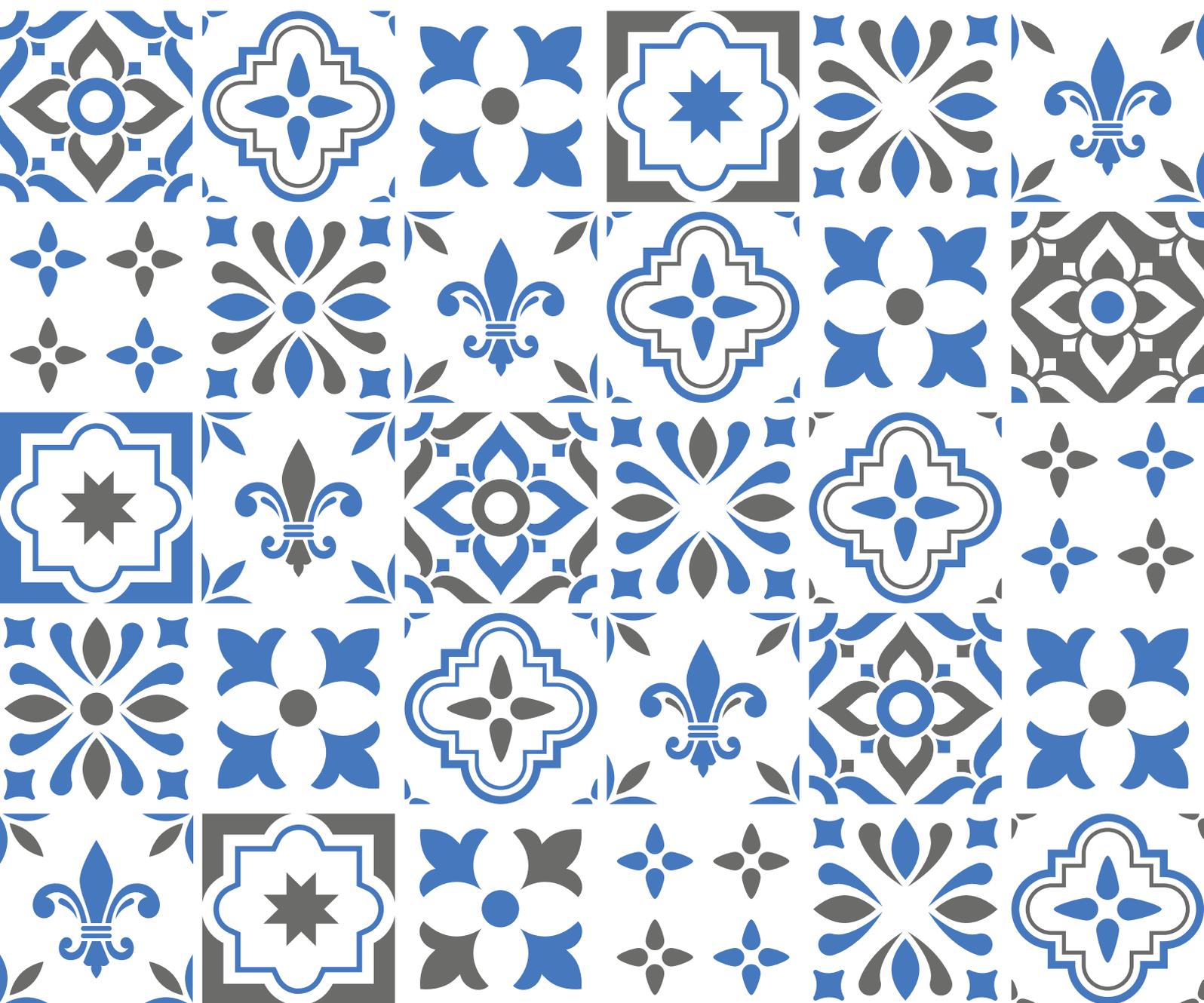


Barómetro do Alojamento Local em Portugal

Estudo descritivo de uma amostra de utilizadores de alojamento local residentes em Portugal



Projeto realizado pelo CICANT – Centro de investigação em Comunicação Aplicada e Novas Tecnologias por contrato com a HomeAway



