U.PORTO

MESTRADO
ECONOMIA E GESTÃO DA INOVAÇÃO

O valor do intangível em alojamento local: certificação ambiental e presença do anfitrião no Peneda-Gerês

Lucca Simões da Motta Baptista da Costa Leite

M

2026

U.PORTO
FEP FACULDADE DE ECONOMIA E GESTÃO UNIVERSIDADE DO PORTO

O valor do intangível em alojamento local: certificação ambiental e presença do anfitrião no Peneda-Gerês

Lucca Simões da Motta Baptista da Costa Leite

Dissertação
Mestrado em Economia e Gestão da Inovação

Orientado por
Pedro Quelhas Brito

2026

Agradecimentos

Ao Professor Doutor Pedro Quelhas Brito, pela orientação exigente e pela disponibilidade com que acompanhou este trabalho, e sobretudo por me ter feito reformular o que precisava de ser reformulado.

À minha família e aos meus amigos, pela paciência de quem vive ao lado de alguém que escreve uma dissertação.

À Beatriz, que esteve aqui desde o início e suportou os meses em que este trabalho ocupou o lugar de outras coisas.

À minha mãe, que foi a razão de eu ter concorrido a este mestrado e a primeira pessoa a saber que tinha entrado. Partiu pouco depois, e não chegou a ver nada do que aqui ficou escrito.

À minha filha, que ainda não nasceu, e que foi a razão de eu não ter desistido de o terminar.

Uma soube do princípio e não viu o fim. A outra conhecerá o fim sem ter sabido do princípio. Entre as duas fez-se este trabalho.

Resumo

O alojamento local em destinos de natureza vende atributos que o preço de mercado não isola: a interação com o anfitrião, a sustentabilidade das práticas, a autenticidade do lugar. A presente dissertação examina em que medida o valor que a procura atribui a esses atributos intangíveis diverge do valor que o mercado lhes reconhece, tomando como caso o Parque Nacional da Peneda-Gerês.

Recorreu-se a um desenho de vinhetas fatorial de dois por dois, intra-sujeitos, em que 134 respondentes avaliaram quatro variantes de um mesmo alojamento, diferindo apenas na presença do anfitrião e na certificação ambiental, e indicaram para cada uma três valores monetários: o preço considerado usual e os limiares acima e abaixo dos quais não reservariam. A análise de variância de medidas repetidas foi complementada pela introdução de escalas de sociabilidade, de valores de consumo verde e de hospitalidade experienciada como covariáveis, por um levantamento exploratório das tarifas anunciadas por 44 unidades do território, e por uma entrevista a um informante-chave do lado da oferta.

A certificação ambiental comanda um prémio de cerca de catorze por cento, robusto nos três indicadores de preço e homogéneo na amostra: não depende da orientação ambiental do respondente. A presença do anfitrião não produz efeito distinguível de zero, e o intervalo de confiança exclui valores superiores a 5,24 €. Os dois atributos não interagem. Do lado da oferta, as unidades certificadas anunciam tarifa apenas 3,2 por cento superior, e as que assinalam presença regular do anfitrião anunciam cerca de nove por cento menos.

Os resultados sugerem que a procura remunera o atributo intangível cuja qualidade um terceiro garante, e não aquele cuja qualidade só se revela durante a estadia. A subvalorização do intangível pelo mercado existe, mas é específica da certificação, e o desalinhamento identificado tende a agravar-se com a adoção de instrumentos automatizados de precificação, que operam sobre atributos estruturais. O estudo contribui com a primeira aplicação deste tipo de desenho a um parque nacional português, com a distinção entre atributos de confiança e de experiência enquanto chave para o prémio de preço, e com um referencial prático para quem opera no território.

Palavras-chave: alojamento local; valor percebido; certificação ambiental; interação anfitrião-hóspede; disposição a pagar; preferências declaradas; turismo de natureza; Peneda-Gerês.

Abstract

Short-term rentals in nature destinations sell attributes that market prices do not isolate: host interaction, sustainable practices, and authenticity of place. This dissertation examines the extent to which the value that demand attributes to such intangible attributes diverges from the value the market recognises, taking the Peneda-Gerês National Park as its case.

A two-by-two within-subjects vignette design was employed, in which 134 respondents evaluated four variants of the same accommodation, differing only in host presence and environmental certification, and stated three monetary values for each: the price considered usual and the thresholds above and below which they would not book. Repeated measures analysis of variance was complemented by the inclusion of sociability, green consumption values, and experienced hospitality scales as covariates, by an exploratory survey of the rates advertised by 44 units in the territory, and by an interview with a key informant on the supply side.

Environmental certification commands a premium of approximately fourteen percent, robust across all three price indicators and homogeneous within the sample: it does not depend on the respondent's environmental orientation. Host presence produces no effect distinguishable from zero, and the confidence interval excludes values above €5.24. The two attributes do not interact. On the supply side, certified units advertise rates only 3.2 percent higher, and those signalling regular host presence advertise approximately nine percent less.

The results suggest that demand rewards the intangible attribute whose quality a third-party guarantee, and not the one whose quality is revealed only during the stay. Market undervaluation of the intangible exists, but is specific to certification, and the misalignment identified tends to worsen with the adoption of automated pricing tools, which operate on structural attributes. The study contributes the first application of this design to a Portuguese national park, the distinction between credence and experience attributes as the key to price premiums, and a practical reference for operators in the territory.

Keywords: short-term rental; perceived value; environmental certification; host-guest interaction; willingness to pay; stated preferences; nature tourism; Peneda-Gerês.

Índice

Agradecimentos ..... **i**

Resumo ..... **ii**

Abstract ..... **iii**

Índice de Tabelas ..... **vi**

Índice de Figuras ..... **vii**

1. Introdução **1**

1.1 Enquadramento e Relevância do Tema 1

1.2 Problema de Investigação 2

1.3 Questão de Investigação e Objetivos 3

1.4 Abordagem Metodológica 5

1.5 Delimitação do Estudo 6

1.6 Contributos Esperados 7

2. Revisão de Literatura **9**

2.1 A Insuficiência do Modelo de Preços Hedónicos na Era da Economia de Partilha 10

2.2 O Valor Percebido e a Dinâmica da Disposição a Pagar 12

2.3 Triangulação Metodológica: Confrontar Valor Revelado e Valor Declarado 14

2.4 Alojamento Local e Turismo Rural de Natureza 17

2.5 O Mercado Português e o Peneda-Gerês 20

2.6 Síntese e Hipóteses 22

3. Metodologia **26**

3.0 Introdução 26

3.1 Abordagem e Desenho da Investigação 26

3.2 Fundamentação e Atributos 28

3.3 Construção dos Cenários 32

3.4 O Instrumento de Inquérito 33

3.5 População, Amostra e Recolha de Dados 37

3.6 Procedimentos de Análise 39

3.7 O Informante-Chave 41

3.8 Considerações Éticas 43

Referências legais 44

4. Resultados **45**

4.0 Introdução 45

4.1 Recolha e Depuração dos Dados 45

4.2 Caracterização da Amostra 46
4.3 Qualidade das Medidas 48
4.4 Efeitos dos Atributos sobre o Preço Considerado Usual 49
4.5 Robustez nos Limiares de Aceitabilidade 52
4.6 Heterogeneidade das Preferências 55
4.7 Análise Exploratória das Tarifas Anunciadas 58
4.8 Síntese dos Resultados 59

5. Discussão 61
5.0 Introdução 61
5.1 O prémio pela certificação ambiental 61
5.2 A ausência de prémio pela presença do anfitrião 64
5.3 O desalinhamento entre o que a procura valoriza e o que a oferta pratica 67
5.4 Síntese da Discussão 71

6. Conclusão 73
6.0 Introdução 73
6.1 Resposta aos objetivos de investigação 73
6.2 O que os resultados estabelecem 76
6.3 Contributos 77
6.4 Implicações para a gestão 78
6.5 Limitações 79
6.6 Investigação futura 81

Referências bibliográficas 84

Anexo — Modelo conceptual 91

Anexo A — Levantamento da oferta de alojamento local no Peneda-Gerês 92

Índice de Tabelas

Tabela 2.1. Valor revelado e valor declarado: alcance, limite e opção adotada 17

Tabela 3.1. Dimensões do valor intangível e o seu tratamento no desenho 30

Tabela 3.2. Correspondência entre proposições e procedimentos de análise..... 41

Tabela 4.1. Constituição da base de análise 46

Tabela 4.2. Caracterização da amostra (N = 134) 47

Tabela 4.3. Consistência interna das escalas..... 48

Tabela 4.4. Estatísticas descritivas do preço considerado usual, por condição (N = 134) 49

Tabela 4.5. Análise de variância de medidas repetidas sobre o preço considerado usual 50

Tabela 4.6. Médias marginais estimadas e diferenças, com intervalos de confiança a 95% 50

Tabela 4.7. Estatísticas descritivas dos três indicadores de preço, por condição (N = 134)..... 52

Tabela 4.8. Análise de variância de medidas repetidas sobre os três indicadores de preço..... 53

Tabela 4.9. Efeito da certificação ambiental nos três indicadores de preço..... 53

Tabela 4.10. Análise de covariância sobre o preço considerado usual, com as escalas como covariáveis 56

Tabela 4.11. Tarifa anunciada por noite, segundo a certificação e o contacto com o anfitrião (n = 44) 58

Tabela 4.12. Adjudicação das hipóteses e das questões de investigação..... 60

Índice de Figuras

Figura 2.1. Modelo conceptual 23

Figura 3.1. Fluxo do questionário e ramificações 34

Figura 4.1. Médias marginais estimadas do preço considerado usual, por condição 52

Figura 4.2. Efeito de cada atributo nos três indicadores de preço, com intervalos de confiança a 95% 54

Figura 5.1. Diferença de preço associada a cada atributo, segundo a fonte de evidência 68

1. Introdução

1.1 Enquadramento e Relevância do Tema

Poucos setores pesam hoje na economia portuguesa como o turismo. Em 2024, os estabelecimentos de alojamento turístico registaram 34,0 milhões de hóspedes e 88,3 milhões de dormidas, crescimentos de 4,8% e 3,8% face ao ano anterior, e proveitos totais de 6,7 mil milhões de euros (INE, 2025). Dentro deste universo, o alojamento local percorreu o caminho de segmento marginal a componente estrutural da oferta. Em 2024, o Registo Nacional de Alojamento Local contava já com mais de cento e onze mil estabelecimentos ativos (Turismo de Portugal, 2024), uma dimensão que levou o próprio legislador a rever o regime jurídico da atividade, na tentativa de a conciliar com o equilíbrio dos mercados habitacionais (Decreto-Lei n.º 76/2024).

Toda essa massificação teve um reverso: uma concorrência acrescida, que pressiona as tarifas e obriga os operadores a diferenciar-se por vias que não o preço. É aqui que o alojamento local em destinos de natureza se afasta do congénere urbano. Nos mercados urbanos densos, o preço explica-se em larga medida por atributos estruturais e locativos, como a proximidade a atrações e a transportes (Gibbs et al., 2018; Wang & Nicolau, 2017). Num destino de natureza, o que leva alguém a reservar parece ser outra coisa: a paisagem, a tranquilidade, a autenticidade do lugar, a relação com quem acolhe. Nada disto se mede com facilidade, e precificá-lo é mais difícil ainda, mas é sobre este terreno movediço que assenta a proposta de valor de um alojamento rural. Chega-se assim à pergunta que percorre toda a dissertação: conseguirão os proprietários traduzir em preço aquilo que a procura valoriza, ou ancoram as tarifas no tangível e subvalorizam o que é próprio da experiência de natureza?

O Parque Nacional da Peneda-Gerês é o lugar onde esta tensão mais se adensa. Criado em 1971, foi a primeira área protegida do país e continua a ser a única com estatuto de Parque Nacional (Decreto n.º 187/71). Cobre perto de setenta mil hectares repartidos por cinco concelhos, dos quais este estudo retém os quatro de matriz minhota, Arcos de Valdevez, Ponte da Barca, Terras de Bouro e Melgaço, deixando de fora o transmontano Montalegre por coerência territorial. E aqui o alojamento local não é um acessório da oferta, mas a sua forma dominante. Basta um número: em Terras de Bouro, o concelho de maior procura do Parque, dos 451 estabelecimentos de alojamento turístico existentes em 2021, últimos dados desagregados disponíveis, 394 eram alojamento local (Diário do Minho, 2023).

Um destino, portanto, que junta uma oferta feita de microempreendedores a um valor ambiental que é, ele mesmo, o seu principal ativo turístico.

Sobre tudo isto pesa ainda uma sazonalidade acentuada, comum aos destinos de montanha do Norte, que comprime a procura em poucos meses e torna difícil rentabilizar o resto do ano. Quando os recursos são escassos e tudo depende de uma janela curta, precificar bem o intangível deixa de ser um requinte de gestão e passa a ser uma questão de sobrevivência económica. Vale a pena, por isso, perceber como se forma o valor de uma estadia de natureza e averiguar se, e até que ponto, a sua tradução em preço acompanha o que a procura valoriza. É esse o contributo que esta investigação se propõe dar.

1.2 Problema de Investigação

Fica da secção anterior uma pergunta por responder, e é ela o cerne desta investigação: o preço praticado no alojamento local de natureza reflete aquilo que a procura valoriza? Respondê-la com precisão obriga primeiro a separar dois conceitos que a literatura mantém distintos. De um lado, o valor revelado, aquilo que o mercado exprime através das transações e que os modelos de preços hedónicos estimam a partir dos atributos observáveis de uma propriedade (Rosen, 1974). Do outro, o valor percebido, a avaliação subjetiva que o hóspede faz do que recebe em relação ao que paga, e que abrange dimensões sem tradução direta num atributo mensurável, como a autenticidade, o enquadramento natural ou a relação com o anfitrião (Zeithaml, 1988). É da possibilidade de os dois não coincidirem que nasce o problema.

Que a fixação de preços no alojamento de partilha varia com o perfil do operador, a literatura já o documenta. O grau de profissionalização do anfitrião reflete-se na sofisticação das suas práticas, ao ponto de o recurso à fixação dinâmica de preços servir de indicador dessa mesma profissionalização (Oskam et al., 2018), e tanto o desempenho como a variabilidade das tarifas tendem a crescer com o número de propriedades geridas (Abrate et al., 2022). O tipo de anfitrião pesa igualmente na forma como a sazonalidade e o poder de mercado se traduzem no preço: os operadores profissionais percebem um poder de mercado superior na época alta e conseguem, por isso, tarifas mais elevadas do que os ocasionais (Casamatta et al., 2022). Se o desempenho tende a acompanhar o grau de profissionalização (Abrate et al., 2022), é plausível que os anfitriões menos profissionalizados fixem preços de forma não só distinta mas também, com frequência, menos vantajosa. A questão assume

particular relevância num território onde uma parte significativa da oferta é assegurada por operadores de pequena dimensão.

O que a literatura não estabelece é se, e em que sentido, o valor intangível de uma estadia de natureza é incorretamente precificado. É essa a lacuna que a dissertação ocupa, e a razão por que o problema não se reduz a mais um caso de um fenómeno já conhecido.

A conjetura que orienta o estudo é simples de enunciar. Num destino como o Peneda-Gerês, onde a proposta de valor assenta em atributos que o modelo hedónico capta mal, os proprietários tenderão a ancorar as tarifas no que é tangível e a subvalorizar aquilo que verdadeiramente os diferencia. Mas a leitura oposta não pode ser posta de lado à partida: talvez um preço mais baixo do intangível não denuncie erro nenhum do proprietário, e apenas espelhe uma procura que, na margem, paga mesmo menos por esses atributos. Separar as duas hipóteses, a subvalorização e a preferência real, faz parte do que a investigação se propõe, e é o que a afasta de uma suposição apressada sobre a irracionalidade de quem fixa os preços.

O problema fica, então, formulado como uma divergência a medir, não como um facto a dar por garantido. Trata-se de determinar se o valor que os hóspedes atribuem aos atributos experienciais excede o que o mercado hoje lhes revela, e por quanto, sem esquecer que parte dessa disposição declarada a pagar não chega a converter-se em receita real. Aceder a esse valor percebido, de forma direta e sem depender do que o preço observado cala, exige um instrumento próprio. Construí-lo, e desenhar a investigação à sua volta, é a tarefa dos capítulos que se seguem.

1.3 Questão de Investigação e Objetivos

Do problema enunciado na secção anterior decorre a pergunta que organiza a investigação: em que medida o valor que os hóspedes atribuem aos atributos intangíveis de um alojamento de natureza no Peneda-Gerês diverge do valor que o mercado revela para esses mesmos atributos? A pergunta é deliberadamente comparativa. Não interroga o modo como os proprietários fixam os preços, matéria que exigiria observar o lado da oferta, mas a distância entre duas valorações, a que a procura declara e a que o mercado exprime, cuja eventual não-coincidência constitui o fenómeno em estudo.

Respondê-la exige aceder ao valor percebido de forma direta, já que o preço observado agrega num único valor o contributo de atributos que não isola (Rosen, 1974). O estudo adota, por isso, uma abordagem centrada na procura, em que se apresentam aos respondentes variantes de um mesmo alojamento, diferindo apenas nos atributos em análise, e se lhes solicita a atribuição de valores monetários a cada uma. O valor revelado entra na análise não por via de dados transacionais do território, inexistentes para este caso, mas pela observação direta das tarifas que a oferta local anuncia e dos atributos que comunica, complementada pelo que a literatura hedónica documenta sobre os determinantes de preço neste tipo de alojamento (Wang & Nicolau, 2017).

O objetivo geral é avaliar a divergência entre o valor que a procura atribui aos atributos intangíveis do alojamento local no Peneda-Gerês e o valor que o mercado tende a reconhecer-lhes, e interpretar o que essa divergência significa para a formação de preços na região. Essa interpretação apoia-se, do lado da oferta, no conhecimento de um informante-chave do mercado local, cujo contributo enquadra a leitura dos resultados sem constituir, ele próprio, objeto de medição. Do objetivo geral decorrem três objetivos específicos.

O primeiro é estimar o valor que a procura atribui a cada um dos atributos intangíveis considerados, expresso em unidades monetárias e apurado a partir dos preços que os respondentes declaram para variantes que apenas neles diferem. O segundo averigua se esse valor é homogéneo na procura ou se varia com características dos respondentes, questão que decide se o prémio identificado corresponde a um fenómeno transversal ou circunscrito a determinados segmentos. O terceiro confronta os valores estimados com as tarifas e os atributos que a oferta do território anuncia, identificando a existência e o sentido de uma eventual divergência entre o que a procura declara valorizar e o que o mercado pratica.

Os objetivos ordenam-se numa progressão que vai da medição à interpretação. O primeiro estabelece quanto vale cada atributo para a procura; o segundo determina se esse valor é geral ou segmentado; o terceiro situa-o face ao que a oferta local pratica. Nenhum depende de dados de preço que o território não disponibiliza, contenção que mantém a investigação dentro do que o seu desenho permite entregar.

1.4 Abordagem Metodológica

Pergunta e método ajustam-se aqui um ao outro. Ao definir o objeto como o valor que a procura atribui a atributos que o mercado não isola, a pergunta exclui à partida qualquer resposta tirada de preços observados, e reclama um instrumento que interrogue diretamente as preferências dos hóspedes.

De entre as técnicas de preferência declarada, o estudo recorre a um desenho de vinhetas, em que se apresentam descrições breves de situações que variam sistematicamente nos atributos cujo efeito se pretende isolar, mantendo constante tudo o resto (Atzmüller & Steiner, 2010). Sendo poucos os atributos manipulados, o número de combinações possíveis é reduzido o bastante para que cada respondente as avalie a todas, o que permite estimar sem confundimento tanto os efeitos de cada atributo como o seu efeito conjunto. A cada variante o respondente atribui valores monetários, dos quais se extrai o valor que confere a cada atributo.

No fundo do instrumento está uma ideia antiga: a de que o bem é um feixe de características (Lancaster, 1966). A preferência por um alojamento decompõe-se, então, no valor atribuído a cada uma das suas dimensões, e é dessa decomposição que se extrai o que a procura está disposta a pagar por elas.

O estudo olha, portanto, sobretudo para a procura. O encontro com o valor revelado faz-se, como se explicou, pela observação das tarifas e dos atributos que a oferta do território anuncia, e não por estimação hedónica a partir de transações. Trata-se de comparação de alcance descritivo, e assume-se como tal.

A esta parte quantitativa junta-se, do lado da oferta, o contributo de um informante-chave do mercado local, escolhido pela profundidade do que sabe e não pela representatividade (Tremblay, 1957; Marshall, 1996). Não lhe cabe produzir estimativas, mas enquadrar a leitura dos resultados na racionalidade de quem fixa os preços na região, função que a entrevista a informantes qualificados ainda cumpre na investigação social de hoje (Akhter, 2022). Fica para o Capítulo 3 a descrição do desenho amostral, da construção dos cenários e dos procedimentos de estimação.

1.5 Delimitação do Estudo

Toda a investigação se define tanto pelo que abrange como pelo que escolhe deixar de fora. Vale a pena, por isso, tornar explícitas as fronteiras deste estudo, não como omissões a desculpar, mas como opções que decorrem da pergunta e dos meios ao seu alcance.

A primeira fronteira é geográfica. O Parque Nacional da Peneda-Gerês estende-se por cinco concelhos, mas o estudo cinge-se aos quatro de matriz minhota, Arcos de Valdevez, Ponte da Barca, Terras de Bouro e Melgaço, e deixa Montalegre de fora. O critério é administrativo e territorial: os primeiros quatro integram a vertente minhota do Parque, repartida pelos distritos de Viana do Castelo e Braga, enquanto Montalegre pertence a Vila Real e à realidade transmontana. É de esperar que a esta separação correspondam também dinâmicas de procura distintas, cuja análise conjunta pediria um tratamento à parte que o âmbito do trabalho não comporta.

Mais consequente é a fronteira seguinte, a da perspetiva: o estudo olha para a procura, não para a oferta. A opção alinha-se, antes de tudo, com a própria pergunta, porque o que se quer medir é o valor que os hóspedes atribuem aos atributos, e esse valor só a procura o revela. Junta-se-lhe uma restrição de dados. Estimar diretamente o valor revelado no território exigiria uma base de transações que não existe: o Inside Airbnb, uma das principais fontes abertas de dados de alojamento de partilha, cobre em Portugal apenas Lisboa e Porto, e os seus arquivos por país agregam as cidades cobertas sem descer ao detalhe dos concelhos rurais do Parque (Inside Airbnb, consultado em julho de 2026).

Do lado da oferta, o estudo limita-se por isso a duas fontes de natureza complementar e alcance circunscrito. Uma é o levantamento manual de tarifas e características de um conjunto de alojamentos do território, que documenta o que a oferta anuncia sem constituir base de transações efetivas. A outra é o enquadramento que o informante-chave proporciona sobre a racionalidade de quem fixa os preços. Nenhuma delas permite estimar valor revelado no sentido em que os modelos hedónicos o fazem. O que o levantamento oferece é uma comparação descritiva entre as tarifas anunciadas e os valores que a procura declara, de alcance delimitado mas assente em observação direta do território.

Resta a fronteira do alcance das conclusões. Como o estudo assenta em preferências declaradas, mede a disposição a pagar que os respondentes manifestam, e não o preço que

de facto praticariam. A distância entre uma coisa e outra, retomada adiante, aconselha a ler os resultados como indicação do valor relativo dos atributos, não como receita de tarifas.

Há, porém, uma razão estrutural para que o desenho seja menos exposto a essa distância do que a elicitação de valores absolutos. O efeito de cada atributo estima-se por contraste intra-sujeito, comparando o que o mesmo respondente declara para condições que apenas nele diferem. Uma inflação uniforme dos valores declarados, que é a forma mais documentada do viés hipotético (Murphy et al., 2005; Penn & Hu, 2023), cancela-se nessa diferença, e o prémio expresso em proporção permanece interpretável ainda que os níveis absolutos estejam sobrestimados. Pela mesma razão, o que a investigação entrega orienta a valorização das dimensões da oferta sem fixar preços, já que a determinação de uma tarifa concreta depende de custos, ocupação e posicionamento que ficam fora deste trabalho.

Traçadas as fronteiras do território, da perspetiva e do alcance, o estudo fica em condições de responder com precisão a uma pergunta bem delimitada, em vez de responder de forma difusa a uma pergunta larga de mais para os meios de que dispõe.

1.6 Contributos Esperados

O contributo desta investigação define-se melhor por contraste com o que já se sabe do que por qualquer reivindicação de ineditismo. Medir a disposição a pagar por atributos de turismo rural e de natureza não é terreno virgem: um corpo consolidado de estudos estima o valor que os visitantes atribuem a dimensões como a paisagem, a cultura local, o estilo do alojamento ou o contacto com a natureza, e identifica heterogeneidade de preferências e segmentos distintos de procura (Cong et al., 2019; Li et al., 2023; Albaladejo & Díaz-Delfa, 2021). O objeto foi já estudado, tanto na Ásia como na Europa. É sobre este pano de fundo que os contributos do presente trabalho se recortam, e não sobre um vazio.

O primeiro é de contexto. A literatura sobre preferências declaradas aplicada ao turismo rural concentra-se sobretudo na China (Cong et al., 2019; Li et al., 2023) e, na Europa, em Espanha (Albaladejo & Díaz-Delfa, 2021); falta-lhe, tanto quanto foi possível apurar, um estudo equivalente para um Parque Nacional português, ou para uma oferta em larga medida assegurada por operadores de pequena dimensão, como sucede no Peneda-Gerês. E o valor dessa aplicação não fica refém do que os resultados vierem a mostrar: se confirmarem padrões já conhecidos, acrescentam evidência onde não a havia; se os

contrariarem, expõem a especificidade de um contexto que ninguém examinara. De uma forma ou de outra, uma lacuna geográfica real fica preenchida.

