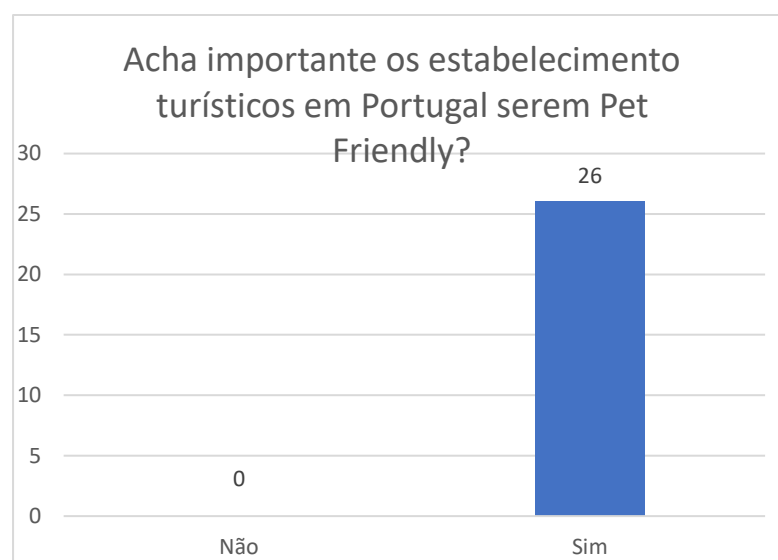


Figura 47: Resposta das pessoas que possuem animal de estimação. Fonte: Elaboração Própria

Após analisar todos os gráficos anteriores foi possível observar que a maioria das respostas foram dadas por pessoas do sexo feminino e com idade compreendida entre os quinze e os trinta anos. Das trinta e três respostas obtidas, sete pessoas não possuem animais de estimação, mas vinte e seis pessoas possuem animais de estimação, no entanto o facto de sete destas pessoas não terem animal de estimação não invalidou o facto de estes serem a favor do mercado pet friendly e de acharem que Portugal deve investir no mercado pet friendly. Tendo analisado em separado as respostas de quem possui e não possuiu animal de estimação,

praticamente todas as respostas estão de acordo e as pessoas tem quase todas a mesma opinião. A maioria das pessoas é a favor do investimento em estabelecimentos turísticos pet friendly, estabelecimentos de restauração pet friendly e atrações turísticas pet friendly. Também a maioria dos inquiridos acha que Portugal não tem investido em locais pet friendly e que acham por isso importante que o país invista num turismo adequado ao pet friendly. No entanto é possível ver que a maioria das respostas negativas foram dadas pelas pessoas que não possuem animais de estimação, isto deve-se ao facto de estas pessoas não terem uma relação forte com um animal e por isso achar que certas coisas não são necessárias, uma vez que nunca tiveram necessidade de levar os seus animais consigo quando foram viajar.

Para perceber e analisar melhor esta investigação foram elaboradas três tabelas com recurso a estas respostas. Como é possível observar, na primeira tabela foi feito um cruzamento das questões de opinião com o facto dos inquiridos possuírem ou não animal de estimação, na segunda tabela foi feito um cruzamento das questões de opinião com o sexo dos inquiridos, e por fim na terceira tabela foi feito um cruzamento das questões de opinião com a idade dos inquiridos.

Analisando as três tabelas observa-se que, apesar do género, idade ou de possuírem ou não animais de estimação, as respostas dos inquiridos são sempre parecidas, no entanto as maiores percentagens encontram-se associadas ao facto de os inquiridos possuírem ou não animais.

Se analisarmos a 1ª questão “Acha importante os estabelecimentos turísticos em Portugal serem pet friendly?”, conseguimos observar que 100% dos inquiridos que possuem animais responderam “sim”, no entanto apenas 85,71% dos inquiridos que não possuem animais responderam “sim”, conseguimos observar também que 95,83% dos inquiridos do sexo feminino responderam “sim” e 100% dos inquiridos do sexo masculino responderam “sim”, e é possível observar também que 96,30% dos inquiridos com idades entre os 15-30 responderam “sim” e 100% dos inquiridos entre os 30-60 responderam “sim”. Se analisássemos apenas esta pergunta podíamos concluir que existiam três parâmetros que influenciavam as respostas, eram estes o possuir animais, ser do sexo masculino e ter entre 30-60 anos. No entanto se analisarmos as restantes perguntas o cenário já é diferente. Ao analisar as respostas da 2ª questão “Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly?”, a percentagem de inquiridos que possuem animais que responderam “sim” é de

