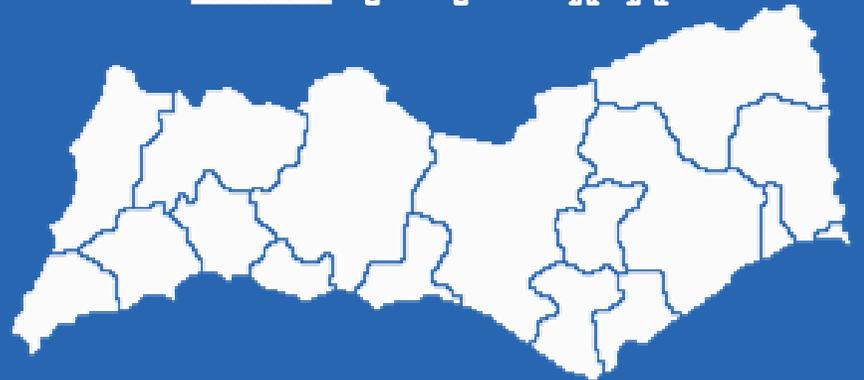


Alojamento Local no Algarve

Estudo e caracterização
aprofundada da realidade de
Proprietários, Alojamentos e
Hóspedes

Outubro 2019



Promotor



Executores



lifecooler

Wonderbox+

Co-financiamento



Alojamento Local no Algarve Índice

Sumário executivo	3
Metodologia	12
Universo e amostra realizada	14
Caracterização dos Proprietários	19
1. Tipologia de oferta	20
2. Estrutura de gestão	21
3. Especialização	24
4. Compromisso associativo	25
5. Contato	27
6. Investimento, retorno e expectativas	28
7. Desafios futuros	33
8. Tipologias de proprietários	37
Caracterização dos Alojamentos	40
1. Enquadramento	41
2. Acesso ao imóvel	42
3. Características da oferta	43
4. Gestão operacional	52
5. Posicionamento competitivo	53

Alojamento Local no Algarve Índice

6. Ocupação	55
7. Plataformas digitais	56
8. Ligação com a comunidade	59
9. Melhorias planeadas	61
10. Tipologias de alojamentos	62
Caracterização dos Hóspedes	66
1. Caracterização genérica	67
2. Motivações	69
3. Ocupação	71
4. Chegada ao alojamento	72
Síntese global comparativa	75
Ficha técnica	76

Alojamento Local no Algarve

Sumário executivo





A. PROPRIETÁRIOS

- **Os apartamentos (77,0%) e as moradias (21,3%) tendem a dominar a oferta da região** em termos de alojamento, de acordo com a amostra de 2.947 alojamentos registados, tendencialmente alinhados com a procura da rentabilização de património e aproveitamento de oportunidade comercial.
- **A gestão dos alojamentos encontra-se fragmentada com 57,3% dos proprietários a gerir apenas um alojamento.** O número médio de alojamentos geridos por pessoas coletivas é de **16,8, face aos 4,4 das pessoas singulares.**
- As empresas são 66,1% dos proprietários e gerem 88,1% dos alojamentos.
- Os proprietários individuais (33,9%) tendem a ser mais velhos (> 55 anos) e com um nível de habilitações intermédio ao nível do secundário, o que parece apontar para um fase de vida focada numa lógica de investimento e de consolidação financeira.
- **O turismo, e em particular, a gestão do alojamento local é a principal atividade e foco dos proprietários (61,5%),** quer individuais, quer coletivos, embora mais forte nestes últimos (68,9%).
- **24,3% dos alojamentos respondentes são de proprietários associados à AHRESP,** o que corresponde a cerca de 15,1% dos proprietários, quase todos pessoas coletivas (26,4% destas).
- 24,4% dos alojamentos estão associado a outras organizações, de cariz tendencialmente local (AHETA, ALEP, AIHSA), existindo uma baixa sobreposição associativa (14,4%).



A. PROPRIETÁRIOS

- **O desejo de rentabilização do imóvel e obtenção de rendimentos adicionais é, claramente, a motivação principal do proprietário (81,4%).**
- A grande maioria dos alojamentos (72,9%) teve um investimento realizado de até 10 mil euros, até ao momento da inquirição, mas verifica-se uma dispersão significativa nos investimentos acima – 17,4% dos alojamentos investiu 100 mil euros ou mais na operação e equipamento.
- O retorno esperado do investimento parece decorrer numa lógica de médio a longo prazo – 6,5 anos – sendo este prazo tendencialmente independente dos níveis de investimento inicial.
- **O elevado cumprimento (69,6%), ou mesmo superação das expetativas (23,5%) com a atividade leva a que, na quase totalidade dos alojamentos se queira continuar com a atividade: 98,9%.**
- **74,2% dos alojamentos irão receber, nos próximos 2 anos, um investimento de até 10 mil euros, sendo que 15,1% irá mesmo investir entre 50 e 100 mil euros.**
- **A crescente procura turística externa (85,7%), a par com a melhoria da perceção sobre Portugal (40,4%), é vista com otimismo e como as principais oportunidades para o mercado.**
- **A sazonalidade (77,6%) e os enquadramentos fiscal e regulamentar são as principais ameaças.**
- **Os proprietários sentem necessidade de serviços de apoio especializado no domínio fiscal-jurídico, formação e preparação comercial e de marketing, embora hajam vários grupos**
- Os empresários antecipam, na sua maioria, uma manutenção ou melhoria do cenário atual, nomeadamente nas subidas da taxa de ocupação e preço médio.



A. PROPRIETÁRIOS

- A análise de clusters permitiu identificar dois grandes grupos/segmentos de proprietários:
 - O **segmento "esperançosos"** é o maior (65,2%), é mais otimista e tende a concentrar todos os sócios da AHRESP, destacando-se 80,2% que enfatizam a procura da obtenção de rendimentos adicionais, o que poderemos inferir com sucesso pois 32,6% indica que as expetativas foram superadas. Os serviços mais valorizados são o aconselhamento fiscal (58,1%), formação (38,4%) e, em menor medida, aconselhamento comercial (24,4%).
 - O **segmento "pessimistas"** (34,8%) não sente as suas expetativas superadas e pede apoio e aconselhamento comercial para dinamizar (ainda mais) a sua atividade, pois apenas 10,9% indique as suas expetativas foram superadas, menos de metade do valor verificado para a amostra.



B. ALOJAMENTOS

- Os alojamentos tendem a ser geridos de forma coletiva e enquadrados numa estrutura de gestão tendencialmente mais profissional - 72% dos proprietários gere apenas até 5 alojamentos, o que representa cerca de 8,6% do número de alojamentos, com 91,4% a ser gerido pelos 28% de proprietários restantes, gerindo em média 38 unidades.
- **Apesar da elevada diversidade de tipologias e combinações, apartamentos para casais com filhos/famílias tendem a dominar a oferta. A situação mais comum (cerca de 40% alojamentos) é:**
 - Apartamento com capacidade para 4 pessoas;
 - 2 a 3 camas (incluindo sofá cama);
 - 1 a 2 quartos;
 - 1 a 2 casas de banho disponíveis.
- A maioria dos alojamentos encontrava-se desocupada ou era utilizada como casa de férias, sendo 24,3% eram utilizados como habitação permanente (6,2% estavam em arrendamento habitacional e 18,1% eram habitação própria dos proprietários).
- **54,0% dos alojamentos teve algumas obras de preparação e manutenção prévias à sua entrada no mercado do alojamento local**
- 62,6% dos alojamentos estão arrendados, na sua maioria especificamente para AL



B. ALOJAMENTOS

- A oferta dos alojamentos, em termos de espaços, parece ser bastante completa e assente na disponibilização de elementos para facilitação de vida comunitária:
 - Cozinha completa para hóspedes (86,1%);
 - Jardim ou terraço (75,2%);
 - Estacionamento facilitado, quer próprio do alojamento (54,3%), quer facilitado nas proximidades (60,6%).
- A acessibilidade a hóspedes com mobilidade reduzida apenas está presente em 3,3% dos alojamentos. Alojamentos estão bem equipados com equipamentos de entretenimento, conforto, limpeza e higiene, com 64,9% a disponibilizar piscina também
- Oferta menos intensa de serviços complementares, sobretudo aconselhamento turístico personalizado e transferes, com apenas 12,5% a oferecer um kit de boas vindas
- **Os donos dos alojamentos tentam minimizar potenciais riscos, proibindo animais (69,0%), fumadores (40,4%) e exigindo valores mínimos de reserva (noites e/ou pagamentos)**
- **78,2% dos alojamentos solicita um sinal na reserva** (cerca de 30%) e a liquidação do remanescente no início da estadia.
- **As empresas especializadas em gestão do AL e em áreas técnicas dominam a realidade da operação diária do AL na região, servindo cerca de 75% dos alojamentos.**



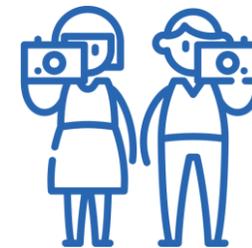
B. ALOJAMENTOS

- **A diferenciação dos alojamentos tende a basear-se numa experiência diferenciadora** (concretizada sobretudo na qualidade nas instalações e equipamentos), **preço e sua localização privilegiada.**
- **Grande amplitude e variação de preços entre as épocas baixa e alta com preços médios anuais em torno dos 80 a 119 euros/noite.** Os valores aumentam substancialmente na época alta: 68,5% dos alojamentos cobra mais de 120 euros/noite e 29,5% cobra mais de 180 euros.
- **Taxas de ocupação médias anuais muito positivas, com 68,8% dos alojamentos com taxas de ocupação média anual superior a 50%.** Forte recetividade e atratividade da região **fora da época baixa**, sendo de destacar as elevadas taxas de ocupação na época alta - 62,9% com taxas entre 70% e 90% e 18,5% com taxas superiores a 90%.
- As plataformas digitais para encontro e gestão das reservas representam 77,2% das reservas do alojamento, por oposição a 22,8% de reservas diretas, destacando-se Booking (36,4%), AirBnb (11,4%) e Expedia (9,2%),.
- **A vizinhança parece ter uma opinião francamente positiva da convivência com a unidade de alojamento local: opinião positiva ou muito positiva em 81,4% dos alojamentos.**
- Potenciais problemas apontados no espaço público com impacto tendencialmente baixo no alojamento local, em torno da falta de promoção específica da região do Algarve e manutenção e cuidado dos espaços em elementos como limpeza, segurança, ruído e acessibilidades.
- 46,1% dos alojamento vão ter algum tipo de melhorias, nomeadamente ao nível de atualização e pequenas melhorias como equipamentos (39,3%) e decoração (28,7%).



B. ALOJAMENTOS

- A realização de uma análise de clusters permitiu a identificação de 3 grupos/segmentos em torno da oferta de alojamentos, organizados em função do perfil de hóspedes (famílias, casais, com crianças, etc.) e da taxa de reserva média ao longo do ano:
 - Os **alojamentos familiares** (49,9%) tem uma visão muito positiva da atividade e seu futuro, não obstante menores taxas de reserva, encontrando-se aqui a maioria dos associados da AHRESP. Entre os fatores de seleção do alojamento, emergem com maior importância relativa, a sua capacidade em termos de pessoas que podem albergar, bem como a posse de equipamentos como cozinha e outros elementos facilitadores da vida familiar. O preço, apesar de menos importante do que para a média da amostra, é percebido como relevante para 57,6% dos alojamentos.
 - Os **alojamentos para casais** (42,5%) são apartamentos tendencialmente mais pequenos que combinam localização e preço, conduzindo a taxas de ocupação mais elevadas. Destacam-se particularmente pelo peso dos casais nas reservas (47,5% do total) e pela menor presença de crianças. Os hóspedes destes alojamentos tendem a privilegiar fatores como a localização (60,9%) e, sobretudo, o preço (72,8%) na sua escolha
 - Os **alojamentos para grupos** (7,7%) representam uma alternativa competitiva para quem procura preço e localização, com menor oferta de comodidades e serviços. Apresentam a maior indiferença face à opinião da vizinhança. Talvez por um maior investimento inicial entre 10 e 50 mil euros, se mostrem com uma visão mais negativa da evolução da procura e preço, manifestada também numa expectativa de redução da taxa de ocupação

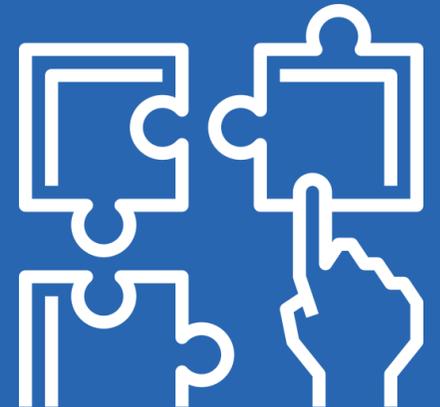


C. HÓSPEDES

- Inglaterra, Portugal e França tendem a ser os destinos emissores mais relevantes na generalidade dos alojamentos, sendo de destacar o peso das duas primeiras nas reservas.
- Uma chamada de atenção deve ser feita para os hóspedes de nacionalidade brasileira pois, apesar de apenas terem sido referenciados como presentes em 40,2% dos alojamentos, eles são significativamente importantes para as unidades que os acolhem.
- **O alojamento local parece ser uma opção muito apelativa para famílias (57,7%), particularmente com crianças (presente em 55,2% das reservas), compreendendo-se assim uma idade média dos hóspedes (excluindo crianças) entre 40 e 50 anos, sobretudo.**
- **Preço e localização são os principais motivadores, com as *reviews* a fazerem uma pré-seleção comparativa.** Importância dos hóspedes regulares e recomendações próximas para a escolha do alojamento regular, particularmente no caso de grupos maiores e jovens.
- A atratividade do AL no Algarve parece basear-se numa combinação virtuosa de localização, acessibilidade e competitividade da relação qualidade/preço face aos serviços disponíveis na região e seu clima.
- **A taxa média de ocupação cresce sustentadamente, quase dobrando ao final de 5 anos, para um valor de 65,1%, sendo este crescimento tendencialmente validado (e antecipado) pelos alojamentos mais recentemente registados.**
- O automóvel, principalmente o alugado, é o principal meio utilizado para chegar ao alojamento e para deslocação na região, sendo o AL encontrado e acedido com facilidade.

Alojamento Local no Algarve

Metodologia



Questionário quantitativo pela internet com amostragem probabilística para assegurar representatividade e validade dos resultados

A metodologia prosseguida no presente estudo procurou seguir idêntico esforço realizado aquando da realização de estudos e inquirições similares neste âmbito, nomeadamente para o impacto do alojamento local nas zonas metropolitanas de Lisboa e Porto.

O estudo decorreu durante 10 semanas, durante os meses de Maio, Junho e Julho, tendo sido abordados todos os elementos do universo considerado a cujos contactos válidos foi possível aceder, sendo o trabalho de campo realizado pela **Sítios**.

Os membros do universo foram abordados por email e telefone e solicitados a responder, por alojamento, a um **conjunto de questões em suporte eletrónico** que foram posteriormente validadas em termos de coerência e consistência, sendo analisadas com recurso ao **software de análise estatística IBM SPSS 26**.

O erro amostral máximo associado ao estudo é de $\pm 1,72\%$ para um intervalo de confiança de 95%.

**Erro amostral
máximo**

**$\pm 1,72\%$
para um
IC de 95%**

Alojamento Local no Algarve

Universo e amostra
realizada



Alojamento Local no Algarve Universo e amostra realizada

Amostra muito significativa robustece os resultados apresentados sobre a realidade algarvia

Com o objetivo de obter a caracterização, extensiva e aprofundada, da realidade do alojamento local, foi tomado como ponto de partida para a definição do universo, a totalidade dos alojamentos registados no RNAL na região, à data de Janeiro, num número de 29.969 registos.

A contínua pesquisa de contactos alternativos da base existente e a procura de novos contactos em outros sites permitiu-nos aumentar quer o número de registos do universo para **31.667 registos à altura do início do trabalho de campo**.

Devido à limitação da utilização de dados considerados como pessoais à luz do RGPD, ainda que disponíveis no RNAL, bem como à não disponibilidade de contatos válidos de uma parte substancial dos AL's da região do Algarve, o universo efetivo de possível contato foi de **9.372 alojamentos** (29,6% do universo inicial).

A organização do trabalho de campo e adequada abordagem aos proprietários e gestores do alojamento permitiu a recolha de respostas sobre **2.947 alojamentos**, correspondente a **31,4%** do universo possível de contato, o que entendemos, ser sinal de sucesso e de recetividade, especialmente tendo em conta a menor disponibilidade dos respondentes numa época alta para a atividade de alojamento local.