Vem depois o contributo mais substantivo, de enquadramento conceptual. A abordagem não se fica pela estimação de preferências. Confronta o valor percebido, medido junto da procura, com o valor que a literatura hedónica documenta e com o que a oferta local efetivamente comunica, e lê nesse confronto o diagnóstico de uma possível divergência. É esta releitura, a da subvalorização do intangível como um problema de precificação, que constitui o aporte próprio do trabalho.

Convém dizer que é uma aposta metodológica, e não um passo óbvio. Ligar a disposição a pagar declarada à fixação de preços obriga a assumir que a distância entre ambas, por real que seja, não esvazia o valor informativo da comparação, questão a que a discussão voltará.

Fica um terceiro contributo, de ordem prática. Ao estabelecer quais os atributos intangíveis que a procura efetivamente remunera, e em que ordem de grandeza, o estudo oferece a quem opera no território um referencial que a intuição, por si só, não fornece. Saber que determinado atributo comanda um prémio, ou que outro não o comanda, orienta decisões sobre onde investir e sobre o que comunicar na oferta, sem que daí decorra qualquer prescrição de tarifa, matéria que depende de custos e restrições que só cada proprietário conhece. Num tecido de pequenos operadores, muitas vezes sem acesso a ferramentas de análise de mercado, um referencial desta natureza pode valer bem para lá do interesse académico do estudo.

Os três, no conjunto, respondem à mesma ambição: transformar a intuição difusa de que o valor da natureza não se reflete bem nos preços num conhecimento situado e mensurável. Está aí o que a investigação se propõe acrescentar.

2. Revisão de Literatura

A fixação de preços no alojamento local encerra um paradoxo que esta revisão procura desmontar. Existe, por um lado, um aparato teórico maduro para explicar como os atributos de uma propriedade se traduzem em preço, formalizado por Rosen (1974) e consolidado ao longo de décadas no estudo do mercado habitacional antes de ser transposto, com êxito, para as plataformas da economia de partilha (Gibbs et al., 2018). Esse aparato foi construído, porém, para ler aquilo que o mercado revela através das transações, e cala-se justamente sobre a dimensão que define o alojamento de natureza: o valor que o hóspede percebe na autenticidade, na paisagem e na relação com o anfitrião. O problema não é, então, a ausência de teoria, mas o desencontro entre a teoria disponível e o objeto que se pretende explicar.

Este capítulo organiza-se em torno desse desencontro e da forma de o resolver, num percurso que estreita progressivamente do quadro geral para o caso empírico. A secção 2.1 examina os limites do modelo de preços hedónicos, mostrando que precifica bem o tangível mas sub-representa o intangível, sobretudo em contextos rurais e experienciais. A secção 2.2 introduz o conceito que o modelo omite, o valor percebido, e a sua tradução económica na disposição a pagar, apresentando as preferências declaradas como via para o medir. A secção 2.3 confronta as duas abordagens, a revelada e a declarada, e fundamenta a triangulação metodológica que delas resulta. A secção 2.4 aterra o objeto empírico, ao caracterizar o alojamento local e o turismo rural de natureza e as dimensões de valor que lhes são próprias. A secção 2.5 fecha o percurso no mercado português e no contexto específico do Peneda-Gerês. A secção 2.6 converte a revisão em hipóteses de investigação testáveis.

O fio que atravessa todas as secções é a distinção entre valor revelado e valor percebido, e a conjetura de que a divergência entre ambos, a existir e a ser sistemática, tem consequências diretas para a forma como os proprietários fixam os seus preços. É essa possibilidade que a revisão prepara e que o estudo empírico se propõe testar, concentrando-se em duas das dimensões intangíveis que o capítulo identifica, opção cuja fundamentação se apresenta no capítulo seguinte.

2.1 A Insuficiência do Modelo de Preços Hedónicos na Era da Economia de Partilha

A valoração dos atributos de alojamento assenta, na sua tradição dominante, na teoria dos preços hedónicos formalizada por Rosen (1974). Um bem diferenciado é aí tratado como um conjunto de características portadoras de utilidade cujos preços implícitos são revelados pelas transações de mercado observadas, de modo que o preço total de uma listagem se decompõe na contribuição marginal de cada atributo mensurável, recuperada pela regressão do preço sobre as características. A parcimónia e a operacionalização empírica direta explicam por que este se tornou o instrumento por defeito no estudo da fixação de preços em plataformas *peer-to-peer*, ao ponto de dominar a literatura empírica sobre o Airbnb (Guttentag, 2019). As aplicações a essa plataforma confirmam-no: atributos estruturais e locativos, como a capacidade, o tipo de quarto, a distância ao centro e as classificações, apresentam preços implícitos estatisticamente significativos (Gibbs et al., 2018). O problema que esta secção desenvolve não é o de que o modelo falhe. É antes o de que o seu alcance explicativo parece contrair-se à medida que o alojamento se afasta dos mercados urbanos densos em direção a contextos experienciais e rurais, um padrão que a evidência adiante revista torna visível.

Comece-se pela dúvida comportamental. Rosen pressupõe agentes que se posicionam no espaço de características através de um cálculo marginal maximizador de utilidade (Rosen, 1974), idealização razoável para bens padronizados. Só que os consumidores se afastam recorrentemente dela: recorrem a heurísticas em vez de uma otimização exaustiva (Tversky & Kahneman, 1974) e avaliam os preços contra pontos de referência, sentindo as perdas com mais peso do que os ganhos equivalentes (Kahneman & Tversky, 1979). O desvio pesa mais quando o bem é uma experiência e não um quarto. Aí, o construto pertinente passa a ser o valor percebido, isto é, a avaliação que o consumidor faz do que recebe em relação ao que dá, subjetivo, multidimensional e apenas ténue e indiretamente ligado aos atributos físicos que uma regressão hedónica observa (Zeithaml, 1988). Onde as considerações estéticas e relacionais determinam a reserva, os preços implícitos estimados a partir das transações arriscam-se a medir algo mais estreito do que aquilo que os hóspedes efetivamente valorizam.

Há ainda uma objeção de ordem mais técnica, ligada ao tratamento dos intangíveis. Como o modelo só precifica o que observa, as qualidades subjetivas têm sido acomodadas

por via de variáveis *proxy*, como uma lareira codificada para representar o "aconchego" ou variáveis binárias de comodidades para captar a "autenticidade" (Gibbs et al., 2018). A estratégia falha em dois pontos. Por um lado, assume um mapeamento linear e estável entre um objeto físico e uma sensação psicológica; por outro, reduz um construto experiencial multidimensional a um indicador binário. A dimensão intangível não chega verdadeiramente a ser modelada: é deslocada para uma variável incapaz de a sustentar, e os atributos que a teoria do valor percebido considera decisivos (Zeithaml, 1988) ficam mal representados na estimação. Não é por acaso que características convencionais como as comodidades e a classificação geral se revelam, por vezes, fracos preditores do desempenho de um anúncio (Lee et al., 2015).

Sobre onde o modelo funciona e onde perde tração, o registo empírico é largamente convergente. Em mercados generalistas de alta densidade, a especificação hedónica conserva um poder explicativo substancial e os seus preços implícitos para atributos estruturais mantêm-se estáveis entre estudos (Gibbs et al., 2018; Guttentag, 2019). Nos contextos rurais e experienciais o consenso desfaz-se. Uma leitura possível do ajustamento mais fraco é meramente informacional: menos listagens, avaliações mais escassas, propriedades mais heterogéneas, fatores que deprimem o poder explicativo sem que a teoria esteja em causa. A evidência aponta, porém, para além dos dados. Gordan et al. (2024) mostram que os atributos estruturais interagem com a localização de formas que uma especificação globalmente linear não capta, e que só a regressão geograficamente ponderada recupera estimativas com significado, um resultado que reabilita a abordagem hedónica por via de melhor especificação, ao mesmo tempo que confirma que a aplicação ingénua precifica mal o alojamento rural. Na mesma linha, os trabalhos que incorporam sinais baseados em avaliações revelam efeitos reputacionais e textuais sobre o preço que os modelos estruturais convencionais omitem (Almeida et al., 2025). Melhor especificação e dados mais ricos recuperam, assim, parte do défice. Não recuperam a parte que aqui importa: mesmo bem especificado, o modelo permanece confinado ao que é transacionado e observado, e o conteúdo experiencial e relacional de uma estadia de natureza não é nem uma coisa nem outra.

É esta delimitação que define a lacuna a que o presente estudo responde. A literatura hedónica estima de forma fiável a valoração *revelada* pelo mercado dos atributos estruturais, mas nada diz, por construção, sobre o valor *percebido* que os hóspedes atribuem a intangíveis

como a autenticidade, o enquadramento natural e a interação com o anfitrião. Fica por conhecer a magnitude da divergência entre as duas valorações, e se os proprietários de alojamento local precificam sistematicamente de forma incorreta a componente intangível em consequência disso. Medir essa divergência exige um método que ultrapasse os preços observados e elicite diretamente as preferências declaradas, o que justifica o desenho de métodos mistos exposto nas secções seguintes e explica por que a revisão passa, de seguida, à teoria do valor percebido.

2.2 O Valor Percebido e a Dinâmica da Disposição a Pagar

Se o modelo hedónico falha por reduzir o valor ao que o mercado revela sobre atributos físicos, o passo seguinte é definir o que ele omite. Esse conceito é o de valor percebido. A sua formulação de referência continua a ser a de Zeithaml (1988): o valor não está no preço nem na qualidade tomados isoladamente, mas na avaliação global que o consumidor faz da utilidade de um produto, pesando o que recebe contra o que dá. O eixo desloca-se do objeto para o sujeito. Porque essa avaliação é uma construção individual, dela decorre que dois hóspedes perante a mesma tarifa e a mesma casa possam sair com juízos de valor opostos, na medida em que o preço é sentido como sacrifício percebido e a qualidade como benefício percebido (Zeithaml, 1988). Para quem se propõe decompor o valor de uma estadia de natureza, esta subjetividade não é ruído a filtrar. É o objeto do estudo.

Que o valor percebido é multidimensional, e não um rácio único, reúne largo consenso. A tradição means-end de Zeithaml (1988) já o via como uma cadeia a ligar atributos concretos a consequências e a valores pessoais, e a investigação subsequente em hospitalidade estendeu essa lógica à disposição a pagar, mostrando que o peso de cada dimensão varia de forma sistemática entre segmentos e tipos de atributo. A meta-análise de Huang e Huang (2024), ao agregar a evidência sobre preferências e WTP no setor, confirma que a valorização não se distribui de modo uniforme: atributos diferentes comandam prémios diferentes, e um mesmo atributo é avaliado de forma distinta por segmentos distintos. O que esta literatura tem em comum é recusar a aditividade linear em que assenta o modelo hedónico. As dimensões do valor interagem, e o peso de cada uma muda com o contexto. Onde se separa é na hierarquia: uma corrente coloca o núcleo do valor na qualidade funcional e utilitária do serviço, ao passo que outra o desloca para a experiência e a

autenticidade, sobretudo em destinos escolhidos como fuga ao urbano (Prebensen & Rosengren, 2016). A questão continua em aberto.

O valor percebido liga-se ao comportamento de mercado pela disposição a pagar, embora esse elo não seja automático. A WTP mede o valor económico que alguém atribui a um bem ou atributo, e apura-se por duas vias: nas preferências reveladas, infere-se de escolhas reais, como acontece nos preços hedónicos; nas declaradas, o respondente reporta diretamente esse valor, respondendo a questões de elicitação (OCDE, 2018). Passar de um valor sentido a uma quantia que se está disposto a pagar não é um trânsito limpo. A investigação sobre preferências declaradas mostra que os respondentes tendem a sobredeclarar sistematicamente o que efetivamente pagariam, com estimativas hipotéticas a exceder as reais por um fator mediano próximo de 1,35 (Murphy et al., 2005), um enviesamento que priva parte do valor percebido de tradução fiável em prontidão para pagar. Meta-análises posteriores confirmam a persistência do fenómeno e documentam a eficácia parcial das técnicas de mitigação (Penn & Hu, 2023). É essa fricção, tanto quanto o ponto cego do hedónico, que recomenda medir a WTP de forma direta mas cautelosa. A escolha entre as duas vias decide o resto. O modelo hedónico do capítulo anterior trabalha sobre preferências reveladas e herda-lhes o limite: só lê o valor de atributos que já variam no mercado que observa. As declaradas contornam esse limite, porque permitem perguntar pela utilidade de intangíveis que o mercado nunca chega a isolar.

Converter essa utilidade declarada em valor por atributo assenta na teoria do consumidor de Lancaster (1966), para quem a utilidade não vem do bem, mas do feixe de características que o compõem. A análise conjoint pega nessa premissa e opera-a, partindo a preferência global em utilidades parciais, os *part-worths*, atribuídas a cada nível de cada atributo (Green & Srinivasan, 1978). O resultado é a imagem ao espelho do modelo hedónico. Ambos leem o bem como agregado de características, no sentido lancasteriano (Lancaster, 1966), só que o hedónico recolhe os pesos dos preços de mercado e a conjoint estima-os a partir de escolhas declaradas, o que lhe permite calcular a WTP marginal de um atributo mesmo quando este quase nunca surge sozinho na oferta. É esta simetria que abre caminho a confrontar os dois lados, questão a que a secção seguinte regressa.

Nada disto faz da disposição a pagar uma grandeza fixa ou perfeitamente racional. A investigação em preços comportamentais mostra consumidores a avaliar o custo contra pontos de referência e a apoiar-se em heurísticas, em vez da otimização exaustiva que a teoria

clássica lhes atribui (Tversky & Kahneman, 1974). A teoria dos prospetos acrescenta que a avaliação se faz sempre por desvios face a um ponto de referência, e que as perdas pesam mais do que os ganhos equivalentes, pelo que um mesmo valor é sentido de forma diferente consoante surja enquadrado como ganho ou como perda (Kahneman & Tversky, 1979). À variabilidade dentro de cada indivíduo junta-se a variabilidade entre grupos. No terreno da sustentabilidade, por exemplo, há turistas com elasticidade-preço reduzida, dispostos a suportar custos adicionais por atributos de conservação, e há outros a quem essa dimensão é indiferente (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016). A consequência para o desenho do estudo é imediata. Uma WTP média isolada apagaria justamente a variação que interessa a quem fixa preços, e é isso que justifica recolher covariáveis sociodemográficas para segmentar a procura.

Convém, mesmo assim, não sobrestimar o intangível. Muita da literatura de determinantes de preço em alojamento arruma o preço e a localização entre os fatores mais fortes da decisão (Wang & Nicolau, 2017), o que abre a leitura contrária: talvez os atributos experienciais não apareçam no preço apenas porque a procura, na margem, os valoriza menos do que os estruturais, caso em que o hedónico estaria a espelhar o mercado com fidelidade. É esta a hipótese que a investigação tem de enfrentar de frente, não uma que possa dar por arrumada.

Fica, então, o balanço. A literatura mostra o valor percebido como algo subjetivo, multidimensional e traduzível, ainda que com perdas, em disposição a pagar, e aponta as preferências declaradas como via para medir intangíveis que escapam ao modelo hedónico. Sobram duas questões. Uma é a hierarquia: continua por demonstrar que, num destino de natureza, os atributos experienciais rendam de facto mais utilidade marginal do que os estruturais, questão que excede o alcance do presente desenho, no qual os atributos estruturais se mantêm fixos. A outra é a integração: medir a WTP declarada tapa o ponto cego do hedónico, mas traz consigo o viés hipotético das preferências declaradas e deixa-as sem a âncora no mercado real que só os dados revelados dão. Conciliar as duas fontes é o problema que a próxima secção assume.

2.3 Triangulação Metodológica: Confrontar Valor Revelado e Valor Declarado

As duas secções anteriores deixaram um impasse. O modelo hedónico lê o valor que o mercado revela nas transações, mas é cego ao intangível; as preferências declaradas

alcançam o intangível, mas pagam o preço do viés hipotético e da falta de ancoragem no comportamento real. Cada abordagem tem a força que falta à outra. Dessa complementaridade nasce o argumento desta secção: nenhum dos lados basta sozinho, e a saída não está em escolher entre eles, mas em confrontá-los.

Juntar dados revelados e declarados não é ideia nova nem improvisada. Foi na economia ambiental, onde o problema de valorar bens sem mercado é mais antigo, que se consolidou o paradigma da estimação conjunta: reconhecendo que as duas fontes assentam na mesma estrutura de preferências, torna-se possível estimá-las em conjunto e explorar as forças contrastantes de cada uma (Adamowicz et al., 1994). A lógica é direta. As preferências reveladas estimam bem o efeito do custo sobre a escolha, porque derivam de decisões em que o dinheiro mudou de mãos; as declaradas estimam bem o efeito das características da experiência, porque apresentam combinações de atributos que o mercado nunca isola, ainda que prestem menos atenção ao custo pela sua natureza hipotética (Whitehead & Lew, 2020). Combiná-las não é um remendo. É deixar cada uma corrigir o ponto cego da outra.

A investigação recente confirma a vitalidade desta abordagem e, ao mesmo tempo, matiza-a. Um estudo em turismo aplicou dois experimentos de escolha aos mesmos indivíduos, um assente em compras reais e outro em escolhas hipotéticas, e calculou a disposição a pagar marginal em ambos (Pang et al., 2025). O resultado é instrutivo justamente por não ser unânime: os autores concluíram que, no seu caso, as preferências reveladas e declaradas deviam ser comparadas e não fundidas, porque a igualdade de parâmetros entre os dois conjuntos não se verificava. A lição não é que a triangulação falhe, mas que a relação entre valor revelado e valor declarado constitui ela própria objeto de investigação, e não pressuposto. Daí decorre uma opção que importa declarar desde já. Não dispondo de dados transacionais para o território em estudo, esta dissertação adota a via comparativa em vez da estimação conjunta, confrontando as estimativas de valor declarado com o que a literatura hedónica estabeleceu sobre o valor revelado. Neste desenho, a divergência entre ambas deixa de ser erro a eliminar e passa a ser o fenómeno a medir.

Confrontar preferências reveladas e declaradas resolve, porém, apenas metade do problema. Ambas medem a procura: explicam o que os hóspedes valorizam, sem nada dizerem sobre a razão pela qual os preços praticados divergem dessa valorização. Ora a incorreta precificação é, por definição, uma decisão de oferta, o que obriga a uma segunda triangulação, agora entre fontes de natureza distinta e não entre dados de preferência. Poderia

objetar-se que a racionalidade de quem fixa preços se infere dos próprios preços, como faz o modelo hedónico, dispensando qualquer contacto direto com os operadores. A objeção esbarra num limite conhecido dos dados transacionais: revelam o resultado das decisões, não os critérios que as produziram (Whitehead & Lew, 2020). As heurísticas e os pontos de referência que enquadram a avaliação de um preço operam num plano que a série de transações não regista (Tversky & Kahneman, 1974; Kahneman & Tversky, 1979), e é esse plano que a componente qualitativa se propõe alcançar.

Chega-se assim a quem ocupa posição privilegiada face à informação relevante, papel que cabe ao informante-chave. A técnica tem raízes antigas na investigação social, onde foi formalizada como método de recolha assente não na representatividade estatística, mas na qualidade da informação detida pelo informante (Tremblay, 1957). Para essa seleção, a literatura estabeleceu cinco critérios: a posição que expõe o informante à informação relevante, a profundidade do conhecimento, a disponibilidade para o partilhar, a capacidade de o comunicar e a imparcialidade do relato (Marshall, 1996). Longe de resquício metodológico, a entrevista a informante-chave permanece método vivo e codificado na investigação social contemporânea, aplicado sempre que o objetivo é aceder a conhecimento especializado fora do alcance de uma amostragem alargada (Akhter, 2022). Estes critérios justificam a seleção por conhecimento em detrimento da representatividade. Já a suficiência de um número reduzido de entrevistas depende da função que o desenho lhes atribui, questão retomada no capítulo metodológico.

Quanto ao informante mobilizado neste estudo, os quatro primeiros critérios verificam-se sem dificuldade, conforme decorre dos dados primários recolhidos: gere uma carteira substancial de propriedades na região, recorre a ferramentas de fixação dinâmica de preços e ocupa posição central no tecido do alojamento local do Parque. O quinto, o da imparcialidade, é o que menos se verifica, e convém reconhecê-lo sem rodeios. Tratando-se de operador com interesse comercial direto na fixação de preços, o seu relato não pode ser tomado como descrição neutra do mercado, e tenderá a refletir a racionalidade e os incentivos de quem nele opera. A limitação é mitigada pelo estatuto que o desenho lhe confere: o contributo do informante é de enquadramento interpretativo, não fonte de estimativas de valoração, que provêm exclusivamente dos dados de preferência declarada recolhidos junto da procura. O confronto entre os dois planos funciona, aliás, como

contrapeso, ao permitir avaliar a racionalidade declarada pela oferta à luz do que a procura revela valorizar.

Fica, então, o balanço. Esta secção fundamenta um desenho de métodos mistos assente em duas triangulações distintas. Sabe-se que as preferências reveladas e declaradas se corrigem mutuamente e que a sua articulação é prática estabelecida, ainda que a relação entre ambas deva ser testada e não assumida. Sabe-se também que a compreensão do lado da oferta exige uma fonte que os dados transacionais não substituem, e que o informante-chave selecionado pela profundidade do conhecimento constitui essa via, com as limitações que lhe são próprias. Fica por fazer o essencial: aterrar este aparato no objeto empírico. Que mercado é este, que atributos definem o alojamento local de natureza, e por que razão o Peneda-Gerês constitui caso onde o problema da valoração do intangível se torna particularmente agudo. É a esse enquadramento que a próxima secção se dedica.

A Tabela 2.1 sintetiza o que cada abordagem permite observar e a opção adotada.

Tabela 2.1

Valor revelado e valor declarado: alcance, limite e opção adotada

	Valor revelado	**Valor declarado**
O que observa	Preços praticados em transações reais	Preferências expressas perante cenários
Força	Comportamento efetivo, sem viés hipotético	Isola atributos que o mercado não separa
Ponto cego	Não distingue o intangível do que o acompanha	Distância entre o que se declara e o que se paga
Fonte no território	Inexistente ao nível de desagregação necessário	Questionário a 134 respondentes
Opção adotada	Observação das tarifas e atributos anunciados no território	Núcleo empírico do estudo

Nota. O informante-chave do lado da oferta enquadra a leitura dos resultados sem constituir estimação de valor.

2.4 Alojamento Local e Turismo Rural de Natureza

O alojamento local costuma apresentar-se como manifestação da economia de partilha, mas a designação está longe de ser pacífica, e vale a pena começar por aí. Na sua formulação original, a economia de partilha designava o acesso temporário a bens subutilizados, coordenado por plataformas digitais entre pares (Botsman & Rogers, 2010). A aplicação do rótulo ao Airbnb e ao alojamento local foi, porém, contestada. Belk (2014)

argumenta que estas plataformas praticam antes uma pseudo-partilha, trocas mediadas por dinheiro embrulhadas num vocabulário de partilha, e não um gesto colaborativo genuíno. A distinção não é apenas terminológica. Sendo o alojamento local uma atividade comercial, a análise da sua formação de preços não é um exercício marginal, mas central, e a questão de saber se as tarifas refletem o valor oferecido ganha pleno sentido económico, tal como a ganharia, de resto, em qualquer leitura menos generosa do conceito de partilha.

Definida a natureza da atividade, importa caracterizar o que nela gera valor. E é aqui que o alojamento local de natureza se afasta do modelo urbano. A disrupção que o Airbnb introduziu no alojamento tradicional (Guttentag, 2019) assentou, nas cidades, em fatores como o preço e a conveniência; num contexto rural e de natureza, o eixo de diferenciação desloca-se para atributos de outra ordem. A literatura revista permite identificar um conjunto deles, que a presente investigação seleciona pela sua pertinência para o caso em estudo, sem pretender esgotar o universo dos fatores de valor. São eles a autenticidade, a interação com o anfitrião, a confiança sinalizada antes da reserva, o enquadramento natural e as práticas de sustentabilidade.

O primeiro é a autenticidade, e o conceito evoluiu consideravelmente desde a sua formulação inicial. MacCannell (1973) introduziu a noção de autenticidade encenada, mostrando que o turista procura o genuíno mas é frequentemente confrontado com uma encenação preparada para o seu olhar. Wang (1999) deslocou o eixo do debate, distinguindo três sentidos do conceito: a autenticidade objetiva, que reside no objeto e na sua genuinidade verificável; a construtiva, que o observador lhe atribui; e a existencial, que nasce da própria experiência, independentemente de o objeto ser ou não autêntico. Esta última é a mais relevante para o alojamento de natureza, sobretudo na sua dimensão interpessoal, porque desloca a autenticidade do edifício ou da decoração para aquilo que o hóspede sente e vive na estadia, incluindo a relação que estabelece com quem o acolhe.

Essa relação é o segundo fator de valor, e a sua importância tem fundamento teórico para lá da intuição. A lógica de serviço-dominante estabeleceu que o valor não está embutido no bem, mas é co-criado na interação entre quem presta e quem recebe o serviço, e determinado por quem dele beneficia (Vargo & Lusch, 2004). Aplicada ao alojamento de natureza, esta perspetiva ilumina por que a interação anfitrião-hóspede não é um acessório da estadia, mas parte constitutiva do seu valor: o acolhimento, a partilha de conhecimento local, a hospitalidade, são momentos em que o valor se produz, e não apenas se entrega. A

investigação recente confirma-o, ao associar a interação anfitrião-hóspede à imersão e à co-criação de valor na experiência turística (Jiang & Tu, 2023).