Índice

Lista de abreviaturas	3
Introdução	4
Objetivos do projeto	7
Alojamento local em Portugal	8
Ficha Técnica	12
Resultados	15
1. Caracterização do utilizador	16
1.1. Duração da estadia, número de pessoas por alojamento e tipologia de alojamento	18
2. Motivações da viagem	20
2.1. Diferentes motivações para viajar	21
3. Reservas e utilização das plataformas especializadas	22
3.1. Fontes de informação	22
3.2. Critérios de Seleção do Alojamento Local	23
3.3. Reservas	24
4. Valorização e Satisfação com o Alojamento Local	26
4.1. Perceções sobre o Alojamento Local	28
4.2. Fidelização e Recomendação	29
5. Gastos	31
6. Comparação com outros tipos de alojamentos (Alojamento Local VS Hotelaria)	33
Estimativa dos gastos diretos e indiretos dos turistas de Alojamento Local	36
Conclusões	38
Equipa	43
Referências	44



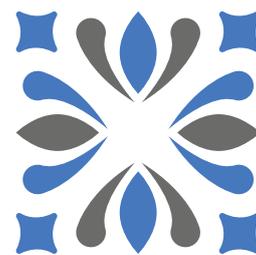
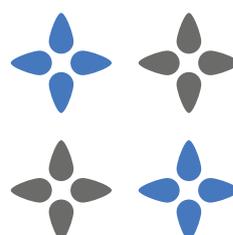
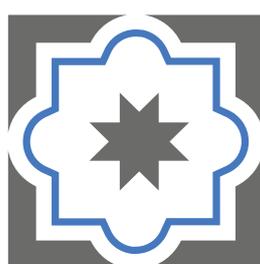
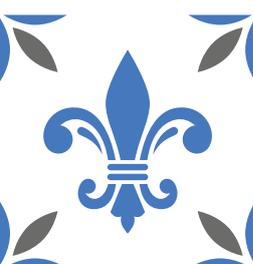
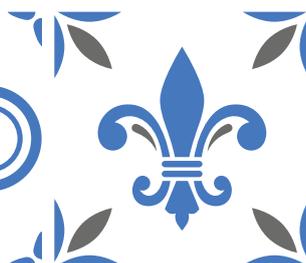
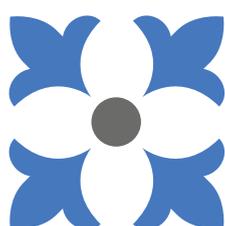
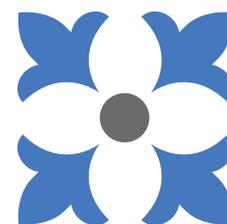
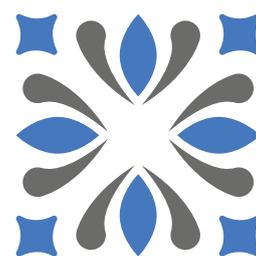
Lista de abreviaturas