Amostra

2.947
alojamentos

233
proprietários
(entidades)

Alojamento Local no Algarve Universo e amostra realizada

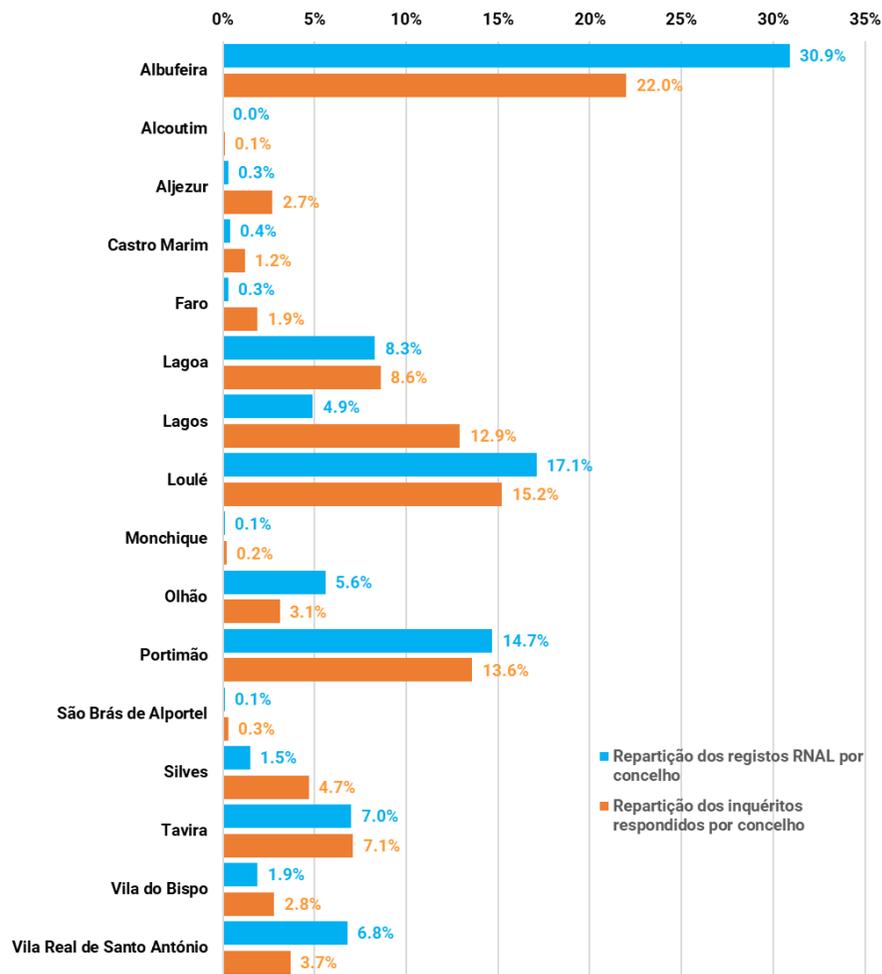
A repartição geográfica da amostra tende a seguir a repartição dos registos RNAL por concelho

A análise dos concelhos de localização dos alojamentos respondentes permite verificar uma repartição tendencialmente alinhada com a dispersão que se verifica com a análise dos dados RNAL, o que é muito satisfatório.

Destaque apenas para um peso relativo menor de Albufeira, o que permitiu repartir alguns questionários por outros concelhos, nomeadamente Lagos, Aljezur e Castro Marim, reduzindo assim potencial foco de enviesamento opinativo.

Figura 1

Repartição, por concelho, dos registos RNAL e dos alojamentos respondentes



Alojamento Local no Algarve

Caracterização dos
Proprietários



Alojamento Local no Algarve Proprietários



1. TIPOLOGIA DE OFERTA

**Apartamentos (77,0%) e moradias (21,3%)
dominam a oferta da região**

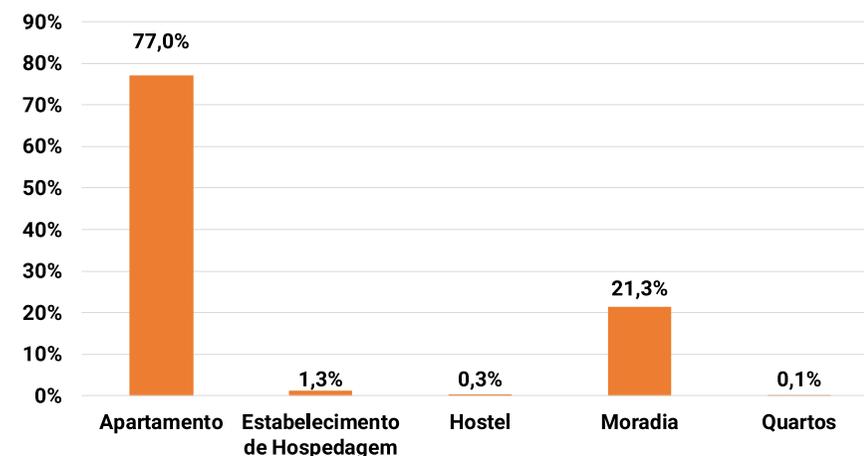
A região do Algarve, em termos de tipologia da unidades disponibilizadas, revela um peso muito elevado dos apartamentos (77,0%), sendo secundados pelas moradias (21,3%).

Esta constatação parece apontar para uma lógica de rentabilização de património e aproveitamento de oportunidade comercial, pois parecem ser reduzidos as situações de reconversão comercial relacionadas com residenciais, *hostels* e/ou outros estabelecimentos similares.

Apenas se verificaram respostas de 9 *hostels* e 38 estabelecimentos de hospedagem, o que representa cerca de 1,6% da base amostral.

Figura 3

Tipologias de alojamento local respondentes



Alojamento Local no Algarve Proprietários



2. ESTRUTURA DE GESTÃO

A gestão do AL encontra-se fragmentada com 57,3% dos proprietários a gerir apenas 1 unidade

Os questionários respeitantes à realidade de 2.947 unidades de alojamento local permitiram obter as respostas de 233 proprietários.

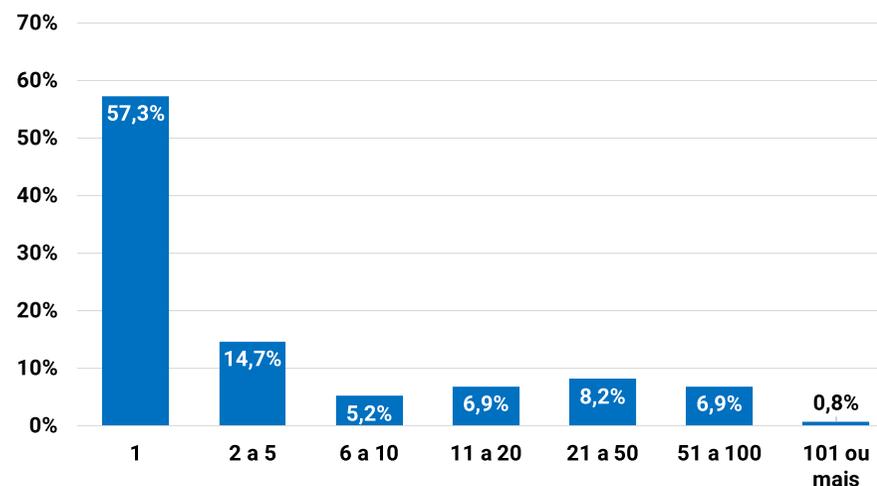
A grande maioria (57,3%) dos proprietários apenas tem uma unidade sob gestão, sendo que 14,7% tem de 2 a 5 unidades, o que parece apontar uma certa fragmentação e dispersão da realidade.

Não obstante tal, verifica-se um elevado nível de profissionalização e obtenção de economias de escala, pois 28,0% gere mais de 5 alojamentos, sendo estes, na sua quase totalidade pessoas coletivas.

O número médio de unidades exploradas por pessoas coletivas é de 16,8, face aos 4,4 das pessoas singulares.

Figura 4

Distribuição do número de alojamentos sobre gestão



Alojamento Local no Algarve Proprietários



2. ESTRUTURA DE GESTÃO

As empresas são 66,1% dos proprietários e gerem 88,1% dos alojamentos

As pessoas coletivas são a figura mais comum enquanto proprietário de alojamentos (66,1%), estando em controle de 88,1% dos alojamentos inquiridos.

Os proprietários individuais (33,9%) gerem cerca de 4,6 unidades (valor médio), enquanto as pessoas coletivas tendem a gerir quase 17 alojamentos (16,7%), como antes referido, embora seja relevante referir que o número de camas por alojamento seja superior naqueles geridos por pessoas individuais – 4,1 camas versus 3,5 camas.

As diferenças em termos de capacidade máxima dos alojamentos tendem a não ser significativas, pois a média de capacidade por alojamento tende a ser muito similar, embora superior nos alojamentos detidos por pessoas individuais: 5,3 pessoas versus 4,6 pessoas nos alojamentos sob gestão de pessoas coletivas.

Figura 5a

Distribuição dos proprietários por tipo de pessoa

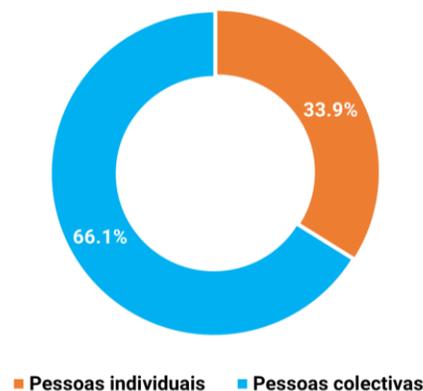
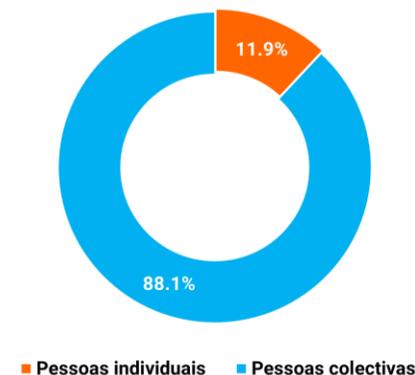


Figura 5b

Distribuição dos alojamentos por tipo de pessoa sob gestão



Alojamento Local no Algarve Proprietários



2. ESTRUTURA DE GESTÃO

Os proprietários individuais tendem a ser mais velhos e com um nível de habilitações intermédio

Os proprietários individuais (33,9%) apresentam uma dispersão etária bastante significativa, embora seja de destacar uma presença crescente de proprietários de faixas etárias mais velhas, o que poderá indiciar a prossecução da atividade de alojamento local numa lógica de investimento e uma fase de consolidação financeira.

O ensino secundário completo é o nível de habilitação mais referido (55,4%) de entre os inquiridos individuais, apesar de uma penetração bastante relevante dos proprietários com estudos superiores.

Figura 6a

Distribuição dos alojamentos por faixa etária dos proprietários individuais

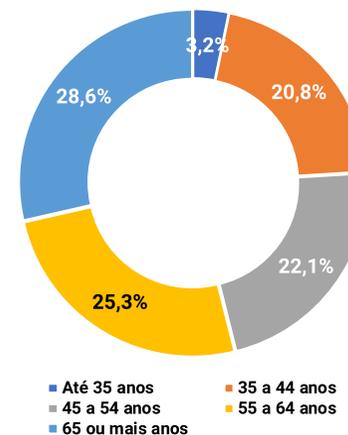
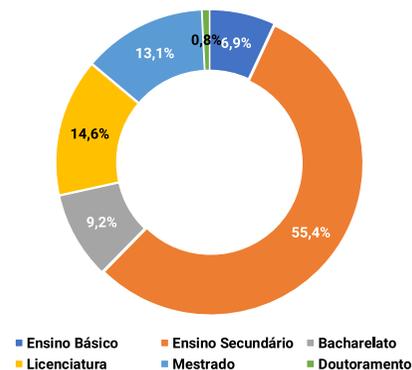


Figura 6b

Distribuição dos proprietários (individuais) por nível de habilitações



Base: total de proprietários individuais

Alojamento Local no Algarve Proprietários



3. ESPECIALIZAÇÃO

O turismo, e em particular, a gestão do alojamento local é a principal atividade e foco dos proprietários

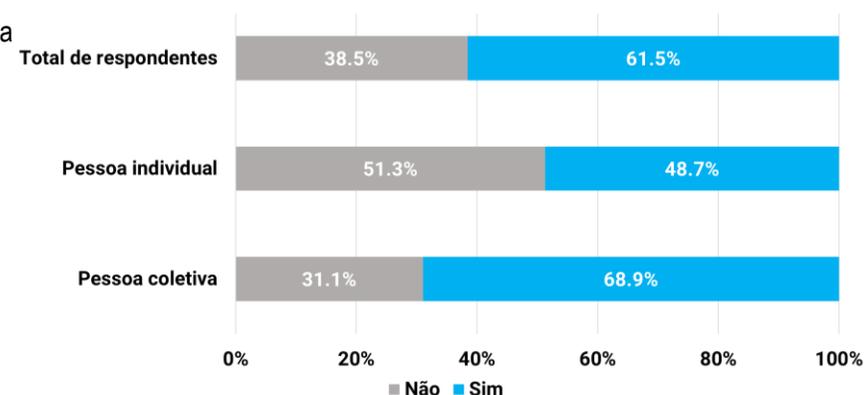
Mais de metade dos proprietários (61,5%) dedica-se ao turismo e, em particular, à gestão do alojamento local como principal ocupação e atividade económica, embora tal seja maior entre as entidades coletivas.

Tal parece atestar o grau de profissionalismo e de foco na área, sendo que o número de alojamentos sob responsabilidade daqueles que têm a gestão do AL como atividade principal atinge valores próximos de 80%.

A título individual é que se tende a verificar uma menor dedicação e dependência económica dos envolvidos – 51,3% tem outra atividade económica como principal.

Figura 7

Gestão do Alojamento Local como principal atividade económica



Alojamento Local no Algarve Proprietários



4. COMPROMISSO ASSOCIATIVO

23,4% dos alojamentos estão associados à AHRESP, mas a adesão é inexpressiva junto das pessoas individuais

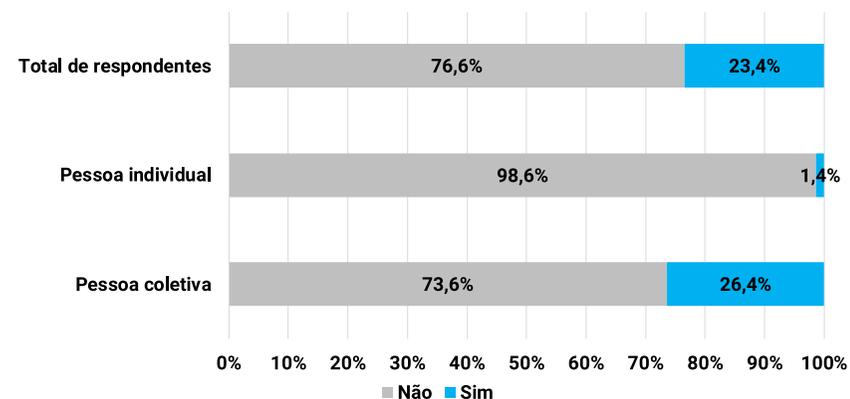
23,4% dos alojamentos respondentes são de proprietários associados à AHRESP, o que corresponde a cerca de 15,1% dos proprietários.

Verifica-se também uma assimetria no esforço associativo analisando as realidades das pessoas individuais e coletivas – de facto, o peso dos alojamentos de associados AHRESP é quase todo devido aos alojamentos detidos por pessoa coletiva – 26,4% do total de alojamentos sob gestão.

Tal traduz-se num peso muito reduzido (1,4%) dos alojamentos sob gestão de associados AHRESP a nível individual, o que poderá representar uma oportunidade e potencial a ser explorado.



Figura 8
Sócio da AHRESP (em número de alojamentos sob gestão)



Alojamento Local no Algarve Proprietários



4. COMPROMISSO ASSOCIATIVO

24,4% dos alojamentos estão associado a outras organizações, de cariz local, existindo uma baixa sobreposição associativa (15,2%)

O número de alojamentos associados à AHRESP (23,4%), é muito semelhante àqueles sobre gestão de proprietários filiados noutra associação (24,4%), sendo que representam 21,2% dos proprietários.

As associações mais referidas são, por ordem de alojamentos associados, a AHETA (11,3%), ALEP (7,0%) AIHSA (6,6%) e NALLE (0,1%).

Sobre a associação à ALEP, o número de associados é de cerca de 12% dos respondentes, embora apenas representem 7% dos alojamentos.

O nível de sobreposição associativa entre a AHRESP e outras associações é baixo: apenas 15,2% dos alojamentos de associados da AHRESP, também estavam associados a outras associações de AL.

Figura 9a

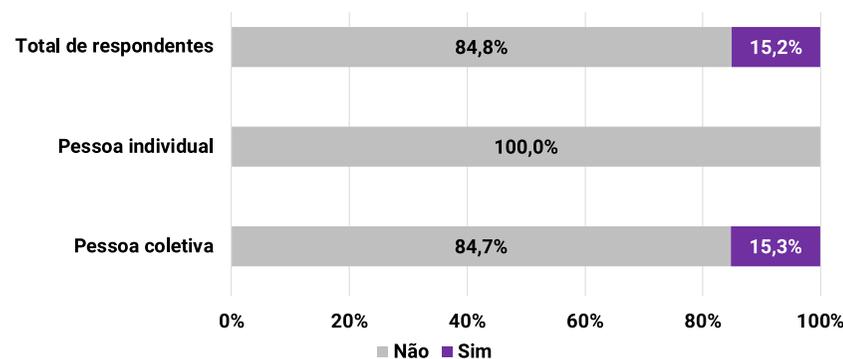
Sócio de outra associação de Alojamento Local (em número de alojamentos sob gestão)



Base: total de alojamentos

Figura 9b

Sócios da AHRESP pertencentes a outra associação de Alojamento Local (em número de alojamentos sob gestão)



Base: total de alojamentos sob gestão de sócios AHRESP

Alojamento Local no Algarve Proprietários



5. CONTATO

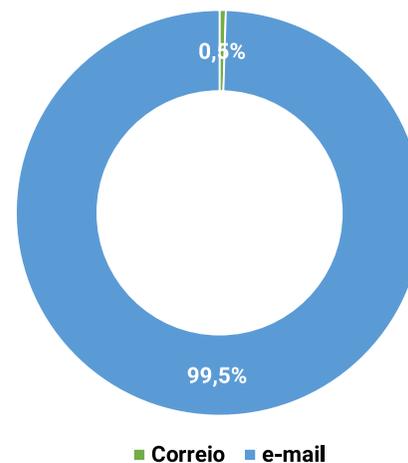
O email é o meio de contato preferencial para a (quase) totalidade da amostra

O e-mail é, esmagadoramente, o meio de contato preferencial para assuntos relacionados com o alojamento local.

Tal parece facilitar os contatos, mas também apresenta particulares desafios sobre a forma como os emissores dos emails se podem destacar num meio tendencialmente saturado.