O terceiro fator diz respeito ao modo como esse valor relacional é sinalizado antes da reserva, quando o hóspede ainda não conhece o anfitrião. Num mercado de estranhos, onde a decisão se toma a partir de um anúncio, a confiança tem de ser estabelecida por indícios acessíveis à distância. Ert et al. (2016) demonstraram que a fotografia do anfitrião influencia a escolha e o preço que o hóspede aceita pagar, funcionando a perceção de confiabilidade transmitida pela imagem como um catalisador da decisão. O achado sublinha que aquilo que a procura remunera não é a interação em si, inacessível no momento da reserva, mas o sinal que a antecipa.

O quarto fator é o enquadramento natural. Numa estadia cujo propósito é a imersão na paisagem, o cenário envolvente não é um pano de fundo, mas um atributo de valor em si mesmo. A investigação em turismo rural tem estimado a disposição a pagar por melhorias e qualidades da paisagem, confirmando que o valor cénico se traduz em preço e varia no espaço (Campbell et al., 2009). Esta dimensão é, contudo, das mais difíceis de precificar, precisamente por ser das menos tangíveis, e é aqui que a divergência entre o valor percebido e o valor revelado tende a acentuar-se.

O quinto fator são as práticas de sustentabilidade, cuja valorização é particularmente pertinente num destino de natureza. A evidência mostra que os turistas de ecoturismo e de viagens de natureza revelam uma disposição a pagar por práticas ambientais superior à de outros segmentos (Kazeminia et al., 2016), ainda que essa disposição seja heterogénea e dependa do grau de "inteligência sustentável" de cada visitante, o seu conhecimento, atitude e compromisso ambientais (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016), e que persista um afastamento entre a preferência declarada e o comportamento efetivo de compra, coerente com o viés hipotético discutido anteriormente. Esta ambivalência torna a sustentabilidade um caso de teste interessante para a presente investigação, por ser um atributo cujo valor os hóspedes afirmam reconhecer, mas cuja tradução em preço permanece incerta.

Em conjunto, estes cinco atributos definem a proposta de valor específica do alojamento local de natureza, e distinguem-na da do alojamento urbano, mais assente em atributos estruturais e locativos (Gibbs et al., 2018; Wang & Nicolau, 2017). Importa, porém, uma ressalva: estes atributos experienciais não substituem os estruturais, acrescem-lhes, e a

evidência de que o preço e a localização continuam a pesar fortemente na decisão, mesmo neste segmento, aconselha a não sobrestimar isoladamente o intangível. Ainda assim, é este o conjunto de atributos que o modelo hedónico capta pior, o que devolve a investigação ao seu problema central. Resta situar esta proposta de valor no seu contexto concreto, o do mercado português e o do Peneda-Gerês, tarefa da secção seguinte.

2.5 O Mercado Português e o Peneda-Gerês

As secções anteriores construíram um argumento geral sobre o valor do intangível e a dificuldade de o precificar. Falta ancorá-lo no mercado onde será testado, e é esse o trabalho desta secção, que estreita do plano nacional até ao território do Peneda-Gerês.

Comece-se pela escala nacional. O alojamento local é hoje uma componente estrutural do turismo português, com mais de cento e onze mil estabelecimentos ativos no Registo Nacional de Alojamento Local em 2024 (Turismo de Portugal, 2024), uma dimensão que levou o legislador a rever o regime jurídico da atividade para equilibrar a expansão com a pressão exercida sobre o mercado habitacional (Decreto-Lei n.º 76/2024). É um mercado maduro e regulado, onde a concorrência se intensificou e a diferenciação pelo preço se tornou mais difícil, num movimento competitivo que a literatura sobre a economia de partilha documentou (Guttentag, 2019). Esse pano de fundo, já traçado na introdução, serve aqui de ponto de partida para descer ao território.

E ao descer, o alojamento local de natureza revela uma posição distinta da do congénere urbano, concentrado em Lisboa e no Porto. Distribui-se por territórios de baixa densidade, onde a natureza é o próprio ativo turístico, e é no Peneda-Gerês que o seu peso e as suas tensões se tornam observáveis de forma concentrada, não como mera ilustração do argumento, mas como o caso em que ele se joga.

Primeira e única área classificada como Parque Nacional em Portugal, o Peneda-Gerês detém esse estatuto desde 1971 (Decreto n.º 187/71). Na sua gestão, o território reparte-se em áreas de ambiente natural e de ambiente rural, com graus de proteção distintos, o que condiciona onde e como o alojamento pode existir (Martins, 2022). É uma dupla natureza, de espaço protegido e de território habitado, e ela está no centro do argumento desta dissertação: o valor turístico do Parque nasce da conjugação de uma paisagem

preservada com um território rural vivido, e é sobre essa conjugação que a oferta de alojamento local assenta.

Considerável, mas desigual entre concelhos, é a relevância económica que o alojamento local aí assume. No de maior procura, Terras de Bouro, a predominância é quase total: dos 451 estabelecimentos de alojamento turístico existentes em 2021, últimos dados desagregados disponíveis, 394 eram de alojamento local (Diário do Minho, 2023). É o caso de maior intensidade turística, e não a média do território, mas ilustra bem o padrão dominante, o de uma oferta feita de pequenos operadores. E esse padrão ganha outro peso à luz da demografia: entre 2011 e 2021, a população residente no Parque caiu 17,8%, de 9.071 para 7.456 habitantes (Martins, 2022). Num território que perde gente de forma continuada, o turismo, e o alojamento local em particular, pesa mais na economia, e saber se capta o valor que a procura lhe atribui deixa de ser uma questão de margem para tocar a própria vitalidade do território.

A tudo isto acresce a sazonalidade, que a literatura aponta como um dos principais fatores a limitar o desenvolvimento sustentável das áreas rurais, sobretudo onde a procura se concentra nas estações quentes e decai nas restantes (Martín Martín et al., 2020). Nos destinos de montanha o padrão costuma ser marcado, e o Peneda-Gerês, ainda hoje uma referência da procura de natureza em Portugal (Martins, 2022), não foge à regra. Depender de uma janela sazonal estreita deixa os operadores entre dois apertos: procura a mais na época alta, rentabilização a menos no resto do ano. E num tecido feito sobretudo de microempreendedores, sem margem para absorver a baixa ocupação, captar todo o valor que a procura atribui à experiência aproxima-se de uma condição de viabilidade.

É aqui, neste território, que a divergência entre valor percebido e valor revelado ganha a sua expressão mais concreta. Um mercado de microempreendedores, preso a uma procura sazonal que os atributos intangíveis atraem, num espaço protegido que perde população, é o caso onde mais importa medir se o valor da experiência de natureza está, ou não, refletido no preço. Fixado o contexto, resta converter o argumento da revisão em hipóteses testáveis, tarefa da última secção deste capítulo.

2.6 Síntese e Hipóteses

Chega o momento de fechar a revisão sobre si mesma. Partiu de uma constatação: o modelo de preços hedónicos, mesmo bem especificado, permanece confinado ao que o mercado transaciona e observa, e deixa por captar o conteúdo experiencial e relacional de uma estadia de natureza (secção 2.1). A essa limitação respondeu a distinção entre valor revelado e valor percebido, sendo o segundo uma avaliação subjetiva que precede a transação e que os preços praticados não exprimem (secção 2.2).

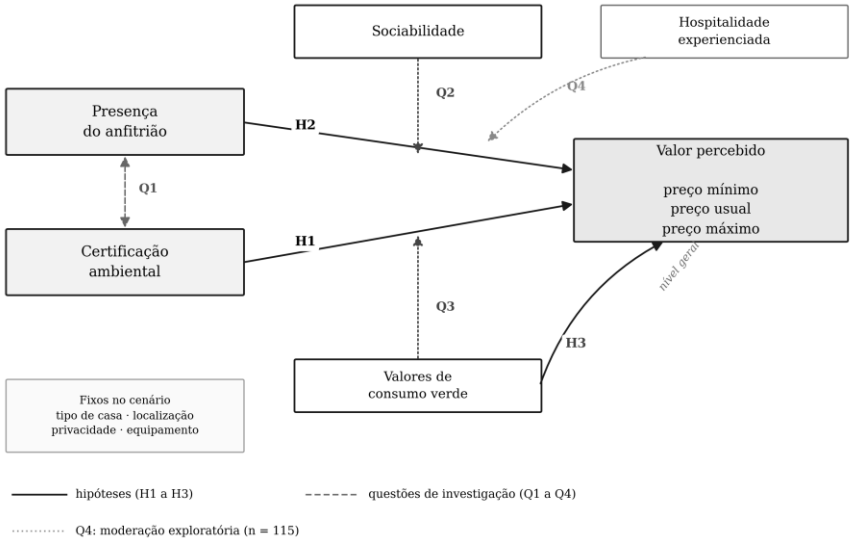
Estabelecida a necessidade de o medir por outra via (secção 2.3), examinaram-se as dimensões que compõem esse valor no alojamento entre particulares (secção 2.4) e as condições concretas do mercado onde a investigação se situa (secção 2.5).

Deste percurso resulta a tese que atravessa o capítulo. Existe divergência entre o valor que os hóspedes atribuem aos atributos intangíveis de uma estadia de natureza e o valor que o mercado lhes reconhece. A ser correta, tal divergência não constitui apenas uma imprecisão de medida: significa que os proprietários fixam preços sobre uma representação incompleta daquilo que a procura valoriza, e que a informação necessária para o corrigir não se encontra disponível nos preços praticados.

Verificar esta tese exige medir o que a procura atribui a atributos que o mercado não isola. A Figura 2.1 representa as relações que o estudo se propõe examinar.

Figura 2.1

Modelo conceptual



Nota. As relações assinaladas a traço contínuo correspondem às hipóteses formuladas nesta secção. As restantes constituem questões de investigação de natureza exploratória. O valor percebido é operacionalizado em três indicadores de preço, que captam tanto a avaliação do valor, no preço tido por usual, como os limiares de expectativa de preço, no mínimo e no máximo aceitáveis.

O modelo organiza-se em torno de dois atributos intangíveis, manipulados de forma independente, e do valor que a procura lhes atribui. A eles acrescem disposições individuais dos respondentes, cuja função é permitir averiguar se esse valor é comum ou varia entre segmentos. As restantes características do alojamento permanecem constantes, condição para que as diferenças observadas se atribuam apenas aos atributos em análise.

A primeira hipótese incide sobre a sustentabilidade, e a evidência que a sustenta situa-se ao nível do próprio atributo. A modelação hedónica de preços praticados na hotelaria espanhola identifica um prémio associado à certificação ambiental do estabelecimento (Sánchez-Ollero et al., 2014), resultado que a análise de eficiência de receita em hotéis das Canárias confirma para a década corrente (Arbelo et al., 2025), e a investigação sobre preferências declaradas documenta disposição para pagar mais por iniciativas ambientais em alojamento (Kang et al., 2012). A magnitude e a consistência desse prémio variam entre contextos, mas o seu sentido é convergente, pelo que se formula a hipótese em termos direcionais.

H1. A certificação ambiental do alojamento eleva o valor que a procura lhe atribui.

A relação com o anfitrião não permite antecipação semelhante, uma vez que a literatura não estabelece o sentido do seu efeito. A lógica dominada pelo serviço enquadra essa relação como cocriação de valor, que nasce na interação e não é entregue como serviço acabado (Vargo & Lusch, 2004), leitura que a investigação em alojamento entre particulares tem confirmado (Jiang & Tu, 2023). Parte da procura recorre, porém, a estas plataformas por razões alheias à relação com o anfitrião, entre as quais a conveniência e a autonomia que proporcionam (Guttentag, 2019), valorizando a ausência de contacto e a privacidade da estadia.

As duas leituras descrevem segmentos distintos e coexistem na literatura sem reconciliação. A formulação não-direcional decorre dessa indeterminação, e não de reserva quanto à existência do efeito.

H2. A presença do anfitrião durante a estadia afeta o valor que a procura atribui ao alojamento.

A terceira hipótese desloca-se dos atributos do alojamento para as disposições de quem avalia. O valor percebido constitui uma avaliação global que incorpora as convicções do avaliador (Zeithaml, 1988), e a escala de valores de consumo verde mede a orientação ambiental enquanto disposição estável (Haws et al., 2014). A relação entre essa orientação e a disposição a pagar por serviços turísticos sustentáveis está documentada, ainda que atenuada por valores concorrentes (Kazeminia et al., 2016) e ambivalente no contexto turístico (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016), padrão que persiste na geração mais recente de turistas (Pulido-Fernández et al., 2024).

O mecanismo que liga a disposição individual ao valor atribuído não passa, porém, apenas pela certificação. Uma estadia em contexto de natureza é, em si mesma, congruente com uma identidade ambiental, independentemente das credenciais do alojamento concreto, e a expressão dessa identidade no consumo é o mecanismo que a teoria da identidade social invoca para explicar a disposição a pagar por atributos verdes (Kang et al., 2012). É de esperar, por isso, que respondentes ambientalmente orientados avaliem de forma mais generosa o alojamento no seu conjunto, e não apenas a condição certificada. A hipótese respeita ao nível geral da avaliação, e não à sensibilidade a um atributo em particular.

H3. Os valores de consumo verde relacionam-se positivamente com o valor que a procura atribui ao alojamento.

Quatro relações do modelo não admitem formulação sob a forma de hipótese, por envolverem mais de duas variáveis. Enunciam-se como questões de investigação, de tratamento exploratório. A primeira respeita ao efeito conjunto dos dois atributos manipulados: importa saber se o valor atribuído a cada um depende do nível em que o outro se encontra, questão que a literatura não formula por tratar as duas dimensões em corpos separados.

A quarta respeita a uma disposição de natureza distinta. Ao contrário da sociabilidade e da orientação ambiental, que são traços gerais, a qualidade da hospitalidade experienciada em estadias anteriores é memória de experiência concreta, e apenas os respondentes que já se alojaram em alojamento local a podem reportar. Importa saber se essa memória condiciona a valorização da presença do anfitrião.

A segunda e a terceira respeitam à homogeneidade dos efeitos. Se a disposição para a interação social condiciona a valorização da presença do anfitrião, e se a orientação ambiental condiciona a valorização da certificação, então os efeitos identificados variarão entre segmentos da procura em vez de a atravessarem por inteiro.

Fixadas as hipóteses e as questões, resta estabelecer o modo de as submeter a teste. É a isso que o capítulo seguinte se dedica.

3. Metodologia

3.0 Introdução

Os capítulos anteriores estabeleceram o problema e a sua fundamentação teórica. Em síntese, a investigação procura determinar em que medida o valor que os hóspedes atribuem aos atributos intangíveis de um alojamento de natureza no Peneda-Gerês diverge do valor que o mercado lhes reconhece, e interpretar o que essa divergência significa para a formação de preços na região.

É a natureza deste propósito que determina a estratégia metodológica. Sendo o objeto o valor percebido, que o preço observado não revela, o estudo recorre a um método de preferências declaradas, concretizado num desenho de vinhetas em que os respondentes avaliam variantes de um mesmo alojamento e lhes atribuem valores monetários. A esta componente quantitativa, que constitui o núcleo da investigação, soma-se o contributo de um informante-chave do lado da oferta, com função interpretativa e não de estimação.

O desenho é, por isso, deliberadamente centrado na procura. Não se recolheram dados transacionais do território, que nenhuma fonte disponibiliza ao nível de desagregação necessário, fazendo-se a articulação entre o valor percebido e o valor que o mercado reconhece por confronto com a literatura e com a observação da oferta local.

O capítulo detalha este desenho ao longo de oito secções. Começa pela abordagem e a sua justificação (3.1), antes de chegar ao núcleo do estudo: a fundamentação dos atributos retidos e do formato de avaliação adotado (3.2), seguida da construção dos cenários que os operacionalizam (3.3). Apresenta-se depois o instrumento de inquérito na sua totalidade (3.4) e caracteriza-se a população, a amostra e o processo de recolha (3.5). Expõem-se então os procedimentos de análise, da depuração dos dados à estimação dos efeitos (3.6). As duas últimas secções tratam do papel do informante-chave (3.7) e das considerações éticas que enquadram a recolha (3.8).

3.1 Abordagem e Desenho da Investigação

O desenho de uma investigação decorre da natureza da pergunta e dos pressupostos sobre o conhecimento que a orientam. Do ponto de vista filosófico, o estudo assume uma posição pós-positivista: admite a existência de um fenómeno mensurável, a disposição a

pagar pelos atributos de uma estadia, mas reconhece que o seu apuramento é indireto e sujeito a erro, feito através de respostas declaradas e não de observação direta. A esta posição corresponde uma lógica dedutiva, que parte de um quadro teórico, dele deriva hipóteses e as submete a teste (Saunders et al., 2023). O posicionamento é predominantemente quantitativo, pois traduz o valor percebido em quantidades comparáveis e testa relações entre variáveis, ainda que incorpore uma componente qualitativa de enquadramento, a entrevista a um informante-chave, subordinada à interpretação dos resultados e não à produção de estimativas.

No seu núcleo empírico, o estudo recorre a um método de preferências declaradas, e a opção justifica-se pela definição do objeto: o valor a medir é o valor percebido de atributos que o preço de mercado não isola nem revela. Nenhuma leitura de preços praticados permitiria estimar a disposição a pagar por atributos que raramente variam de forma independente na oferta real. As preferências declaradas contornam esta limitação, ao apresentar combinações controladas de atributos e ao inferir, das respostas, o valor atribuído a cada um.

A concretização assume a forma de um estudo de vinhetas, em que se apresentam ao respondente descrições de situações que variam sistematicamente nos atributos manipulados (Atzmüller & Steiner, 2010), solicitando-se para cada uma a indicação direta de valores monetários. A fundamentação desta opção, e dos atributos que a compõem, desenvolve-se na secção seguinte.

Por opção e por necessidade, o desenho é centrado na procura. A articulação entre o valor percebido, estimado junto dos hóspedes, e o valor que o mercado reconhece faz-se pela observação das tarifas anunciadas no território para as condições do cenário, e não por estimação hedónica a partir de transações, que os dados disponíveis não permitem. Como se estabeleceu na delimitação do estudo, não há fonte de dados transacionais que cubra o Peneda-Gerês ao nível de desagregação necessário.

O confronto tem alcance descritivo: compara diferenças brutas entre tarifas de grupos de unidades com efeitos estimados sob controlo experimental, e a literatura sobre determinantes de preço em alojamento entre particulares serve de enquadramento a essa comparação, sem que se pretenda equivalência entre os dois tipos de estimativa.

Fechando o desenho sem o desviar do eixo, a componente qualitativa traz o contributo de um informante-chave do lado da oferta, cuja seleção e cujo papel se detalham na secção 3.7, e que enquadra a leitura dos resultados na racionalidade de quem fixa os preços na região. A sua função é interpretativa: ajuda a compreender por que razão as tarifas podem divergir do valor que a procura revela, questão que os dados quantitativos, por si sós, não esclarecem. O desenho articula, deste modo, duas fontes de natureza distinta, uma que mede o valor percebido e outra que ilumina a lógica da oferta, mantendo entre elas a hierarquia que o objeto impõe.

3.2 Fundamentação e Atributos

O instrumento assenta num desenho de vinhetas, técnica em que se apresentam ao respondente descrições breves e cuidadosamente construídas de uma situação, representando combinações sistemáticas de características cujos efeitos se pretende isolar (Atzmüller & Steiner, 2010). Os cenários variam apenas naquilo que o investigador manipula, mantendo constante todo o resto, o que permite atribuir as diferenças de avaliação aos atributos manipulados e não a outras características da situação descrita.

A opção por um número reduzido de atributos não decorre de conveniência, mas de uma propriedade do desenho. Quando o universo de vinhetas é pequeno o suficiente para que cada respondente avalie todas as combinações possíveis, estimam-se sem confundimento tanto os efeitos principais como as interações; a apresentação de apenas um subconjunto, pelo contrário, implica sempre perda de informação, com efeitos principais a confundirem-se com interações sem possibilidade de os separar (Atzmüller & Steiner, 2010). Com dois atributos de dois níveis, o universo reduz-se a quatro cenários, número que qualquer respondente pode avaliar integralmente. A parcimónia compra, assim, capacidade de identificação.

Fixado que o desenho comporta poucos atributos, retiveram-se os dois cuja valorização pela procura a literatura deixa por estabelecer, ainda que por razões distintas. No caso da interação com o anfitrião, não existe consenso quanto ao sentido do efeito; no da sustentabilidade, a direção é convergente mas a conversão da preferência declarada em disposição a pagar é inconsistente.

O primeiro é a presença do anfitrião. A distinção entre alojamento entre particulares e hotelaria assenta, em boa medida, no facto de a relação com quem acolhe integrar o produto em vez de lhe ser acessória, o que a lógica dominada pelo serviço enquadra como cocriação de valor na interação e não como entrega de um serviço acabado (Vargo & Lusch, 2004), e que a investigação em alojamento partilhado tem vindo a confirmar (Jiang & Tu, 2023). Sobre a direção desse efeito, porém, a literatura divide-se. Uma parte associa a presença do anfitrião ao acesso ao conhecimento local e à autenticidade da experiência; outra reconhece que uma fração da procura escolhe estas plataformas precisamente pela ausência de contacto, valorizando a autonomia e a privacidade. As duas leituras descrevem segmentos distintos, e a sua coexistência é razão bastante para medir o atributo em vez de lhe presumir o sinal.

O segundo é a certificação ambiental. Aqui o padrão documentado é mais uniforme, e mais desconcertante. A disposição a pagar por serviços turísticos sustentáveis relaciona-se positivamente com as atitudes e crenças ambientais, mas é atenuada por valores materialistas que operam em sentido contrário (Kazeminia et al., 2016), e a relação entre atitudes ambientais e escolha efetiva é reconhecidamente ambivalente no turismo (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016). As explicações avançadas para o desfasamento divergem. Umas atribuem-no à desejabilidade social das respostas declaradas, outras à falta de credibilidade das alegações ambientais, outras ainda à existência de um segmento restrito genuinamente disposto a pagar. A especificação do atributo como certificação, e não como práticas meramente declaradas, procura mitigar o problema da credibilidade ao introduzir a ideia de verificação por terceiros. O desenho não permite, contudo, isolar o efeito dessa verificação do efeito de existirem práticas ambientais.

Os restantes atributos ficam fixos no cenário comum, e importa justificar em especial a exclusão da autenticidade, dimensão que o segundo capítulo desenvolve enquanto componente do intangível. Ao contrário da interação e da sustentabilidade, a autenticidade material traduz-se em características observáveis do imóvel, aproximando-se dos atributos cujos preços implícitos a literatura hedónica já documenta com relativa estabilidade. É também, no território em estudo, quase a norma na oferta, o que a torna pouco discriminante enquanto atributo experimental. Um levantamento exploratório realizado no território, sobre quarenta e quatro unidades distribuídas pelos quatro concelhos, mostrou que vinte e seis delas, cerca de três quintos, correspondiam a casas tradicionais recuperadas. A certificação ambiental, pelo contrário, era comunicada por apenas seis dessas unidades. Fixar a

autenticidade no cenário, em vez de a fazer variar, preserva o realismo da situação descrita sem consumir a parcimónia que o desenho exige.

A recolha decorreu em julho de 2026, na plataforma Airbnb, e incidiu sobre a disponibilidade anunciada para duas noites de um fim de semana de novembro, fora da época alta, para dois hóspedes. As condições correspondem, deste modo, às do cenário apresentado aos respondentes, o que torna as tarifas registadas comparáveis com os valores por estes declarados.

As quarenta e quatro unidades resultam de um levantamento de carácter exploratório e correspondem aos anúncios disponíveis para as datas e condições indicadas em cada um dos quatro concelhos do Parque: vinte em Terras de Bouro, dez em Arcos de Valdevez, oito em Ponte da Barca e seis em Melgaço. A distribuição reflete a oferta existente, e não uma seleção do investigador. O registo completo consta do Anexo A. Registou-se, de cada unidade, a tarifa por noite e as características necessárias à classificação dos atributos em análise.

O contacto com o anfitrião classificou-se em três níveis a partir dos campos que a plataforma disponibiliza sobre o modo de entrada e a presença durante a estadia: entrada autónoma, quando o anúncio indica acesso por código ou cofre sem receção; acolhimento presencial, quando o anfitrião recebe o hóspede à chegada sem permanecer no local; e presença regular, quando o anúncio indica residência no local ou disponibilidade contínua. As práticas ambientais classificaram-se pela presença ou ausência de menção a certificação ou a medidas verificadas no texto do anúncio. Além de fundamentarem a seleção dos atributos, os dados assim recolhidos permitem o confronto com o valor praticado que a secção 4.7 apresenta.

A Tabela 3.1 sintetiza o tratamento dado a cada dimensão do valor identificada no segundo capítulo.

Tabela 3.1

Dimensões do valor intangível e o seu tratamento no desenho

Dimensão	Tratamento	Conteúdo na descrição	Fundamento
Interação anfitrião-hóspede	Manipulada	Presente ou ausente	Valorização contestada na literatura

Sustentabilidade	Manipulada	Certificada ou não assinalada	Desfasamento atitude-comportamento documentado
Autenticidade	Fixa no cenário	Construção rústica remodelada	Presente em 26 de 44 unidades do território
Enquadramento natural	Fixa no cenário	A 20 minutos dos trilhos	Consensual; pouco discriminante
Privacidade e equipamento	Fixas no cenário	Sem vizinhos próximos; completo	Atributos estruturais

Nota. As dimensões fixas integram a descrição comum apresentada a todos os respondentes, o que assegura que as diferenças de avaliação se atribuem apenas às manipuladas.