AL
Alojamento Local

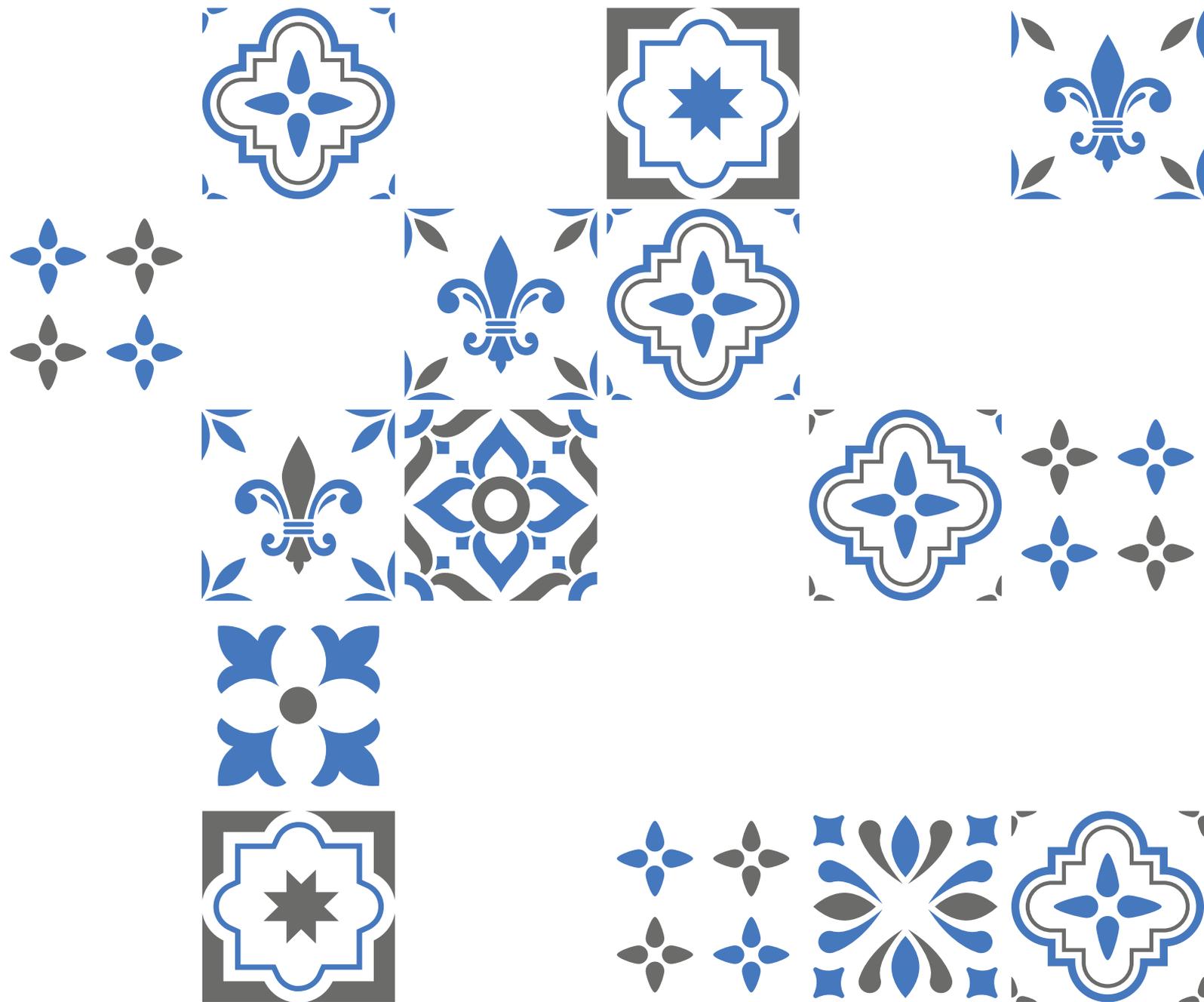
DP
Desvio-padrão

F
Frequência absoluta

M
Média



Introdução



***Em nome da HomeAway
e na qualidade de
Diretor Geral para a
Europa do Sul, é um
prazer apresentar o
Barómetro do Perfil
do Utilizador do
Alojamento Local.***

**Juan Carlos
Fernández Pérez-Crespo**
Diretor Regional para
o Sul da Europa



Introdução

O 1.º estudo desta natureza que se realiza em Portugal, com a preocupação de contribuir para a compreensão desta modalidade de alojamento e com o objetivo de divulgar dados fiáveis que ajudam a melhorar o conhecimento da sociedade portuguesa sobre o nosso setor.

Neste projeto, temos o privilégio de colaborar com a prestigiosa Universidade Lusófona, à qual quero agradecer o esforço e o trabalho realizado para esta investigação levada a cabo por uma equipa técnico-científica multidisciplinar.

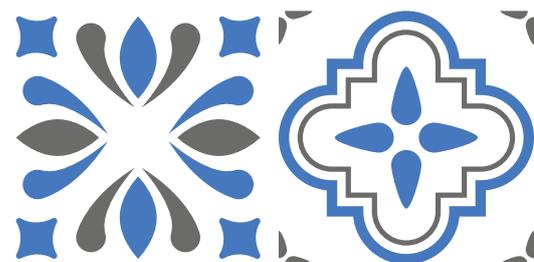
A HomeAway é uma plataforma especialista em alojamentos para férias online com uma rede de plataformas que representam mais de dois milhões de anúncios em 190 países. Através deste estudo, constatamos que o Alojamento Local é mais do que uma simples moda passageira, é sim uma tendência global que contribui para o crescimento das economias locais. Os viajantes são cada vez mais exigentes e esta atividade está em contínuo crescimento.

O 1.º Barómetro do Perfil do Utilizador do Alojamento Local em Portugal oferece uma análise do perfil do utilizador de plataformas de alojamentos, registados em regime de Alojamento Local e consolida-se enquanto referência face à análise da evolução de todos os aspetos que caracterizam esta modalidade de alojamento: perfil do viajante, motivações, satisfação, modo de pesquisa e reserva, assim como gastos de durante a estadia, entre outros fatores.