Figura 10

Preferência de contato sobre assuntos relacionados com o AL



Alojamento Local no Algarve Proprietários



6. INVESTIMENTO, RETORNO E EXPETATIVAS

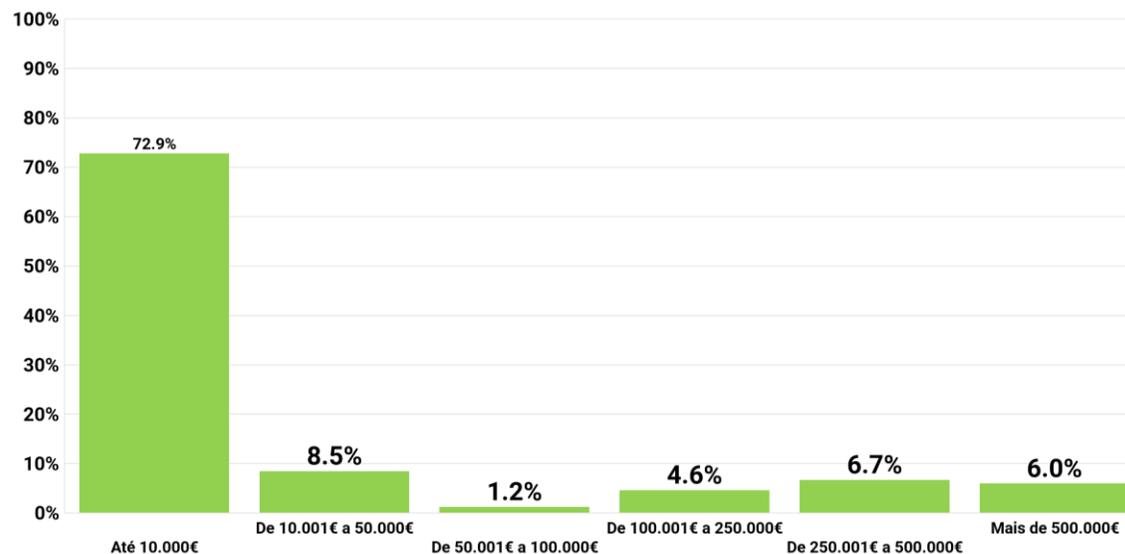
A grande maioria dos alojamentos (72,9%) teve um investimento de até 10 mil euros, apenas

Quase três quartos dos alojamentos implicaram um investimento de até 10 mil euros na sua preparação e equipamento para a afetação à atividade de alojamento local.

No entanto, verifica-se que existe alguma assimetria, eventualmente devido a uma aposta num segmento superior, com 17,4% dos alojamentos a investir 100 mil euros ou mais na operação e equipamento o que, naturalmente, condicionará as expetativas de tempos de retorno.

Figura 11

Investimento realizado na unidade de Alojamento Local até ao momento



Base: total de alojamentos

Alojamento Local no Algarve Proprietários



6. INVESTIMENTO, RETORNO E EXPETATIVAS

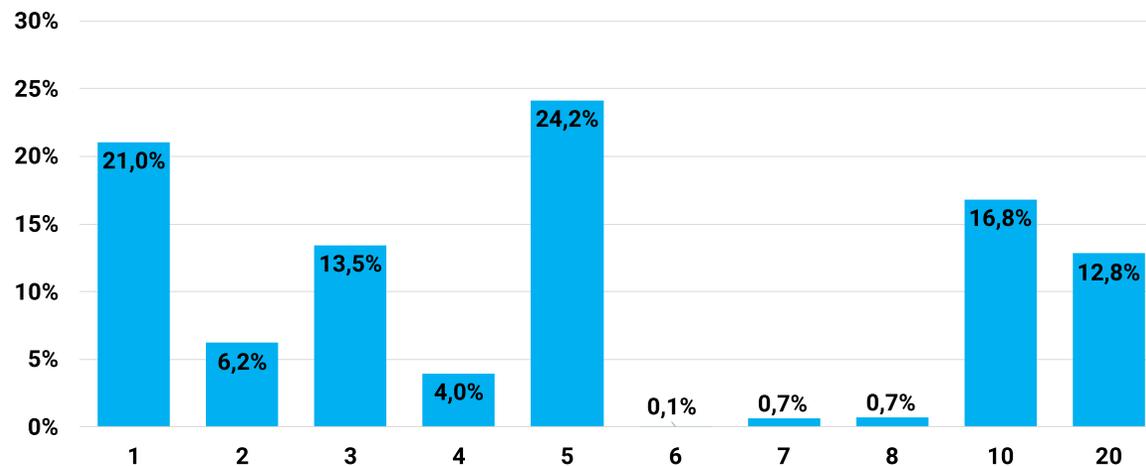
O retorno esperado do investimento parece decorrer numa lógica de médio a longo prazo – 6,5 anos

O tempo médio antecipado para a recuperação do investimento é de cerca de 6,47 anos, o que parece indicar que os respondentes consideram o investimento, apesar de tendencialmente menor, como um compromisso de médio e longo prazo. De notar que 27,2% não conseguiu indicar um tempo de retorno.

As expectativas de retorno são, no entanto, algo divergentes e independentes do montante investido excluindo a aquisição, com um grupo de alojamentos (21,0%) que indica um rápido retorno (a 1 ano), enquanto outros estimam a um prazo de 5 anos (24,2%), enquanto 29,7% indica expectativas de retorno em 10 ou mais anos, num horizonte de retorno mais alargado.

Figura 12

Estimativa do número de anos necessário à recuperação do investimento



Alojamento Local no Algarve Proprietários



6. INVESTIMENTO, RETORNO E EXPETATIVAS

O elevado cumprimento (69,6%), ou mesmo superação das expetativas (23,5%) com a atividade leva a quase totalidade dos alojamentos a querer continuar com a atividade.

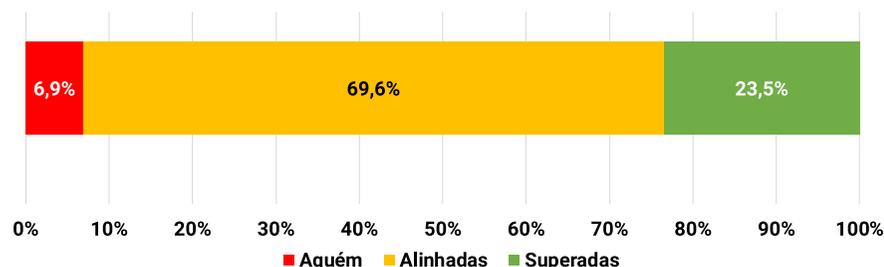
As expetativas dos proprietários dos alojamentos estão bastante alinhadas com a realidade, sendo que 69,6% considera-as alinhadas e 23,5%, mesmo como superadas.

De fato, tal parece indiciar um forte grau de maturidade e adequada abordagem à realidade e conhecimento das potenciais dificuldades da gestão do Alojamento Local, com apenas 6,9% a reportar que a realidade ficou aquém das suas expetativas.

Assim, se compreende a elevadíssima percentagem de proprietários que desejam continuar a atividade em 98,9% dos alojamentos por si detidos.

Figura 13a

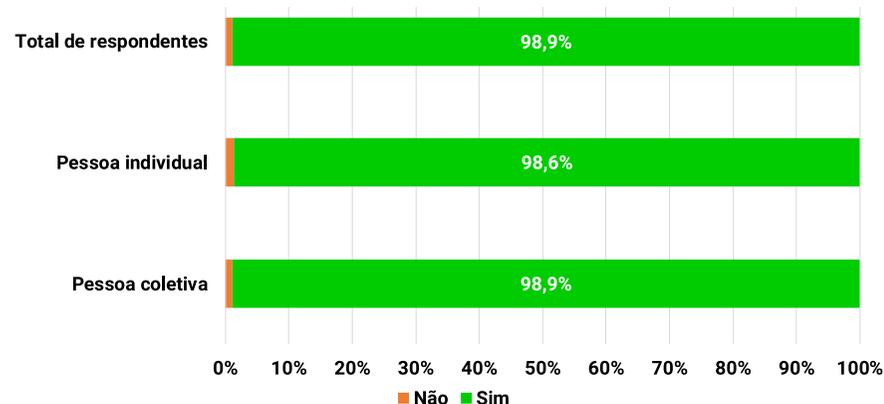
Cumprimento das expetativas do proprietário



Base: total de alojamentos

Figura 13b

Intenção de continuar com a atividade de Alojamento Local



Base: total de alojamentos

Alojamento Local no Algarve Proprietários



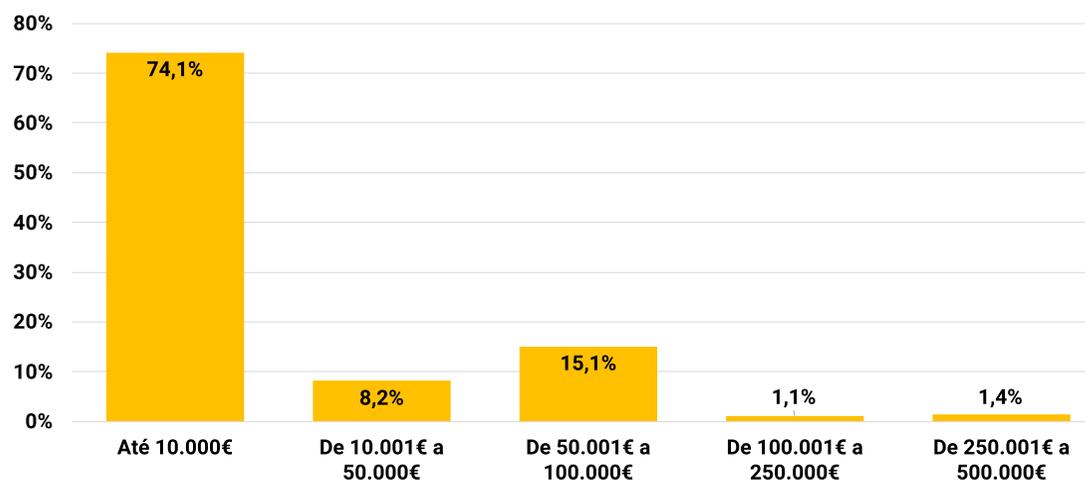
6. INVESTIMENTO, RETORNO E EXPETATIVAS

74,2% dos alojamentos irão receber, nos próximos 2 anos, um investimento de até 10 mil euros

O compromisso com a manutenção e introdução de melhorias nas unidades de alojamento local conduzirá a um investimento de até 10 mil euros nos próximos dois anos em quase três quartos dos alojamentos (74,1%), sendo que 15,1% irá mesmo investir entre 50 e 100 mil euros.

Estes resultados parecem apontar para uma compreensão das exigências de atualização, manutenção e renovação inerentes à atividade corrente do alojamento local, bem como à sua (ainda maior) valorização.

Figura 14
Investimento previsto para os próximos 2 anos



Alojamento Local no Algarve Proprietários



6. INVESTIMENTO, RETORNO E EXPETATIVAS

O desejo de rentabilização do imóvel e obtenção de rendimentos adicionais é, claramente, a motivação principal do proprietário

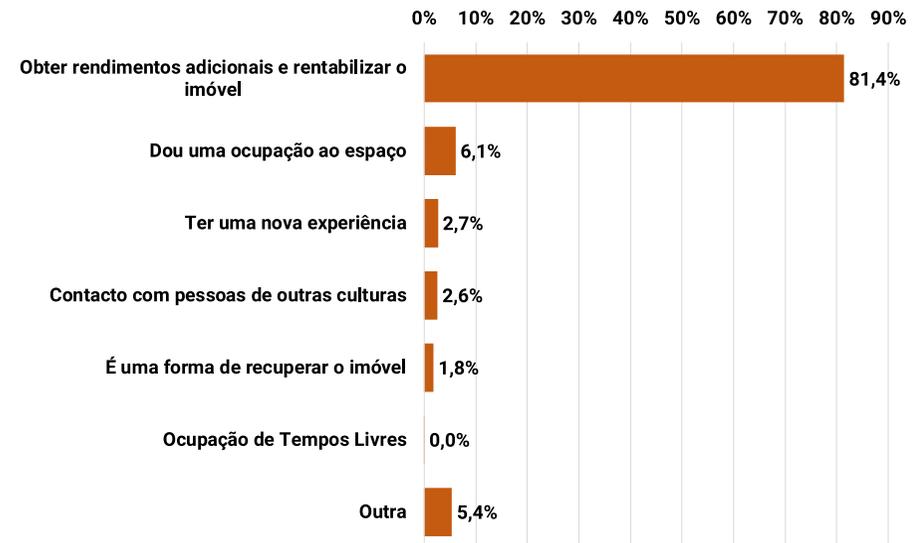
As motivações de base económica parecem estar na base dos interesses e motivação dos proprietários de 81,4% dos alojamentos que desejam obter rendimentos adicionais e rentabilizar o imóvel.

De fato, e transversalmente à natureza da pessoa exploradora do alojamento local, as motivações económicas prevalecem com 6,1% a também referir que é uma forma de dar uma ocupação ao imóvel.

As motivação de base social, cultural e antropológica tendem a ser citadas de forma residual e em concomitância com as de natureza económica.

Figura 15

Principais motivações enquanto proprietário de Alojamento Local





7. DESAFIOS FUTUROS

A crescente procura turística externa, a par com a melhoria da perceção sobre Portugal, é vista com otimismo e como oportunidade para o mercado

As expetativas para com o futuro da atividade parecem bastante positivas na ótica dos proprietários, o que se encontra alinhado e suporta as intenções de investimento e de persistência na atividade.

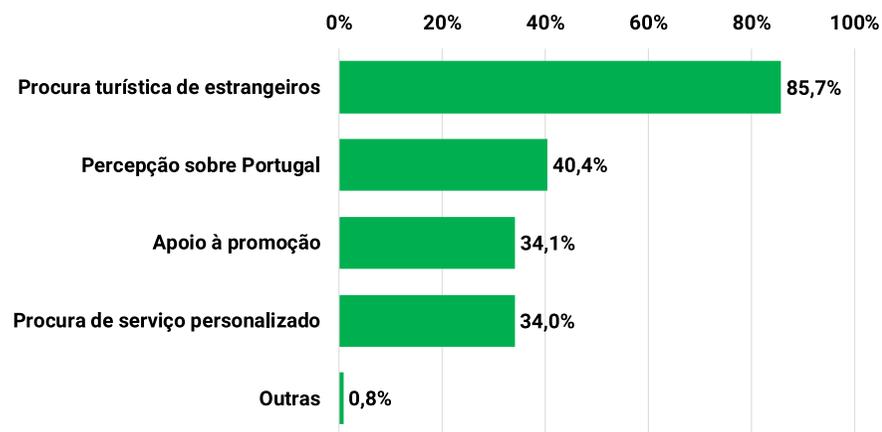
A oportunidade e perceção mais claramente partilhada é a procura turística continuada e crescente por parte de estrangeiros (85,7%), potenciada por uma melhoria externa da perceção de Portugal enquanto destino turístico no seu global.

Nota para 34,1% que refere que existe um potencial de apoio à promoção, o que parece indicar alguma expetativa neste âmbito.

As principais oportunidades parecem, assim, situar-se no mercado externo, embora seja de referir a existência de potencial diferenciação por oferta de serviço personalizado em 34,0% da oferta.

Figura 16

Principais oportunidades percecionadas para a atividade





7. DESAFIOS FUTUROS

A sazonalidade e os enquadramentos fiscal e regulamentar são as principais ameaças percecionadas

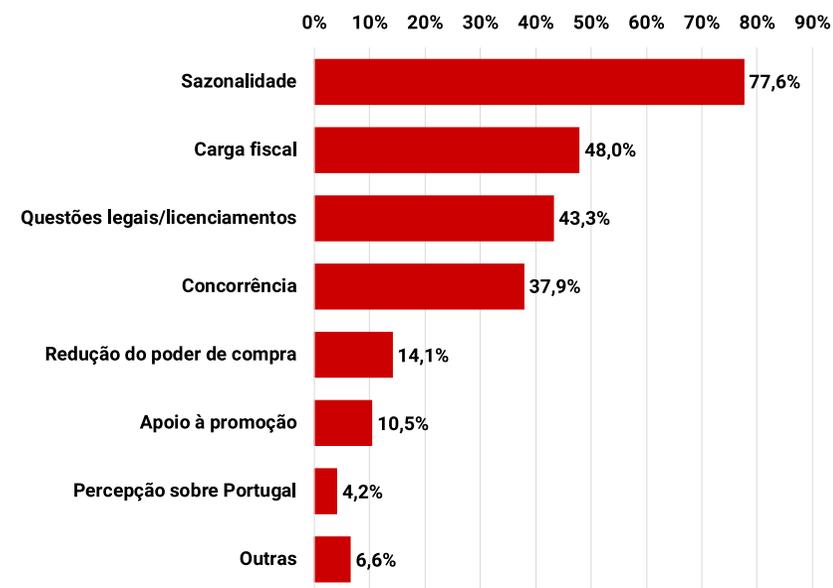
De forma inversa, e apesar de alguma redução da sazonalidade na região, esta continua a ser a principal ameaça à atividade (77,6%), sendo de destacar nos fatores de natureza competitiva, também a ameaça da concorrência com 37,9% de referências.

Num segundo grupo de ameaças, encontramos as condicionantes relacionadas com o enquadramento fiscal (48,0%) e regulamentar (43,3%), com forte impacto.

De referir que no grupo de “Outras”, duas emergem particularmente – o decréscimo potencial do mercado britânico via Brexit e o custo refletido nas faturas da água.