O cruzamento dos dois atributos permite ainda estimar o seu efeito conjunto, questão que a literatura não responde por tratar a interação anfitrião-hóspede e a sustentabilidade em corpos de investigação separados. Saber se a certificação ambiental é mais valorizada quando existe presença do anfitrião, ou se os dois atributos se substituem enquanto sinais de qualidade, constitui contributo próprio deste desenho, e não subproduto da sua estrutura.

A avaliação de cada cenário faz-se pela indicação de três valores monetários: o preço acima do qual o respondente consideraria o alojamento demasiado caro, o preço abaixo do qual desconfiaria da sua qualidade, e o preço que consideraria usual pagar. A opção por elicitar o valor diretamente, e não por o derivar de escolhas entre alternativas, decorre da estrutura do desenho. Sendo os quatro cenários avaliados pelo mesmo respondente, a atribuição de um valor monetário a cada um permite comparações intraindividuais que a escolha entre alternativas não produziria, uma vez que esta revela apenas ordenações relativas dentro de cada tarefa.

O formato dos três valores inspira-se na lógica do medidor de sensibilidade ao preço, que assume que o consumidor possui limiares superior e inferior de aceitabilidade, e que um preço demasiado baixo suscita dúvidas quanto à qualidade em vez de aumentar a procura (Van Westendorp, 1976). Retém-se esse princípio numa versão simplificada de três pontos, e não nos quatro do procedimento original, opção ditada pela necessidade de repetir a medição em quatro cenários sem tornar a tarefa incomportável. Não se calculam, por conseguinte, os pontos de interseção que o procedimento completo permitiria derivar.

3.3 Construção dos Cenários

Os dois atributos retidos apresentam dois níveis cada, o que reduz o universo de combinações possíveis a quatro. Trata-se de um número que qualquer respondente pode avaliar integralmente, pelo que todos os participantes avaliaram as quatro combinações. O procedimento assegura a estimação dos efeitos principais e da respetiva interação sem confundimento, conforme se estabeleceu na secção anterior.

As quatro combinações resultam do cruzamento da presença do anfitrião, presente ou ausente durante a estadia, com a certificação ambiental, existente ou não assinalada. A primeira reúne presença e certificação; a segunda, presença sem certificação; a terceira, ausência com certificação; a quarta, ausência e nenhuma certificação.

Antecede a apresentação dos cenários uma descrição comum, que fixa a situação de estadia e as características do alojamento que não variam. A situação corresponde a duas noites, para duas pessoas, num fim de semana fora da época alta, numa região de natureza. O alojamento descreve-se como construção rústica remodelada que preserva a identidade arquitetónica local, situada a vinte minutos de carro dos principais trilhos e cascatas, com privacidade e sem vizinhos próximos, e dotada de cozinha com equipamento completo. A fixação desta descrição é condição de comparabilidade: sem ela, cada respondente projetaria um alojamento distinto, e os preços declarados perderiam significado comum.

Os níveis escolhidos para as características fixas reproduzem configurações plausíveis no território em estudo, conforme documentado pelo levantamento da oferta referido na secção anterior, e descrevem um alojamento de qualidade média a elevada. A opção condiciona necessariamente os valores obtidos, que se reportam ao alojamento descrito e não a um alojamento genérico, matéria a que se regressa na apreciação das limitações.

O que distingue cada cenário, e apenas isso, é a formulação relativa aos dois atributos manipulados. A presença do anfitrião descreve-se como residência no local ou nas imediações, com acolhimento à chegada, indicações sobre a casa e a região, sugestões de trilhos e locais a visitar, e disponibilidade ao longo da estadia. A ausência traduz-se em acesso autónomo mediante código enviado por mensagem, sem contacto pessoal.

A certificação ambiental especifica-se como adoção de práticas verificadas por entidade independente, incluindo energia proveniente de fontes renováveis, separação e

redução de resíduos, medidas de poupança de água e produção própria de alimentos em horta biológica. A sua ausência significa que o alojamento não assinala qualquer medida. A explicitação destes conteúdos evita que cada respondente preencha os níveis com conteúdo próprio, o que introduziria variação alheia à manipulação.

Para cada cenário solicitam-se três valores monetários por noite: o preço acima do qual o respondente consideraria o alojamento demasiado caro e não o reservaria, o preço abaixo do qual desconfiaria da sua qualidade, e o preço que consideraria usual pagar. Os três valores permitem situar não apenas o montante tido por adequado, mas os limiares que delimitam o intervalo de aceitabilidade.

Os quatro cenários apresentaram-se por ordem fixa, uma vez que a plataforma utilizada na recolha não comporta aleatorização entre secções. A ordem adotada foi a seguinte: presença com certificação, presença sem certificação, ausência com certificação, ausência sem certificação. A presença do anfitrião ocupa, por conseguinte, sempre as duas primeiras posições e a ausência as duas últimas, pelo que o contraste entre os dois níveis deste fator coincide com o contraste entre a primeira e a segunda metade da sequência. Qualquer efeito monótono de ordem, seja por ancoragem no primeiro valor declarado, por fadiga ou por deriva das respostas, é indistinguível de um efeito da presença do anfitrião.

A certificação ambiental, pelo contrário, alterna de posição ao longo da sequência, ocupando a primeira e a terceira contra a segunda e a quarta, o que a protege de efeitos de ordem monótonos.

A limitação afeta, por conseguinte, apenas um dos fatores, e de forma que os dados não permitem resolver. O resultado relativo à presença do anfitrião deve ser lido com essa reserva, retomada na discussão e nas limitações do estudo.

3.4 O Instrumento de Inquérito

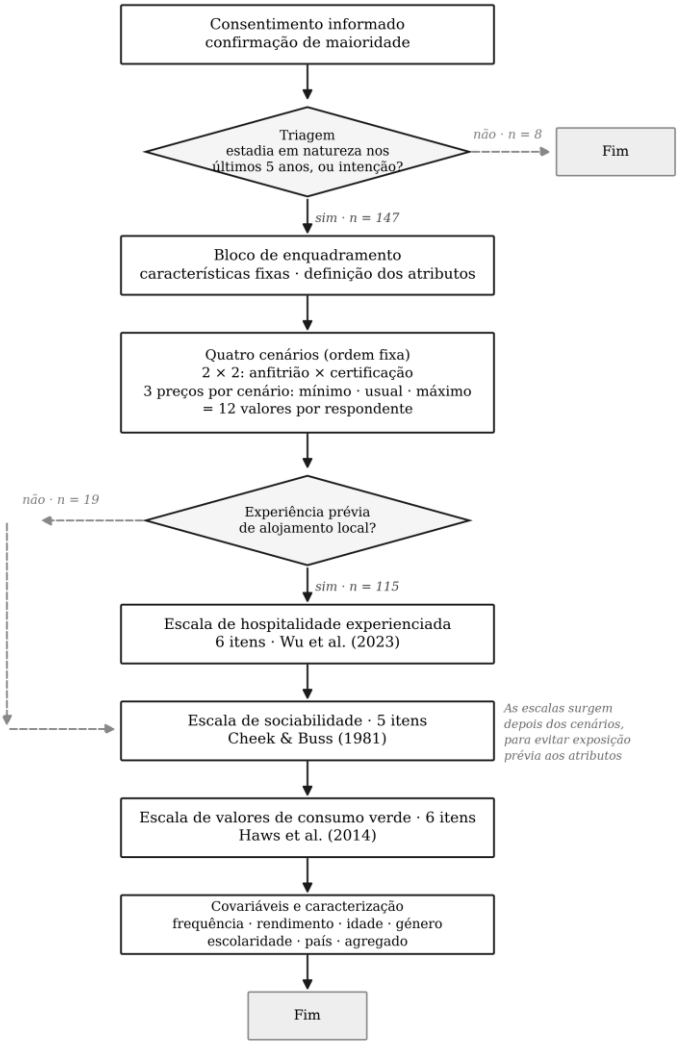
Os cenários integram-se num questionário estruturado, administrado por via eletrónica através da plataforma Microsoft Forms. A opção assenta na acessibilidade da ferramenta, na familiaridade da generalidade dos respondentes com o seu formato e na sua adequação a um instrumento que apresenta o mesmo conteúdo a todos os participantes. As garantias relativas ao tratamento e à proteção dos dados detalham-se na secção 3.8. O questionário administra-se em português e em inglês, e organiza-se numa sequência que

conduz o respondente do enquadramento inicial à avaliação dos cenários e, desta, à informação complementar.

A Figura 3.1 representa a sequência completa do questionário, incluindo as duas ramificações que condicionam o percurso do respondente.

Figura 3.1

Fluxo do questionário e ramificações



O primeiro elemento é o consentimento informado. Antes de qualquer pergunta, uma nota explicita o propósito do estudo, o caráter anónimo e voluntário da participação, o tempo estimado de resposta e o tratamento dos dados, e a participação só prossegue após aceitação expressa, que inclui a confirmação de maioridade. As considerações éticas que

fundamentam este procedimento detalham-se na secção 3.8; o texto integral consta em anexo.

Segue-se uma pergunta de triagem, que confirma que o respondente pertence à população-alvo, isto é, que realizou uma estadia em alojamento turístico num destino de natureza nos últimos cinco anos ou tenciona fazê-lo. A filtragem assegura que as respostas provêm de indivíduos para quem a situação descrita é concreta, e não meramente hipotética, condição da validade das preferências declaradas. Quem não cumpre qualquer das condições é encaminhado para o final do questionário. Os contornos precisos desta população definem-se na secção 3.5.

Antecede a avaliação dos cenários um bloco de enquadramento, que apresenta a situação de estadia, descreve as características fixas do alojamento e explicita o significado dos dois atributos que variam. O mesmo bloco enuncia os três valores solicitados e o que cada um representa. A explicitação prévia destes elementos procura assegurar que todos os respondentes avaliam a mesma situação, conforme se descreveu na secção anterior.

Os quatro cenários surgem em seguida. Cada um apresenta os dois atributos manipulados e é acompanhado de três campos de resposta numérica, correspondentes ao preço máximo, ao mínimo e ao usual. Os campos aceitam apenas valores numéricos e são de resposta obrigatória, com um mínimo admissível de zero. Não se estabeleceu limite superior, opção que veio a exigir tratamento na depuração dos dados, conforme se descreve na secção 3.6.

Concluída a avaliação dos cenários, aplicam-se três conjuntos de itens provenientes de escalas validadas, todos medidos numa escala de concordância de cinco pontos. O primeiro retoma a dimensão de comportamento de hospitalidade da escala de interação anfitrião-hóspede de Wu, Han e Moon (2023), desenvolvida e validada para alojamento entre particulares. Das quatro dimensões da escala original retém-se apenas esta, por ser a que corresponde ao atributo relativo ao anfitrião; as restantes medem atividades colaborativas e serviço individualizado, sem correspondência no desenho. Uma vez que os itens exigem a recordação de uma estadia concreta, o bloco é precedido de uma pergunta-filtro e apresentado apenas a quem já se alojou em alojamento local.

Os outros dois conjuntos medem disposições estáveis, e por isso apresentam-se a todos os respondentes: a subescala de sociabilidade de Cheek e Buss (1981) e a escala de valores de consumo verde de Haws, Winterich e Naylor (2014).

A posição destes blocos, depois e não antes da avaliação dos cenários, é deliberada. Aplicá-los previamente tornaria salientes os atributos correspondentes e enviesaria as avaliações por efeito de exposição prévia, comprometendo precisamente aquilo que o estudo se propõe medir. A ordem adotada troca esse risco por outro, menor, o de alguma consistência retrospetiva nas respostas atitudinais. Ao contrário das variáveis sociodemográficas, estas escalas não se destinam a descrever a amostra, mas a tornar estimável a heterogeneidade das preferências: a sociabilidade corresponde ao atributo relativo à presença do anfitrião, e os valores de consumo verde ao atributo relativo à certificação ambiental. A sua utilização analítica detalha-se na secção 3.6.

Os itens das três escalas foram traduzidos para português a partir das formulações originais, e apresentam-se também na sua versão inglesa. A tradução não foi submetida a retroversão independente, procedimento recomendado na adaptação intercultural de instrumentos de medida (Brislin, 1970) e seguido pelos autores de uma das escalas. Trata-se de uma omissão decorrente do calendário da investigação, que se assume como limitação e se deve ponderar na interpretação dos resultados que envolvam estas construções.

A parte final do questionário recolhe covariáveis de caracterização e de contexto. Contam-se entre elas o rendimento, recolhido em intervalos e não em valor exato, para reduzir a não-resposta e o desconforto de uma questão sensível, e a frequência de estadias em regiões de natureza, indicadora da familiaridade com o tipo de experiência avaliado. Encerram o questionário as variáveis sociodemográficas, como a idade, o género, a escolaridade, o país de residência e a dimensão do agregado familiar, e uma nota de agradecimento. A recolha limita-se às variáveis que a análise utilizará, evitando solicitar informação que não seja mobilizada no tratamento dos dados.

Antes da administração, o instrumento foi submetido à apreciação de cinco leitores, a quem se pediu que o percorressem à procura de formulações ambíguas ou de passagens de compreensão difícil, e não que respondessem enquanto participantes. Não foram assinalados problemas que motivassem alteração das perguntas. Tratando-se de um procedimento de verificação da clareza do instrumento, e não de um estudo-piloto com estimação de

propriedades psicométricas, o seu alcance é necessariamente limitado. A coerência lógica das respostas obtidas, reportada na secção 4.1, oferece indicação adicional quanto à compreensão da tarefa de elicitação.

Duas limitações decorrem da plataforma utilizada, que não comporta aleatorização de conteúdos. Os quatro cenários apresentaram-se por ordem fixa, matéria apreciada na secção anterior, e a ordem dos itens dentro de cada escala foi igualmente invariante entre respondentes, o que pode induzir alguma consistência artificial nas respostas atitudinais.

Uma terceira limitação respeita à formulação dos cenários. O bloco de enquadramento definiu o conteúdo dos níveis afirmativos de cada atributo, a presença do anfitrião e a existência de certificação, mas não o dos níveis correspondentes à sua ausência. Coube por isso ao respondente inferir o que significava a inexistência de cada um, inferência que a oposição entre os níveis torna imediata mas que o instrumento não fixou de forma expressa.

Regista-se ainda que o questionário não incluiu advertência explícita quanto à tendência para sobrevalorizar, em contexto hipotético, aquilo que se declararia estar disposto a pagar. Tratando-se de elicitação direta de valores monetários, formato reconhecidamente exposto ao viés hipotético e para o qual foram desenvolvidas técnicas de mitigação específicas (Cummings & Taylor, 1999), a ausência dessa advertência constitui limitação a ponderar na interpretação dos resultados.

3.5 População, Amostra e Recolha de Dados

A população-alvo do estudo são os potenciais hóspedes de alojamento local em destinos de natureza, isto é, os indivíduos com experiência recente ou intenção de realizar estadias deste tipo. A delimitação decorre do objeto da investigação: as preferências que se pretende medir só têm significado para quem enfrenta, de facto ou em perspetiva, a decisão de reservar um alojamento numa área de natureza. A pergunta de triagem descrita na secção anterior operacionaliza esta fronteira, admitindo apenas os respondentes que a integram. Não se trata da população residente no Peneda-Gerês caracterizada no segundo capítulo, mas da procura turística que a esse território, e a outros de natureza, se dirige.

A amostragem é não-probabilística, por conveniência, opção habitual quando não se dispõe de base de sondagem que permita seleção aleatória (Saunders et al., 2023). O

questionário foi difundido através das redes pessoais do investigador e de grupos associados à faculdade, com pedido explícito de reencaminhamento a familiares e conhecidos, o que introduziu uma componente de propagação em cadeia. A recolha decorreu ao longo de aproximadamente uma semana e produziu cento e cinquenta e cinco respostas.

Não se procedeu a cálculo prospetivo da dimensão amostral, tendo esta resultado do que o recrutamento produziu no período disponível. Cabe, por isso, examinar se a dimensão obtida se mostra adequada ao desenho adotado. Sendo o desenho intra-sujeitos, cada participante avalia as quatro condições e produz doze observações de preço, o que faz com que o volume de informação recolhida exceda largamente o número de respondentes. Cada participante serve, além disso, de termo de comparação a si próprio, o que retira do termo de erro a variabilidade individual. Daí resulta sensibilidade superior à de um desenho entre grupos de dimensão equivalente, sendo consideravelmente menor a dimensão exigida para detetar um efeito de determinada magnitude (Cohen, 1988).

O dimensionamento serve, contudo, a estimação dos efeitos principais, e não com igual segurança a análise da heterogeneidade das preferências. Os termos de interação entre covariáveis e fatores experimentais exigem poder estatístico superior ao dos efeitos principais, uma vez que multiplicam os parâmetros a estimar. Assume-se, por isso, essa análise como exploratória e secundária, e não como teste confirmatório com o estatuto das hipóteses centrais. A distinção protege a interpretação, ao não atribuir às comparações entre subgrupos uma solidez que a amostra não garantiria.

O método de recrutamento adotado comporta consequências previsíveis sobre a composição da amostra, que importa reconhecer. A difusão através de redes pessoais e académicas alcança sobretudo indivíduos próximos do investigador em idade, escolaridade e condição socioeconómica. A amostra concentra-se, em consequência, em respondentes com formação superior e com rendimento do agregado nos escalões mais elevados do instrumento, conforme a caracterização apresentada no quarto capítulo documenta. Descreve um segmento determinado da procura, e não a procura turística no seu conjunto, pelo que as estimativas obtidas dizem respeito a esse segmento.

O pedido de reencaminhamento alargou, em sentido inverso, a recolha para além do círculo inicial, e a esmagadora maioria dos respondentes declara realizar estadias em regiões de natureza pelo menos uma vez por ano. A amostra apresenta, assim, familiaridade efetiva

com o tipo de experiência avaliado, condição que a adequa ao objeto ainda que não a torne representativa.

3.6 Procedimentos de Análise

O tratamento dos dados obedece a uma sequência que parte da depuração das respostas, passa pela construção das variáveis de análise e pela verificação da qualidade das medidas, e culmina na estimação dos efeitos experimentais. Toda a análise se realiza em SPSS.

A depuração assenta em três critérios, fixados antes da inspeção dos resultados. Excluem-se, em primeiro lugar, os respondentes que não cumprem a condição de triagem, por as suas respostas não se reportarem à população definida. Excluem-se, em segundo lugar, as respostas que apresentem valores manifestamente implausíveis, entendendo-se por tal qualquer preço superior a quinhentos euros por noite. O limiar é necessariamente convencional, mas corresponde a mais de cinco vezes a mediana observada no levantamento da oferta disponível no território, e valores dessa ordem para uma noite em alojamento rural fora da época alta não têm correspondência no mercado real. Retiram-se, por fim, as respostas logicamente incoerentes: aquelas em que o preço mínimo declarado excede o máximo, ou em que o preço usual se situa fora do intervalo delimitado por ambos, situações que revelam incompreensão da tarefa e não preferência.

As variáveis de análise constroem-se sobre as respostas retidas. Cada respondente contribui com doze valores de preço, correspondentes aos três limiares declarados em cada uma das quatro condições. A estes acresce, por cada condição, a amplitude entre os preços máximo e mínimo, indicador da latitude de preço aceite. Trata-se de variável derivada, aritmeticamente dependente das duas que a compõem, o que se assinala desde já e se retoma na apresentação dos resultados.

Os índices das três escalas obtêm-se pela média dos respetivos itens. O índice relativo ao comportamento de hospitalidade calcula-se apenas para os respondentes a quem o bloco foi apresentado, isto é, para aqueles com experiência prévia de alojamento local. Os restantes não constituem casos omissos, porque a pergunta não lhes foi dirigida, e não são objeto de imputação: atribuir-lhes um valor equivaleria a estimar a avaliação de uma experiência que não tiveram. Os modelos que mobilizem este índice operam, por conseguinte, sobre um subconjunto da amostra, circunstância a reportar sempre que ocorra.

O alfa de Cronbach afere a consistência interna de cada escala, considerando-se adequados valores iguais ou superiores a 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1994). Examinam-se igualmente as correlações item-total corrigidas, que devem situar-se acima de 0,30 para que cada item contribua de forma significativa para a medida, bem como o efeito da eliminação de cada item sobre o valor global do coeficiente. A remoção de itens só se justifica quando produza melhoria substantiva da consistência, e não pela obtenção de ganhos marginais.

A estimação dos efeitos experimentais recorre à análise de variância de medidas repetidas, com dois fatores intra-sujeitos de dois níveis cada, correspondentes à presença do anfitrião e à certificação ambiental. A opção decorre da estrutura do desenho: avaliando cada respondente as quatro condições, as observações não são independentes entre si, e um procedimento que as tratasse como tal subestimaria os erros-padrão. O modelo estima os dois efeitos principais e a respetiva interação, reportando-se para cada um a estatística F, a significância e o eta parcial quadrado, cuja magnitude se interpreta segundo as convenções estabelecidas para dimensões de efeito (Cohen, 1988).

O procedimento aplica-se separadamente a cada um dos três indicadores de preço, o que permite examinar se os efeitos se replicam nos limiares de aceitabilidade e não apenas no valor tido por usual. Sendo os fatores de dois níveis, o pressuposto de esfericidade é trivialmente satisfeito e dispensa correção.

A análise da heterogeneidade das preferências realiza-se pela introdução das pontuações das escalas como covariáveis no mesmo modelo, uma de cada vez. Interessam sobretudo os termos de interação entre cada covariável e o fator correspondente, que indicam se o efeito do atributo varia consoante a característica do respondente. As covariáveis são previamente centradas na média, dado que, sem essa transformação, os efeitos principais passariam a ser avaliados no valor nulo da covariável, situado fora da amplitude observada, o que os tornaria ininterpretáveis. Conforme se estabeleceu na secção anterior, estas análises assumem estatuto exploratório, uma vez que os termos de interação exigem poder estatístico superior ao dos efeitos principais.

Resta estabelecer a correspondência entre os procedimentos descritos e as proposições enunciadas na secção 2.6. A Tabela 3.2 apresenta-a.

Tabela 3.2

Correspondência entre proposições e procedimentos de análise

Proposição	Procedimento	Critério de decisão
H1. Certificação eleva o valor	Efeito principal da certificação na análise de variância	Significância e sinal do efeito
H2. Anfitrião afeta o valor	Efeito principal da presença do anfitrião	Significância do efeito, sem previsão de sinal
H3. Valores verdes relacionam-se com o valor	Efeito entre-sujeitos da covariável	Significância e sinal do coeficiente
Q1. Efeito conjunto dos atributos	Termo de interação entre os dois fatores	Significância do termo
Q2. Homogeneidade quanto ao anfitrião	Interação entre a sociabilidade e o fator anfitrião	Significância do termo
Q3. Homogeneidade quanto à certificação	Interação entre os valores verdes e o fator certificação	Significância do termo
Q4. Papel da hospitalidade experienciada	Interação entre a escala e o fator anfitrião, sobre os casos aplicáveis	Significância do termo

Nota. As três hipóteses submetem-se ao modelo sem covariáveis, à exceção da terceira, estimada no modelo que inclui a escala correspondente. As questões de investigação assumem estatuto exploratório, nos termos anteriormente estabelecidos.

Cada proposição é examinada nos três indicadores de preço, o que permite distinguir os efeitos que se mantêm ao longo da escala daqueles que se restringem a um limiar. A decisão sobre cada hipótese assenta no indicador correspondente ao preço considerado usual, sendo os restantes tomados como verificação de robustez.

3.7 O Informante-Chave

À componente quantitativa junta-se o contributo de um informante-chave do lado da oferta, cuja inclusão se fundamentou no segundo capítulo. A técnica assenta numa lógica de seleção distinta da que preside à amostragem: o informante não é escolhido por representar uma população, mas por deter um conhecimento privilegiado sobre o fenómeno, que a sua posição lhe confere e que dificilmente se obteria por outra via (Tremblay, 1957; Marshall, 1996). É uma técnica de longa tradição nas ciências sociais, cuja utilidade se mantém na investigação contemporânea, sobretudo quando se procura aceder a saberes especializados e não a distribuições de opinião (Akhter, 2022).

O informante selecionado, cuja identidade se mantém reservada, reúne três características que o qualificam. Gere uma carteira de vários alojamentos locais, e não uma

unidade isolada, o que lhe confere uma visão de mercado que um proprietário individual dificilmente possui. Recorre, na fixação das tarifas, a uma ferramenta de precificação dinâmica de utilização corrente no setor, o que torna a sua prática de preços informada e deliberada, e não meramente intuitiva. Opera, por fim, no território do Parque Nacional da Peneda-Gerês, conhecendo por experiência direta as condições deste mercado. É a conjugação destes três atributos, e não a sua representatividade estatística, que fundamenta a escolha.

A entrevista decorreu por videochamada, em formato semiestruturado, com duração aproximada de trinta minutos, e foi gravada com consentimento e transcrita. O guião organizou-se em torno de quatro núcleos: o percurso do entrevistado enquanto gestor de alojamentos; o modo como o preço é definido, os instrumentos em que se apoia e os episódios de correção em ambos os sentidos; os elementos em que assenta a diferenciação face à concorrência e a relação estabelecida com o hóspede; e a articulação entre ocupação e margem, a par da expectativa quanto à evolução dos preços no território. O formato assegurou a cobertura destes temas sem impedir que o informante desenvolvesse aspetos que considerasse pertinentes.

O guião foi construído em torno da formação do preço e dos elementos que a informam, e não como inquirição dirigida aos atributos manipulados no estudo. O material assim recolhido documenta o mecanismo concreto pelo qual as tarifas se estabelecem no território, incluindo os instrumentos em que assenta e os critérios que os alimentam. Recolhe ainda a leitura que um operador experiente faz daquilo que a procura valoriza, bem como elementos sobre a evolução recente dos preços praticados na região. São estes os contributos que a discussão dos resultados mobiliza.