Entre as conclusões deste estudo destaca-se a despesa média num Alojamento Local, que ronda os 486 euros por pessoa e a despesa média durante a estadia com outras atividades que não o alojamento, um valor de 580 euros, dos quais 180 correspondem a gastos com a alimentação. Uma outra conclusão a realçar será a duração média da estadia em alojamento local que corresponde a 7 dias.

É um prazer partilhar convosco este estudo pioneiro na matéria, que contribuirá para esclarecer algumas características e tendências num setor em constante transformação como o do Alojamento Local, uma atividade a cada dia mais próspera para o Turismo e para a Economia Portuguesa.

Cordialmente,



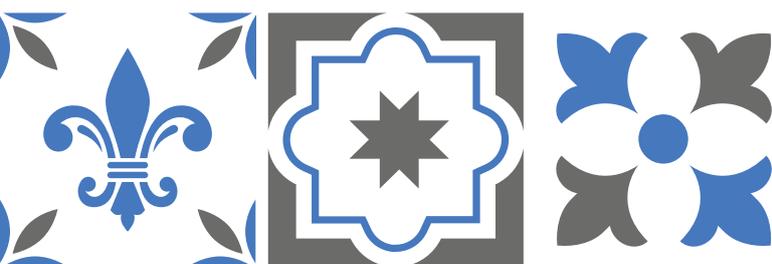
Objetivos do projeto

O principal objetivo deste estudo é fornecer uma perspetiva clara do utilizador de alojamento local (AL) em Portugal, em 2018. Para tal, recorre-se a uma amostra estatística representativa do universo de utilizadores deste tipo de alojamento turístico. Complementarmente, pretende-se facilitar a comparação estatística entre os dados relativos aos utilizadores deste tipo de alojamento e utilizadores de outros tipos de alojamento.

Trata-se do primeiro relatório feito em Portugal, englobando, entre outras, dimensões como:

- **Atitudes dos entrevistados sobre o AL;**
- **Satisfação dos entrevistados face ao AL;**
- **Frequência de uso do AL nos últimos dois anos e previsão de uso nos próximos meses;**
- **Duração e pessoas com quem foi compartilhado o AL pela última vez;**
- **Previsão do uso do AL nos próximos meses;**
- **Motivações associadas ao uso do AL;**
- **Gastos com a estadia.**

Para efeitos deste estudo e respetivo enquadramento teórico, considerou-se que todas estas dimensões influenciam o processo decisório do utilizador deste tipo de alojamento e facilitam a comparação com outro tipo de alojamentos.



Alojamento local em Portugal

Enquadramento geral

O alojamento local em Portugal enquadra-se no regime jurídico estipulado pelo Decreto-Lei n.º 128/2014 de novembro de 2014. Desde então, este decreto sofreu duas alterações. A primeira, de menor dimensão, verificou-se em abril de 2015 (DL n.º 63/2015). Mais recentemente, o Decreto-Lei n.º 62/2018 de 22 de Agosto veio introduzir alterações significativas ao regime do alojamento local, nomeadamente:

- **O aumento das contribuições de condomínio a pagar pelos proprietários de frações que alberguem alojamento local; (artigo 20º-A)**
- **A obrigatoriedade de um seguro multirisco de responsabilidade civil; (artigo 13º-A)**
- **O facto de o titular da exploração de alojamento local passar a ser solidariamente responsável com os hóspedes relativamente aos danos provocados por estes no edifício em que se encontra instalada a unidade; (artigo 13º-A)**
- **A necessidade de uma comunicação prévia com prazo à Câmara Municipal territorialmente competente para o registo de um novo alojamento local; (artigo 6º)**
- **As autarquias passarem a ter o poder de definir zonas de contenção, onde a abertura de novas unidades de alojamento local fica condicionada a uma autorização por parte dos municípios. (artigo 15º-A)**

Os dados mais recentes disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) referentes à modalidade de Alojamento Local dizem respeito ao ano de 2017. Os dados respeitam apenas o universo de inquirição do INE, ou seja, são consideradas apenas as unidades com mais de 10 camas. Os dados do Registo Nacional de Alojamento Local (RNAL) promovido pelo Turismo de Portugal, apresentam grande disparidade face aos dados INE na medida em que as duas entidades trabalham com critérios distintos: enquanto no RNAL qualquer alojamento local pode promover o seu registo e legalização, para o INE só são contabilizadas as unidades com mais de 10 camas. A outra fonte importante de dados sobre o setor é a ALEP – Associação do alojamento local em Portugal, que representa os empresários do setor. Independentemente das variações na contabilização de dados, todas estas entidades concordam que o setor tem hoje um peso muito superior ao do passado e não cessa de crescer.