Figura 17

Principais ameaças percecionadas à atividade



7. DESAFIOS FUTUROS

Os proprietários sentem necessidade de serviços de apoio especializado no domínio fiscal-jurídico, formação e preparação comercial e de marketing

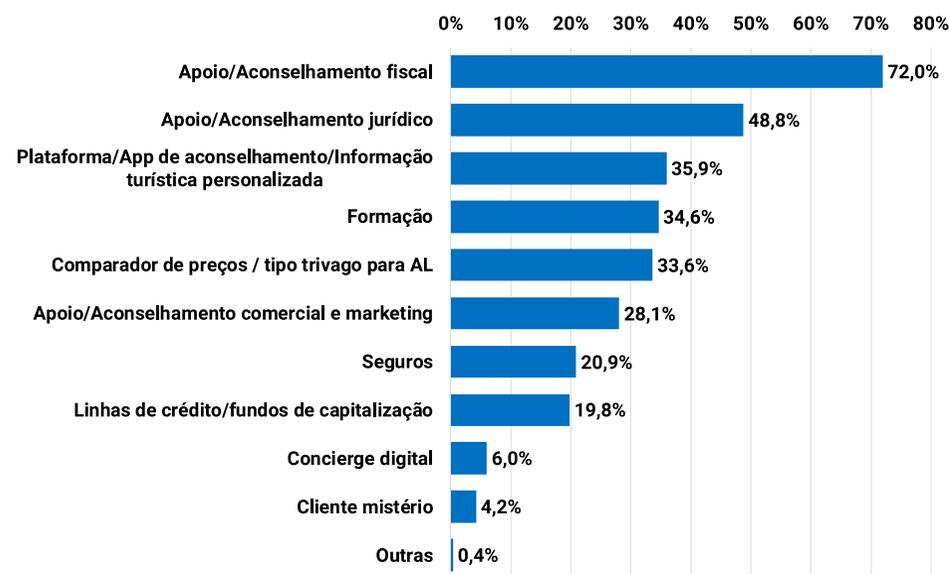
Os proprietários indicam ter necessidade de ter apoio com as questões legais, nomeadamente de âmbito fiscal (72,0%) e jurídicas (48,8%), colocando-as num primeiro plano.

Os restantes serviços tidos como necessários parecem organizar-se em torno de outros três eixos:

- Formação e preparação comercial e de marketing;
- Presença digital e aconselhamento personalizado;
- Otimização operacional, nomeadamente em termos de seguros, condições de financiamento e acompanhamento dos níveis de serviço.

Figura 18

Serviços sentidos como mais necessários



Alojamento Local no Algarve Proprietários



7. DESAFIOS FUTUROS

Os empresários antecipam, na sua maioria, uma manutenção ou melhoria do cenário atual

Os proprietários tendem a avaliar positivamente o futuro, mas quando inquiridos diretamente sobre as suas expetativas em vários indicadores de atividade, tendem a ser mais prudentes.

Os indicadores relacionados com a procura - evolução e taxa de ocupação, principalmente - apresentam um valor em torno de 2,9, o que parece ser francamente positivo, pois é acompanhado um valor de 2,93 sobre o preço médio, o que parece indicar que, apesar da concorrência, não se antecipa uma concorrência pelo preço com degradação do preço médio.

As expetativas não são tão positivas para a rentabilidade, eventualmente por estimativa de algum aumento de custos e oferta de serviços diferenciadores adicionais.

Figura 19a

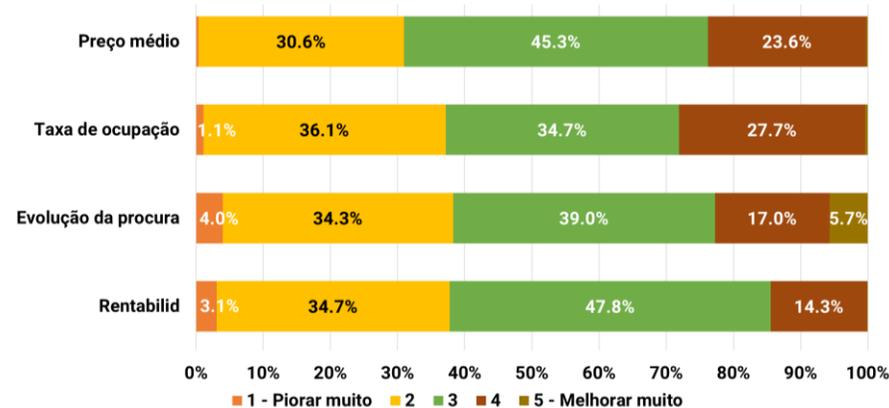
Antecipação e expetativa de cenários futuros (média)



Base: total de alojamentos

Figura 19b

Antecipação e expetativa de cenários futuros (média)



Base: total de alojamentos



8. TIPOLOGIAS DE PROPRIETÁRIOS

A natureza da visão, otimista ou pessimista, é o principal determinante na constituição dos 2 segmentos emergentes de proprietários

A análise do perfil dos proprietários foi sujeita a uma categorização por realização de uma análise de clusters com o objetivo de aprofundar o conhecimento dos mesmos e detetar os principais traços distintivos dentro da amostra realizada. Para tal foi realizada, numa primeira fase, uma análise de clusters hierárquica pelo método de Ward para definição do número ótimo de grupos, tendo-se posteriormente aplicado um método de agrupamento não supervisionado *k-means* após normalização *z-scores*.

Os resultados permitiram verificar a **existência de dois grupos de proprietários** que estão separados, sobretudo, pela sua perceção **da evolução e construção de cenários futuros**, em particular da **rentabilidade associada ao negócio e evolução da procura** num primeiro nível, secundados depois pela antecipação da evolução da taxa de ocupação e do preço médio.

Adicionalmente, foram verificadas também as expectativas e a perceção da envolvente ao nível de ameaças e oportunidades, mas que não se revelaram tão discriminantes.

Os dois cluster de proprietários distinguem-se particularmente pela auto motivação no desenvolvimento da atividade de alojamento local: enquanto uma maioria de **65,2% se constitui como os “esperançosos”**, partilhando de uma **visão mais positiva do futuro – média de 3,26** – sendo que os restantes, com uma avaliação média de 2,11, são tidos como os “pessimistas”.

Os dois grupos gerados serão analisados nas páginas quanto às suas expectativas e outros fatores que os diferenciam como sejam a associação à AHRESP.

Alojamento Local no Algarve Proprietários



8. TIPOLOGIAS DE PROPRIETÁRIOS

O segmento "esperançosos" é o maior (65,2%) e é mais otimista e tende a concentrar todos os sócios da AHRESP

O segmento mais otimista distingue-se sobretudo pela sua postura comportamental. Este grupo é particularmente consistente em termos motivacionais ao AL com **80,2% a enfatizar a componente económica por via da obtenção de rendimentos adicionais e rentabilização do imóvel.**

Sem diferenças significativas face à média da amostra em termos de peso dos proprietários individuais e tipo empresa, este grupo tende a **concentrar a quase totalidade dos sócios AHRESP** e apresentar-se de **forma mais contente e satisfeita** – 32,6% declara que as suas expetativas foram superadas.

Este grupo verifica, no entanto, **ameaças mais intensas por via da carga administrativa e burocrática do Estado** para obtenção das necessárias licenças e apoio (questões legais), antecipando eventual **aumento da carga fiscal**. Por outro lado, e de forma dominante, o **otimismo fortalece-se devido à perceção da sustentação da procura turística estrangeira** (75,6%) que, a par, com a dinamização de perceção sobre Portugal (44,2%) e apoio à promoção turística (17,4%).

Os serviços mais valorizados são o **aconselhamento fiscal** (58,1%), **formação** (38,4%) e, em menor medida, **aconselhamento comercial** (24,4%).



Alojamento Local no Algarve Proprietários



8. TIPOLOGIAS DE PROPRIETÁRIOS

O segmento "pessimistas" (34,8%) não sente as suas expetativas superadas e pede apoio e aconselhamento comercial para dinamizar (ainda mais) a sua atividade.

O segmento "pessimistas" tem uma **visão tendencialmente negativa da evolução futura dos cenários**, manifestando um menor entusiasmo e não cumprimento das expetativas nas razões que os levaram à abertura de AL.

De fato, apesar de **54,3% referir a obtenção de rendimentos como motivo principal, verifica-se que são a procura do contato com outras culturas e a otimização da ocupação do estado os principais motivadores.**

Assim se compreende melhor que **apenas 10,9% indique as suas expetativas foram superadas**, menos de metade do valor verificado para a amostra.

Os **apoios** tidos como mais relevantes para este segmento prendem-se com a componente de **divulgação e promoção comercial** e de **apoio fiscal**, não obstante os bons resultados já obtidos, mas que eventualmente poderão ser melhor aproveitados em termos de plataformas digitais.

De forma global e apesar de os detentores dos alojamentos de maior capacidade pertencerem a este grupo, as **propriedades sob gestão deste grupo tendem a ser mais pequenas** (1,62 quartos vs. 1,94) e com menos camas (3,23 vs. 3,80), o que se traduz numa menor capacidade de alojamento máxima (4,52 pessoas vs. 4,99).



Alojamento Local no Algarve

Caracterização
dos Alojamentos



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



1. ENQUADRAMENTO

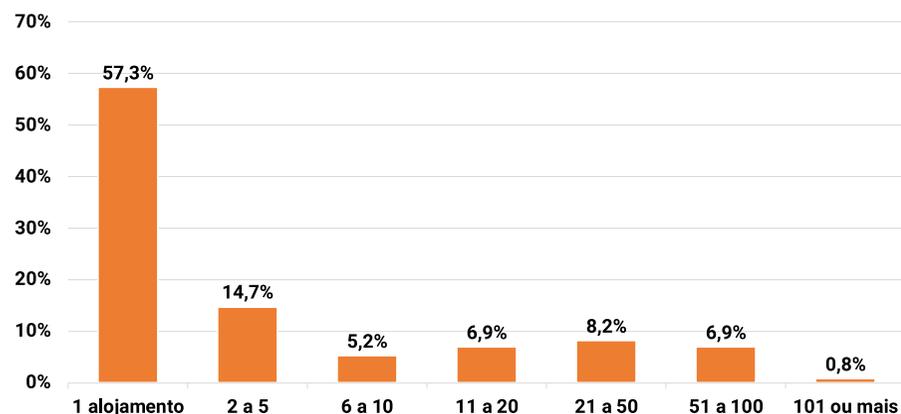
Os alojamentos tendem a ser geridos de forma coletiva e enquadrados numa estrutura de gestão tendencialmente mais profissional

Os questionários obtidos permitiram a obtenção de dados respeitantes a quase três mil alojamentos – 2.947 em concreto.

Nestes alojamentos encontramos alguma assimetria face à posse e gestão em termos de número de alojamentos.

De fato, 72% dos proprietários gere apenas até 5 alojamentos, o que representa cerca de 8,6% do número de alojamentos, com 91,4% a ser gerido pelos 28% de proprietários restantes, gerindo em média 38 unidades.

Figura 20
Número de alojamentos sob gestão



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



2. ACESSO AO IMÓVEL

A maioria dos alojamentos encontrava-se desocupada ou era utilizada como casa de férias e 24,3% eram utilizados como habitação permanente

A maioria dos alojamentos locais encontrava-se desocupada anteriormente à sua utilização para os fins atuais – 40,3%, sendo que 17,9% se encontra em arrendamento comercial.

A desafetação a arrendamento habitacional para posterior conversão em alojamento local ocorre em 6,2% dos alojamentos, sendo de destacar que 18,1% dos alojamentos eram habitação própria dos proprietários. Tal totaliza um valor de 24,3% dos alojamentos que estavam anteriormente ligados a fins habitacionais mais permanentes.

De destacar o valor da opção "Outras" que, com 16,9%, se refere na sua quase totalidade à situação de casas de férias que foram, total ou parcialmente, afetas ao alojamento local.

A generalidade dos alojamentos teve pequenas obras de preparação (54,0%).

Figura 21a

Situação anterior do imóvel

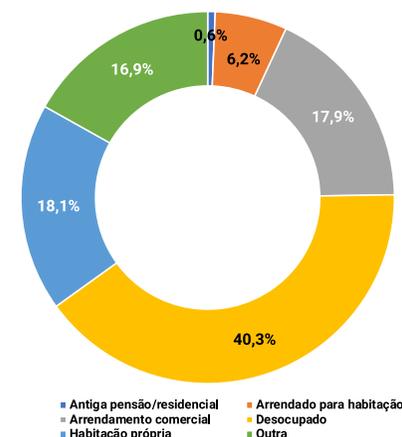
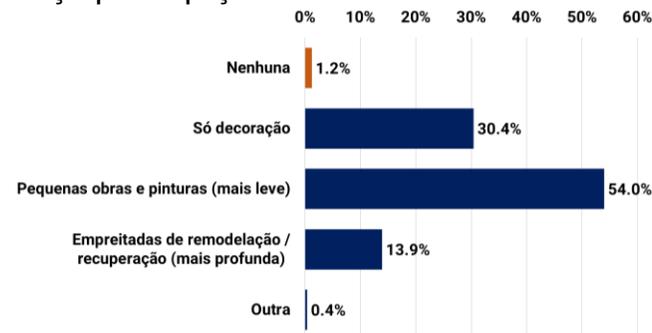


Figura 21b

Intervenção para adaptação a AL



Base: total de alojamentos

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



2. ACESSO AO IMÓVEL

Mais de metade dos alojamentos foram arrendados especificamente para afetação a alojamento local

O acesso ao alojamento faz-se sobretudo através do arrendamento, com 62,6% a declarar-se inquilino.

Tal parece estar coincidente com uma situação de rentabilização do investimento dos donos dos imóveis que arrendam a empresas especializadas a gestão do alojamento local.

No caso dos proprietários anteriores, o alojamento local tende a surgir como o aproveitamento de um imóvel na sua posse, sendo que apenas 19,2% o comprou especificamente para AL.

No caso de arrendamento, domina de forma clara o arrendamento específico para o fim de alocação a alojamento local – 87,6%.

Figura 22a

Posse e acesso ao imóvel

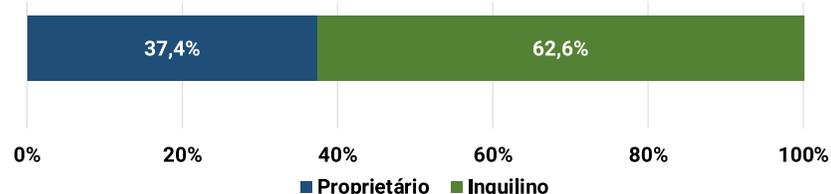


Figura 22b

Posse e acesso ao imóvel (proprietário)

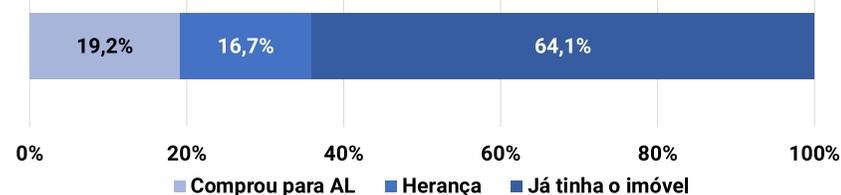
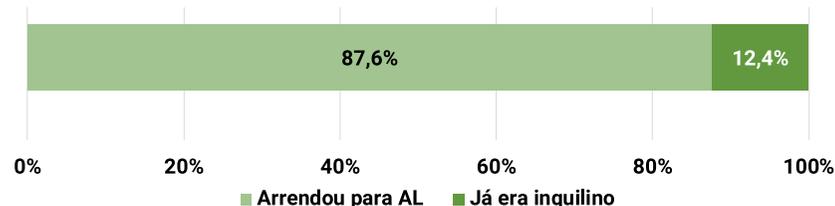


Figura 22c

Posse e acesso ao imóvel (inquilino)



Base: total de alojamentos em cada situação, considerando a natureza do acesso

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

Apesar da elevada diversidade de tipologias e combinações, apartamentos para casais com filhos/famílias tendem a dominar a oferta

O alojamento tipo encontrado entre os respondentes tende a corresponder a situações de alojamento tendencialmente dedicadas a uma família com até 2 filhos/dois casais ou um casal viajando sozinho.

A situação mais comum verificada (cerca de 40%) corresponde a:

- Apartamento;
- Capacidade para 4 pessoas;
- 2 a 3 camas (incluindo sofá cama);
- 1 a 2 quartos;
- 1 a 2 casas de banho disponíveis.

Verificou-se também a ocorrência de um número significativo de alojamentos que acolhe entre 5 a 6 pessoas, possuindo 2 a 3 quartos, bem como alojamentos só com capacidade para 2 pessoas.

Figura 23

Espaço-tipo – situação mais comum



- Apartamento
- Capacidade para 4 pessoas
- 2 a 3 camas
- 1 a 2 quartos
- 1 a 2 casas de banho disponíveis

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

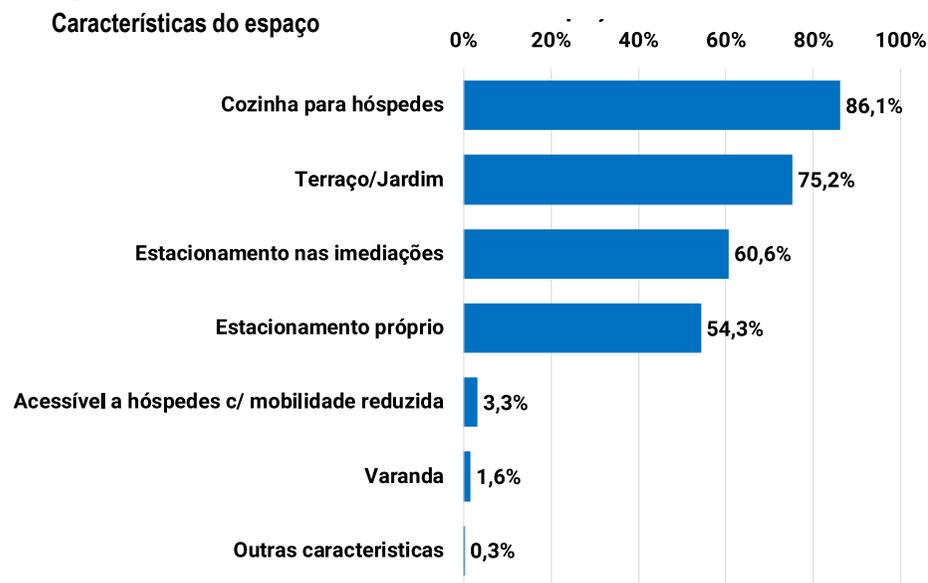
Os alojamentos disponibilizam, na sua maioria, cozinha, jardim ou terraço, bem como estacionamento facilitado

A oferta dos alojamentos, em termos de espaços, parece ser bastante completa e assente na disponibilização de elementos para facilitação de vida comunitária e para aproveitar ao máximo o espaço:

- Cozinha completa para hóspedes (86,1%);
- Jardim ou terraço (75,2%);
- Estacionamento facilitado, quer próprio do alojamento (54,3%), quer facilitado nas proximidades (60,6%).