A ausência de menção a determinada dimensão não constitui, em contrapartida, indicação de que o entrevistado a desconsidere. Admite explicações distintas, incluindo a possibilidade de a formulação das perguntas não lhe ter aberto ocasião, e não é como tal mobilizada na interpretação.

Importa delimitar, para concluir, o estatuto deste contributo. Que os temas coincidam não faz do material recolhido evidência sobre o valor atribuído aos atributos: o que o informante exprime é a perspetiva de um agente sobre a formação dos preços, não uma medição do valor que os hóspedes lhes reconhecem. A entrevista não produz, por

conseguinte, estimativas de valor, nem permite generalização a proprietários de alojamento local no seu conjunto, o que uma entrevista única, por definição, não poderia sustentar.

A sua função é outra, e é interpretativa: fornecer, na discussão dos resultados, uma leitura informada sobre a racionalidade da oferta, ajudando a compreender por que razão as tarifas praticadas podem afastar-se do valor que a procura revela. É esta a hierarquia que o desenho da investigação estabelece, e que a análise respeita.

3.8 Considerações Éticas

A recolha de dados junto de pessoas obriga ao cumprimento de princípios éticos que enquadram toda a investigação. O estudo não foi submetido a apreciação prévia por comissão de ética, procedimento que o programa de mestrado não estabelece como requisito para dissertações desta natureza, observando-se ainda assim os princípios que a seguir se descrevem.

O questionário foi precedido de um consentimento informado, que explicitou o propósito académico do estudo, o caráter voluntário da participação, a possibilidade de a interromper a qualquer momento sem consequência, o tempo estimado de resposta e o uso exclusivamente académico dos dados. A participação apenas prosseguia mediante aceitação expressa, não se registando qualquer resposta antes desse consentimento.

O anonimato dos respondentes foi assegurado pela própria construção do instrumento, que não recolheu nome, endereço eletrónico ou qualquer outro identificador direto. As variáveis mais sensíveis, como o rendimento, foram recolhidas em intervalos e não em valor exato, o que reduz simultaneamente o desconforto do respondente e o risco de identificação indireta. Os dados são tratados de forma agregada, e nenhuma resposta individual é divulgada.

Decorre deste anonimato uma consequência que importa explicitar. Os direitos de acesso, retificação e eliminação que o regime de proteção de dados confere aos titulares pressupõem a possibilidade de associar cada registo a uma pessoa determinada, associação que o instrumento não permite estabelecer. Não sendo possível identificar a resposta de quem pretendesse exercê-los, tais direitos tornam-se, neste caso, de exercício inviável, circunstância que decorre da própria salvaguarda adotada e não de restrição imposta ao titular.

O informante-chave coloca uma exigência ética distinta. Ao contrário dos respondentes, cuja participação é anónima, um informante selecionado por características profissionais específicas permanece potencialmente identificável no seu meio, mesmo com o nome omitido. O informante consentiu na participação e na gravação da entrevista, tendo-lhe sido assegurada a confidencialidade e a omissão do nome. A possibilidade de reconhecimento por quem conheça o setor não foi objeto de advertência expressa, e assume-se como limite do anonimato que se pôde garantir. Omite-se, por isso, não apenas a identidade, mas qualquer elemento cuja divulgação facilitasse o reconhecimento, incluindo a designação da ferramenta de precificação utilizada e a identificação dos alojamentos que gere.

O tratamento dos dados observa o regime de proteção de dados aplicável, constituído pelo Regulamento (UE) 2016/679 e pela Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto, que assegura a sua execução na ordem jurídica interna. O questionário foi administrado através de uma plataforma disponibilizada pela Universidade do Porto aos seus estudantes, tendo a recolha decorrido no âmbito de conta institucional e ficando os dados sujeitos ao enquadramento contratual estabelecido pela instituição com o fornecedor do serviço. Destinam-se exclusivamente aos fins desta dissertação, não são cedidos a terceiros e conservam-se apenas durante o período necessário à sua conclusão e avaliação, findo o qual são eliminados.

Referências legais

Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados).

Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto. Assegura a execução, na ordem jurídica nacional, do Regulamento (UE) 2016/679. *Diário da República*, 1.ª série, n.º 151.

4. Resultados

4.0 Introdução

O presente capítulo apresenta os resultados obtidos, seguindo a sequência de procedimentos descrita na secção 3.6. A exposição parte da constituição da base de análise e da caracterização de quem nela participou, passa pela verificação da qualidade das medidas utilizadas, e chega à estimação dos efeitos experimentais sobre os indicadores de preço recolhidos.

A apresentação mantém-se deliberadamente descritiva. Reportam-se os valores obtidos e explicita-se o que os indicadores estatísticos significam, sem que daí se extraiam consequências para o problema de investigação, matéria reservada à discussão que se segue. A separação entre o que os dados mostram e o que deles se pode concluir é condição de clareza em ambos os planos.

O capítulo organiza-se em oito secções. As duas primeiras estabelecem a base de análise, descrevendo a depuração das respostas recolhidas (4.1) e caracterizando a amostra retida (4.2). A terceira verifica a consistência interna das escalas antes de as mobilizar (4.3). Seguem-se os resultados experimentais propriamente ditos: os efeitos dos atributos sobre o preço considerado usual (4.4), a sua replicação nos limiares de aceitabilidade (4.5), e a análise da heterogeneidade das preferências pela introdução das escalas como covariáveis (4.6). A sétima apresenta as tarifas anunciadas no território, recolhidas para as condições do cenário (4.7). A última recapitula o conjunto (4.8).

4.1 Recolha e Depuração dos Dados

A recolha produziu cento e cinquenta e cinco respostas. A aplicação dos critérios definidos na secção 3.6 conduziu à exclusão de vinte e uma, repartidas por três motivos. Oito respondentes não cumpriam a condição de triagem, não pertencendo por isso à população definida. Sete apresentaram pelo menos um valor superior a quinhentos euros por noite, montante sem correspondência no mercado em causa. Seis declararam preços logicamente incoerentes, com o mínimo a exceder o máximo ou o valor usual situado fora do intervalo delimitado por ambos. A base de análise fixou-se, deste modo, em cento e trinta e quatro casos.

A Tabela 4.1 resume o processo.

Tabela 4.1

Constituição da base de análise

Etapa	Excluídos	Remanescentes
Respostas recolhidas		155
Não cumprimento da triagem	8	147
Valores superiores a 500 € por noite	7	140
Incoerência lógica entre os três preços	6	134

Nota. Os critérios aplicaram-se sequencialmente pela ordem indicada. Dos oito casos com incoerência lógica entre os 147 que cumpriam a triagem, dois apresentavam simultaneamente valores superiores a 500 €, tendo sido contabilizados nesse critério.

A proporção excluída, de treze e meio por cento, situa-se dentro do que é habitual em inquéritos administrados por via eletrónica. Cada respondente retido contribui com doze valores de preço, correspondentes aos três limiares declarados em cada uma das quatro condições, o que perfaz mil seiscentas e oito observações de preço disponíveis para análise.

O comportamento dos respondentes perante a tarefa de elicitação, que constituía a componente mais exigente do instrumento, oferece indicação favorável quanto ao formato adotado. Dos cento e quarenta e sete casos que cumpriam a condição de triagem, cento e trinta e nove declararam os três valores de forma logicamente ordenada nas quatro condições, sem qualquer inversão entre limiares, o que corresponde a noventa e quatro vírgula seis por cento. A ordenação foi assim compreendida pela quase totalidade da amostra.

Procedeu-se ainda a uma correção pontual. Dois respondentes indicaram, para a dimensão do agregado familiar, valores impossíveis, um deles nulo e outro de ordem de grandeza incompatível com a variável em causa. Ambos foram recodificados como omissos, mantendo-se os restantes dados desses casos, uma vez que a anomalia se circunscrevia a essa única resposta.

4.2 Caracterização da Amostra

A Tabela 4.2 apresenta a distribuição dos 134 respondentes retidos pelas variáveis de caracterização recolhidas.

Tabela 4.2

Caracterização da amostra (N = 134)

Variável	Categoria	n	%
Género	Feminino	63	47,0
	Masculino	71	53,0
Escolaridade	Até ao ensino secundário	39	29,1
	Licenciatura	47	35,1
	Mestrado ou pós-graduação	45	33,6
	Doutoramento	3	2,2
País de residência	Portugal	112	83,6
	Outro país	22	16,4
Rendimento do agregado	Até 1 000 €	5	3,7
	De 1 001 € a 2 000 €	22	16,4
	De 2 001 € a 3 000 €	30	22,4
	De 3 001 € a 4 000 €	33	24,6
	De 4 001 € a 6 000 €	23	17,2
	Mais de 6 000 €	21	15,7
Frequência de estadias em natureza	Nunca	5	3,7
	Só uma vez, até hoje	5	3,7
	Menos de uma vez por ano	25	18,7
	Uma vez por ano	42	31,3
	Duas vezes por ano	29	21,6
	Mais que duas vezes por ano	28	20,9

Nota. Não se registaram respostas omissas em nenhuma das variáveis apresentadas. Os totais percentuais podem não somar exatamente cem por cento devido a arredondamento.

A distribuição por género é equilibrada. Os respondentes situam-se entre os 18 e os 80 anos, com média de 40,8 anos e desvio-padrão de 13,7, e a dimensão média do agregado familiar é de 2,45 pessoas, com desvio-padrão de 1,17, apurada sobre 132 casos.

Duas características da amostra afastam-se de forma marcada da população portuguesa. A primeira é a escolaridade, uma vez que mais de dois terços dos respondentes possuem formação superior, proporção que excede largamente a registada na população adulta do país. A segunda é o rendimento, situando-se quase um terço acima dos 4 000 €

mensais de rendimento familiar. Ambas as características decorrem do método de recrutamento descrito na secção 3.5, e condicionam o alcance das conclusões nos termos aí enunciados.

Em sentido inverso, a amostra apresenta familiaridade elevada com o tipo de experiência avaliado. Perto de três quartos dos respondentes declaram realizar estadias em regiões de natureza pelo menos uma vez por ano, e são residuais os que nunca as fizeram. A situação descrita nos cenários não constitui, para a generalidade dos respondentes, uma hipótese remota.

4.3 Qualidade das Medidas

Antes de mobilizar as escalas na análise, procedeu-se à verificação da sua consistência interna. A Tabela 4.3 apresenta os resultados.

Tabela 4.3

Consistência interna das escalas

Escala	Fonte	Itens	N	α
Valores de consumo verde	Haws et al. (2014)	6	134	,867
Sociabilidade	Cheek e Buss (1981)	5	134	,829
Comportamento de hospitalidade	Wu et al. (2023)	6	115	,780

Nota. A escala de comportamento de hospitalidade foi apresentada apenas aos respondentes com experiência prévia de alojamento local, o que explica o menor número de casos.

As três escalas apresentam consistência interna adequada, situando-se acima do limiar convencional de 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1994). Os valores de consumo verde registam a consistência mais elevada, e o comportamento de hospitalidade a mais baixa, ainda assim com margem face ao critério.

As correlações item-total corrigidas mantêm-se, em todas as escalas, acima do valor de 0,30 que se considera necessário para que um item contribua de forma significativa para a medida (Nunnally & Bernstein, 1994). Variam entre 0,595 e 0,761 na escala de valores de consumo verde, entre 0,561 e 0,750 na de sociabilidade, e entre 0,385 e 0,660 na de comportamento de hospitalidade.

Nenhum item foi removido. Em duas das escalas, a eliminação de qualquer item reduziria o coeficiente global. Na escala de comportamento de hospitalidade, a remoção do item com correlação item-total mais baixa elevaria o alfa de 0,780 para 0,782, ganho negligenciável que não justifica afastar-se da formulação original da escala.

Os 19 casos ausentes na escala de comportamento de hospitalidade correspondem aos respondentes sem experiência prévia de alojamento local, a quem o bloco não foi apresentado pelas razões estabelecidas na secção 3.4. Não são objeto de imputação, e os modelos que mobilizem esta escala operam sobre 115 casos.

4.4 Efeitos dos Atributos sobre o Preço Considerado Usual

O preço que os respondentes consideram usual pagar constitui o indicador central da análise. A Tabela 4.4 apresenta as suas estatísticas descritivas nas quatro condições experimentais.

Tabela 4.4

Estatísticas descritivas do preço considerado usual, por condição (N = 134)

Condição	M	DP
Anfitrião presente, com certificação	96,72	41,59
Anfitrião presente, sem certificação	84,63	35,43
Anfitrião ausente, com certificação	95,31	44,14
Anfitrião ausente, sem certificação	83,31	38,92

Nota. Valores em euros por noite.

A leitura das médias sugere desde logo um padrão. As duas condições com certificação ambiental situam-se acima dos 95 €, e as duas sem certificação abaixo dos 85 €, independentemente de o anfitrião estar ou não presente. A diferença entre condições que partilham o mesmo nível de certificação, mas diferem quanto ao anfitrião, não excede um euro e meio.

A análise de variância de medidas repetidas confirma esta leitura. Os resultados constam da Tabela 4.5.

Tabela 4.5

Análise de variância de medidas repetidas sobre o preço considerado usual

Origem	F	gl	p	ηp^2
Presença do anfitrião	0,48	1, 133	,490	,004
Certificação ambiental	84,36	1, 133	< ,001	,388
Anfitrião × Certificação	0,002	1, 133	,962	< ,001

Nota. Sendo ambos os fatores de dois níveis, o pressuposto de esfericidade é trivialmente satisfeito, não havendo lugar a correção dos graus de liberdade.

A Tabela 4.6 apresenta as médias marginais estimadas para cada fator e os intervalos de confiança da diferença entre os seus níveis.

Tabela 4.6

Médias marginais estimadas e diferenças, com intervalos de confiança a 95%

Fator	Nível	M	EP	Diferença	IC 95%
Presença do anfitrião	Presente	90,67	3,22	1,36	[−2,52; 5,24]
	Ausente	89,31	3,52		
Certificação ambiental	Com certificação	96,02	3,53	12,05	[9,45; 14,64]
	Sem certificação	83,97	3,04		

Nota. Valores em euros por noite. A diferença corresponde ao primeiro nível menos o segundo.

A certificação ambiental produz um efeito estatisticamente significativo sobre o preço considerado usual. O valor de F indica que a variação atribuível a este fator excede em larga medida a variação residual, e a probabilidade de obter uma diferença desta magnitude na ausência de efeito real é inferior a um por mil.

Quanto à magnitude, o eta parcial quadrado de 0,388 significa que o fator explica cerca de trinta e nove por cento da variância no preço declarado, uma vez descontada a variação atribuível aos restantes termos do modelo. Segundo as convenções mais citadas, valores superiores a 0,14 correspondem a efeitos de grande magnitude (Cohen, 1988), pelo que o efeito observado se situa bem acima desse patamar.

Convém notar que tais limiares constituem orientações e não regras. O seu autor apresentou-os como recurso a utilizar na ausência de base empírica própria de cada domínio. A investigação posterior tem assinalado que a aplicação mecânica de padrões arbitrários se conta entre os erros mais frequentes na interpretação de dimensões de efeito, e recomenda em alternativa a sua avaliação por comparação com referências conhecidas ou pelas consequências concretas que comportam (Funder & Ozer, 2019).

No presente caso, essa avaliação é direta. A diferença entre as médias marginais das condições com e sem certificação é de 12,05 €, com intervalo de confiança a 95% entre 9,45 € e 14,64 €, o que representa cerca de catorze por cento sobre o valor atribuído às condições sem certificação.

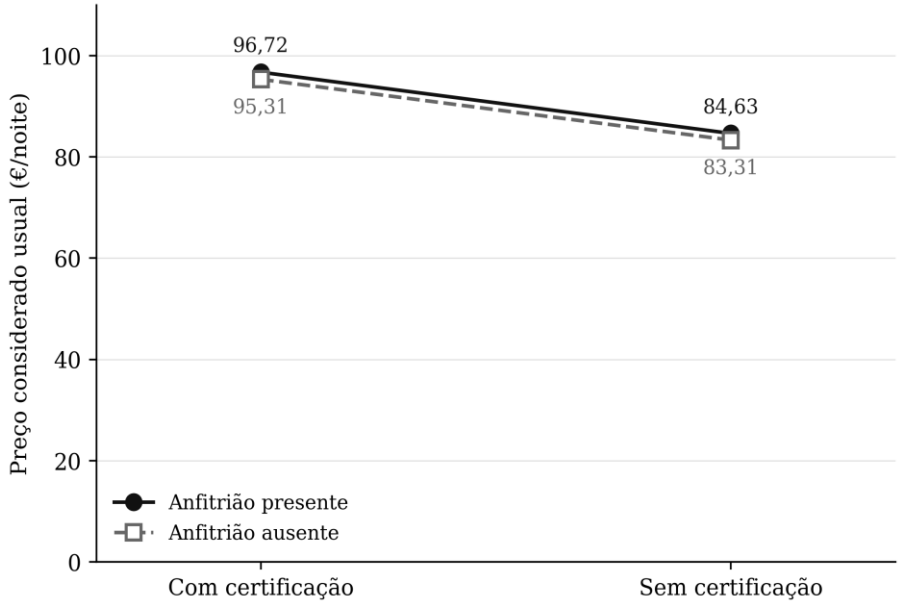
A presença do anfitrião não produz efeito distinguível. O valor de F situa-se abaixo da unidade, o que indica que a variação atribuível ao fator é inferior à variação residual. A diferença entre as médias marginais é de 1,36 €, com intervalo de confiança a 95% que inclui o zero mas exclui valores superiores a 5,24 €, o que delimita a magnitude máxima compatível com os dados.

A interação entre os dois fatores é igualmente não significativa, com um valor de F próximo de zero. O resultado significa que o efeito da certificação ambiental sobre o preço é equivalente independentemente de o anfitrião estar presente ou ausente, e reciprocamente, que a presença do anfitrião não altera o seu valor conforme exista ou não certificação. Os dois atributos operam, no que respeita ao preço considerado usual, de forma independente.

A Figura 4.1 representa graficamente este padrão. A acentuada descida de ambas as linhas entre as condições com e sem certificação traduz o efeito deste fator. O paralelismo entre elas revela a ausência de interação, e a escassa distância que as separa, a ausência de efeito da presença do anfitrião.

Figura 4.1

Médias marginais estimadas do preço considerado usual, por condição



4.5 Robustez nos Limiares de Aceitabilidade

O instrumento recolheu, para cada condição, três valores monetários distintos. À análise do preço considerado usual acresce por isso o exame dos dois limiares que delimitam o intervalo de aceitabilidade, o que permite averiguar se os efeitos identificados se restringem ao valor tido por adequado ou se atravessam a escala de preço na sua totalidade. A Tabela 4.7 apresenta as estatísticas descritivas dos três indicadores.

Tabela 4.7

Estatísticas descritivas dos três indicadores de preço, por condição (N = 134)

Condição	Mínimo M (DP)	Usual M (DP)	Máximo M (DP)
Presente, com certificação	56,99 (24,48)	96,72 (41,59)	156,90 (88,14)
Presente, sem certificação	50,97 (21,65)	84,63 (35,43)	137,61 (71,12)
Ausente, com certificação	55,90 (24,75)	95,31 (44,14)	156,31 (87,51)
Ausente, sem certificação	49,55 (22,37)	83,31 (38,92)	138,01 (81,24)

Nota. Valores em euros por noite. Os desvios-padrão constam entre parênteses.

O procedimento aplicado ao preço usual foi repetido, nos mesmos termos, sobre cada um dos limiares. A Tabela 4.8 reúne os resultados dos três modelos, incluindo o já apresentado na secção anterior, de modo a permitir a leitura conjunta.

Tabela 4.8

Análise de variância de medidas repetidas sobre os três indicadores de preço

Origem	F	gl	p	ηp^2
Preço mínimo				
Presença do anfitrião	1,09	1, 133	,299	,008
Certificação ambiental	85,21	1, 133	< ,001	,390
Anfitrião × Certificação	0,17	1, 133	,678	,001
Preço usual				
Presença do anfitrião	0,48	1, 133	,490	,004
Certificação ambiental	84,36	1, 133	< ,001	,388
Anfitrião × Certificação	0,002	1, 133	,962	< ,001
Preço máximo				
Presença do anfitrião	0,001	1, 133	,976	< ,001
Certificação ambiental	49,38	1, 133	< ,001	,271
Anfitrião × Certificação	0,05	1, 133	,825	< ,001

Nota. Sendo ambos os fatores de dois níveis, o pressuposto de esfericidade é trivialmente satisfeito em todos os modelos.

O padrão identificado no preço usual replica-se integralmente nos dois limiares. A certificação ambiental produz efeito significativo nos três indicadores, com valores de p sempre inferiores a um por mil. A presença do anfitrião não produz efeito distinguível em nenhum deles, e a interação entre os dois fatores é igualmente não significativa em todos os modelos. A convergência entre três indicadores da mesma avaliação, ainda que correlacionados entre si por serem declarados pelo mesmo respondente, confere solidez acrescida a ambos os resultados.

A magnitude do efeito da certificação varia, contudo, entre indicadores. A Tabela 4.9 apresenta as médias marginais e as diferenças correspondentes.

Tabela 4.9

Efeito da certificação ambiental nos três indicadores de preço

Indicador	Com certificação	Sem certificação	Diferença	IC 95%	Prémio
Preço mínimo	56,44	50,26	6,18	[4,86; 7,50]	12,3%
Preço usual	96,02	83,97	12,05	[9,45; 14,64]	14,3%
Preço máximo	156,60	137,81	18,79	[13,50; 24,08]	13,6%

Nota. Médias marginais em euros por noite. O prémio exprime a diferença em proporção do valor atribuído às condições sem certificação.

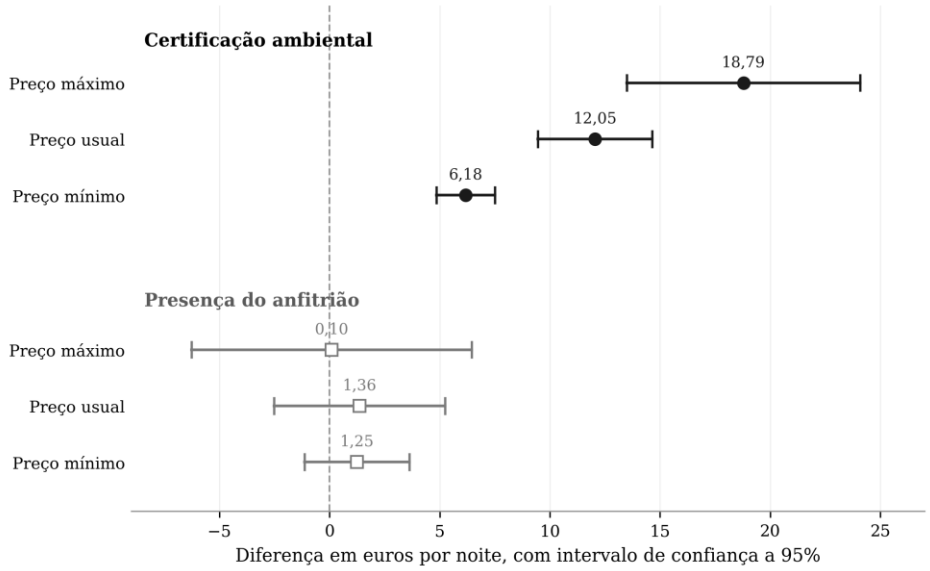
O efeito da presença do anfitrião, esse, mantém-se residual nos três indicadores: 1,25 € no limiar inferior, 1,36 € no preço usual e 0,10 € no superior.

Em unidades monetárias, a diferença triplica entre o limiar inferior e o superior, passando de 6,18 € para 18,79 €. Expressa em proporção do valor de referência, porém, situa-se entre doze e catorze por cento nos três indicadores. A diferença entre estes valores proporcionais não foi objeto de teste formal, pelo que não se afirma a sua equivalência estatística; regista-se apenas que o efeito acompanha a escala de preço em vez de lhe acrescentar um montante fixo.

A Figura 4.2 representa os seis efeitos com os respetivos intervalos de confiança, o que permite apreender de uma só vez a diferença entre os dois atributos.

Figura 4.2

Efeito de cada atributo nos três indicadores de preço, com intervalos de confiança a 95%



Nota. Os intervalos da certificação ambiental situam-se inteiramente acima de zero nos três indicadores. Os da presença do anfitrião contêm o zero em todos eles.

O eta parcial quadrado não acompanha, porém, a diferença absoluta. O valor mais elevado regista-se no preço mínimo, com 0,390, e o mais baixo no máximo, com 0,271, precisamente o indicador onde a diferença em euros é maior. A discrepância explica-se pela variância residual, que difere substancialmente entre modelos: o quadrado médio do erro

associado ao efeito da certificação é de 60,05 no preço mínimo e de 958,26 no máximo. Os respondentes convergem consideravelmente mais na definição do limiar inferior do que na do superior, o que faz sobressair um efeito de menor dimensão absoluta.

Analisou-se ainda a amplitude entre os preços máximo e mínimo, indicador da latitude de preço aceite. O efeito da certificação é significativo, $F(1, 133) = 25{,}96$, $p < {,}001$, $\eta p^2 = {,}163$, correspondendo a um alargamento de 12,61 € no intervalo.

Este resultado decorre aritmeticamente dos anteriores. Sendo a amplitude a diferença entre os dois limiares, e elevando a certificação o superior em 18,79 € e o inferior em 6,18 €, o alargamento observado corresponde exatamente à diferença entre ambos. Não constitui, por conseguinte, evidência independente, e apresenta-se por exprimir de forma direta que a certificação alarga o intervalo de preços que os respondentes consideram aceitáveis.