96%, enquanto a percentagem de inquiridos que não possuem animais que responderam “sim” é 71,43%. Já a percentagem de inquiridos do sexo feminino que respondeu “sim” foi de 95,83%, enquanto a percentagem de inquiridos do sexo masculino que respondeu “sim” foi de 87,50%, em relação à idade 92,59% dos inquiridos entre os 15-30 responderam “sim”, e 80% dos inquiridos com idade entre os 30-60 responderam “sim”. Analisando as respostas a esta questão é possível observar que o facto de possuir animais continua a influenciar a resposta às questões, mas ser do sexo masculino e ter idade entre os 30-60 anos já não influencia as respostas pois estas são diferentes para a primeira e segunda questão. E ao analisar as restantes três perguntas o cenário vai ser o mesmo, o fator género e o fator idade não vai influenciar as respostas uma vez que estas vão variando, como se pode observar pelas percentagens das tabelas, mas o facto de possuir ou não possuir animal de estimação vai sempre influenciar as respostas, pois quem possui animal de estimação vai estar sempre a favor da criação de locais pet friendly, enquanto que quem não possui animal de estimação tanto está a favor como contra, como é possível ver nas percentagens apresentadas na tabela.

Questões	Possui animais	Não possui animais
<i>Acha importante os estabelecimentos turísticos em Portugal serem Pet Friendly?</i>		
SIM	100,00%	85,71%
NÃO	0,00%	14,29%
<i>Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly?</i>		
SIM	96,00%	71,43%
NÃO	4,00%	28,57%
<i>Acha importante que as atrações turísticas do país sejam Pet Friendly?</i>		
SIM	88,00%	85,71%
NÃO	12,00%	14,29%
<i>Acha que Portugal é um país que tem investido em locais Pet Friendly?</i>		
SIM	20,00%	28,57%
NÃO	80,00%	71,43%
<i>Acha importante que se invista num turismo adequado ao mercado pet friendly?</i>		
SIM	100,00%	85,71%
NÃO	0,00%	14,29%

Figura 48: Cruzamento das questões de opinião com o facto dos inquiridos possuírem ou não animal de estimação.

Fonte: Elaboração Própria

Questões	Feminino	Masculino
<i>Acha importante os estabelecimentos turísticos em Portugal serem Pet Friendly?</i>		
SIM	95,83%	100,00%
NÃO	4,17%	0,00%
<i>Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly?</i>		
SIM	91,67%	87,50%
NÃO	8,33%	12,50%
<i>Acha importante que as atrações turísticas do país sejam Pet Friendly?</i>		
SIM	87,50%	87,50%
NÃO	12,50%	12,50%
<i>Acha que Portugal é um país que tem investido em locais Pet Friendly?</i>		
SIM	16,67%	37,50%
NÃO	83,33%	62,50%
<i>Acha importante que se invista num turismo adequado ao mercado pet friendly?</i>		
SIM	95,83%	100,00%
NÃO	4,17%	0,00%

Figura 49: Cruzamento das questões de opinião com o sexo dos inquiridos. Fonte: Elaboração Própria

Questões	15-30 anos	30-60 anos
<i>Acha importante os estabelecimentos turísticos em Portugal serem Pet Friendly?</i>		
SIM	96,30%	100,00%
NÃO	3,70%	0,00%
<i>Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly?</i>		
SIM	92,59%	80,00%
NÃO	7,41%	20,00%
<i>Acha importante que as atrações turísticas do país sejam Pet Friendly?</i>		
SIM	85,19%	100,00%
NÃO	14,81%	0,00%
<i>Acha que Portugal é um país que tem investido em locais Pet Friendly?</i>		
SIM	18,52%	40,00%
NÃO	81,48%	60,00%
<i>Acha importante que se invista num turismo adequado ao mercado pet friendly?</i>		
SIM	96,30%	100,00%
NÃO	3,70%	0,00%

Figura 50: Cruzamento das questões de opinião com a idade dos inquiridos. Fonte: Elaboração Própria

Pode-se concluir então que, apesar de este inquérito ter sido respondido apenas por uma amostra de pessoas muito reduzida, esta pequena amostra está praticamente de acordo quanto a que Portugal não tem investido em locais pet friendly e a que deve investir num turismo adequado ao pet friendly. Apesar de, como já referido, a amostra ser muito reduzida, através

desta pequena investigação e análise dos dados conclui-se que o facto de os inquiridos possuírem ou não animais de estimação tem influência sobre as respostas, e conclui-se também que é necessário que Portugal invista num turismo associado ao pet friendly, dado que o país tem investido cada vez mais no setor do turismo, e desse modo apostando neste turismo pet friendly será ainda melhor para o país pois irá abranger ainda mais um segmento de população que tem vindo a ser cada vez maior.

5.5. Análise de opiniões dos hóspedes dos hotéis pet friendly do Porto

Este capítulo será dedicado à análise de comentários em hotéis pet friendly da cidade do Porto. O objetivo desta análise é perceber a opinião dos clientes dos hotéis pet friendly face aos animais e ao facto do hotel ser pet friendly. Desse modo foram analisados doze hotéis da cidade do Porto, e nas seguintes tabelas serão apresentados esses comentários, e de seguida será feita uma breve análise face a estes comentários.