A acessibilidade a hóspedes com mobilidade reduzida ainda é uma questão com apenas 3,3% a estar acessível a este tipo de hóspedes com necessidades específicas.

Figura 24



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

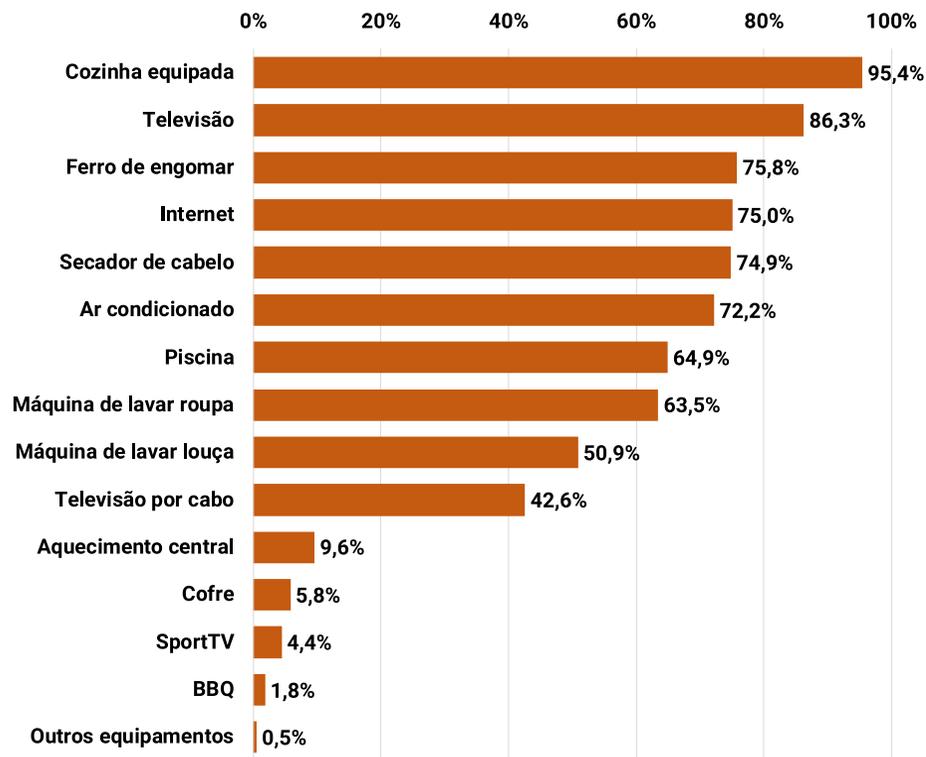
Alojamentos estão bem equipados com equipamentos de entretenimento, conforto, limpeza e higiene, com 64,9% a disponibilizar piscina também

Os alojamentos encontram-se, na sua generalidade, bastante bem equipados destacando-se os equipamentos para cozinhar (95,4%), bem como a disponibilidade de televisão (86,3%) e outros equipamentos de limpeza conforto como ferro, secador, ar condicionado/aquecimento ou máquinas de lavar.

De forma positiva, 64,9% dos alojamentos disponibiliza piscina, o que tende a valorizar os imóveis, mas ainda 25% dos alojamentos não aposta em disponibilizar wi-fi para acesso à internet.

Figura 25

Comodidades e equipamentos disponíveis no alojamento local



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

Oferta menos intensa de serviços complementares, com apenas 12,5% a oferecer um kit de boas vindas

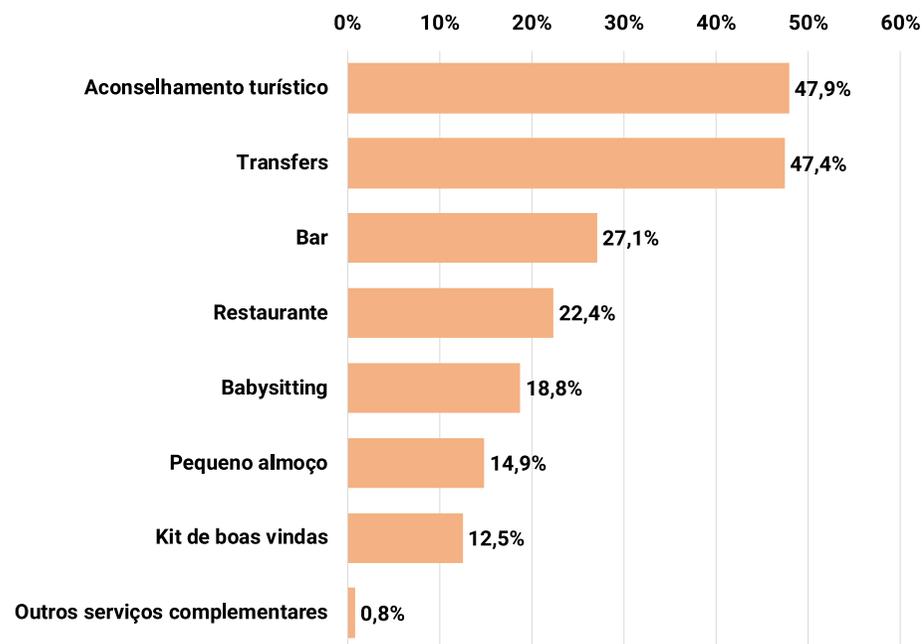
A oferta de serviços, tido como complementares, tende a ser menos presente e a centrar-se em torno do aconselhamento turístico personalizado (47,9% - o que pode ser uma oportunidade para um desenvolvimento turístico integrado e articulado) e oferta/ gestão de transferes (47,4%);

Outros serviços de *hospitality* como bar, restaurante e/ou pequeno almoço são registados por cerca de um quarto dos alojamentos, potencialmente em virtude de haver um serviço desses na urbanização em que estão inseridos.

Apenas 12,5% oferece um kit de boas vindas, no que poderia ser um esforço de promoção integrada e *up/cross selling* da região e seus vários atores/ produtores.

Figura 26

Serviços complementares



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

Os donos dos alojamentos tentam minimizar potenciais riscos, proibindo animais, fumadores e exigindo valores de reserva

Os alojamentos inquiridos tendem a ser estritos quanto à (não) permissão de animais: apenas 7,0% permite animais, enquanto 69,0% declara claramente a sua proibição no alojamento.

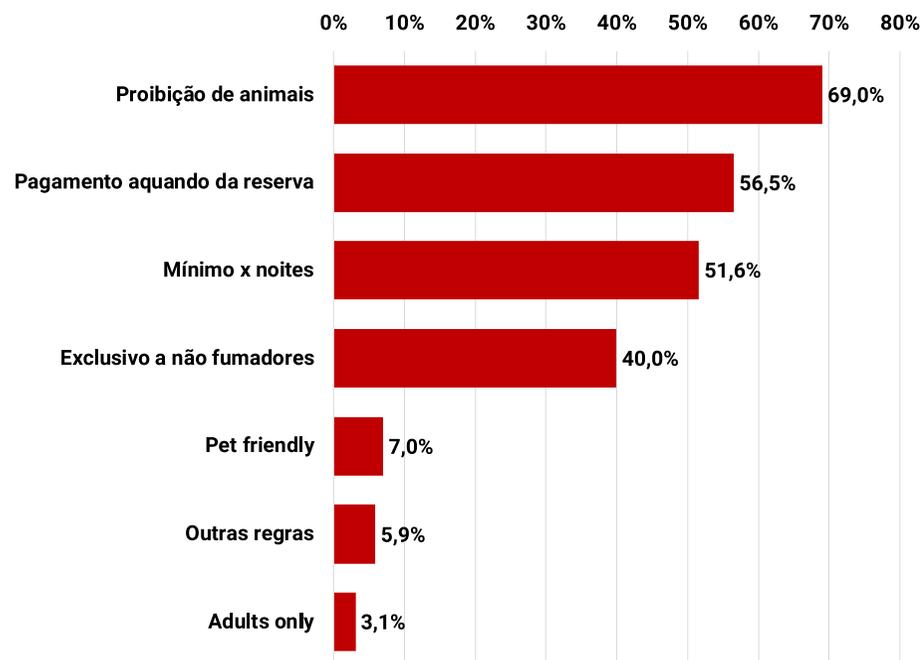
A permissão de fumadores também parece ser a norma, não obstante 40,0% claramente não o permitir no alojamento.

Outra dimensão frequente nas regras tem a ver com as condições de reserva, sendo que mais de metade dos alojamentos, para gerir os riscos, exige:

- um número mínimo de noites
- um pagamento aquando da reserva.

Figura 27

Regras do alojamento local



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

Os alojamentos que exigem pagamento antecipado cobram antecipadamente, na sua maioria, 30% do valor da reserva

A maioria dos alojamentos que exige um pagamento antecipados cobra um valor equivalente a 30% no momento da reserva como exigência para efetivar a mesa – 53,8% deste tipo de estabelecimentos.

Os alojamentos parecem tentar adotar uma estratégia de minimização do risco, face a potenciais ações promocionais da concorrência e/ou reservas canceladas, exigindo valores entre 30% a 50% (23,2% dos casos).

Em termos de noites mínimas de reserva, verificamos também que exige um número de noites, com cerca de 80% dos alojamentos a exigir um mínimo de 1 a 3 noites.

Figura 28a

Pagamento aquando da reserva

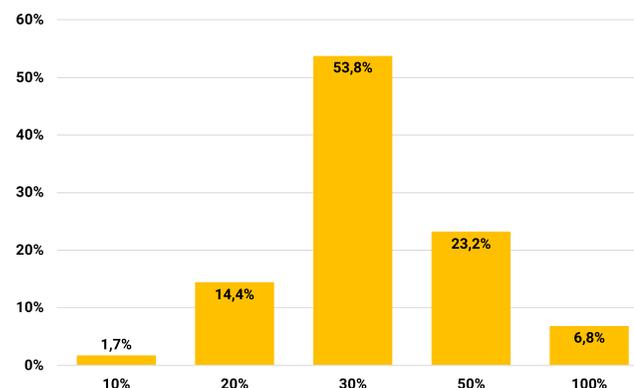
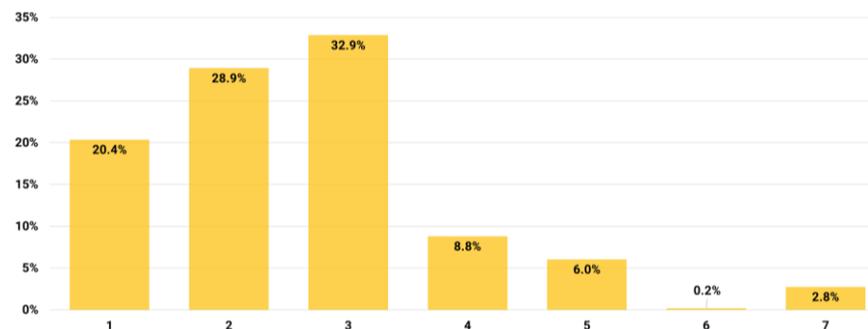


Figura 28b

Noites mínimas de reserva



Base: total de alojamentos

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

78,2% solicita um sinal na reserva e a liquidação do remanescente no início da estadia

O pagamento tende a ser concretizado no momento do início da estadia, sendo o pagamento antecipado na totalidade apenas verificado em 11,2% dos alojamentos.

A situação mais frequente é a combinação de um valor a título de sinal em combinação com a liquidação do restante no momento de início da estadia.

Um conjunto de 18,1% dos alojamentos parece adotar uma postura de mais confiança, não solicitando reserva antecipada, mas apenas o pagamento na totalidade até 24 horas após o início da estadia.

Os cartões são a forma preferida de pagamento, nomeadamente o de crédito (41,9%) nomeadamente relacionado com as formas de funcionamento de alguns operadores.

Figura 29a

Momento de pagamento

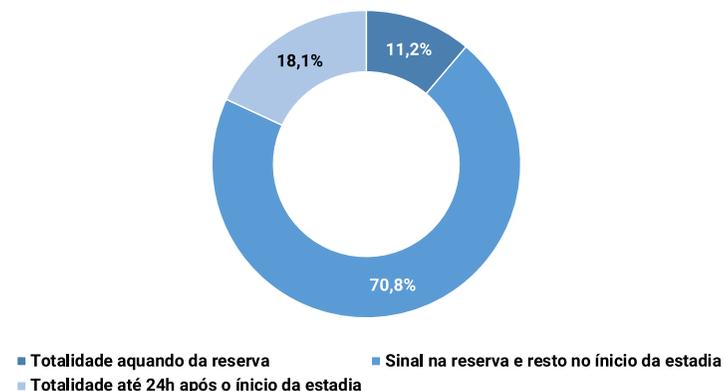
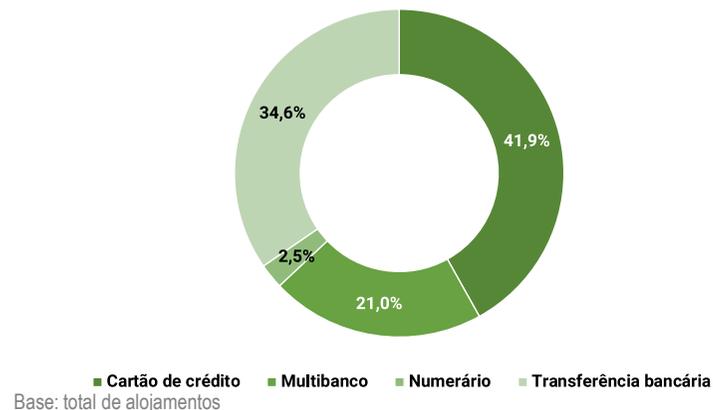


Figura 29b

Forma de pagamento mais frequente



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



3. CARACTERÍSTICAS DA OFERTA

Depósito de segurança e a cobrança para colocação de uma cama extra são referidas em cerca de metade dos alojamentos

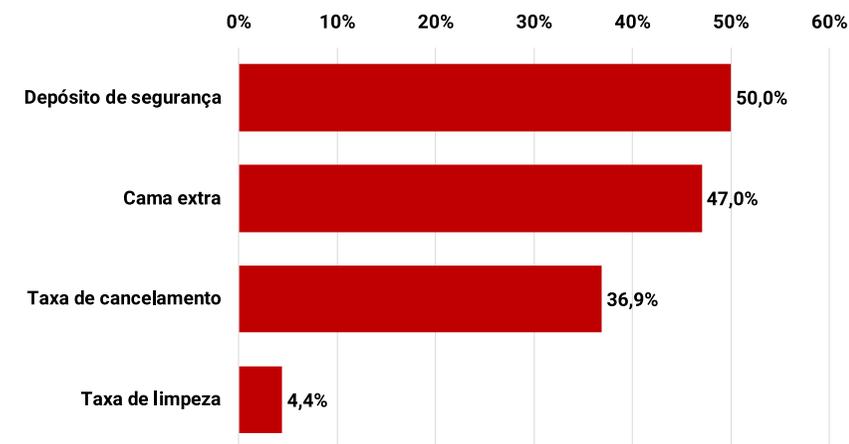
Ainda dentro de uma lógica de gestão de potenciais riscos e contratemplos, parece ser frequente a exigência de um depósito de segurança (50,0%) e/ou uma taxa de cancelamento (36,9%).

4,4% dos alojamentos especifica claramente uma taxa de limpeza autónoma de um eventual depósito de segurança.

De referir que 47,0% especifica uma taxa para a colocação de uma cama extra.

Figura 30

Taxas adicionais e depósitos requeridos



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



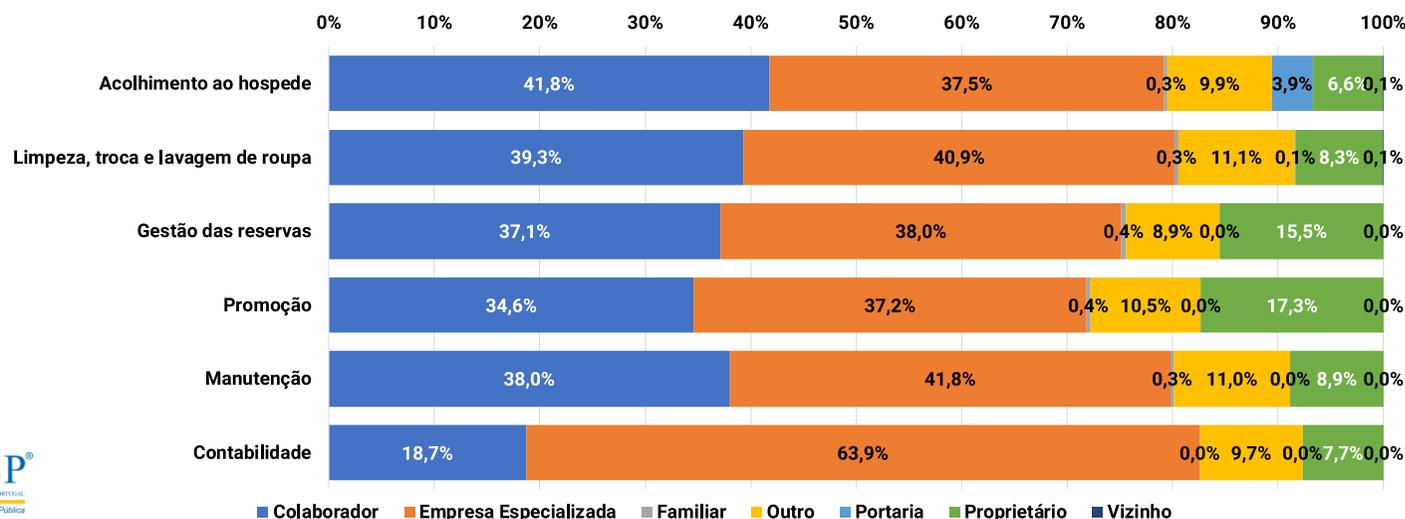
4. GESTÃO OPERACIONAL

As empresas especializadas em gestão do AL e em áreas técnicas dominam a realidade da operação diária do AL na região

A análise das várias tarefas envolvidas no acolhimento dos hóspedes e na preparação e gestão de todos os aspetos operacionais do alojamento local, aponta para uma gestão tendencialmente empresarial em mais de 75% dos casos, chegando a 80% em elementos como a manutenção e limpeza.