4.6 Heterogeneidade das Preferências

Estabelecidos os efeitos médios, importa averiguar se estes se mantêm uniformes na amostra ou se variam consoante características dos respondentes. Introduziram-se, para o efeito, as pontuações de duas escalas como covariáveis no modelo apresentado na secção 4.4, uma de cada vez. A sociabilidade testa-se contra o atributo relativo ao anfitrião, e os valores de consumo verde contra a certificação ambiental, correspondendo em cada caso à disposição que se esperaria condicionar a valorização do atributo.

Conforme se estabeleceu na secção 3.6, estas análises assumem estatuto exploratório, uma vez que os termos de interação exigem poder estatístico superior ao dos efeitos principais.

A Tabela 4.10 reúne os resultados dos dois modelos.

Tabela 4.10

Análise de covariância sobre o preço considerado usual, com as escalas como covariáveis

Origem	F	gl	p	ηp^2
Modelo com sociabilidade				
Sociabilidade (entre-sujeitos)	0,54	1, 132	,464	,004
Anfitrião × Sociabilidade	0,61	1, 132	,436	,005
Certificação × Sociabilidade	0,12	1, 132	,725	,001
Anfitrião × Certificação × Sociabilidade	3,80	1, 132	,053	,028
Modelo com valores de consumo verde				
Valores de consumo verde (entre-sujeitos)	8,09	1, 132	,005	,058
Anfitrião × Valores verdes	0,08	1, 132	,777	,001
Certificação × Valores verdes	0,65	1, 132	,421	,005
Anfitrião × Certificação × Valores verdes	0,43	1, 132	,514	,003
Modelo com hospitalidade experienciada				
Hospitalidade (entre-sujeitos)	6,08	1, 113	,015	,051
Anfitrião × Hospitalidade	4,21	1, 113	,043	,036
Certificação × Hospitalidade	1,30	1, 113	,258	,011
Anfitrião × Certificação × Hospitalidade	3,09	1, 113	,081	,027

Nota. Cada covariável foi introduzida separadamente no modelo apresentado na Tabela 4.5. O modelo com a hospitalidade experienciada opera sobre 115 casos, pelo que os graus de liberdade diferem. Reportam-se os termos de interação e o efeito entre-sujeitos da covariável; os efeitos principais dos fatores experimentais constam da Tabela 4.5, obtidos no modelo sem covariáveis, uma vez que em análise de covariância são avaliados no valor nulo da covariável, situado fora da amplitude observada nas escalas.

Nos dois primeiros modelos, nenhum dos seis termos de interação atinge significância estatística. Os efeitos dos dois atributos sobre o preço considerado usual mantêm-se, nesses modelos, uniformes na amostra, sem que a sociabilidade ou os valores de consumo verde alterem a sua magnitude. O prémio associado à certificação ambiental é comum aos respondentes, e não circunscrito a um segmento com orientação ambiental mais pronunciada.

O resultado tem particular alcance no que respeita ao atributo relativo ao anfitrião. A ausência de efeito médio identificada na secção anterior admitiria a explicação de esconder valorizações de sinal contrário, com uma parte dos respondentes a valorizar a presença do anfitrião e outra a preferir a sua ausência, anulando-se mutuamente na média. A subescala de sociabilidade foi incluída precisamente para testar essa possibilidade, e não a confirma: o termo de interação apresenta um valor de F inferior à unidade. Sendo a escala internamente consistente, como a secção 4.3 documenta, o resultado não se explica por deficiência de medição.

As duas covariáveis diferem, contudo, no que respeita ao nível geral de preço. A sociabilidade não o prediz. Os valores de consumo verde predizem-no, com $F(1, 132) = 8{,}09$, $p = {,}005$ e um eta parcial quadrado de 0,058, correspondente a uma dimensão de efeito pequena a média. Respondentes com orientação ambiental mais forte atribuem preços mais elevados a todas as condições, incluindo àquelas que não exibem qualquer credencial ambiental. O que a orientação ambiental desloca é, portanto, o nível geral da avaliação, e não a sensibilidade ao atributo certificado.

O modelo que introduz a hospitalidade experienciada produz resultado distinto dos anteriores. A escala prediz o nível geral de preço, $F(1, 113) = 6{,}08$, $p = {,}015$, e o termo de interação com a presença do anfitrião atinge significância, $F(1, 113) = 4{,}21$, $p = {,}043$, com um eta parcial quadrado de 0,036. O sinal da moderação é negativo. Entre os respondentes com pontuação acima da mediana na escala, a presença do anfitrião reduz o preço declarado em 2,20 €; entre os restantes, eleva-o em 2,76 €. Quem reporta experiências de hospitalidade mais favoráveis atribui, assim, menor valor à presença física do anfitrião, e não maior. O sentido do efeito encontra fundamento no modelo dinâmico de qualidade de serviço, segundo o qual as perceções dependem das expectativas prévias formadas em contactos anteriores (Boulding et al., 1993). Quem dispõe de experiência consolidada avalia a partir de expectativas estáveis; quem dela carece é mais sensível aos elementos salientes da descrição, entre os quais a presença do anfitrião se conta.

Três circunstâncias aconselham reserva na interpretação deste resultado. A análise opera sobre 115 casos e não sobre a totalidade da amostra, e a escala apresenta distribuição encostada ao valor máximo, com média de 4,13 e desvio-padrão de 0,54, o que limita a variância disponível para detetar moderação. Acresce que o valor de significância obtido,

próximo do limiar convencional, resulta de um entre vários termos de interação examinados ao longo do estudo, circunstância que aumenta a probabilidade de deteção fortuita.

Regista-se, por fim, que a interação tripla no modelo da sociabilidade se aproxima do limiar convencional de significância, com p = ,053 e um eta parcial quadrado de 0,028. Não se lhe atribui significado substantivo, e o critério que a distingue do resultado anterior importa explicitar. A moderação pela hospitalidade experienciada foi formulada como questão de investigação na secção 2.6, antes da análise; a interação tripla não o foi, e emerge apenas do exame do output. É essa diferença de estatuto, e não a diferença de magnitude entre os dois efeitos, que justifica reportar um como resultado exploratório e o outro como ruído.

4.7 Análise Exploratória das Tarifas Anunciadas

O levantamento exploratório descrito na secção 3.2 registou, além das características de cada unidade, a tarifa anunciada para as condições do cenário. A análise que se segue tem carácter descritivo e não substitui a estimação de preços implícitos, que os dados disponíveis não permitem. A Tabela 4.11 apresenta a sua distribuição segundo os dois atributos em análise; o registo por unidade consta do Anexo A.

Tabela 4.11

Tarifa anunciada por noite, segundo a certificação e o contacto com o anfitrião (n = 44)

Atributo	Nível	n	M	Md	Mín	Máx
Certificação ambiental	Com práticas e certificação	6	86,00	85,25	70,50	100,00
	Sem práticas assinaladas	38	83,36	82,75	59,00	115,50
Contacto com o anfitrião	Acolhimento presencial	19	85,79	85,00	63,50	115,50
	Presença regular	8	76,94	79,50	59,00	90,50
	Entrada autónoma	17	84,59	85,00	62,00	109,00

Nota. Valores em euros. Tarifas recolhidas em julho de 2026 para duas noites de um fim de semana de novembro, conforme descrito na secção 3.2. As diferenças entre grupos não são estatisticamente distinguíveis de zero.

As unidades que comunicam certificação anunciam tarifa média superior em 2,64 €, ou 3,2 por cento, às restantes. Quanto ao contacto com o anfitrião, os três níveis não se comportam de forma uniforme. As unidades com acolhimento presencial à chegada e as de entrada autónoma anunciam tarifas praticamente idênticas, de 85,79 € e 84,59 €. As que assinalam presença regular do anfitrião ao longo da estadia anunciam 76,94 €, cerca de nove por cento abaixo das restantes.

É este último nível, e não o do acolhimento à chegada, que corresponde à formulação apresentada nos cenários. Com oito unidades, a indicação é descritiva, mas é a única que a tabela oferece sobre o atributo tal como foi manipulado. Em ambos os casos a dimensão dos grupos e a ausência de controlo de outras características do alojamento aconselham leitura descritiva.

Regista-se ainda a relação entre estas tarifas e os valores declarados pelos respondentes para o mesmo cenário. Nas condições sem certificação, o preço considerado usual situa-se entre 83 € e 85 €, valor que coincide com a tarifa média das unidades sem práticas assinaladas, de 83 €. Nas condições com certificação, o preço declarado situa-se entre 95 € e 97 €, cerca de dez euros acima da tarifa média das unidades certificadas, de 86 €.

4.8 Síntese dos Resultados

A certificação ambiental produz um efeito robusto sobre o valor que a procura atribui ao alojamento. O efeito é estatisticamente significativo nos três indicadores de preço recolhidos, com dimensões que se situam entre 0,271 e 0,390 em eta parcial quadrado. A diferença ascende a 6,18 € no limiar inferior, a 12,05 € no preço considerado usual e a 18,79 € no limiar superior. Expressas em proporção do valor de referência, estas diferenças situam-se entre doze e catorze por cento nos três casos.

A presença do anfitrião não produz efeito distinguível em nenhum dos três indicadores. As diferenças observadas não excedem um euro e meio, e os valores de significância variam entre ,299 e ,976. O resultado mantém-se quando se introduz a subescala de sociabilidade como covariável, o que afasta a hipótese de o efeito médio nulo resultar de cancelamento entre segmentos organizados por essa disposição.

Os dois atributos não interagem. A ausência de interação verifica-se nos três indicadores, o que significa que o valor atribuído à certificação é independente da presença do anfitrião, e reciprocamente.

Nem a sociabilidade nem os valores de consumo verde moderam os efeitos identificados. A hospitalidade experienciada, testada sobre os 115 respondentes com experiência prévia de alojamento local, produz um termo de interação com a presença do anfitrião que atinge significância, resultado exploratório que se reporta com reserva. Os valores de consumo verde predizem, por sua vez, o nível geral de preço atribuído, com respondentes de orientação ambiental mais forte a avaliar todas as condições de forma mais generosa, incluindo aquelas em que a certificação está ausente.

A Tabela 4.12 apresenta o veredicto sobre cada proposição enunciada na secção 2.6.

Tabela 4.12

Adjudicação das hipóteses e das questões de investigação

Proposição	Resultado no preço usual	Robustez nos limiares	Veredicto
H1. Certificação eleva o valor	$F = 84{,}36$, $p < {,}001$	Replica-se nos dois limiares	Sustentada
H2. Anfitrião afeta o valor	$F = 0{,}48$, $p = {,}490$	Nulo nos dois limiares	Não sustentada
H3. Valores verdes relacionam-se com o valor	$F = 8{,}09$, $p = {,}005$	—	Sustentada
Q1. Efeito conjunto dos atributos	$F = 0{,}002$, $p = {,}962$	Nulo nos dois limiares	Sem evidência de interação
Q2. Homogeneidade quanto ao anfitrião	$F = 0{,}61$, $p = {,}436$	—	Efeito homogéneo
Q3. Homogeneidade quanto à certificação	$F = 0{,}65$, $p = {,}421$	—	Efeito homogéneo
Q4. Papel da hospitalidade experienciada	$F = 4{,}21$, $p = {,}043$	—	Indício de moderação, exploratório

Nota. A decisão assenta no indicador correspondente ao preço considerado usual, conforme estabelecido na secção 3.6. A terceira hipótese e as duas últimas questões foram estimadas no modelo com a covariável respetiva, o que dispensa verificação nos restantes indicadores.

Estabelecidos os resultados, cabe ao capítulo seguinte interpretá-los à luz do enquadramento teórico e confrontá-los com o que a literatura documenta e com o que a oferta do território revela.

5. Discussão

5.0 Introdução

O capítulo anterior apresentou os resultados sem deles extrair consequências, reservando para este a sua interpretação. Cabe agora perguntar o que significam, confrontá-los com o que a literatura documenta e com o que a oferta do território revela, e determinar em que medida respondem ao problema enunciado no primeiro capítulo.

A discussão mobiliza, para lá dos resultados quantitativos, o contributo do informante-chave. Este entra com a função que a secção 3.7 lhe atribui, a de enquadrar a leitura na racionalidade de quem fixa os preços na região, e com o alcance aí delimitado: ilustra e contextualiza, sem constituir evidência sobre o valor que a procura atribui aos atributos.

A organização segue a lógica dos próprios resultados. Discutem-se primeiro os dois atributos manipulados, tomados separadamente, uma vez que produziram efeitos de natureza distinta e exigem por isso interpretações próprias. Trata-se do prémio associado à certificação ambiental (5.1) e da ausência de prémio associada à presença do anfitrião (5.2). Confronta-se em seguida o que a procura valoriza com o que a oferta do território pratica e comunica (5.3). A última secção reúne os três planos e examina o que, tomados em conjunto, permitem concluir (5.4).

5.1 O prémio pela certificação ambiental

A certificação ambiental comanda um prémio de cerca de catorze por cento sobre o preço que os respondentes consideram usual pagar. Em termos absolutos, a diferença ascende a 12,05 € no preço usual, 18,79 € no limiar superior e 6,18 € no inferior. Em termos relativos, situa-se entre 12,3 e 14,3 por cento nos três indicadores. A constância da proporção, face à variação da magnitude absoluta, é compatível com um efeito multiplicativo, e não com o acréscimo de um montante fixo, mantendo-se proporcional ao longo dos três limiares medidos.

O resultado alinha-se com a literatura que documenta disponibilidade declarada para remunerar alojamento ambientalmente responsável, mas permite discriminar entre explicações que essa literatura mantém em aberto. A relação entre atitudes ambientais e

disposição a pagar é reconhecidamente ambivalente no turismo (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016), com valores concorrentes a atenuar o efeito das crenças ambientais sobre o que o consumidor aceita pagar (Kazeminia et al., 2016). O desfasamento resultante entre atitude e comportamento é habitualmente atribuído à desejabilidade social das respostas declaradas, à falta de credibilidade das alegações ambientais, ou à existência de um segmento restrito genuinamente disposto a pagar.

A explicação pela segmentação não se sustenta nos presentes dados. Os valores de consumo verde predizem o nível geral de preço atribuído pelo respondente, mas não moderam o efeito da certificação: quem apresenta orientação ambiental mais forte avalia todos os alojamentos mais generosamente, incluindo os que não exibem qualquer credencial, sem que por isso remunere a certificação de forma diferenciada. O prémio é transversal à amostra, e não pertence a um nicho ecologicamente motivado.

Excluída a segmentação por orientação ambiental, permanecem várias leituras compatíveis com a evidência, sem que o desenho permita discriminar entre elas. A certificação pode ser valorizada enquanto sinal de qualidade, indicando cuidado na gestão do alojamento para além da dimensão ambiental. Pode sê-lo por benefício privado inferido, se o respondente associar energia renovável e gestão de resíduos a manutenção cuidada da casa, com vantagem direta para quem nela se aloja. E pode sê-lo por conformidade com norma social, remunerando-se o atributo por corresponder ao que se julga adequado pagar, independentemente de convicção ambiental própria. As três leituras produzem a mesma previsão empírica, e a sua distinção exigiria manipulação adicional dos atributos.

Quanto à explicação que atribui o desfasamento à falta de credibilidade das alegações ambientais, o presente desenho não permite avaliá-la. A especificação do atributo como certificação, e não como práticas meramente declaradas, foi adotada precisamente para introduzir a ideia de verificação por terceiro. A condição de comparação corresponde, porém, à ausência de quaisquer medidas ambientais, e não a práticas declaradas sem certificação. O efeito estimado confunde o valor atribuído à existência de práticas com o valor atribuído à sua verificação, não sendo possível separá-los. A distinção exigiria um terceiro nível do atributo.

O comportamento do limiar inferior acrescenta um elemento substantivo. A certificação eleva também o valor abaixo do qual o respondente desconfia da qualidade, o

que significa que um alojamento certificado a preço reduzido suscita reservas que o não certificado, ao mesmo preço, não suscita. O atributo entra na formação da expectativa de preço, e não apenas na avaliação do valor, o que corresponde ao princípio subjacente ao medidor de sensibilidade ao preço, segundo o qual um preço demasiado baixo suscita dúvidas quanto à qualidade em vez de aumentar a procura (Van Westendorp, 1976). O efeito sobre este limiar é, porém, proporcionalmente equivalente ao observado nos restantes, e não superior, pelo que a evidência não sustenta que a certificação opere de modo particular sobre a inferência de qualidade.

O contraste com a oferta observada no território é revelador. O levantamento realizado mostrou que apenas seis dos quarenta e quatro alojamentos examinados comunicavam práticas ambientais certificadas. A comparação exige cautela, uma vez que o levantamento incidiu sobre o que os anúncios sinalizam e não sobre as práticas efetivamente adotadas, sendo possível que alojamentos ambientalmente responsáveis não o comuniquem. Nessa hipótese, a conclusão prática mantém-se e apenas se desloca: o desalinhamento residiria na comunicação e não na prática, permanecendo por explorar um atributo que a procura remunera em cerca de catorze por cento.

Antes das limitações, cabe registar um elemento que reforça a validade das respostas obtidas. Nas condições sem certificação, o preço que os respondentes consideram usual situa-se entre 83 € e 85 €, e a tarifa média anunciada no território para unidades sem práticas assinaladas, apresentada na secção 4.7, é de 83 €. O nível de referência que os respondentes adotaram coincide com o praticado. Nas condições com certificação, o declarado excede o praticado em cerca de dez euros. A calibração pelo mercado verifica-se, portanto, no nível, e a divergência situa-se no atributo, o que é precisamente o padrão que a tese antecipa. Que os respondentes tenham ancorado as respostas no mercado real atenua a objeção do viés hipotético que a literatura levanta sobre as preferências declaradas, e torna mais credível a divergência que sobre esse nível se identifica.

Duas limitações condicionam, ainda assim, a interpretação. Os valores analisados são preços declarados perante cenários hipotéticos, e não montantes efetivamente pagos, pelo que se mantém a possibilidade de desejabilidade social na resposta, sobretudo tratando-se de atributo socialmente valorizado. Acresce que a certificação foi apresentada como conceito genérico, sem identificação de esquema específico, pelo que os resultados dizem respeito à ideia de verificação ambiental por terceiro e não a qualquer certificação em concreto.

5.2 A ausência de prémio pela presença do anfitrião

O segundo resultado é de natureza distinta do anterior, e mais desafiante para o enquadramento teórico adotado. A presença do anfitrião durante a estadia não produz efeito estatisticamente distinguível sobre nenhum dos três indicadores de preço. As diferenças observadas situam-se em 1,25 € no limiar inferior, 1,36 € no preço considerado usual e 0,10 € no superior, valores indistinguíveis de zero num universo em que a certificação ambiental desloca entre seis e dezanove euros.

Importa precisar o alcance desta afirmação. A não-rejeição da hipótese nula não estabelece que o efeito seja inexistente, mas apenas que os dados não permitem distingui-lo de zero. O que se pode afirmar é que um desenho capaz de detetar o efeito da certificação com margem considerável não detetou qualquer efeito atribuível à presença do anfitrião.

Duas explicações de ordem metodológica merecem exame. A primeira é a de insuficiência de poder estatístico, e o intervalo de confiança da diferença permite avaliá-la. Estimado a partir das médias marginais, situa-se entre −2,52 € e 5,24 € para o preço considerado usual. Os dados são, por conseguinte, incompatíveis com um efeito superior a 5,24 €, valor que corresponde a menos de metade do estimado para a certificação ambiental, cujo intervalo se estende de 9,45 € a 14,64 €. Não se trata apenas de não se ter detetado efeito: efeitos de magnitude comparável à do outro atributo ficam excluídos.

A segunda, a de heterogeneidade oculta, foi objeto de teste específico. Se uma parte dos hóspedes valorizasse o acolhimento e outra a privacidade, os dois efeitos anular-se-iam na média, produzindo um nulo aparente que dissimularia variação substantiva. A subescala de sociabilidade, incluída para examinar essa possibilidade, não a confirma: o termo de interação correspondente apresenta um valor de F inferior à unidade, e a escala é internamente consistente. A heterogeneidade, a existir, não se organiza por essa disposição.

Organiza-se, ao que os dados indicam, por outra. A hospitalidade experienciada em estadias anteriores modera o efeito da presença do anfitrião, e em sentido que contraria a expectativa imediata: quem reporta experiências mais favoráveis atribui-lhe menor valor, quem reporta experiências menos favoráveis atribui-lhe maior. O resultado é exploratório e assenta em 115 casos, mas admite interpretação coerente. Quem já experimentou boa hospitalidade dispõe de expectativas formadas sobre o serviço e avalia a partir delas, ao passo que quem não a experimentou é mais sensível aos elementos salientes da descrição (Boulding

et al., 1993). Uma explicação alternativa, igualmente compatível com os dados, é a de que pontuações elevadas na escala identifiquem utilizadores mais frequentes de alojamento local, cuja preferência se tenha deslocado para a autonomia com o hábito. O desenho não permite discriminar entre as duas.

O achado interpela a literatura que fundamenta o presente estudo. A lógica dominada pelo serviço enquadra a relação com o anfitrião como cocriação de valor (Vargo & Lusch, 2004), e a investigação em alojamento entre particulares tem tratado essa relação como traço distintivo do sector face à hotelaria convencional (Jiang & Tu, 2023). Convém, porém, distinguir duas proposições que a literatura raramente separa. Uma afirma que a interação produz valor experiencial, e a investigação em alojamento entre particulares sustenta-a ao associar a interação à imersão na experiência (Jiang & Tu, 2023). Outra afirma que a procura remunera esse valor em preço, e essa é medida com muito menor frequência. Os presentes resultados não contestam a primeira; contestam a segunda.

A explicação mais imediata encontra-se no próprio enquadramento teórico. Como se estabeleceu na secção 2.4, o que a procura remunera num mercado de estranhos não é a interação em si, inacessível no momento da reserva, mas o sinal que a antecipa: a fotografia do anfitrião, as avaliações acumuladas, o estatuto atribuído pela plataforma (Ert et al., 2016). Evidência experimental recente confirma que a ausência de fotografia de perfil, por si só, reduz a confiança e a disposição para reservar (Jaeger & Efendić, 2025). Ora os cenários apresentaram a presença do anfitrião despida de qualquer desses sinais, enunciada apenas como facto do serviço.

O resultado corresponde, assim, àquilo que o enquadramento previa. A procura não remunerou a presença porque nada lhe permitia antecipar-lhe a qualidade. Daqui decorre uma delimitação importante da conclusão: o que os dados sustentam não é que a procura não pague pela presença do anfitrião, mas que não paga pela presença não sinalizada. Em anúncios reais, onde a reputação do anfitrião é visível e acumulada, o mercado pode remunerá-la de forma que a vinheta não permite observar.

Esta leitura articula-se com uma segunda, de alcance mais geral, que reside no momento em que a qualidade de cada atributo se torna verificável. A economia da informação distingue os atributos que o consumidor pode avaliar por inspeção prévia à compra daqueles cuja qualidade só se revela durante o consumo (Nelson, 1970), e acrescenta-

lhes uma terceira categoria, a dos atributos que permanecem difíceis de aferir mesmo após o consumo, e cuja credibilidade depende por isso de garantia externa (Darby & Karni, 1973).

Os dois atributos manipulados situam-se em posições distintas nesta classificação. A certificação ambiental não é verificável pelo hóspede nem antes nem depois da estadia, o que faz da garantia por entidade independente a condição da sua credibilidade. A qualidade da interação com o anfitrião, pelo contrário, só se conhece no decurso da estadia, e nada no momento da reserva permite antecipá-la. Anunciar que o anfitrião estará presente informa sobre a sua disponibilidade, não sobre se essa presença será acolhedora ou intrusiva.

A esta incerteza acresce uma particularidade que a distingue dos atributos de experiência habitualmente considerados. A qualidade de um bem de experiência é incerta na magnitude, podendo revelar-se superior ou inferior ao esperado. A interação com o anfitrião é incerta também na direção: o mesmo comportamento que um hóspede valoriza como acolhimento, outro experimenta como intrusão. Perante um atributo cujo valor é indeterminado no sinal, e não apenas no grau, a ausência de prémio no momento da reserva torna-se compreensível.

Há, além disso, uma reserva de natureza metodológica que a interpretação deste resultado não pode omitir. Conforme se estabeleceu na secção 3.3, a presença do anfitrião ocupou sempre as duas primeiras posições da sequência e a ausência as duas últimas, pelo que o contraste entre os níveis do fator coincide com o contraste entre a primeira e a segunda metade do questionário. Um efeito de ordem monótono seria indistinguível de um efeito do anfitrião, e os dados não permitem separá-los. A certificação, que alterna de posição, não sofre desta confusão. A reserva estende-se à moderação pela hospitalidade experienciada, uma vez que a interação com o fator anfitrião é também interação com a posição na sequência. O nulo aqui discutido deve, por isso, ser lido como respeitante à presença não sinalizada e apresentada em primeiro lugar.

Trata-se, convém sublinhar, de interpretação e não de resultado. O desenho não manipulou a avaliabilidade dos atributos, e o quadro invocado não foi objeto de teste. A sua verificação exigiria comparar atributos deliberadamente contrastados quanto ao momento em que a sua qualidade se torna aferível, o que constitui via de investigação por explorar.