O primeiro hotel a ser analisado, será o hotel onde foi realizado o estágio, o Hotel Oca Oriental Porto. Neste hotel existem apenas comentários positivos face ao facto de ser pet friendly, em que dois destes estão pontuados a nível quantitativo com um 10, enquanto o 3º está pontuado apenas com um 6 mesmo sendo um comentário positivo.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Oca Oriental Porto Hotel	De tudo em geral e em particular de poder ter podido levar o meu cão. Staff todo muito simpático e atencioso.	10		
	Gostei muito do fim-de-semana que lá passamos... principalmente do facto de podermos ter levado o nosso cão e não termos ficado num quarto velho como já nos tinha acontecido... a parte exterior também é muito bonita.	10		
	O kit para o cão é um verdadeiro mimo	6		

Figura 51: Comentários Hotel Oca Oriental Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O segundo hotel é um hotel da mesma gama do anterior, e é o hotel Mercure Porto, em que também só existem comentários positivos face a este ser pet friendly e a sua avaliação quantitativa varia apenas entre 9 e 10.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Hotel Mercure Porto	Simpatia dos funcionários, pequeno-almoço 5 estrelas e adorei terem colocado os bebedouros para o cão.	9		
	A localização, o quarto limpo, o pequeno-almoço são excelentes. Este hotel é muito amigável para cães. Existem alguns produtos para cães.	10		
	Podemos levar o nosso cão connosco.	9		
	Um dos melhores hotéis em que fiquei no Porto. A melhor parte para nós, foi o facto de eles aceitarem animais de estimação e terem sido extremamente acolhedores com o nosso cão. Deixaram uma tigela de água no quarto e fizeram questão de nos colocar num quarto com varanda.	9		
	Hotel novo e muito bem localizado, funcionários muito atenciosos e gentis connosco e com o nosso cachorro.	10		
	Novo hotel com decoração contemporânea. Jardim com piscina agradável e relaxante na cidade. Hotel adequado para clientes que venham com o seu cão.	9		

Figura 52: Comentários Hotel Mercure Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O terceiro hotel, o Fontinha Porto, tinha apenas um comentário também positivo com uma avaliação de 7.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Fontinha Porto Hotel	Quarto espaçoso. Excelente pequeno-almoço. Brinquedo para o cachorro.	7		

Figura 53: Comentário Hotel Fontinha Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O hotel Sé Catedral, é também um dos hotéis em estudo, que como os anteriores só tem comentários positivos e ambos com a avaliação máxima do booking, a nota 10.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Sé Catedral Hotel Porto	Tudo foi perfeito! A equipa é acolhedora e está sempre disposta a ajudar. Perfeitamente centrado, podíamos caminhar para todas as partes da cidade. O nosso cão foi completamente adotado pelo staff!	10		
	O hotel está muito bem localizado. Fomos com cães e elas não colocaram nenhum problema ou cobraram nenhum extra. Tudo ótimo.	10		

Figura 54: Comentários Hotel Sé Catedral Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Em relação ao hotel Catalónia Porto, a análise já é um pouco diferente pois já foi possível encontrar comentários positivos e negativos em relação a este e ao facto de este ser pet friendly. Existem face a este hotel, três comentários positivos todos com avaliação quantitativa de 10, e existem quatro comentários negativos, que não são diretamente sobre o hotel ser pet friendly como uma desvantagem mas sim sobre terem ido com o seu animal e terem tido alguns problemas como o valor da taxa que se tem de pagar pelo animal, o facto de o hotel não fornecer cama e bebedouros ou comedouros para o animal e também tem a ver com o facto de o hotel ser pet friendly mas apenas aceitar os animais no quarto e não aceitar noutras partes do hotel, o que condiciona os donos. Apesar de estes serem comentários negativos, três deles tem pontuação de 10 e um deles tem pontuação de 8, o que faz com que a avaliação dada ao hotel continue a ser boa e a não ser prejudicado por ser pet friendly.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Hotel Catalónia Porto	O hotel estava localizado num local perfeito. Andamos por toda a parte e a equipa foi muito simpática. Quando chegamos com o nosso Morkie de 4 kg havia uma cama e tigelas de cão para ela. Adorei!	10	Uma recomendação: Há uma taxa para um animal de estimação, e quando há uma taxa, agradecemos que haja algo agregado. Tigelas de comida e água, e talvez uma cama de cachorro. Nós trouxemos as nossas próprias coisas pois estamos a viajar de carro, mas há quem não consiga trazer.	10
	Ficaria aqui novamente! Boas instalações para cães, se pagar 20€ a mais pelo seu cão, tem direito a tigelas e a uma cama para o seu cachorro, ao contrário de outros hotéis que cobram isso e não dão nada.	10	O suplemento para cães no quarto é um pouco elevado.	10
	Linda decoração em todos os lugares. Amigável para animais de estimação, até disponibilizam uma almofada e bebedouros para o seu cão- Obrigada!	10	Cães até 20 kg custam 20€ por noite. Acho que deviam racionar isso por faixas. Por exemplo de 0-5 kg: 5€/noite. De 6 a 11 kg: 10€/noite, e de 11 a 20 kg: 20€/noite. Porque o meu cão pesa 3,800 kg e acho muito caro pagar 20€ a noite, mas é a única coisa que destaco, porque o resto foi maravilhoso.	10
			Nenhum espaço pode ser usufruído por cães. A minha estadia limitou-se a entrar, sair e dormir. Se o meu cão não pode entrar em algumas zonas, eu também não.	8