Os proprietários tem um peso acima da média em tarefas como a promoção e gestão de reservas, mais ligadas às atividades de divulgação e posicionamento, não obstante o forte *outsourcing* das mesmas.

Figura 31
Intervenientes na gestão do Alojamento Local



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



5. POSICIONAMENTO COMPETITIVO

A diferenciação dos alojamentos tende a basear-se numa experiência diferenciadora, relação preço/qualidade e localização privilegiada

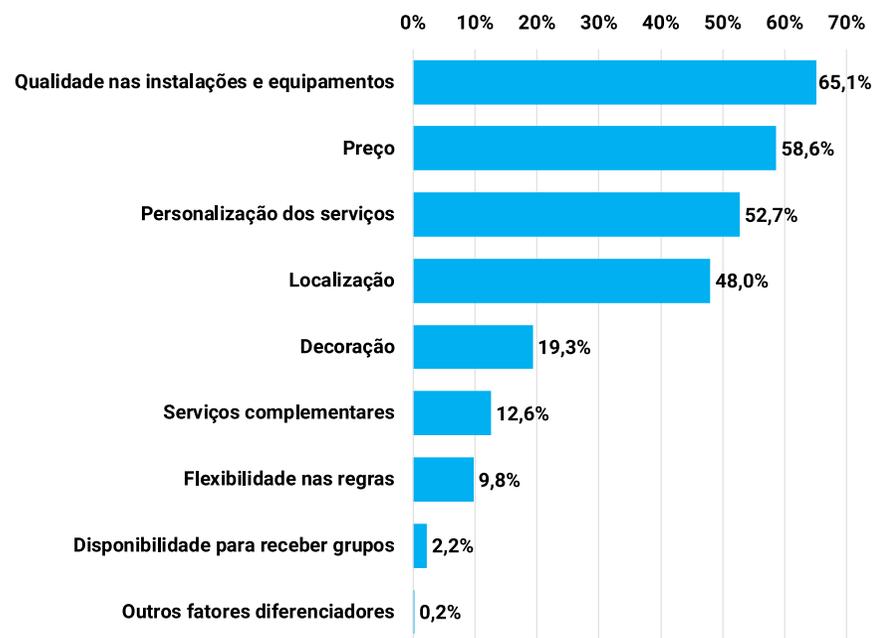
Os respondentes mostram que, na sua maioria, estão conscientes da necessidade de proporcionar uma experiência diferenciadora ao consumidor e como tal refletem isso na perceção de fatores diferenciadores dos alojamentos, nomeadamente ao nível da qualidade de equipamentos e instalações (65,1%).

Neste campo, destacam-se também a personalização de serviços (52,7%) e decoração (19,3%).

Noutro eixo, verificamos a competitividade do preço (58,6%), quer numa lógica de competição direta por preço, quer por valorização do binómio qualidade preço, bem como a localização mais favorável e preferencial (48,0%).

Figura 32

Fatores diferenciadores



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



5. POSICIONAMENTO COMPETITIVO

Grande amplitude e variação de preços entre as épocas baixa e alta com preços médios anuais em torno dos 80 a 119 euros/noite

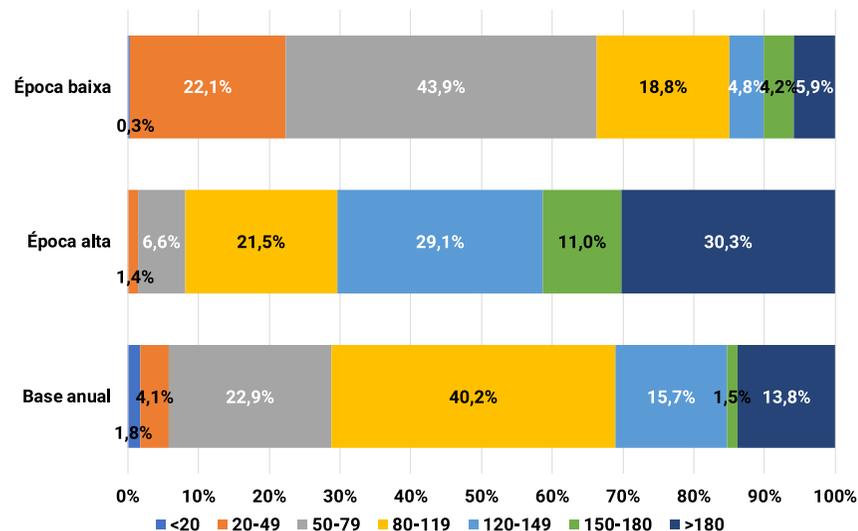
O nível de preços praticado varia de forma muito clara entre épocas consideradas, embora, numa base anual, seja possível verificar a prevalência de valores entre 80 a 119 euros por noite.

Os preços na época baixa tendem a baixa para valores entre 50 a 79 euros (42,7%) ou mais baixos – 21,4% dos alojamentos tem preços entre 20 a 49 euros.

Os preços para época alta aumentam substancialmente para valores, na sua maioria (68,5% dos casos), superiores a 120 euros por noite, sendo que 29,5% dos alojamentos cobra mesmo valores superiores a 180 euros.

Figura 33

Nível de preços médios praticados (por noite)



Assimetrias concelhias em termos de preços

Vila Real de Santo António tende a praticar preços numa faixa tendencialmente mais baixa (abaixo de 80 euros/noite), a par com Portimão.

Tavira, Vila do Bispo e Albufeira dominam a oferta na faixa mediana de 80 a 119 euros/noite

Albufeira, Lagoa e Loulé tendem a estar associados a preços médios mais elevados, com maior peso dos preços médios acima de 120 euros/noite

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



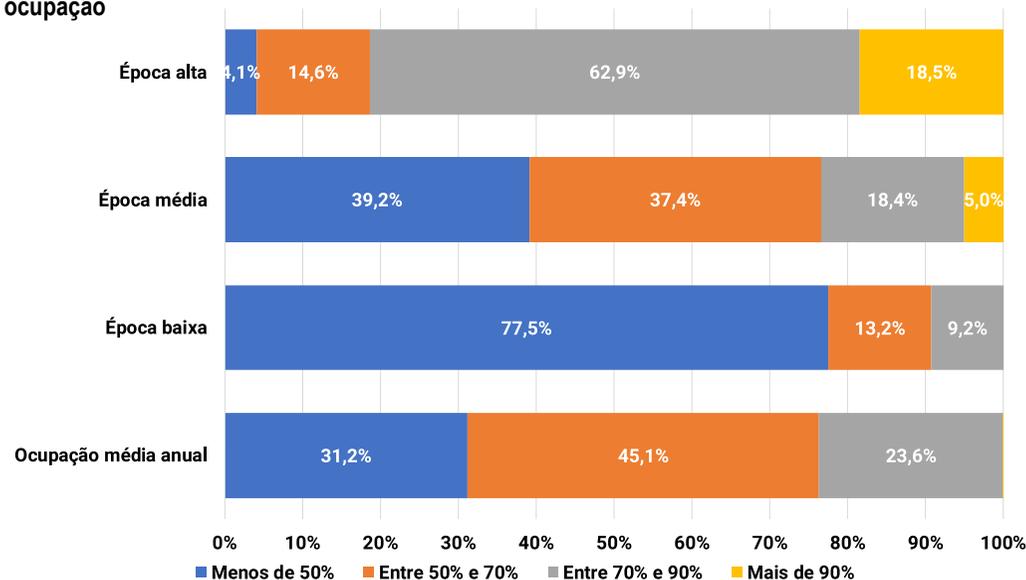
6. OCUPAÇÃO

Taxas de ocupação médias anuais muito positivas, com 68,8% dos alojamentos com taxas de ocupação média anual superior a 50%

A análise das taxas de ocupação, em combinação com os níveis de preço praticados, aponta para uma forte recetividade e atratividade da região fora da época baixa, sendo de destacar as elevadas taxas de ocupação na época alta - 62,9% com taxas entre 70% e 90% e 18,5% com taxas superiores a 90%.

Esta geração de rendimento também se verifica, de alguma forma e menos intensa, numa época média, mas cai significativamente na época baixa – 77,5% fica abaixo de 50% - mas mais compreensível face à forte disponibilidade da oferta

Figura 34
Taxa de ocupação



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



7. PLATAFORMAS DIGITAIS

As plataformas digitais representam 77,2% das reservas, com o Booking em destaque (36,4% do total de reservas)

As plataformas digitais para encontro e gestão das reservas representam 77,2% das reservas do alojamento, por oposição a 22,8% de reservas diretas.

Entre as plataformas digitais de reservas destaca-se de forma mais expressiva o Booking com 36,4%, sendo seguido, a significativa distância, pelo AirBnb (11,4%) e Expedia (9,2%).

Os outros operadores indicados referem-se a operadores turísticos e a plataforma Aluga Algarve.

Em termos de tempos de receção das reservas, a maioria dos alojamentos (43,2%) reporta que a situação mais frequente é uma reserva com antecedência superior a 30 dias, mas ainda assim 19,2% dos alojamentos vive sobretudo com reservas recebidas até 7 dias antes.

Figura 35a

Peso de cada operador nas reservas

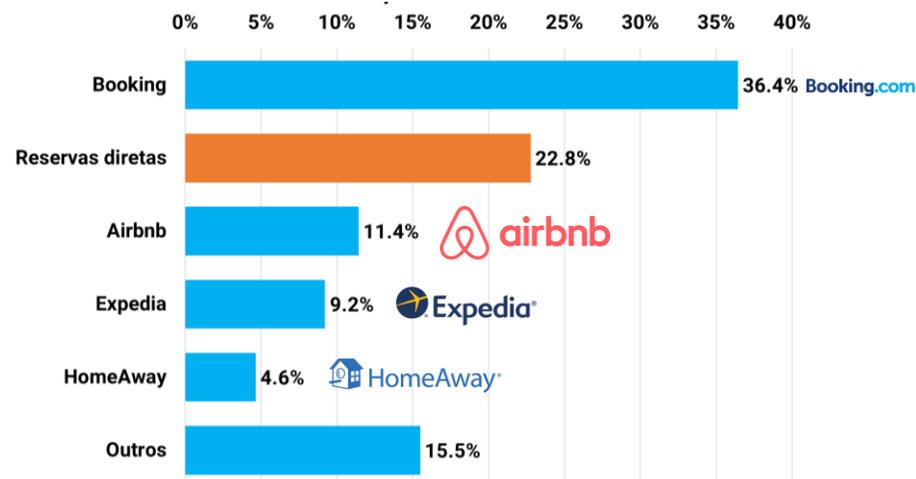
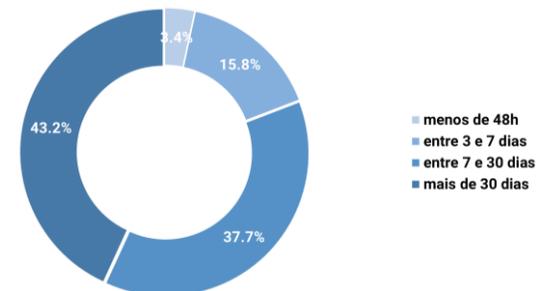


Figura 35b

Antecedência com que recebem as reservas (situação mais frequente)



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



7. PLATAFORMAS DIGITAIS

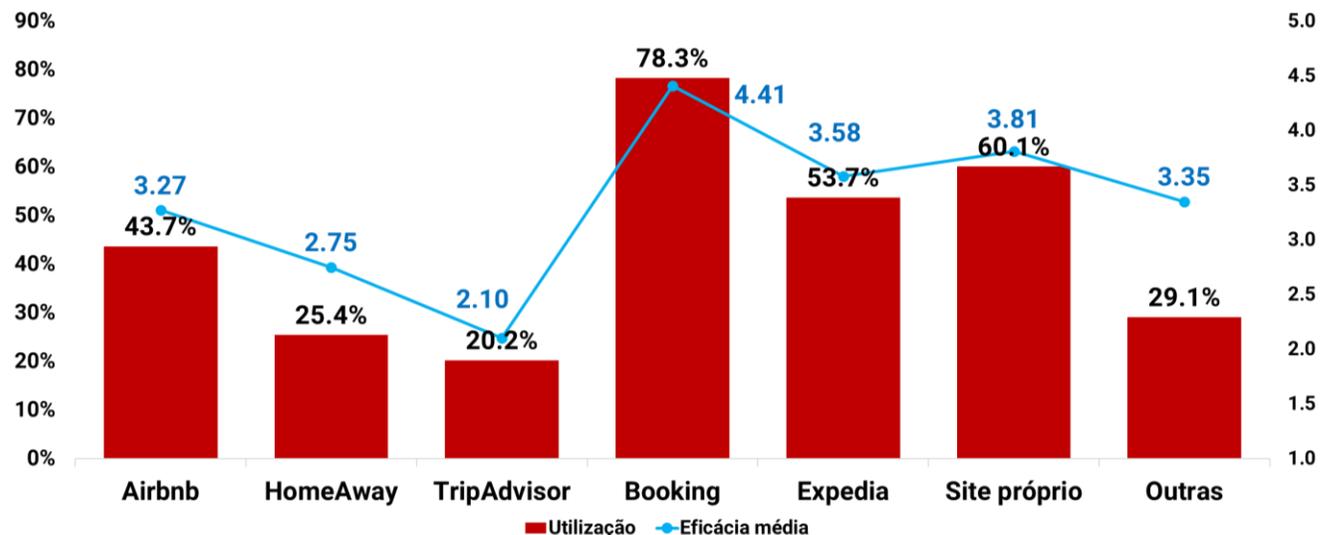
Booking e site próprio são as principais e mais eficazes plataformas de promoção e reservas

Os alojamentos tendem a estar presentes digitalmente com Site próprio (60,1%) e Booking (78,3%), o que se reflete, naturalmente, no peso destas plataformas nas reservas e consequente perceção de eficácia média (as duas avaliações médias mais elevadas).

De destacar a perceção da eficácia média do Expedia que, apesar de um menor peso médio nas reservas, se destaca pela eficácia média acima de concorrentes como o AirBnb.

Figura 36

Plataformas utilizadas e sua eficácia média



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



7. PLATAFORMAS DIGITAIS

Facebook e Instagram são os principais pontos de presença nas redes sociais

As redes sociais são utilizadas pela grande maioria dos alojamentos, sendo que o Facebook (60,8%) e Instagram (37,0%) concentram os esforços de promoção.

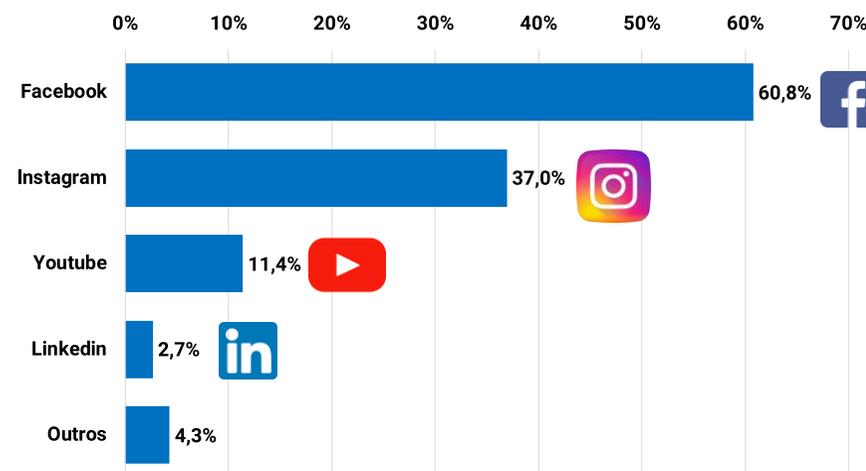
O nível de presença (baixa) no Youtube é de 11,4%, o que poderá indiciar um potencial de divulgação não aproveitado para a divulgação de conteúdos vídeo de maior valor e envolvimento.

A presença de forma institucional em redes de negócios como o LinkedIn é baixa - apenas 2,7%.

O Twitter detém a quase totalidade das citações referidas em Outros.

Figura 37

Presença nas redes sociais



Alojamento Local no Algarve Alojamentos



8. LIGAÇÃO COM A COMUNIDADE

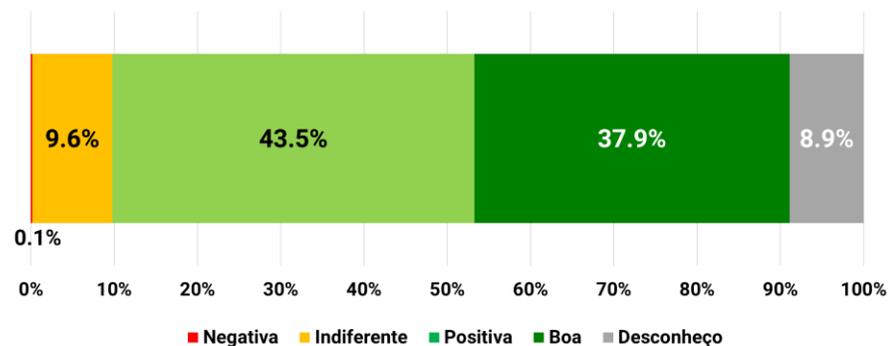
A vizinhança parece ter uma opinião francamente positiva da convivência com a unidade de alojamento local

De uma forma que saudamos como muito positiva, verifica-se que em 91,1% dos alojamentos há um cuidado e preocupação saudável em compreender e perceber a opinião da vizinhança sobre a unidade.

De forma transversal, parecem ser inexistentes episódios que levem a uma opinião negativa (0,1%), sendo que há uma opinião positiva em 81,4% dos alojamentos, sendo esta mesmo muito positiva em 37,9% do total de alojamentos.