O contributo do informante-chave converge com esta leitura. Descrevendo a sua prática de acompanhamento aos hóspedes, o entrevistado observa que esta resulta com uns

e não com outros, distinguindo quem aprecia sentir-se acompanhado de quem prefere não ser incomodado durante as férias. É a primeira ocasião em que o testemunho da oferta e um resultado da procura apontam na mesma direção: existem segmentos quanto à valorização da presença, e o que os distingue não é a sociabilidade enquanto traço, mas a experiência acumulada com o próprio serviço.

Não se trata de evidência sobre o valor atribuído ao atributo, nos termos delimitados na secção 3.7. A convergência entre o que o informante relata e o que a moderação indica confere, ainda assim, plausibilidade acrescida a um resultado que, isolado, seria de interpretação incerta.

Se a explicação pela avaliabilidade procede, e é a que o enquadramento teórico melhor sustenta, o resultado não invalida a centralidade da interação na experiência de alojamento entre particulares. Desloca-a no tempo: a interação constituirá fonte de satisfação e de avaliação posterior, e não critério de disposição a pagar no momento da reserva. A ausência de interação estatística entre os dois atributos reforça este entendimento, ao mostrar que a certificação vale o mesmo com ou sem presença do anfitrião, sem que se observe qualquer indício de que os dois se reforcem ou substituam enquanto sinais.

5.3 O desalinhamento entre o que a procura valoriza e o que a oferta pratica

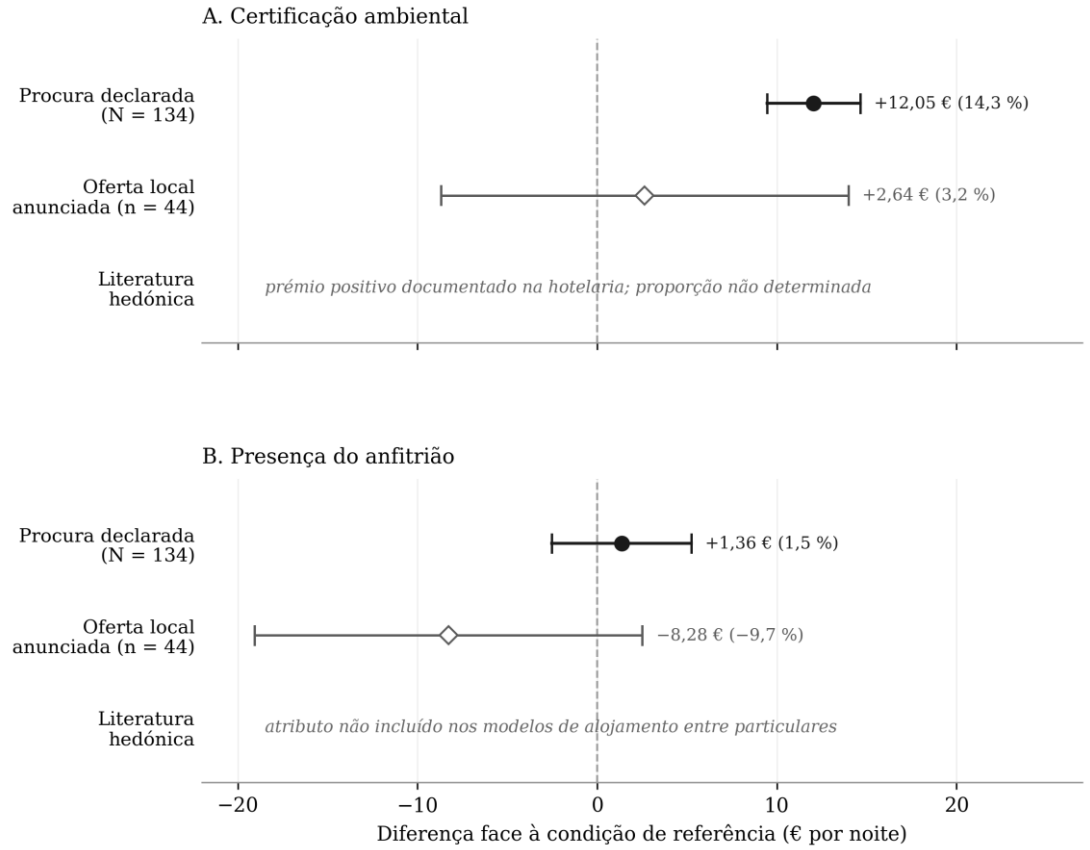
As duas secções anteriores estabeleceram o que a procura remunera. Resta confrontá-lo com aquilo que a oferta do território comunica e com o modo como nela se formam os preços, confronto que responde à conjetura enunciada no primeiro capítulo.

O levantamento realizado no território revelou que seis dos quarenta e quatro alojamentos examinados comunicavam práticas ambientais certificadas. A observação incidiu sobre o que os anúncios sinalizam, e não sobre as práticas efetivamente adotadas, pelo que nada permite excluir que alojamentos ambientalmente responsáveis existam sem o comunicar. A conclusão prática mantém-se em qualquer das hipóteses, deslocando-se apenas o plano em que o desalinhamento se situa: na prática, se as medidas não existem; na sinalização, se existem sem serem comunicadas.

As tarifas anunciadas, apresentadas na secção 4.7, permitem um confronto exploratório entre as duas valorações. A Figura 5.1 reúne, para cada atributo, o que a procura declara, o que a oferta local pratica e o que a literatura hedónica documenta.

Figura 5.1

Diferença de preço associada a cada atributo, segundo a fonte de evidência



Nota. As barras representam intervalos de confiança a 95%. Para a procura, decorrem das médias marginais estimadas (N = 134). Para a oferta local, resultam de teste t de Welch sobre as tarifas anunciadas (n = 44), sem controlo de outras características do alojamento; para a presença do anfitrião, comparam as oito unidades com presença regular com as trinta e seis restantes. A largura dos intervalos da oferta reflete a dimensão dos grupos. A literatura hedónica documenta o atributo apenas na hotelaria convencional.

O contraste quanto à certificação exige leitura cuidada. Aquilo que os respondentes declaram remunerar em cerca de catorze por cento traduz-se, nos preços anunciados no território, numa diferença de três por cento. O intervalo de confiança dessa diferença é, porém, largo, entre −8,70 € e 13,99 €, e abrange o valor que a procura declara. Os dados da oferta não permitem, por isso, afirmar que o prémio praticado seja inferior ao declarado; sustentam apenas que a estimativa pontual o é, e que a incerteza que a rodeia é grande.

A comparação exige, contudo, uma ressalva que vai além da dimensão dos grupos. Os catorze por cento da procura resultam de um contraste em que tudo o resto se mantém

constante; os três por cento da oferta resultam da diferença entre médias de dois conjuntos de unidades que podem diferir em capacidade, localização e outras características que o levantamento não registou de forma a permitir ajustamento. As seis unidades certificadas distribuem-se por três concelhos e repartem-se igualmente entre construção tradicional e moderna, o que não sugere enviesamento numa direção determinada, mas não o exclui. A diferença bruta pode subestimar ou sobrestimar o prémio praticado, e a leitura admissível é a de que, no território e nas condições observadas, a certificação não se traduz em tarifa visivelmente superior.

Sobre o segundo atributo, a divergência é de outra natureza. A procura não remunera a presença do anfitrião, e a oferta desconta-a. As oito unidades que assinalam presença regular ao longo da estadia, nível que corresponde ao descrito na vinheta, anunciam cerca de nove por cento menos do que as restantes.

A indicação assenta em poucas unidades, mas é coerente com o sinal negativo da moderação pela hospitalidade experienciada, e com a leitura de que o atributo é incerto na direção e não apenas na magnitude.

A literatura sobre formação de preços em alojamento entre particulares oferece elementos para compreender esta ausência. Os estudos que modelam preços praticados identificam com regularidade os mesmos grupos de determinantes, entre os quais as características físicas do alojamento, a capacidade, a localização e a reputação (Wang & Nicolau, 2017; Toader et al., 2022).

A certificação ambiental foi já modelada hedonicamente, mas na hotelaria convencional e não no alojamento entre particulares. Na Andaluzia, o quarto standard de um hotel certificado custava entre dezassete e vinte e três dólares mais do que o equivalente sem certificação (Sánchez-Ollero et al., 2014). Sem o preço de referência a que essa diferença se reporta, a sua proporção não é diretamente comparável com o prémio aqui estimado, mas o sentido é o mesmo. Nos estudos sobre alojamento entre particulares, pelo contrário, o atributo não entra entre as variáveis explicativas. A razão é de ordem prática: os dados extraídos das plataformas não o registam como campo autónomo, e a sua identificação exigiria o exame individual dos anúncios, como o levantamento aqui realizado exemplifica.

O confronto com o valor revelado fica, assim, com duas pernas. A literatura hedónica documenta, para a hotelaria, um prémio positivo por certificação, o que mostra que existem

segmentos onde o atributo encontra expressão no preço. O território observado, por seu lado, não o pratica, o que localiza a divergência no segmento e no mercado em estudo.

O contributo do informante-chave permite observar este mecanismo do lado de quem o opera. O entrevistado descreve o recurso a uma ferramenta de precificação dinâmica que, para cada alojamento, constrói um grupo de comparação a partir de unidades semelhantes na mesma região, definidas pela tipologia, pelas comodidades e pela capacidade. Sobre o preço assim obtido introduz ajustamentos em função do segmento e da época do ano.

O procedimento é coerente e informado, e nele os atributos intangíveis não encontram lugar. Um sistema que compara alojamentos com o mesmo número de quartos e as mesmas comodidades não contempla a existência de certificação ambiental. A ausência deste atributo na formação do preço não resulta, nesta leitura, de desatenção de quem fixa as tarifas, mas de uma limitação do instrumento que as calcula.

Trata-se de leitura sustentada num único testemunho, e não de facto estabelecido sobre o mercado. O que a entrevista documenta é o modo como um operador com carteira alargada procede, não a prática do sector. A sua generalização exigiria observar um conjunto de operadores, o que este desenho não comporta.

Ganha, contudo, plausibilidade acrescida quando confrontada com o que a literatura documenta sobre perfis de operador. Toader et al. (2022) verificam que os proprietários que gerem uma única unidade atribuem maior peso ao seu envolvimento pessoal na formação do preço, ao passo que os que gerem várias se concentram nas características do imóvel. A profissionalização parece deslocar a base do preço do relacional para o estrutural.

Se assim for, o desalinhamento identificado tenderá a agravar-se com a consolidação do sector. A adoção de instrumentos automatizados de precificação, própria de operadores com carteiras alargadas, aumenta a eficiência do preço face aos atributos mensuráveis e, simultaneamente, torna mais improvável a incorporação daqueles que o não são. Um proprietário que fixe as tarifas por apreciação própria pode atribuir valor a uma certificação que possui, ao passo que a mesma certificação dificilmente encontrará expressão num sistema construído sobre comparações entre unidades semelhantes.

Permanece por estabelecer se a procura, confrontada com alojamentos reais e não com cenários, converteria em reserva efetiva a disposição a pagar que declara. A resposta a essa questão excede o alcance do presente desenho, e dela depende a consequência prática do desalinhamento identificado.

5.4 Síntese da Discussão

Os três resultados discutidos nas secções anteriores admitem leitura conjunta. A procura remunera com cerca de catorze por cento um atributo intangível cuja existência é atestada por entidade independente, e não atribui valor a outro cuja qualidade só se revela durante a estadia. A oferta do território, por seu lado, raramente comunica o primeiro e desconta o segundo, fixando os preços a partir de características que a procura toma como dadas.

O que distingue os dois atributos não é, portanto, o seu carácter intangível, que ambos partilham. É a possibilidade de o hóspede confiar naquilo que lhe é prometido no momento em que decide, e a existência de um dispositivo que sustente essa confiança. A certificação ambiental resolve esse problema por delegação: quem a concede responde pela sua veracidade, e o hóspede pode incorporá-la na avaliação sem a verificar. A presença do anfitrião não dispõe de mecanismo equivalente, e o que se anuncia informa sobre a disponibilidade sem antecipar a qualidade da experiência.

Esta distinção obriga a rever, em parte, a conjetura de que se partiu. A subvalorização do intangível existe, mas não é geral. Aplica-se à certificação ambiental, onde a procura atribui valor que a oferta não incorpora. Não se verifica quanto à presença do anfitrião, e por motivo que a conjetura não antecipava. Nem os respondentes lhe atribuíram valor acrescido, nem o mercado a remunera, antes o contrário. Os alojamentos do território que assinalam presença regular do anfitrião anunciam tarifas cerca de nove por cento inferiores aos restantes, e os de acolhimento à chegada não se distinguem dos de entrada autónoma. Convém precisar, porém, que o atributo foi apresentado sem os sinais que num anúncio real permitiriam antecipar-lhe a qualidade, pelo que a convergência observada respeita à presença enunciada, e não necessariamente à presença sinalizada.

O desalinhamento identificado é, por conseguinte, mais estreito e mais preciso do que o problema enunciado no primeiro capítulo. Não se trata de o mercado ignorar o

intangível na sua totalidade, mas de deixar por remunerar aquela parte dele que a procura consegue avaliar com confiança antes de reservar. É sobre essa fração, e não sobre o intangível em geral, que assentam as implicações que o capítulo seguinte considera.

6. Conclusão

6.0 Introdução

Os capítulos anteriores mediram, interpretaram e confrontaram. Cabe a este fechar o percurso, respondendo ao que foi perguntado no primeiro capítulo e delimitando o que o trabalho permite afirmar.

O capítulo organiza-se em seis secções. A primeira responde a cada um dos objetivos enunciados na secção 1.3 e enuncia o veredicto sobre as proposições formuladas na secção 2.6. A segunda extrai a conclusão que atravessa os resultados. A terceira estabelece os contributos efetivamente entregues, por contraste com os que a secção 1.6 antecipava. A quarta considera o que os resultados permitem dizer a quem opera no território, e a quinta o que não permitem. A última identifica as direções de investigação que decorrem das limitações reconhecidas.

6.1 Resposta aos objetivos de investigação

O primeiro objetivo consistia em estimar o valor que a procura atribui a cada um dos atributos intangíveis considerados, em unidades monetárias. Foi cumprido para ambos, ainda que com resultados de natureza oposta.

A certificação ambiental eleva o preço que os respondentes consideram usual pagar em 12,05 €, com intervalo de confiança a 95% entre 9,45 € e 14,64 €, o que corresponde a 14,3% do valor atribuído às condições sem certificação. O efeito é estatisticamente significativo, $F(1, 133) = 84{,}36$, $p < {,}001$, com eta parcial quadrado de ,388, e replica-se nos dois limiares de aceitabilidade, com prémios proporcionais de 12,3% e 13,6%. A primeira hipótese fica sustentada, e sustentada com margem. A convergência entre três indicadores da mesma avaliação, ainda que correlacionados por serem declarados pelo mesmo respondente, retira ao resultado a dependência de um único modo de perguntar.

A presença do anfitrião não produz efeito distinguível de zero. A diferença entre as médias marginais é de 1,36 €, com intervalo entre −2,52 € e 5,24 €, e o teste correspondente não atinge significância, $F(1, 133) = 0{,}48$, $p = {,}490$. A segunda hipótese não é sustentada. Importa, contudo, distinguir a decisão estatística do resultado substantivo. Estabelece-se não apenas a ausência de deteção, mas a exclusão de efeitos superiores a 5,24 €, valor que

corresponde a menos de metade do limite inferior do intervalo estimado para a certificação. Num desenho capaz de detetar um atributo com margem considerável, o outro fica delimitado a um valor inferior a metade do prémio estimado para a certificação.

Duas qualificações acompanham este resultado e não devem ser dispensadas. A presença do anfitrião foi apresentada nos cenários como enunciado do serviço, sem os sinais que num anúncio real permitem antecipar-lhe a qualidade. Ocupou, além disso, sempre as duas primeiras posições da sequência, o que faz coincidir o contraste entre os seus níveis com o contraste entre a primeira e a segunda metade do questionário. O que os dados sustentam respeita, assim, à presença não sinalizada e apresentada em primeiro lugar, e não à presença do anfitrião em qualquer configuração. Acresce que o sentido de um eventual efeito de ordem não é identificável, pelo que a estimativa obtida tanto pode estar inflacionada como deprimida por essa via.

Quanto ao efeito conjunto dos dois atributos, objeto da primeira questão de investigação, não se encontrou evidência de interação, $F = 0{,}002$, $p = {,}962$ no preço considerado usual, com resultado idêntico nos dois limiares. O valor atribuído à certificação não depende da presença do anfitrião, nem o inverso. Os dois atributos operam de forma independente, sem se reforçarem nem se substituírem enquanto sinais.

O segundo objetivo averiguava se esse valor é homogéneo na procura ou se varia com características dos respondentes. A resposta é que os efeitos se mantêm uniformes face às disposições que se esperava que os segmentassem, ainda que não face a todas as características examinadas.

Nem a sociabilidade condiciona a valorização da presença do anfitrião, $F = 0{,}61$, $p = {,}436$, nem a orientação ambiental condiciona a valorização da certificação, $F = 0{,}65$, $p = {,}421$. As duas questões de investigação correspondentes encontram, por conseguinte, efeitos uniformes. O prémio pela certificação é transversal à amostra e não pertence a um segmento ecologicamente motivado, o que constitui achado com consequências próprias, e não mera ausência de resultado, porque afasta a explicação da divergência entre atitude e comportamento pela existência de um nicho ecologicamente motivado. A uniformidade estabelecida respeita, contudo, a estas duas disposições, e não exclui que outras características segmentem a procura.

Os valores de consumo verde predizem, ainda assim, o nível geral de preço atribuído, F(1, 132) = 8,09, p = ,005, com eta parcial quadrado de ,058. Respondentes com orientação ambiental mais forte avaliam todas as condições de forma mais generosa, incluindo aquelas em que nenhuma credencial é exibida. A terceira hipótese é sustentada. A distinção importa, porque a orientação ambiental desloca o intercepto da avaliação e não a sensibilidade ao atributo certificado.

Uma dessas características produziu, com efeito, resultado distinto. A quarta questão de investigação encontrou indício de moderação. A qualidade da hospitalidade experienciada em estadias anteriores condiciona a valorização da presença do anfitrião, F(1, 113) = 4,21, p = ,043, com eta parcial quadrado de ,036. O sinal contraria a expectativa imediata: entre os respondentes com pontuação acima da mediana, a presença reduz o preço declarado em 2,20 €, ao passo que entre os restantes o eleva em 2,76 €. O resultado é exploratório e como tal se mantém. Assenta em 115 casos, a escala apresenta distribuição encostada ao valor máximo, e a confusão entre o fator anfitrião e a posição na sequência afeta também este termo, uma vez que a interação com o fator é igualmente interação com a metade do questionário.

O terceiro objetivo confrontava os valores estimados com as tarifas e os atributos que a oferta do território anuncia. É neste ponto que a divergência se localiza.

Das quarenta e quatro unidades abrangidas pelo levantamento exploratório, seis comunicavam práticas ambientais certificadas. Essas seis anunciam tarifa média de 86,00 € por noite, contra 83,36 € nas restantes, diferença de 2,64 € ou 3,2%, que os dados não permitem distinguir de zero. Aquilo que a procura declara remunerar em cerca de catorze por cento traduz-se, nos preços praticados, numa diferença de três por cento. A comparação é descritiva e não controla capacidade, localização ou outras características que distinguem as unidades entre si. A leitura admissível é a de que, no território e nas condições observadas, a certificação não se traduz em tarifa visivelmente superior.

Quanto ao segundo atributo, as duas valorações convergem, e convergem num sentido que a conjetura inicial não previa. As oito unidades que assinalam presença regular do anfitrião ao longo da estadia, nível que corresponde ao descrito nos cenários, anunciam cerca de nove por cento menos do que as restantes. Nem a procura lhe atribui valor acrescido, nem a oferta o remunera, antes o contrário, sem que as unidades de acolhimento à chegada se distingam das de entrada autónoma.

A literatura hedónica completa o confronto pelo lado documentado. A certificação ambiental foi já modelada por essa via na hotelaria convencional, com prémio positivo estimado para o quarto certificado (Sánchez-Ollero et al., 2014), e a evidência mais recente confirma que a certificação permite praticar prémio, ainda que de forma não uniforme entre estabelecimentos (Arbelo et al., 2025). Nos estudos sobre alojamento entre particulares, pelo contrário, o atributo não entra entre as variáveis explicativas, por não constar dos dados extraídos das plataformas. Existem, portanto, mercados em que o atributo encontra expressão no preço, o que sugere que a divergência aqui identificada respeita ao segmento e ao mercado observados e não ao atributo em si.

6.2 O que os resultados estabelecem

A pergunta que organizou a investigação interrogava em que medida o valor que os hóspedes atribuem aos atributos intangíveis de um alojamento de natureza no Peneda-Gerês diverge do valor que o mercado lhes reconhece. A resposta é que diverge, mas não da forma que a conjetura inicial supunha.

A divergência não se distribui pelo intangível em geral. Concentra-se num dos dois atributos examinados e está ausente do outro, e o que os separa não é o grau de intangibilidade, que ambos partilham. É a existência de um dispositivo que permita ao hóspede confiar naquilo que lhe é prometido no momento em que decide. A certificação ambiental resolve esse problema por delegação, uma vez que quem a concede responde pela sua veracidade e o hóspede pode incorporá-la na avaliação sem a verificar. A presença do anfitrião não dispõe de mecanismo equivalente, e o que se anuncia informa sobre a disponibilidade sem antecipar a qualidade da experiência.

Daqui decorre uma reformulação do problema enunciado no primeiro capítulo. A subvalorização do intangível existe, mas é mais estreita e mais precisa do que se supunha. Não se trata de o mercado ignorar o intangível na sua totalidade, e sim de deixar por remunerar aquela fração dele que a procura consegue avaliar com confiança antes de reservar. É uma conclusão mais modesta em extensão e mais forte em consequência, porque identifica a condição sob a qual a divergência ocorre em vez de a afirmar em geral. O mecanismo que a sustenta, a possibilidade de confiar no atributo antes de reservar, explica os dois resultados de forma económica, mas não foi objeto de teste. O desenho não manipulou a avaliabilidade dos atributos, e a proposição permanece leitura teórica, a submeter a verificação.

A leitura vale para o alojamento de natureza no território estudado e para o segmento de procura que o consome. Estende-se com prudência a outros destinos de características semelhantes, e não constitui afirmação sobre o alojamento local português no seu conjunto.

6.3 Contributos

A secção 1.6 antecipava três contributos. Dois concretizaram-se na forma prevista, um alterou-se pelo caminho, e o trabalho produziu ainda um quarto que não estava previsto.

O contributo de contexto cumpriu-se. A literatura sobre preferências declaradas aplicada ao turismo rural concentra-se na Ásia e, na Europa, sobretudo em Espanha (Cong et al., 2019; Li et al., 2023; Albaladejo & Díaz-Delfa, 2021). Existe agora uma estimativa para um Parque Nacional português e para uma oferta assegurada em larga medida por operadores de pequena dimensão. É um contributo real e modesto. Acrescenta evidência onde não a havia, sem alterar o que a literatura estabelece.

O contributo conceptual concretizou-se, mas mudou de forma. O que se antecipava era a leitura da subvalorização do intangível como problema de precificação. O trabalho entrega algo mais preciso, que é a distinção entre atributos intangíveis cuja qualidade é garantida por terceiro e atributos cuja qualidade só se revela no consumo, e a proposição de que apenas os primeiros são remunerados no momento da reserva. A distinção mobiliza uma tradição estabelecida na economia da informação (Nelson, 1970; Darby & Karni, 1973) e aplica-a a um objeto onde a literatura mobilizada nesta dissertação não a introduz, tratando o intangível sem separar o que é garantido por terceiro do que só a estadia revela. Vale a pena sublinhar que se trata de interpretação e não de resultado. O desenho não manipulou a avaliabilidade dos atributos, e a leitura não foi submetida a teste.

O contributo prático concretizou-se numa versão mais estreita do que a anunciada. A versão inicial previa uma referência para a valorização de atributos; o que o trabalho entrega é a identificação de qual dos dois atributos a procura remunera, de qual não remunera, e da distância entre essa valorização e o que a oferta do território comunica e pratica. Não entrega, nem o desenho o comportaria, orientação sobre a fixação de tarifas, matéria que a secção seguinte delimita.

Acresce um contributo de ordem metodológica que não estava previsto. Nas condições sem certificação, o preço que os respondentes consideram usual situa-se entre 83

€ e 85 €, e a tarifa média anunciada no território para unidades sem práticas assinaladas é de 83 €. O nível de referência adotado pelos respondentes coincide com o praticado, o que constitui evidência direta de calibração das respostas pelo mercado real e atenua a objeção do viés hipotético que a literatura levanta sobre as preferências declaradas (Murphy et al., 2005). A disponibilidade deste termo de comparação decorre de o levantamento ter sido conduzido para as mesmas datas, condições de ocupação e tipo de alojamento descritos nos cenários, correspondência que o desenho procurou deliberadamente e que permite confrontar os dois níveis sem ajustamento.

6.4 Implicações para a gestão

Antes de qualquer implicação, uma condição. Os valores analisados são preços declarados perante cenários e não montantes efetivamente pagos, e permanece por estabelecer se a procura, confrontada com alojamentos reais, converteria em reserva a disposição a pagar que declara. Daí decorre que o estudo orienta decisões sobre atributos e sobre a sua comunicação, e não a fixação de tarifas, cuja determinação depende de custos, ocupação e posicionamento que este trabalho não observou.

A primeira implicação respeita à comunicação da credencial ambiental. Seis das quarenta e quatro unidades examinadas comunicam certificação, e a procura remunera esse atributo de forma transversal, sem que a orientação ambiental do respondente altere a magnitude do prémio. O que os resultados indicam é a existência de um atributo por sinalizar, e não o montante a cobrar por ele. Para quem já adote práticas verificadas sem as comunicar, a decisão situa-se no plano da comunicação e não exige investimento em novas práticas. Para quem as não adote, a decisão envolve investimento cujo retorno o presente estudo não estima, por não dispor dos custos correspondentes.