Figura 55: Comentários Hotel Catalónia Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O hotel M.o.u.c.o tem apenas um comentário negativo em relação ao valor a pagar sobre o animal de estimação, que resultou numa avaliação de 5.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Mouco Hotel			Acho um exagero um cão de 4 kg que não dá trabalho de limpeza nenhum não faz estragos ter de pagar o mesmo que um cão de 30kg que deixa muito mais pelo e tem uma grande probabilidade de estragar alguma coisa	5

Figura 56: Comentários Hotel M.O.U.C.O. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Face a hotel Casual Inca Porto foram encontrados comentários positivos e negativos. A avaliação quantitativa variou entre 6 e 10 nos comentários positivos, e entre 3 e 8 nos comentários negativos. Pode-se observar então que existem comentários que mesmo sendo negativos tem uma avaliação quantitativa mais elevada que em pelo menos um dos comentários positivos que obteve uma pontuação muito baixa.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Casual Inca Porto	Hotel de custo razoável que é dog friendly, o que tornou a estadia muito agradável. O hotel era limpo, confortável. A equipa foi muito útil.	8	O quarto não se parece com as fotos. Paredes super finas. As pessoas do quarto ao lado adormeciam as 7h e era possível ouvir tudo vindo do quarto deles. Eles tinham um cão que fazia barulho a noite toda. Fique longe do quarto 109.	5
	Quartos amigáveis e muito modernos e confortáveis para o preço. Ótimo para cães, eles são muito amigos dos cães. O nosso cão era de 45 kg e eles não tiveram problemas em tê-lo no hotel.	9	Tivemos azar porque quem estava no quarto do outro lado deixava o cão sozinho no quarto a partir das 8h e ele não parava de ladrar e acordava-nos todos os dias. Ligamos para a receção para eles avisarem os donos para tirarem de lá o cão, mas eles não prestaram muita atenção.	7
	É limpo e aceita cães. A nossa estadia foi agradável e a equipa foi sempre útil com todas as nossas necessidades.	8	Permitem alojamento de cães.	8
	A equipa é muito simpática e foi muito recetiva com o nosso cão, sentimo-nos muito bem-vindos.	9	Não nos limparam o quarto no 1º dia e usaram como desculpa que o cão estava lá dentro (foi só 1 hora durante a refeição, o resto do tempo estava vazio). Foram mal-educados e disseram que o animal não pode ficar sozinho no quarto, no entanto não deixam os animais entrar no buffet, logo não está explícito o que eles pretendem.	3
	Aceitam animais de estimação e até incluíram uma pequena cama para o nosso amigo de 4 patas, juntamente com uma tigela de água e comida. Até nos deram um pequeno saco de ração para o nosso cão. Super atenciosos.	10		
	A equipa da receção e o facto de ser um hotel que aceita cães é um ponto positivo.	6		
	Localização perfeita perto de tudo, muito limpo e muito amigável para o nosso cachorro.	8		
	O hotel em si é muito bom. O quarto é confortável e os funcionários muito simpáticos. Para destacar o tratamento que deram ao nosso cão. Lugar muito bom para ir com animais de estimação.	10		
	Tudo perfeito. Boa localização, rececionistas atenciosos e agradáveis em todos os momentos. Fomos com um cachorro e deram-nos uma cama para eles. Certamente repetiríamos.	10		

Figura 57: Comentários Hotel Casual Inca Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O hotel NH Collection Porto Batalha conta com dois comentários, um positivo e um negativo, tendo o comentário positivo uma avaliação quantitativa de 10 e o comentário negativo uma pontuação de 9, isto deve-se ao facto de este comentário ser mais uma sugestão do que realmente um comentário sobre algo mau que aconteceu.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
NH Collection Porto Batalha	O hotel é fantástico, os quartos são bem cuidados e a equipa é fantástica. Temos um cão que levamos connosco e eles colocaram uma cama para ele dormir tão confortável que ele não queria sair.	10	Como nota de melhoria: uma vez que eles permitem cães e cobram um bom suplemento para aceitá-los, podiam ter pelo menos algum tipo de serviço, por exemplo, um bebedouro ou algo assim, afinal o suplemento é de 35€ por noite, o que não é pouco.	9