Figura 38

Opinião da vizinhança sobre a unidade de alojamento local





8. LIGAÇÃO COM A COMUNIDADE

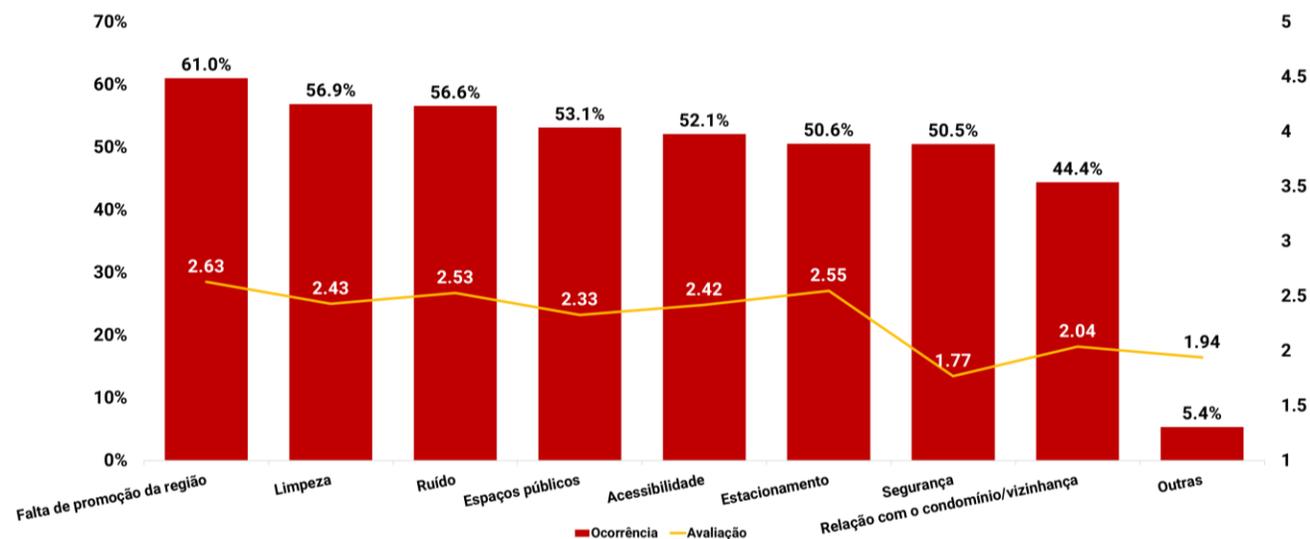
Potenciais problemas no espaço público com impacto tendencialmente baixo no alojamento local

Os respondentes mostram estar atentos ao espaço público, identificando várias áreas de potencial melhoria, mas de potencial impacto reduzido.

As principais áreas de preocupação tendem a ser a falta de promoção específica da região do Algarve, a par da manutenção e cuidado do espaço em elementos como limpeza, segurança, ruído e acessibilidades.

Figura 39

Problemas existentes no espaço público



Base: total de alojamentos (para problemas), total de alojamentos que referiu cada problema (para avaliação média)

Alojamento Local no Algarve Alojamentos



9. MELHORIAS PLANEADAS

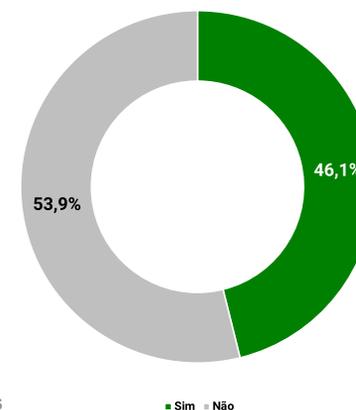
46,1% planeia fazer melhorias no alojamento, sobretudo ao nível da decoração e equipamentos

46,1% dos alojamentos vão ter algum tipo de melhorias, nomeadamente ao nível de atualização e pequenas melhorias como equipamentos (39,3%) e decoração (28,7%).

A intenção de intervenções de fundo como a remodelação e infraestruturas é citada por 30,0% e 11,0% dos alojamentos que vão fazer remodelações.

Figura 40a

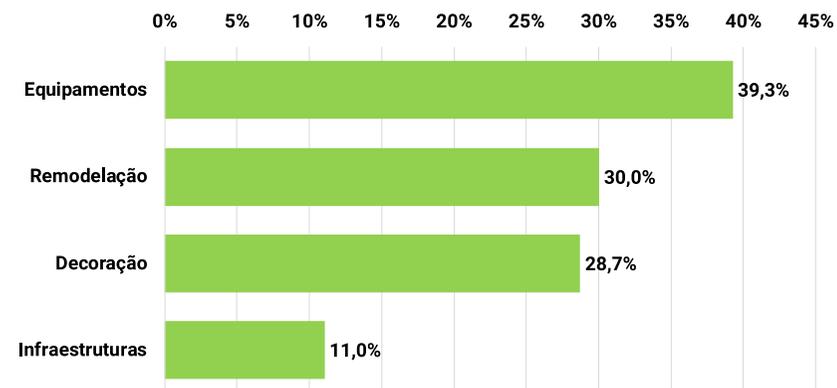
Intenção de realização de melhorias planeadas para o alojamento



Base: total de alojamentos

Figura 40b

Tipo de melhorias planeadas para o alojamento local



Base: total de alojamentos que tem intenção de realizar melhorias



10. TIPOLOGIAS DE ALOJAMENTOS

A análise de clusters permitiu identificar três grandes grupos de alojamentos que se distinguem particularmente pela tipologia de hóspedes que acolhem e taxa de ocupação média.

Com o propósito de se aprofundar a compreensão do tecido de alojamento local oferecido, foi realizada uma análise de clusters hierárquica pelo método de Ward para definição do número ótimo de grupos, tendo-se posteriormente aplicado um método de agrupamento não supervisionado *k-means*.

As variáveis utilizadas e que se revelaram como **mais discriminantes para distinguir os grupos** foram, por ordem de importância e impacto decrescente:

- Peso das várias **tipologias de hóspedes** (famílias, casais, individuais ou grupos) nas reservas;
- **Taxa de ocupação** média anual do alojamento;
- **Nível de preços** médio praticados no alojamento;
- Perceção da **escolha do preço como fator determinante** para a seleção do alojamento;
- **Capacidade do alojamento.**

De notar que um significativo número de alojamentos não apresentou uma referência para o nível médio de preços, mas que tal não condicionou a validade do procedimento, nem retirou robustez às conclusões sobre os mesmos.

Foram identificados **3 grandes grupos**, caracterizados nas páginas seguintes: **Alojamentos familiares** (49,9% do total); **Alojamentos para casais** (42,5%); e **Alojamentos para grupos** (7,7%).



10. TIPOLOGIAS DE ALOJAMENTOS

Os alojamentos familiares (49,9%) tem uma visão muito positiva da atividade e seu futuro, não obstante menores taxas de reserva, encontrando-se aqui a maioria dos associados da AHRESP

Esta tipologia de alojamentos distingue-se pela sua particular **preferência pelas famílias** enquanto principal tipologia presente nas reservas, representando 75,2% das reservas destes alojamentos.

Entre os fatores de **seleção do alojamento**, emergem com maior importância relativa, a sua **capacidade** em termos de pessoas que podem albergar, bem como a posse **de equipamentos como cozinha e outros elementos facilitadores da vida familiar**. O **preço**, apesar de menos importante do que para a média da amostra, é percebido como relevante para 57,6% dos alojamentos.

A orientação para as famílias parece ser um fator diferenciador rentável, com **níveis de preço médio mais elevados** (57,1% entre 80 e 119 euros), apesar de uma **taxa de reserva tendencialmente menor**, mas ainda positiva: 52,1% dos alojamentos deste grupo tem taxas média de reserva anuais entre 50% e 70%.

A maioria destes alojamentos está localizada nos **concelhos de Albufeira** (quase 50%) e **Loulé**, encontrando-se depois proporcionalmente repartida pelos vários concelhos, encontrando-se aqui o **maior peso relativo das moradias (32,5%) e de casas tendencialmente maiores** – a maioria tem 2 a 3 quartos.

A AHRESP encontra uma forte presença de alojamentos associados com 46,7% dos mesmos a pertencer a proprietários associados, sendo também aqueles que melhor avaliam a eficácia das várias plataformas digitais, nomeadamente **AirBnb e HomeAway**.

Encontram-se **bastante satisfeitos**, considerando as suas expectativas superadas, encarando de forma positiva o futuro, nomeadamente em termos de evolução da procura e binómio preço/rentabilidade.



10. TIPOLOGIAS DE ALOJAMENTOS

Os alojamentos para casais (42,5%) são apartamentos tendencialmente mais pequenos que combinam localização e preço, conduzindo a taxas de ocupação mais elevadas.

O segundo grupo encontrado destaca-se particularmente pelo peso dos **casais** nas reservas (47,5% do total) e pela **menor presença de crianças**, sendo tal sustentado na própria disposição física dos alojamentos – são tendencialmente **apartamentos (83,0%) com 1 a 2 quartos e 2 a 3 camas**, apontando para **casas mais pequenas**.

Os hóspedes destes alojamentos tendem a privilegiar fatores como a **localização** (60,9%) e, sobretudo, o **preço** (72,8%) na sua escolha e, naturalmente, menos o ambiente familiar, pelo que se encontram recetivos mais a elementos decorativos e de personalidade.

Assim se compreende um **maior interesse e intenção futura na realização de obras e manutenção de valor inferior a 10 mil euros**, sendo de referir que, face à importância da localização e de um perfil de cliente tendencialmente mais jovem, estes alojamentos se tendem a concentrar nos concelhos de Portimão, Lagoa e Vila Real de Santo António.

A oferta comercial aponta para um **preço médio mais praticado na faixa entre os 50 e 79 euros/noite**, com taxas médias de reserva muito satisfatórias: 48,4% indica **taxas entre 70% e 90%, bastante acima da média amostral**. As plataformas de eleição são **site próprio, Booking e o Expedia**, desvalorizando outras.

Poucos são os **associados da AHRESP: apenas 6,6%**, verificando-se um peso ligeiramente maior dos proprietários individuais, ainda que em menor expressão.

Poderemos dizer também que manifestam um **otimismo prudente face à evolução da procura e preço**, sendo que também se verifica aqui o maior peso das expectativas não cumpridas: em 12% dos alojamentos, as expectativas ficaram aquém.



10. TIPOLOGIAS DE ALOJAMENTOS



Os alojamentos para grupos (7,7%) representam uma alternativa competitiva para quem procura preço e localização, com menor oferta de comodidades e serviços.

Este último grupo de alojamentos é particularmente distintivo na forma como combina as várias dimensões do alojamento, refletindo os mais difíceis compromissos envolvidos no alojamento de grupos, sendo por isso também os alojamentos menos disponíveis face ao total (7,7%).

Estes alojamentos recebem 34,6% das suas reservas da parte de grupos, sendo escolhidos sobretudo devido ao preço (94,7%), aqui entendido como preço por pessoa, bem como à localização (94,0%) e, interessantemente, à recomendação pessoal e de hóspedes regulares, sendo pouco relevante outro tipo de recomendações como *reviews* de outros consumidores de outras tipologias.

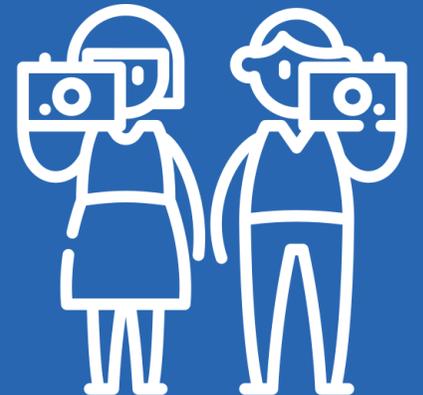
Os alojamentos neste grupo possuem um **maior peso relativo de moradias (32,5%)**, destacando-se sobretudo pela sua **capacidade: 7 pessoas em média**, face a 4,5 dos restantes dois grupos. Tendem a praticar assim um **preço por noite superior a 120 euros** e mesmo superior a 180 euros em alguns casos, sendo aqueles que **têm a melhor taxa de ocupação** – 54,3% acima de 70% de taxa de ocupação média anual. No entanto, **não são alojamentos necessariamente com mais quartos, mas sobretudo com mais camas que dinamizam a capacidade**.

Geograficamente, encontram-se principalmente em **Portimão e Loulé**, sendo também Albufeira um local de concentração. As plataformas digitais mais relevantes e preferenciais são **Booking e AirBnb**.

Não encontramos associados AHRESP neste grupo, sendo que também se verifica aqui a maior **indiferença face à opinião da vizinhança**. Talvez por um maior investimento inicial entre 10 e 50 mil euros, se mostrem com uma **visão mais negativa da evolução da procura e preço**, manifestada também numa expectativa de redução da taxa de ocupação, quicá devido ao Brexit.

Alojamento Local no Algarve

Caracterização dos
Hóspedes



Alojamento Local no Algarve

Hóspedes



1. CARACTERIZAÇÃO GENÉRICA

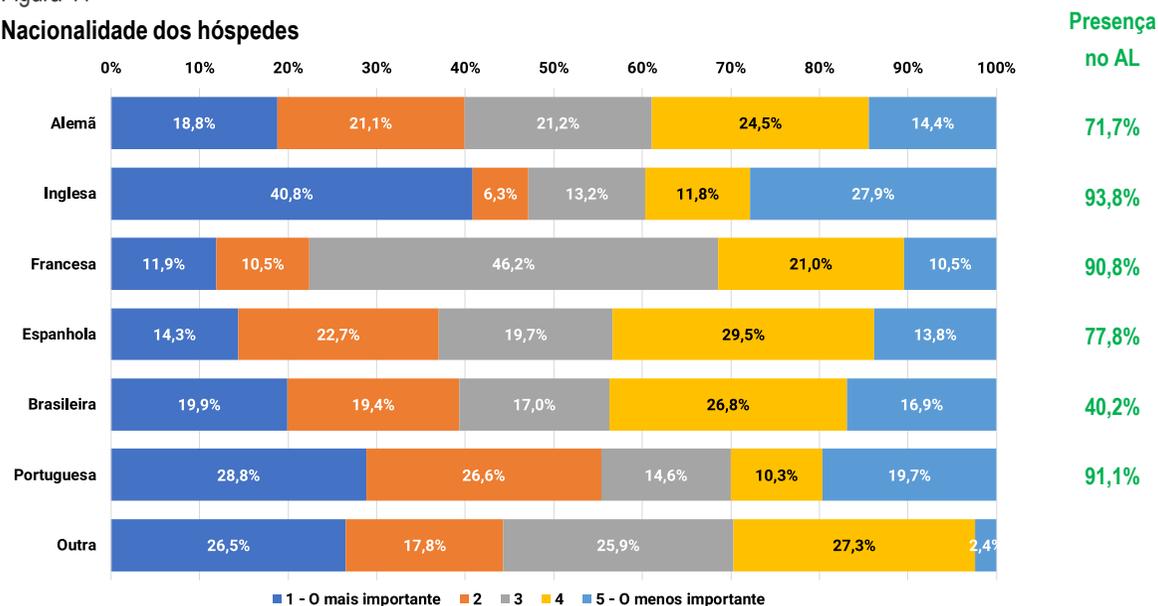
Inglaterra, Portugal e França tendem a ser os destinos emissores mais relevantes

As nacionalidades mais frequentemente presentes nas unidades de alojamento local tendem a ser a inglesa (94,8%), portuguesa (91,1%) e francesa (90,8%), sendo de destacar a importância das duas primeiras nas reservas das unidades que os acolhem.

Uma chamada de atenção deve ser feita para os hóspedes de nacionalidade brasileira pois, apesar de apenas terem sido referenciados como presentes em 40,2% dos alojamentos, eles são significativamente importantes para as unidades que os acolhem.

Figura 41

Nacionalidade dos hóspedes



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



1. CARACTERIZAÇÃO GENÉRICA

O alojamento local parece ser uma opção muito apelativa para famílias (pais entre 40 e 50 anos), particularmente com crianças.

O alojamento local é, na perspetiva dos proprietários, uma opção sobretudo familiar (57,7%), sendo uma particularmente adequada para alojamento com crianças (representam 55,2% dos alojamentos, a quase totalidade das reservas de famílias), potencialmente devido aos custos envolvidos e disponibilidade de equipamentos domésticos.

Assim, também se compreende a idade média dos hóspedes (excluindo crianças), compreendida sobretudo entre os 40 e 50 anos, o que também parece refletir a opção dos casais (31,1%) identificados.