Os números a seguir indicados sumarizam a situação global do setor do alojamento local em Portugal:

- **66,6 mil camas;**
- **2,7 mil estabelecimentos de AL¹ registados INE;**
- **72 500 unidades de AL² registadas no RNAL;**
- **3,4 milhões de hóspedes (+28,8% relativamente a 2016);**
- **8 milhões de dormidas (+27% do que em 2016);**
- **263 milhões de € (+28% face a 2016);**
- **O AL representou em 2017, 12% das dormidas que se registaram no total do alojamento turístico em Portugal (+1% de crescimento face a 2016) e 7% dos proveitos gerados (valor igual a 2016).**

Hoje o alojamento local corresponde a uma parte significativa da oferta de alojamento em Portugal

Mercados de origem

No que diz respeito à nacionalidade dos hóspedes de alojamento local, verifica-se que, em Portugal, a maioria residem no estrangeiro (56%) e este é um número que tem vindo a aumentar e que se mantém em crescimento (41,4%) (tabela 1).

Considerando os hóspedes residentes no estrangeiro, a Alemanha, França, Reino Unido e Espanha são os mercados mais representativos, ocupando metade das dormidas totais (50%). Por sua vez, outros mercados como a Itália, Brasil, EUA e Polónia têm registado crescimentos superiores a 40%, diversificando a fatia de nacionalidades dos hóspedes estrangeiros em Portugal, em regime de alojamento local (tabela 2). Relativamente à duração da estadia, os hóspedes estrangeiros foram, novamente, mais representativos, com uma estadia média de 2,8 noites, um valor inferior à estadia média dos hóspedes nacionais que permanece em 1,8 noites.

1 Apenas as unidades enquadradas legalmente na categoria de AL, não inclui hotéis.

2 Apenas as unidades enquadradas legalmente na categoria de AL, não inclui hotéis.



Destinos turísticos – geografia do AL em Portugal

Em Portugal, os destinos turísticos de maior dimensão são a Área Metropolitana de Lisboa (36%), o Norte (19%) e o Algarve (15%), uma vez que concentram 70% das dormidas totais em 2017, ou seja, 5,5 milhões de dormidas, um valor 25% superior face a 2016 (tabela 3). Adicionalmente, estes são os destinos turísticos que representam a maior fatia de proveitos (74%) num total nacional de 263 milhões de €.

Com exceção da Madeira, todas as regiões evidenciam um crescimento muito significativo de 2016 para 2017, sobretudo a Área Metropolitana de Lisboa (39,9%) e a zona Centro (36,4%).

Tabela 1.
HÓSPEDES POR PAÍS DE RESIDÊNCIA

	2016	Peso	2017	Peso	Var. 16/17
Nacionais	1284,3	48,8%	1484,5	43,8%	15,6%
Estrangeiros	1347,4	51,2%	1905,2	56,2%	41,4%
Total	2631,7	1	3389,7	1	28,8%

Fonte: INE (2018)

Tabela 2.
DORMIDAS POR PAÍS DE RESIDÊNCIA (2017), EM MILHARES

País de origem	Dormidas	Peso	Crescimento face a 2016
Alemanha	779,7	14,87%	27,40%
França	672,9	12,83%	22,30%
Reino Unido	618,1	11,79%	20,90%
Espanha	562,9	10,74%	31,50%
Holanda	282,7	5,39%	7,50%
Itália	268,9	5,13%	41,20%
Brasil	262,7	5,01%	54,60%
EUA	209,6	4,00%	64,80%
Polónia	136,4	2,60%	79,80%
Bélgica	115,8	2,21%	17,50%
Outros	1333,8	25,44%	44,80%
Total	5243,5	100,00%	