Figura 58: Comentários Hotel NH Collection Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

O hotel Pestana Vintage Porto, tem apenas um comentário positivo com uma avaliação quantitativa de 10.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Pestana Vintage Porto	Chegar ao Porto e ter a opção de dormir de frente para o rio é uma oportunidade única. O facto de aceitarem animais de estimação é outro ponto favorável para quem viaja com os cães como membros das nossas famílias.	10		

Figura 59: Comentário Hotel Pestana Vintage Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Para finalizar, nos últimos três hotéis, como se pode observar nas seguintes tabelas, surge o hotel Crowne Plaza Porto que conta com quatro comentários positivos de avaliação quantitativa de 10 e um com avaliação quantitativa de 9,6. Já os dois comentários negativos contam com avaliação quantitativa de 5 e 8. O hotel Pestana Porto- a Brasileira conta com dois comentários negativos com avaliação de 8 e 9. Por fim, o hotel Casa da Companhia tem apenas um comentário negativo com avaliação quantitativa de 8.

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Crowne Plaza Porto	A extrema simpatia do pessoal. Quarto limpo, tranquilo e confortável. Além disso viajamos com um cão e eles foram super amigáveis e descomplicados.	10	Da taxa cobrada por um cãozinho de 2kg (€25)	5
	A equipa do hotel foi sempre excepcional. Prestativo, simpático e engraçado. Nós também viajamos com um cão e eles foram muito bons com ele.	10	Reservamos o restaurante do hotel, mas fomos recusados porque tínhamos vindo com o nosso cão, embora o hotel aceite cães.	8
	O quarto era muito espaçoso e cómodo. Particularmente apreciamos que aceitam cães.	10	_____	_____
	Cães permitidos no quarto	9,6	_____	_____
	O hotel aceitou o nosso cão.	10	_____	_____

Figura 60: Comentários Hotel Crowne Plaza Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Pestana Porto- A brasileira	_____	_____	Permitem cães	8
	_____	_____	Não pudemos tomar o pequeno-almoço, pois não podíamos entrar com o nosso cão. Embora o hotel permita animais.	9

Figura 61: Comentários Hotel Pestana Porto- A Brasileira. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Nome Hotel	Comentários Positivos	Pontuação	Comentários Negativos	Pontuação
Casa da Companhia	_____	_____	Apenas uma ressalva sobre um cão da vizinhança ladrando sobre as nossas janelas à noite	8

Figura 62: Comentários Hotel Casa da Companhia Porto. Fonte: Elaboração Própria com recurso ao booking

Após analisar todos os quadros anteriores, pode-se observar que face ao tema hotéis pet friendly as opiniões dividem-se. A análise foi feita apenas em hotéis de 4 e 5 estrelas da

cidade do Porto e neste surgiram alguns comentários positivos e outros negativos, no entanto alguns dos comentários negativos são apenas sugestões. Em relação à avaliação quantitativa, a maioria dos comentários tiveram avaliação entre 9 e 10, no entanto dois comentários apesar de positivos só obtiveram nota 6. Face aos comentários negativos, apesar de a tendência nestes comentários ser a avaliação quantitativa ser baixa, isto não acontece no caso destes comentários todos, uma vez que vários destes comentários obtiveram avaliação entre 8 e 10, e apenas 5 deles tiveram avaliação entre 3 e 7. Dado isso pode-se concluir que apesar de algumas pessoas não serem a favor dos hotéis aceitarem animais, ou de terem problemas com os seus animais nos hotéis ou então terem problemas com animais de outros clientes nos hotéis, as avaliações dadas estão na mesma associadas a uma boa avaliação, claro que com algumas exceções, mas a maioria, tendo em conta o estudo acima realizado, a pontuação associada é razoável, então os hotéis acabam por manter a sua pontuação, reputação e também o seu nível. No estudo acima realizado pode-se também observar que existem muito mais comentários positivos associados aos hotéis pet friendly e que estes tem uma boa avaliação quantitativa associada, e isso pode se tornar uma mais-valia para estes hotéis.

Conclusão

A realização deste relatório de estágio representa o fim de mais uma etapa. A redação deste relatório assinala o fim do estágio curricular no Hotel Oca Oriental Porto, mas também o fim do mestrado em Turismo, Património e Desenvolvimento e do percurso académico que teve duração de cinco anos e incluiu uma licenciatura e um mestrado.