Figura 42a

Tipologia de reservas

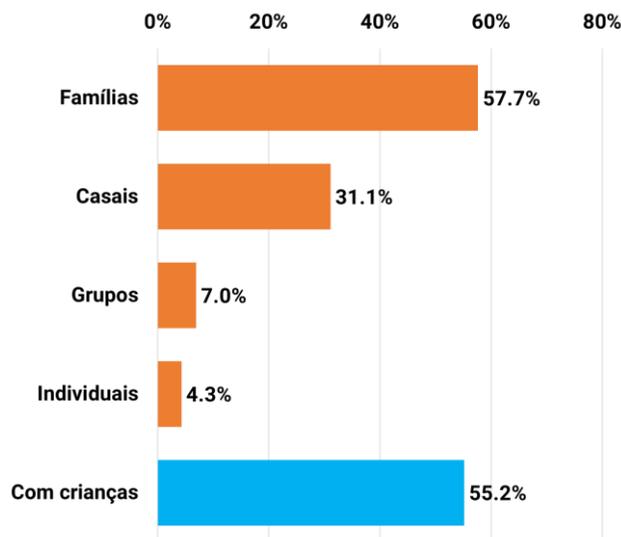
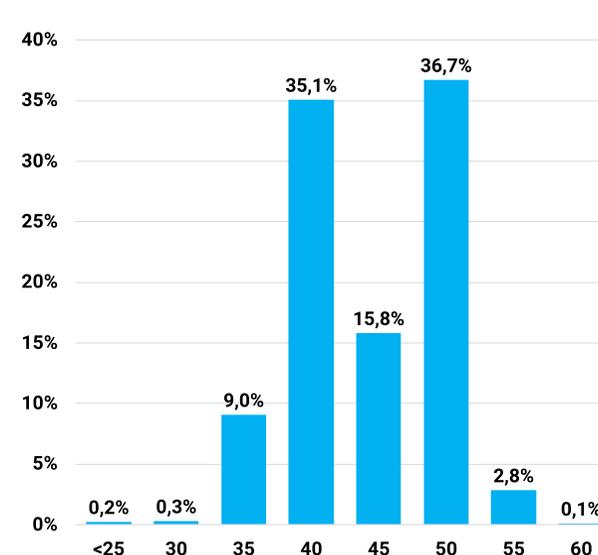
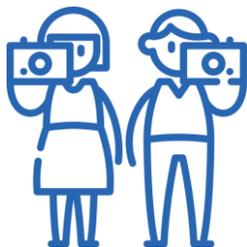


Figura 42b

Idade média dos hóspedes (excluindo crianças)



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



2. MOTIVAÇÕES

Preço e localização são os principais motivadores, com as *reviews* a fazerem uma pré-seleção comparativa. Importância dos hóspedes regulares e recomendações próximas

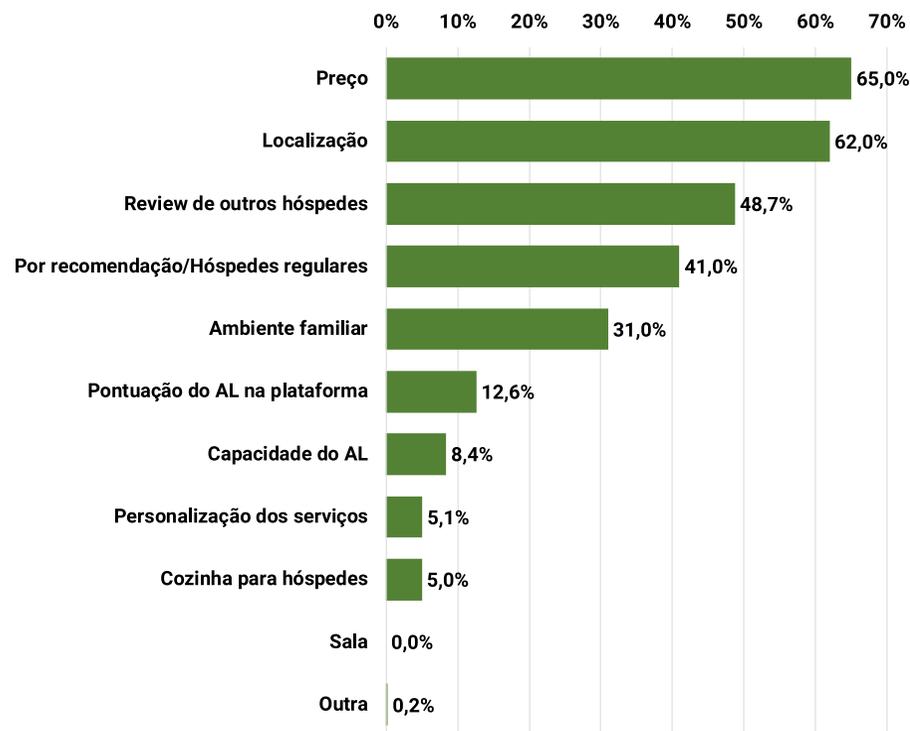
O preço, potencialmente interpretado como a competitividade da relação qualidade-preço (65,0%), a par com a localização (62,0%) do alojamento são os dois maiores determinantes da escolha e reserva das unidades.

As *reviews* de outros consumidores (48,7%) e pontuações na plataforma (12,6%) são uma dimensão também relevante sobretudo para estabelecer uma *baseline* comparativa, mas não para uma escolha imediata.

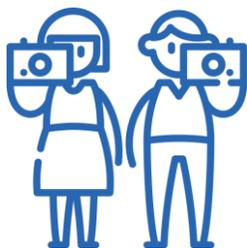
Destaque também aos 41,0% de recomendações e/de hóspedes regulares, o que é particularmente significativo e de relevar.

Figura 43

Motivações dos hóspedes à escolha do alojamento local



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



2. MOTIVAÇÕES

A atratividade do AL no Algarve parece basear-se numa combinação virtuosa de localização, acessibilidade e competitividade da relação qualidade/preço face aos serviços disponíveis e clima na região

Os aspetos valorizados pelos hóspedes são vários no AL e na própria região algarvia, destacando-se nesta última, os seus pergaminhos tradicionais: clima (97,8%), gastronomia (48,4%), hospitalidade (46,3%) e a localização/acessibilidade geográfica (32,9%).

Num nível mais micro, verificamos que existe a perceção de que o AL é valorizado em particular pela sua localização (95,4%) e preço (74,9%), sendo que os serviços e apoio do anfitrião são relevantes, mas bastante menos impactantes.

Figura 44a

Aspetos valorizados pelos hóspedes no AL

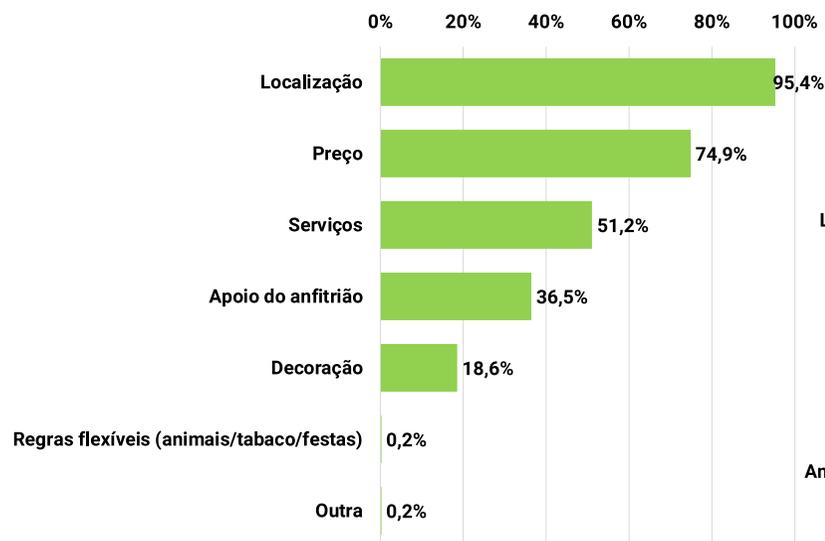
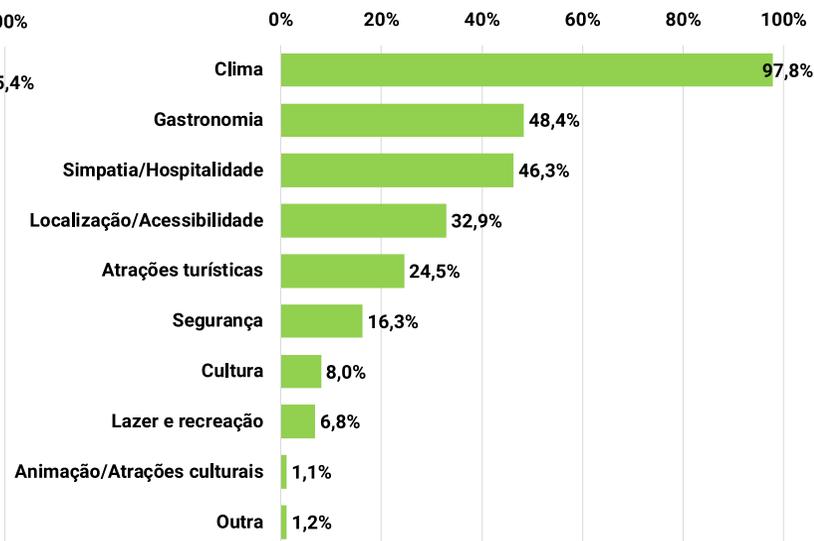
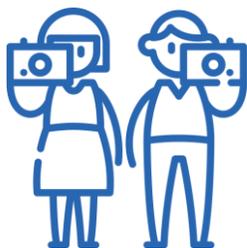


Figura 44b

Aspetos valorizados pelos hóspedes na região algarvia



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



3. OCUPAÇÃO

A taxa média de ocupação cresceu sustentadamente, quase dobrando ao final de 5 anos, para um valor de 65,1%

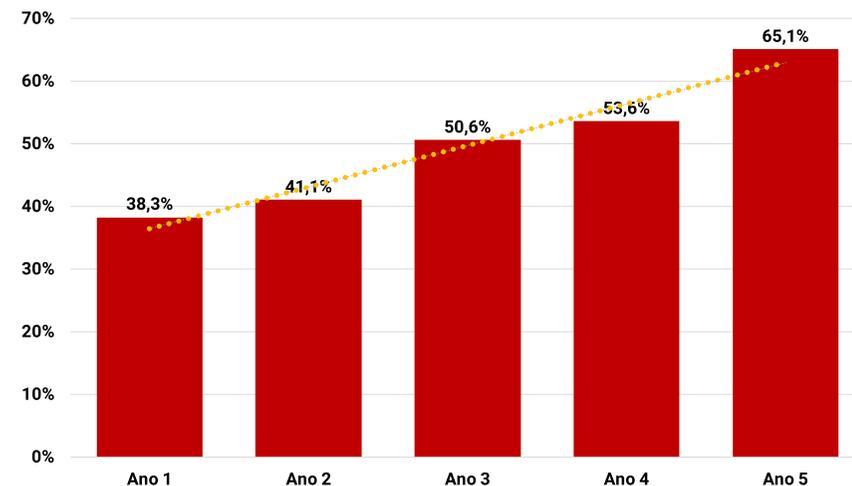
A atividade de alojamento parece ter que ser entendida como uma atividade de médio/longo prazo, cuja taxa de ocupação tende a crescer ao longo dos anos de atividade e fruto do crescimento da procura turística pela região e por maior reconhecimento da unidade e da sua gestão.

De fato, a taxa média de ocupação tem vindo a crescer, de forma sustentada, ao longo dos anos de operação, passando de 38,3% no 1º ano para 65,1% no 5º ano, com significativos aumentos em torno dos 3º e 5º anos.

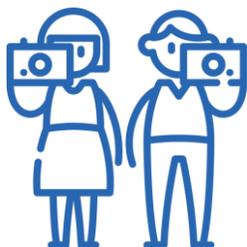
Estes dados tendem a ser bastantes recentes pois 69,1% dos alojamentos respondentes abriram no período 2013-2019 e 21,1% no período 2009-2010.

Figura 45

Taxa média de ocupação desde o início da operação do alojamento



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



4. CHEGADA AO ALOJAMENTO

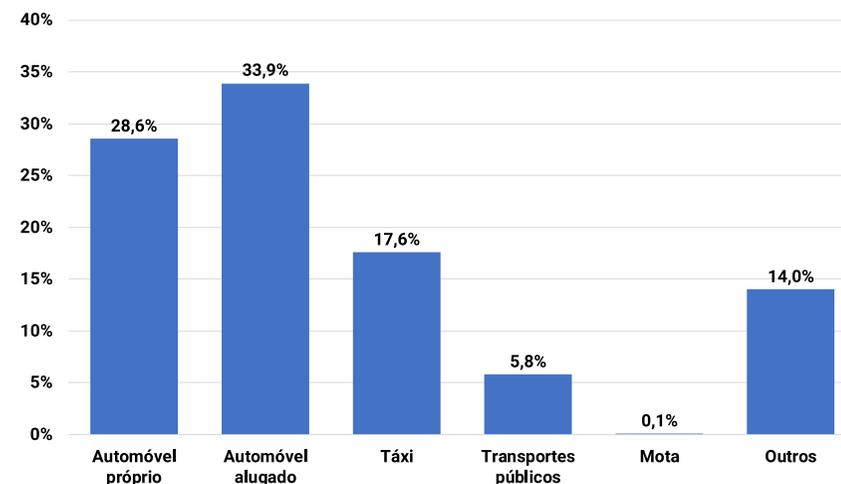
O automóvel, principalmente o alugado, é o principal meio utilizado para chegar ao alojamento e para deslocação na região

O automóvel, próprio (28,6%) ou alugado (33,9%), assume-se como o principal meio de deslocação para chegar ao alojamento local e, potencialmente, para deslocação no período de alojamento na região.

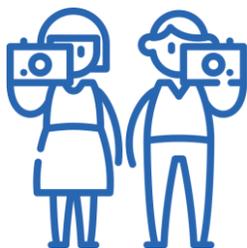
A utilização de táxi (17,6%) também é relevante, mas a utilização de outro tipo de transportes públicos é referida de forma pouco intensa (5,8%).

Figura 46

Meios de deslocação para chegar ao alojamento local



Alojamento Local no Algarve Hóspedes



4. CHEGADA AO ALOJAMENTO

A chegada ao alojamento local é feita com elevada facilidade e precisão

A disponibilidade de aplicações e soluções tecnológicas baseadas em *smartphones* poderão ajudar a explicar a elevada facilidade de encontro do alojamento local (97,6%), bem como os 94,9% que utilizam GPS ou outros auxiliares de navegação.

Figura 47a

Hospedes encontram com facilidade o alojamento local

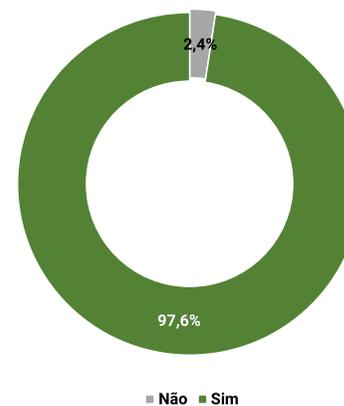
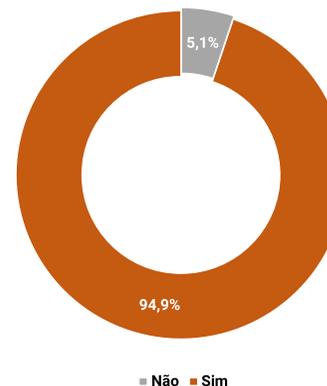


Figura 47b

Utilização de GPS e outro auxiliares de navegação para encontrar o AL



Base: total de alojamentos

Alojamento Local no Algarve Hóspedes



4. CHEGADA AO ALOJAMENTO

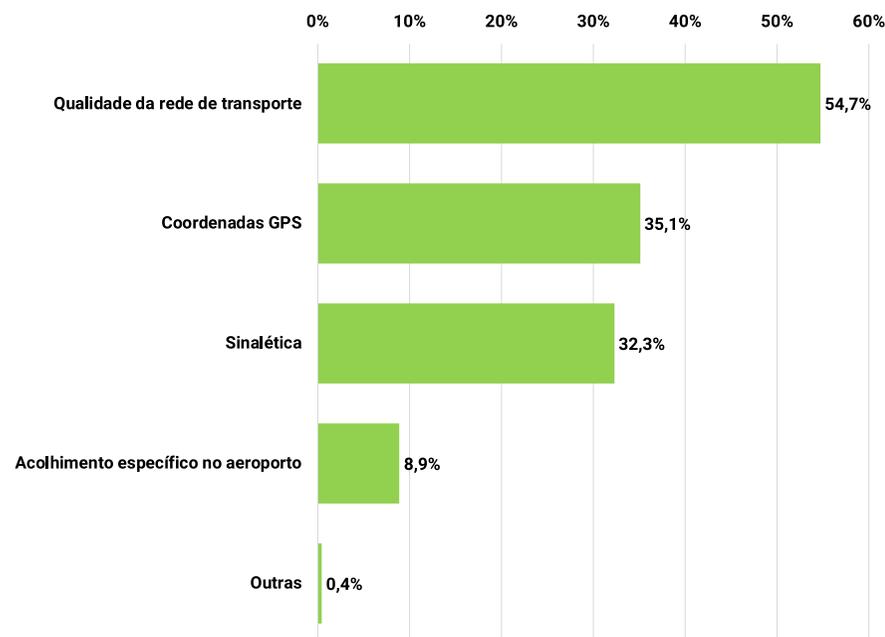
A melhoria da qualidade da rede de transportes facilitaria o acesso e chegada dos hóspedes ao alojamento

As sugestões potenciais à facilitação da chegada prende-se sobretudo com a realização de investimento na melhoria da qualidade e cobertura da rede de transportes (54,7%).

Num outro nível, são registadas também sugestões de ações a serem desenvolvidas pelos proprietários como a disponibilização coordenadas GPS (35,1%) e utilização de sinalética (32,3%), bem como registo/notação específica nas plataformas e aplicações de navegação e busca.

Figura 48

Potenciais melhorias para facilitar chegada ao alojamento local



Alojamento Local no Algarve

Síntese global comparativa

Indicadores	LISBOA	NORTE	CENTRO	ALENTEJO	ALGARVE
Questionários	1777	1138	679	372	2947
% do Universo	22%	23%	19%	27,5%	31,4%
Apartamentos	86%	68%	46%	19%	77%
Moradias	6,5%	23%	34%	64%	21,3%
Pessoas Coletivas (Proprietários)	72%	76%	57%	56%	66,1%
Principal Atividade Económica	59,4%	65%	51%	22%	61,5%
Investimento (<10.000€)	40%	42%	44%	62%	72,9%
Retorno (Anos)	<3	6,3	9,5	5,7	6,5
Expetativa	56% (38%)	61,7% (29,8%)	63,7% (20,4%)	73,1% (16,3)	69,6% (23,5%)
Situação anterior (desocupado)	59%	56%	47%	55%	40,3%

Alojamento Local no Algarve

Ficha técnica

TÍTULO

Alojamento Local no Algarve - Estudo e caracterização aprofundada da realidade de Alojamentos, Proprietários e Hóspedes

PROMOTOR

AHRESP – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal

SUPERVISÃO

Professora Doutora Hélia Gonçalves Pereira, coordenadora do Marketing FutureCast Lab do ISCTE-IUL

ADVISORY BOARD

Joaquim Vicente Rodrigues | Pedro Moreira

EQUIPA EXECUTIVA

Nuno Reis Teixeira (coordenação técnica) | Pedro Esteves

2019