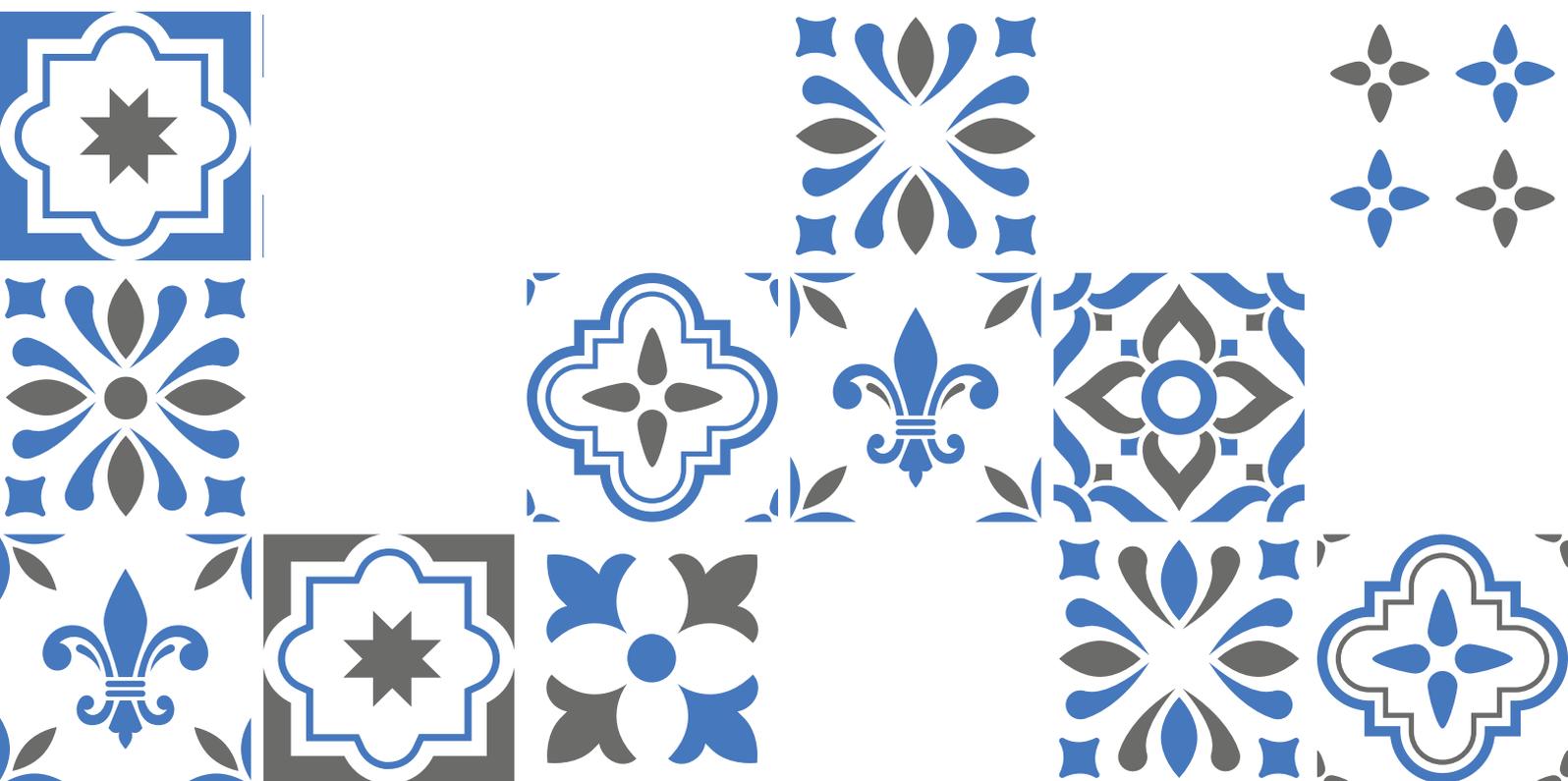
Fonte: INE (2018)



Tabela 3.

PROVEITOS POR NUTS II 2017 [MILHARES DE €]

Destino	Proveitos totais	Peso	Var. 2017/16
Norte	47735	18,15%	28,50%
Centro	38247	14,55%	36,40%
A.M. Lisboa	101910	38,76%	39,90%
Alentejo	11704	4,45%	24,50%
Algarve	43604	16,58%	21,40%
Madeira	19753	7,51%	-12,80%



Ficha Técnica

Este Estudo de Mercado foi realizado pelo Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias (CICANT) da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT) para a HomeAway, tendo a recolha de dados – aplicação de questionários online através de uma amostragem de painel – ocorrido durante os meses de setembro e outubro de 2018.