A escolha desta instituição para a realização do estágio demorou um pouco de tempo pois não foi a primeira opção, no entanto quando surgiu esta opção através do orientador, fui contactada pela subdiretora do hotel que foi bastante simpática e acessível e daí agendamos logo uma reunião onde acabei por ser aceite. Dado que todos os funcionários e direção do hotel foram sempre extremamente simpáticos e acessíveis, a integração foi bastante fácil, também pelo facto de eu ser uma pessoa acessível e simpática que gosta de conviver e trabalhar em equipa. Também o facto de a equipa ser pequena e muito ligada permitiu-me ganhar confiança e criar laços, que ainda se mantêm, com os colegas.

A nível pessoal, este estágio foi muito importante pois permitiu-me adquirir diversas competências que serão bastante úteis no futuro, como responsabilidade, autonomia, e também maior capacidade em lidar com pessoas. A nível profissional o estágio contribuiu para ter um bom desempenho no contexto da hotelaria, para aplicar conceitos lecionados anteriormente e perceber o funcionamento do trabalho de equipa. A realização deste estágio fez-me perceber que sou capaz de fazer coisas que eu própria não me achava capaz, e também de superar desafios que por vezes parecem impossíveis, e de ultrapassar um dia mau sem desmoralizar e no dia seguinte estar novamente de cabeça erguida. Em relação ao meu papel no hotel, sinto que fui uma boa estagiária, cumpri sempre com todos os pedidos, esforcei-me para fazer tudo correto, e fui boa colaboradora pois ajudei todos os meus colegas da maneira que pude. O estágio foi uma grande aprendizagem pois permitiu-me aprender algumas dicas e maneiras de trabalhar e lidar com certos assuntos, que certamente me serão muito úteis no futuro.

Deste modo foi possível concluir que a realização deste estágio foi uma grande mais-valia a nível pessoal e profissional, e dado a maneira como fui recebida pelas pessoas e pelo hotel, foi uma ótima maneira de terminar um mestrado e também um percurso académico.

Em relação à realização deste relatório, este permitiu-me saber diversa informação, após análise de variada literatura, relacionada com turismo, turismo urbano, hospitalidade em meio urbano e também sobre o turismo pet friendly, que foi o assunto que mais interesse despertou, uma vez que dado o hotel do estágio ser pet friendly suscitou alguma curiosidade sobre o que os turistas achavam em relação a este conceito e também pelo facto de o hotel ter imensos hóspedes acompanhados pelo seu animal fez-me questionar se haveria diversas opções de hotéis pet friendly ou não.. Este também me fez perceber que muitos dos conceitos lecionados são muito mais fáceis na prática, da mesma forma que outros são bem mais complicados na prática, mas no geral todos os conceitos lecionados anteriormente foram úteis em diversos aspetos relacionados tanto com o estágio, como com a realização do relatório de estágio. No entanto nem tudo são aspetos positivos, pois dado que o estágio começou bem mais tarde que o previsto devido a alguns problemas, isso fez com que a realização do relatório não fosse realizada com tanto tempo como era esperado, e isso influenciou alguns pormenores do relatório, como por exemplo o inquérito elaborado que acabou por só ter duração de dez dias, mas que poderá futuramente ser mais desenvolvido e elaborado.

Bibliografia

Alpestana, D. (2020). *Os novos desafios do turismo urbano*. Finisterra Lv 115, 217-221.

Booking (s.d). *Pet friendly hotels*. Consultado a 8 de junho em: https://www.booking.com/pets/index.en-gb.html?aid=318615;label=Catch_All-EN-131006971401-uy4kgbqdSDaF703JKTuZyQS548793046955;pl:ta:p1:p2:ac:ap:nes:fi:tidsa-1645396458701:lp1011759:li:dec:dm;ws=&gclid=EAiaIQobChMIzJOZpOnt9wIV1o9oCR1PqQUREAAYASAAEgLjJfD_BwE

Booking (2022). *Hotel Oca Oriental Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-8mkzOle>

Booking (2022). *Hotel Crowne Plaza Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-IYYg68>

Booking (2022). *Hotel Mercure Porto Centro Aliados*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-f6bdHO>

Booking (2022). *Hotel Catalónia Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-Lyuqvz>

Booking (2022). *Hotel Sé Catedral Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-NXF8227>

Booking (2022). *Hotel Casual Inca Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-ZH6MiW>

Booking (2022). *Hotel Fontinha Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-Gi48FP>

Booking (2022). *Hotel Mouco Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-cYEqqV>

Booking (2022). *Hotel NH Collection Porto Batalha*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-79Twm2>

Booking (2022). *Hotel Pestana Vintage Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-oD0orS>

Booking (2022). *Hotel Casa da Companhia Porto*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-2iLiDp>

Booking (2022). *Hotel Pestana Porto- A Brasileira*. Consultado a 8 de junho em: <http://www.booking.com/Share-D7keYr>

Canteri, K. (2013). *Hotelaria adaptada para animais: uma nova tendência no mercado turístico, um estudo de caso: Hotel Radisson em Curitiba*. Dissertação de Mestrado em Turismo. Universidade Estadual de Ponta Grossa

Carr, N. (2016). *Recognising the position of the pet dog in tourism*. Annals of tourism research.