A segunda incide sobre a presença do anfitrião. Anunciar disponibilidade contínua não foi remunerado pelos respondentes, e as unidades do território que a assinalam anunciam tarifas inferiores às restantes, ao passo que as de acolhimento à chegada não se distinguem das de entrada autónoma. A implicação não é reduzir o acolhimento, que a lógica dominada pelo serviço enquadra como cocriação de valor na interação (Vargo & Lusch, 2004) e que a investigação em alojamento entre particulares associa à imersão na experiência (Jiang & Tu, 2023). É antes não esperar que a presença, enquanto tal, sustente por si tarifa superior. O indício exploratório de moderação pela hospitalidade experienciada sugere ainda que a

disponibilidade contínua pode não ser valorizada de igual modo por todos os hóspedes, embora a sua confirmação exija replicação.

A terceira diz respeito aos instrumentos de fixação de preços. O informante-chave descreve o recurso a uma ferramenta que constrói o grupo de comparação a partir de unidades semelhantes na mesma região, definidas pela tipologia, pelas comodidades e pela capacidade. Um sistema assim construído não dispõe de mecanismo para incorporar uma credencial verificada, e a ausência do atributo na formação do preço decorrerá menos de desatenção do que da limitação do instrumento. A leitura assenta num único testemunho e não constitui facto estabelecido sobre o mercado, mas ganha plausibilidade quando confrontada com a evidência de que a profissionalização desloca a base do preço do relacional para o estrutural (Toader et al., 2022). Para quem detenha uma credencial que o sistema não contempla, segue-se que a sua valorização depende de decisões tomadas fora da ferramenta.

6.5 Limitações

Os resultados devem ser lidos dentro de fronteiras. Distinguem-se, no que se segue, as limitações que afetam a inferência daquelas que apenas definem o âmbito do que foi observado.

A limitação de maior consequência respeita à ordem de apresentação dos cenários. A plataforma utilizada na recolha não comporta aleatorização entre secções, pelo que a presença do anfitrião ocupou sempre as duas primeiras posições e a ausência as duas últimas. O contraste entre os níveis deste fator coincide, por isso, com o contraste entre a primeira e a segunda metade do questionário. Um efeito monótono de ordem, seja por ancoragem no primeiro valor declarado ou por deriva das respostas, não é distinguível de um efeito do atributo. A consequência recai sobre a segunda hipótese e sobre a quarta questão de investigação, cujo termo de interação envolve o mesmo fator. Não recai sobre a certificação ambiental, que alterna de posição ao longo da sequência e cujo efeito fica, nesse aspeto, protegido.

Os valores analisados são preços declarados perante cenários e não montantes efetivamente pagos, o que expõe as estimativas ao viés hipotético que a literatura documenta para as preferências declaradas (Murphy et al., 2005). Dois elementos reduzem esta exposição

sem a eliminarem. O primeiro decorre da estrutura do desenho: como o efeito de cada atributo se estima por contraste intra-sujeito, uma inflação uniforme dos valores declarados cancela-se na diferença, o que deixa o prémio expresso em proporção interpretável mesmo que os níveis absolutos estejam sobrestimados. E o nível de referência adotado pelos respondentes coincide com o praticado no território, como a secção 4.7 documenta. Mantém-se, ainda assim, a possibilidade de desejabilidade social na resposta, sobretudo tratando-se de um atributo socialmente valorizado, e nada permite estabelecer que a disposição declarada se converteria em reserva efetiva.

O levantamento da oferta tem carácter exploratório, e as comparações que dele decorrem devem ser lidas nesse quadro. A comparação com as tarifas do território tem alcance descritivo. Assenta em seis unidades certificadas e oito com presença regular do anfitrião, e compara médias de conjuntos que podem diferir em capacidade, localização e outras características que o levantamento não registou de modo a permitir ajustamento. Segue-se que a diferença observada não constitui estimativa do prémio praticado, podendo subestimá-lo ou sobrestimá-lo. O que a comparação sustenta é a ausência de tarifa visivelmente superior nas unidades certificadas, no território e nas condições observadas, e não a quantificação da divergência.

A amostra foi recrutada por via não probabilística e descreve um segmento determinado da procura. Entre os respondentes, 70,9% têm formação superior, 57,5% declaram rendimento do agregado acima de 3 000 € mensais e 73,8% realizam estadias em regiões de natureza pelo menos uma vez por ano. Essa familiaridade constitui condição de validade da tarefa proposta, uma vez que só quem enfrenta, de facto ou em perspetiva, a decisão de reservar consegue atribuir valores com significado às variantes apresentadas. As estimativas dizem respeito a esse segmento, que é também o que consome o produto em estudo, e a sua extensão a perfis de procura distintos permanece por estabelecer.

Três constrangimentos de medição condicionam ainda a interpretação. A certificação foi apresentada como conceito genérico, sem identificação de esquema específico, e os resultados dizem por isso respeito à ideia de verificação ambiental por terceiro, não a qualquer certificação em concreto. A condição de comparação corresponde à ausência de quaisquer medidas ambientais e não a práticas declaradas sem certificação, o que impede separar o valor atribuído à existência das práticas do valor atribuído à sua verificação. E a escala de comportamento de hospitalidade apresenta distribuição encostada ao valor

máximo, com média de 4,13 e desvio-padrão de 0,54, o que reduz a variância disponível para detetar moderação e reforça o estatuto exploratório atribuído à quarta questão de investigação, estimada sobre 115 casos.

A distinção tem consequências. Em Portugal operam esquemas aplicáveis a alojamento local que diferem entre si nos critérios que impõem e no modo como os verificam. O Green Key, coordenado pela Associação Bandeira Azul de Ambiente e Educação com o apoio do Turismo de Portugal, recorre à auditoria por representante da comissão nacional do programa; esquemas como o Biosphere, o EarthCheck ou o Travelife recorrem a auditoria por entidade independente. O Rótulo Ecológico da União Europeia condiciona a atribuição ao cumprimento de vinte e dois critérios obrigatórios.

A formulação adotada nos cenários agrega, por conseguinte, realidades de rigor desigual. O prémio estimado deve ler-se como respeitando à existência de garantia por terceiro, qualquer que seja o seu grau.

O contributo do lado da oferta assenta num único informante, selecionado pela profundidade do seu conhecimento e não pela representatividade (Tremblay, 1957; Marshall, 1996). O que a entrevista documenta é o modo como um operador com carteira alargada procede, e a leitura sobre a limitação dos instrumentos de precificação mantém, por isso, o estatuto de hipótese informada e não de facto estabelecido sobre o sector.

Resta fixar as fronteiras do que foi observado. O estudo é centrado na procura e não estima valor revelado no sentido em que os modelos hedónicos o fazem. Manipula dois atributos, pelo que as restantes dimensões de valor identificadas no segundo capítulo permanecem fora do modelo estimado. E fixa uma descrição de alojamento de qualidade média a elevada, numa estadia de duas noites para duas pessoas fora da época alta, contexto de decisão a que os valores obtidos se reportam. São condições da capacidade de identificação que o desenho oferece, e delimitam aquilo a que as estimativas se reportam sem porem em causa a comparabilidade entre as condições comparadas.

6.6 Investigação futura

As direções que se seguem decorrem das limitações reconhecidas, e ordenam-se pela consequência que teriam para o que aqui ficou por estabelecer.

A presença foi apresentada como enunciado do serviço, sem fotografia, avaliações acumuladas ou estatuto de plataforma, e fica por saber se a procura remunera a presença sinalizada. Um desenho que manipule o sinal, e não apenas o atributo, é a via mais direta para determinar se o nulo aqui observado pertence ao atributo ou à sua apresentação.

Da confusão entre prática e verificação decorre outra extensão. Um terceiro nível do atributo, com práticas ambientais declaradas, mas não certificadas, isolaria o valor atribuído à garantia por terceiro, que é o mecanismo invocado na conclusão deste trabalho.

A mesma consideração sugere manipular o próprio esquema de certificação. Comparar um selo de auditoria independente com outro de verificação interna permitiria averiguar se o prémio identificado responde à existência de garantia ou ao seu grau de exigência, distinção que o presente desenho não comporta.

Essa leitura pede, por sua vez, um teste próprio. Comparar atributos deliberadamente contrastados quanto ao momento em que a sua qualidade se torna aferível converteria em resultado o que aqui permanece como interpretação.

A moderação pela hospitalidade experienciada exige replicação em amostra de maior dimensão e com instrumento de maior variância, dado que a escala mobilizada apresenta média de 4,13 e desvio-padrão de 0,54.

Do lado da oferta abrem-se duas extensões, correspondentes a duas limitações distintas. Um levantamento mais extenso, com registo de capacidade, localização e demais características, permitiria estimar o prémio efetivamente praticado em vez de comparar médias brutas. E a inquirição de um conjunto alargado de operadores permitiria averiguar se a limitação dos instrumentos de precificação que o informante descreve corresponde à prática do sector, questão que uma entrevista única não pode resolver.

Quanto ao segmento observado, importaria replicar o desenho junto de perfis distintos, designadamente respondentes sem experiência prévia de estadias em natureza e residentes fora de Portugal, que são 16,4% da presente amostra. Ficaria estabelecido se o prémio identificado se mantém fora do segmento aqui inquirido, ou se a familiaridade com este tipo de experiência é condição da sua existência.

Fica, por último, a questão de que depende a consequência prática de tudo o resto. Permanece por estabelecer se a disposição a pagar declarada se converteria em reserva efetiva

perante alojamentos reais. Um desenho com consequência económica real, ou a observação de reservas efetivas em unidades certificadas e não certificadas, é o que permitiria responder-lhe, e é a extensão de maior valor que este trabalho deixa em aberto.

Referências bibliográficas

Abrate, G., Sainaghi, R., & Mauri, A. G. (2022). Dynamic pricing in Airbnb: Individual versus professional hosts. *Journal of Business Research, 141*, 191–199. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.012

Adamowicz, W., Louviere, J., & Williams, M. (1994). Combining revealed and stated preference methods for valuing environmental amenities. *Journal of Environmental Economics and Management, 26*(3), 271–292. https://doi.org/10.1006/jeem.1994.1017

Akhter, S. (2022). Key informants' interviews. In M. R. Islam, N. A. Khan, & R. Baikady (Eds.), *Principles of social research methodology* (pp. 389–403). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-5441-2_27

Albaladejo, I. P., & Díaz-Delfa, M. T. (2021). The effects of motivations to go to the country on rural accommodation choice: A hybrid discrete choice model. *Tourism Economics, 27*(7), 1484–1507. https://doi.org/10.1177/1354816620912062

Almeida, A., Nunes, A. P., & Machado, L. P. (2025). How do reviews impact Airbnb's prices? A hedonic approach. *Tourism and Hospitality, 6*(4), 181. https://doi.org/10.3390/tourhosp6040181

Arbelo, A., Arbelo-Pérez, M., De Vera, V., & Bilgihan, A. (2025). Green premiums: Assessing the revenue impact of eco-certification in the hospitality sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 37*(13), 64–83. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2024-0534

Atzmüller, C., & Steiner, P. M. (2010). Experimental vignette studies in survey research. *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences, 6*(3), 128–138.

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research, 67*(8), 1595–1600. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Harper Business.

Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research, 30*(1), 7–27. https://doi.org/10.1177/002224379303000102

Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 1*(3), 185–216. https://doi.org/10.1177/135910457000100301

Campbell, D., Hutchinson, W. G., & Scarpa, R. (2009). Using choice experiments to explore the spatial distribution of willingness to pay for rural landscape improvements. *Environment and Planning A, 41*(1), 97–111. https://doi.org/10.1068/a4038

Casamatta, G., Giannoni, S., Brunstein, D., & Jouve, J. (2022). Host type and pricing on Airbnb: Seasonality and perceived market power. *Tourism Management, 88*, 104433. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104433

Cheek, J. M., & Buss, A. H. (1981). Shyness and sociability. *Journal of Personality and Social Psychology, 41*(2), 330–339.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Cong, L., Zhang, Y., Su, C.-H., Chen, M.-H., & Wang, J. (2019). Understanding tourists' willingness-to-pay for rural landscape improvement and preference heterogeneity. *Sustainability, 11*(24), 7001. https://doi.org/10.3390/su11247001

Cummings, R. G., & Taylor, L. O. (1999). Unbiased value estimates for environmental goods: A cheap talk design for the contingent valuation method. *American Economic Review, 89*(3), 649–665. https://doi.org/10.1257/aer.89.3.649

Darby, M. R., & Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. *Journal of Law and Economics, 16*(1), 67–88. https://doi.org/10.1086/466756

Decreto n.º 187/71, de 8 de maio. Cria o Parque Nacional da Peneda-Gerês. *Diário do Governo*, I Série, n.º 108.

Decreto-Lei n.º 76/2024, de 23 de outubro. Altera o regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local. *Diário da República*, 1.ª série.

Diário do Minho. (2023, 21 de novembro). "Fórmula mágica" faz aumentar turismo de Terras de Bouro em mais 215% em duas décadas.

https://www.diariodominho.pt/noticias/regiao/2023-11-21-formula-magica-faz-aumentar-turismo-de-terras-de-bouro-em-mais-215-em-duas-decadas-655cf2dd3de5a

Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management, 55*, 62–73. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013

Funder, D. C., & Ozer, D. J. (2019). Evaluating effect size in psychological research: Sense and nonsense. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science, 2*(2), 156–168. https://doi.org/10.1177/2515245919847202

Gibbs, C., Guttentag, D., Gretzel, U., Morton, J., & Goodwill, A. (2018). Pricing in the sharing economy: A hedonic pricing model applied to Airbnb listings. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 35*(1), 46–56. https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1308292

Gordan, M.-I., Tudor, V. C., Popescu, C. A., Adamov, T. C., Peţ, E., Milin, I. A., & Iancu, T. (2024). Hedonic pricing models in rural tourism: Analyzing factors influencing accommodation pricing in Romania using geographically weighted regression. *Agriculture, 14*(8), 1259. https://doi.org/10.3390/agriculture14081259

Green, P. E., & Srinivasan, V. (1978). Conjoint analysis in consumer research: Issues and outlook. *Journal of Consumer Research, 5*(2), 103–123. https://doi.org/10.1086/208721

Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: A literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 10*(4), 814–844. https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075

Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology, 24*(3), 336–354. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002

Huang, S. S., & Huang, Z. (2024). Understanding customer preferences and willingness to pay in the hospitality industry: A meta-analytic review. *International Journal of Hospitality Management, 116*, 103621. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103621

INE. (2025). *Estatísticas do Turismo 2024*. Instituto Nacional de Estatística. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOEStipo=ea&PUBLICACOEScoleccao=107668

Inside Airbnb. (2026). *Explore the data* [conjunto de dados]. Consultado em julho de 2026, em https://insideairbnb.com/explore/

Jaeger, B., & Efendić, E. (2025). The cost of anonymity in the sharing economy: Consumers distrust and avoid sellers without profile photos. *International Review of Social Psychology, 38*(1), 12. https://doi.org/10.5334/irsp.991

Jiang, Z., & Tu, H. (2023). Does sincere social interaction stimulate tourist immersion? A conservation of resources perspective. *Journal of Travel Research, 62*(2), 469–487. https://doi.org/10.1177/00472875211067549

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica, 47*(2), 263–291. https://doi.org/10.2307/1914185

Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 564–572. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.08.001

Kazeminia, A., Hultman, M., & Mostaghel, R. (2016). Why pay more for sustainable services? The case of ecotourism. *Journal of Business Research, 69*(11), 4992–4997. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.069

Lancaster, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *Journal of Political Economy, 74*(2), 132–157.

Lee, D., Hyun, W., Ryu, J., Lee, W. J., Rhee, W., & Suh, B. (2015). An analysis of social features associated with room sales of Airbnb. In *Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 219–222). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2685553.2699011

Li, Y., Yao, Z., & Guo, Z. (2023). Willingness to pay and preferences for rural tourism attributes among urban residents: A discrete choice experiment in China. *Economic Analysis and Policy, 77*, 460–471. https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.11.020

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology, 79*(3), 589–603. https://doi.org/10.1086/225585

Marshall, M. N. (1996). The key informant technique. *Family Practice, 13*(1), 92–97. https://doi.org/10.1093/fampra/13.1.92

Martín Martín, J. M., Salinas Fernández, J. A., Rodríguez Martín, J. A., & Ostos Rey, M. del S. (2020). Analysis of tourism seasonality as a factor limiting the sustainable development of rural areas. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 44*(1), 45–75. https://doi.org/10.1177/1096348019876688

Martins, H. (2022). Tourism in protected areas: The example of Peneda-Gerês National Park (Portugal). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 20*(5), 1113–1128. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.075

Murphy, J. J., Allen, P. G., Stevens, T. H., & Weatherhead, D. (2005). A meta-analysis of hypothetical bias in stated preference valuation. *Environmental and Resource Economics, 30*(3), 313–325. https://doi.org/10.1007/s10640-004-3332-z

Nelson, P. (1970). Information and consumer behavior. *Journal of Political Economy, 78*(2), 311–329. https://doi.org/10.1086/259630

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

OCDE. (2018). *Cost-benefit analysis and the environment: Further developments and policy use*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264085169-en

Oskam, J., van der Rest, J.-P., & Telkamp, B. (2018). What's mine is yours—but at what price? Dynamic pricing behavior as an indicator of Airbnb host professionalization. *Journal of Revenue and Pricing Management, 17*(5), 311–328. https://doi.org/10.1057/s41272-018-00157-3

Pang, Q., Wu, H., Qiu, R. T. R., Long, Q., & Bao, J. (2025). Tourists' willingness to pay for pro-poor tourism income distribution: Evidence from revealed and stated preference experiments. *Tourism Management, 111*, 105204. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105204

Penn, J., & Hu, W. (2023). Adjusting and calibrating elicited values based on follow-up certainty questions: A meta-analysis. *Environmental and Resource Economics, 84*(4), 919–946. https://doi.org/10.1007/s10640-022-00742-6

Prebensen, N. K., & Rosengren, S. (2016). Experience value as a function of hedonic and utilitarian dominant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(1), 113–135. https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2014-0073

Pulido-Fernández, J. I., & López-Sánchez, Y. (2016). Are tourists really willing to pay more for sustainable destinations? *Sustainability, 8*(12), 1240. https://doi.org/10.3390/su8121240

Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., López-Sánchez, Y., Durán-Román, J. L., & Carrillo-Hidalgo, I. (2024). Gen Zers' behaviour towards sustainability in a mature coastal destination. *International Journal of Tourism Research, 26*(5), e2758. https://doi.org/10.1002/jtr.2758

Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economy, 82*(1), 34–55.

Sánchez-Ollero, J. L., García-Pozo, A., & Marchante-Mera, A. (2014). How does respect for the environment affect final prices in the hospitality sector? A hedonic pricing approach. *Cornell Hospitality Quarterly, 55*(1), 31–39. https://doi.org/10.1177/1938965513500709

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson.

Toader, V., Negruşa, A. L., Bode, O. R., & Rus, R. V. (2022). Analysis of price determinants in the case of Airbnb listings. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 35*(1), 2493–2509. https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.1962380

Tremblay, M.-A. (1957). The key informant technique: A nonethnographic application. *American Anthropologist, 59*(4), 688–701. https://doi.org/10.1525/aa.1957.59.4.02a00100

Turismo de Portugal. (2024). *Registo Nacional de Alojamento Local* [conjunto de dados]. Portal de Dados Abertos do Turismo de Portugal. https://dadosabertos.turismodeportugal.pt/datasets/estabelecimentos-de-alojamento-local

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science, 185*(4157), 1124–1131. https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124

Van Westendorp, P. H. (1976). NSS Price Sensitivity Meter (PSM): A new approach to study consumer perception of prices. In *Proceedings of the 29th ESOMAR Congress* (pp. 139–167). ESOMAR.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing, 68*(1), 1–17. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036

Wang, D., & Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management, 62*, 120–131. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007

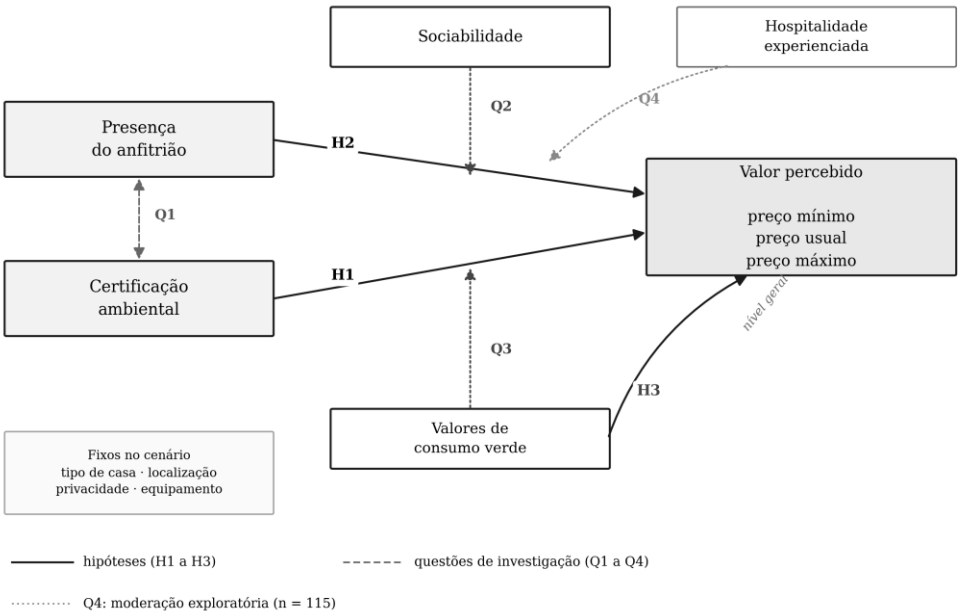
Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research, 26*(2), 349–370. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0

Whitehead, J. C., & Lew, D. K. (2020). Estimating recreation benefits through joint estimation of revealed and stated preference discrete choice data. *Empirical Economics, 58*(4), 2009–2029. https://doi.org/10.1007/s00181-019-01646-z

Wu, X., Han, X., & Moon, H. (2023). Host-guest interactions in peer-to-peer accommodation: Scale development and its influence on guests' value co-creation behaviors. *International Journal of Hospitality Management, 110*, 103447. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103447

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*(3), 2–22. https://doi.org/10.1177/002224298805200302

Anexo — Modelo conceptual



Todas as relações representadas foram estimadas. As de moderação assumem estatuto exploratório.

Anexo A — Levantamento da oferta de alojamento local no Peneda-Gerês

Unidades registadas na plataforma Airbnb em julho de 2026, para duas noites de um fim de semana de novembro e dois hóspedes, resultantes de um levantamento de carácter exploratório dos anúncios disponíveis nas condições indicadas em cada concelho. As designações comerciais foram omitidas. A classificação de cada atributo segue os critérios descritos na secção 3.2.

N.º	Concelho	Tipo de casa	Contacto com o anfitrião	Práticas ambientais	Equipamento	Tarifa (€/noite)
1	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	106,50
2	Terras de Bouro	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	106,00
3	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	104,00
4	Terras de Bouro	Construção moderna	Presença regular	Sem práticas	Completo	90,50
5	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Presença regular	Sem práticas	Completo	89,00
6	Terras de Bouro	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	88,50
7	Terras de Bouro	Construção moderna	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	88,00
8	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	87,50
9	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Presença regular	Com certificação	Completo	85,00
10	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	85,00
11	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Presença regular	Sem práticas	Completo	82,50
12	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	77,00
13	Terras de Bouro	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	76,50
14	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	72,50
15	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Presença regular	Com certificação	Completo	70,50
16	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	67,50
17	Terras de Bouro	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	65,00
18	Terras de Bouro	Construção moderna	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	63,00
19	Terras de Bouro	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Básico	62,00
20	Terras de Bouro	Construção moderna	Presença regular	Sem práticas	Completo	59,00
21	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	104,00
22	Arcos de Valdevez	Construção moderna	Entrada autónoma	Com certificação	Completo	95,00
23	Arcos de Valdevez	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	88,50
24	Arcos de Valdevez	Construção moderna	Entrada autónoma	Com certificação	Completo	85,50
25	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Básico	85,00
26	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	83,00
27	Arcos de Valdevez	Construção moderna	Acolhimento presencial	Com certificação	Básico	80,00
28	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	78,00
29	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	73,00
30	Arcos de Valdevez	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Completo	63,50
31	Ponte da Barca	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Com certificação	Completo	100,00
32	Ponte da Barca	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	82,50
33	Ponte da Barca	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	82,00
34	Ponte da Barca	Construção moderna	Presença regular	Sem práticas	Completo	76,50
35	Ponte da Barca	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	68,50
36	Ponte da Barca	Construção moderna	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	65,00
37	Ponte da Barca	Construção moderna	Entrada autónoma	Sem práticas	Básico	64,00
38	Ponte da Barca	Construção moderna	Presença regular	Sem práticas	Completo	62,50
39	Melgaço	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	115,50
40	Melgaço	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	113,00
41	Melgaço	Tradicional recuperada	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	109,00
42	Melgaço	Construção moderna	Entrada autónoma	Sem práticas	Completo	99,00
43	Melgaço	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	99,00
44	Melgaço	Tradicional recuperada	Acolhimento presencial	Sem práticas	Básico	86,00

Nota. N = 44. As unidades ordenam-se por concelho e, dentro de cada um, por tarifa decrescente.

FEP FACULDADE DE **ECONOMIA E GESTÃO**