Cazes, G & Pottier, F (1996). *Le Tourism Urbain*. Paris, PUF.

Costa, R. (2012). *Introdução à Gestão Hoteleira* (4º Edição Atualizada). LIDEL.

Coutinho, M. (2012). *Estudo empírico exploratório sobre os turistas no Porto*. Dissertação de Mestrado em Marketing. Faculdade de Economia, Porto.

CP- Comboios de Portugal (2022). *Viajar de Comboio com animais de estimação*. Consultado a 11 de maio de 2022 em: <https://www.cp.pt/passageiros/pt/como-viajar/informacao-util/transporte-animais>

Cunha, L. & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao turismo*. Lidel.

Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. 1ª. Lisboa: Verbo.

Dias, F. (s.d.) *Estatísticas de Turismo Urbano*. Actas do Seminário Centros Históricos: Passado e Presente. 165-197.

Domingos, L. (2017). *A Imagem do Destino Turístico Porto*. Dissertação de Mestrado em Gestão do Turismo. Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Porto.

Ferraz, V. (2013). *Hospitalidade Urbana em Grandes Cidades: São Paulo em foco*. Tese de doutoramento em Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo.

Franzoi, M. (2018). *O movimento pet friendly na hotelaria: uma análise da cidade de Curitiba*. Semana Paranense de Turismo da UFPR, 25, 1-11.

Fontana, F. (2003). *A Hospitalidade dos Municípios Turísticos: Espaço Urbano X Espaço Rural*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom.

Gabriele Gonçalo. (2021). *Eventos Corporativos*. Consultado a 5 de maio de 2022 em: [https://netshow.me/blog/eventos-corporativos-o-que-e-tendencia#O que e um evento corporativo](https://netshow.me/blog/eventos-corporativos-o-que-e-tendencia#O%20que%20e%20um%20evento%20corporativo)

Gárbea, R. (2013). *Urban Tourism Between Content And Aspiration for Urban Development*. Management and Marketing Journal , Vol 1, 193-201.

Holloway, C. & Humphreys, C. (2012). *The Business of Tourism*. Pearson Education Limited.

Instituto Nacional de Estatística (2021). *Estatísticas Turismo 2020*. Consultado a 20 de maio em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=280866098&PUBLICACOESmodo=2

Instituto Nacional de Estatística (2021). *Censos 2021*. Consultado a 21 de maio em: https://www.ine.pt/scripts/db_censos_2021.html

Invest Porto (2022). *O Porto tornou-se numa cidade de paragem obrigatória na Europa*. Consultado a 15 de maio de 2022 em: <https://www.investporto.pt/pt/setores/turismo/>

Kirillova, K et al. (2015). *Willingness to Travel With Pets: A U.S. Consumer Perspective*. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 16:1, 24-44.

João Caleiro (2017). *Mapa mostra quantos países dependem do turismo*. Consultado a 20 de maio em: <https://exame.com/economia/mapa-mostra-quanto-os-paises-ganham-e-dependem-do-turismo/>

Leonardo Pereira (s.d). *O que é estrutura organizacional*. Consultado a 10 de maio em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/estrutura-organizacional/>

- Lickorish, L. & Jenkins, C. (2000). *Introdução ao Turismo*. Editora Campus.
- Lisboa, J., Coelho, A., Coelho, F., & Almeida, F. (2013). *Introdução à Gestão de Organizações*. Vida Económica.
- Machado, M., Pereira, D., Oliveira, S. & Cunha, T. (2017). *Turismo e o Segmento Pet Friendly: um estudo sobre o setor hoteleiro do Belo Horizonte*. *Revista Hospitalidade*, 14, 1-14.
- Marques, J. A. (2003). *Introdução à Hotelaria*. Bauru: EDUSC.
- Marques, J. A. (2007). *Introdução à Hotelaria*. Porto: Livraria Civilização Editora.
- Marques, J. A. (2007). *Manual de Hotelaria*. Porto: Livraria Civilização.
- Martins, A. (2018). *Marketing Territorial: Avaliação dos atributos de um Bairro Pet Friendly*. Dissertação de Mestrado em Marketing. Universidade Europeia, Lisboa.
- Medeiros, R (2014). A aceitação dos “pets” na hotelaria da cidade do Rio de Janeiro. Tese de Mestrado em Turismo. Universidade Federal Fluminense, Niterói
- Meireles, P. (2016). *O impacto do Turismo na cidade do Porto*. Dissertação de Mestrado em Economia. Faculdade de Economia, Porto.
- Morrison, A et al (2007). *Hospitality: A Social Lens*. *Advances in Tourism Research*, 1-219.
- Oca Hotels (s.d). *Galeria Oca Oriental Porto*. Consultado a 20 de abril em: <https://www.ocahotels.com/pt/hoteis/oca-oriental-porto-hotel/galeria>
- Oca Hotels (s.d). *Missão, Visão e Valores*. Consultado a 20 de abril em: <https://www.ocahotels.com/pt/oca-hotels>
- Oca Hotels (s.d). *Oca Hotels*. Consultado a 20 de abril em: <https://www.ocahotels.com/pt>
- Pinto, M. (2021). *A tendência pet friendly: Análise do potencial turístico em Curitiba*. Dissertação de Mestrado em Planeamento e Gestão do Turismo. Universidade Federal do Panamá.
- Pordata (s.d). *Turismo*. Consultado a 17 de maio de 2022 em: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>

Porto. Pt (2020). *Porto conquista prémio de melhor destino europeu para escapadela urbana*. Consultado a 15 de maio em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/porto-conquista-premio-de-melhor-destino-europeu-para-escapadela-urbana>

Porto. Pt (2021). *Dados Preliminares dos Censos 2021*. Consultado a 20 de maio em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/dados-preliminares-dos-censos-2021-confirmam-tendencia-de-crescimento-da-populacao-do-porto>

Porto.Pt (2020). *Quinta do Covelo já tem parque canino para receber os amigos de quatro patas*. Consultado a 21 de maio em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/quinta-do-covelo-ja-tem-parque-canino-para-receber-os-amigos-de-quatro-patas>

PORTUGAL. *Lei 8/2017 de 03 de março*. Consultado a 5 de maio em: <https://dre.pt/application/conteudo/106549655>.

Pressetur (2022). *Portugal é o 5º país com maior contributo do Turismo para o Pib*. Consultado a 28 de abril em: <https://www.sgeconomia.gov.pt/noticias/portugal-e-o-5-pais-com-mais-forte-contributo-do-turismo-para-o-pib.aspx>

Ramos, C (2010). *Turismo Urbano: a paisagem cultural do Porto*. Dissertação de Mestrado em História da Arte, Património e Turismo Cultural. Faculdade de Letras, Coimbra.

Santos, J. (2017). *A hospitalidade em meios de hospedagem pet friendly: uma análise em hotéis da zona Sul do Rio de Janeiro*. Dissertação de Mestrado em Turismo. Faculdade de Turismo e Hotelaria, Niteroi.

Serafim, L. (2017). *Educação para o turismo e Hospitalidade Urbana: introduzindo conceitos por meio de jogos pedagógicos*. Revista Turismo & Desenvolvimento nº27/28, 1831-1840.

Silva, A., Sousa, B. & Brandão, F. (2021). *Turismo Urbano e Sustentabilidade Social: uma reflexão para o futuro*. Jornal of turism & Developement nº36 1, 427-435.

Silva, C. (2017). *Turismo: bem-estar de turistas e animais de estimação*. Dissertação de Mestrado em Planeamento em Turismo. Universidade de Aveiro.

TAP (2022). *Viajar com animais de estimação*. Consultado a 11 de maio de 2022 em: <https://www.flytap.com/pt-pt/viajar-com-animais/animais-de-estimacao>

Time Out Porto (2022). *Os melhores sítios pet friendly no Porto*. Consultado a 16 de maio de 2022 em: <https://www.timeout.pt/porto/pt/coisas-para-fazer/os-melhores-sitios-pet-friendly-no-porto>

Turismo de Portugal (2022). *Visão geral*. Consultado a 15 de maio de 2022 em: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx

Turismo de Portugal (2022). *Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos*. Consultado a 21 de maio em: https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/Pesquisa_ET.aspx?FiltroVisivel=True

Vinha, I. (2008). *Animal de Estimação: Constrangimentos ou membro do grupo nas viagens turísticas?*. Dissertação de Mestrado em Planeamento Turístico. Universidade de Aveiro- Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.

World Tourism Organizations (2022). *World Tourism Barometer*. Statistical Annex. v.20, p.1-28.

Ying, T et al. (2020). *Traveling with pets: Constraints, negotiation, and learned helplessness*. *Tourism Management*, 1-15.

Anexos

Inquérito

Idade *

- 0-15
 15-30
 30-60
 60-90
-

Sexo *

- Feminino
 Masculino
-

Possui algum animal de estimação? *

- Sim
 Não

Acha importante os estabelecimento turísticos em Portugal serem Pet Friendly? *

- Sim
 Não
-

Acha importante a existência de estabelecimentos de restauração pet friendly? *

- Sim
 Não
-

Acha importante que as atrações turísticas do país sejam Pet Friendly? *

- Sim
 Não

Acha que Portugal é um país que tem investido em locais Pet Friendly? *

- Sim
 Não
-

Acha importante que se invista num turismo adequado ao mercado pet friendly? *

- Sim
 Não