O universo deste estudo são os indivíduos residentes em Portugal, de ambos os sexos, com idades compreendidas entre os 18 e os 65 anos de idade, que no último ano ficaram num alojamento turístico em território nacional, pelo menos uma vez, durante o período de agosto de 2016 a agosto de 2018. No entanto, e dada a ausência de dados específicos sobre a composição dos utilizadores nacionais do alojamento local para o período em análise, considerou-se toda a população portuguesa que cumpria com os critérios acima descritos como passível de integrar a amostra, promovendo-se assim uma solução mais conservativa e tendente a resultados mais fiáveis e representativos. Para efeitos de realização de parte do trabalho de campo, recorreu-se em paralelo aos serviços de uma empresa independente de estudos de mercado. O propósito foi o de garantir que não haveria qualquer influência dos investigadores e técnicos do CICANT na seleção da amostra, para além obviamente da necessária e rigorosa definição dos pressupostos científicos e metodológicos que devem ser assegurados neste tipo de estudo de mercado.

Inicialmente, foi definida uma amostra de 400 respondentes, baseada nos dados do INE, como se pode observar nas seguintes tabelas:

Sexo	Amostra
Homens (48%)	192
Mulheres (52%)	208
Total	400

Grupo Etário	Amostra
18-29 (25%)	99
30-49 (44%)	174
50-65 (32%)	127
Total	400

População total 15-64 anos	
NUTSII (Portugal incluindo ilhas)	Amostra
Norte (38%)	144
Centro (23%)	86
AM Lisboa (28%)	106
Alentejo (7%)	27
Algarve (4%)	17
Região Autónoma dos Açores (3%)	10
Região Autónoma da Madeira (3%)	11
Total	400



Esta amostra de 400 entrevistas garante uma margem de erro de 4,90%, para um nível de confiança de 95%, considerando um universo populacional de 6.690.517, maior do que o esperado para os utilizadores de Alojamento Local, com base nos dados do INE de junho de 2017.

Dados INE	População total 15-64 anos		n=400
Portugal	6 690 517	100%	400
Norte	2 407 352	36%	144
Centro	1 432 077	21%	86
AM Lisboa	1 773 328	27%	106
Alentejo	446 776	7%	27
Algarve	281 631	4%	17
Região Autónoma dos Açores	171 650	3%	10
Região Autónoma da Madeira	177 703	3%	11
Total	6 690 517	100%	400

15-29	1 648 640	25%	99
30-49	2 916 797	44%	174
50-65	2 125 080	32%	127
Total	6 690 517	100%	400

Homens	48%	192
Mulheres	52%	208
	100%	400

Durante o trabalho de campo, houve necessidade de se ajustar a dimensão amostral, devido à ausência de respostas em algumas zonas do país. Este parece indicar uma sobre representação inicial dos utilizadores em certas regiões do país. Assim, procedeu-se ao aumento da dimensão amostral e ao ajustamento das proporções de distribuição geográfica, o que resultou nos dados que apresentamos de seguida.

Sexo	Amostra inicial	Amostra obtida
Homens	192 (48%)	177 (41%)
Mulheres	208 (52%)	259 (59%)
Total	400	436

Grupo Etário	Amostra inicial	Amostra obtida
18-29	99 (25%)	134 (31%)
30-49	174 (44%)	254 (58%)
50-65	127 (32%)	48 (11%)
Total	400	436

População total 15-64 anos		
NUTSII (Portugal incluindo ilhas)	Amostra inicial	Amostra obtida
Norte	144 (38%)	132 (30%)
Centro	86 (23%)	74 (17%)
AM Lisboa	106 (28%)	182 (42%)
Alentejo	27 (7%)	18 (4%)
Algarve	17 (4%)	11 (3%)
Região Autónoma dos Açores	10 (3%)	7 (2%)
Região Autónoma da Madeira	11 (3%)	12 (3%)
Total	400	436



Desta forma, a amostra final obtida, e fruto de análise neste relatório, é de 436 utilizadores, maiores de idade, com idades entre os 18 e os 65 anos, e residentes em Portugal. Esta amostra garante uma margem de erro de 4.69% para um nível de confiança de 95%.

De um total de 2.071 participantes que acederam ao questionário:

- **903 optaram por não responder e 1.168 deram início ao seu preenchimento;**
- **578 foram excluídos por não estarem nos critérios de seleção;**
- **154 iniciaram, mas não completaram o questionário;**
- **436 finalizaram o questionário (respostas válidas).**

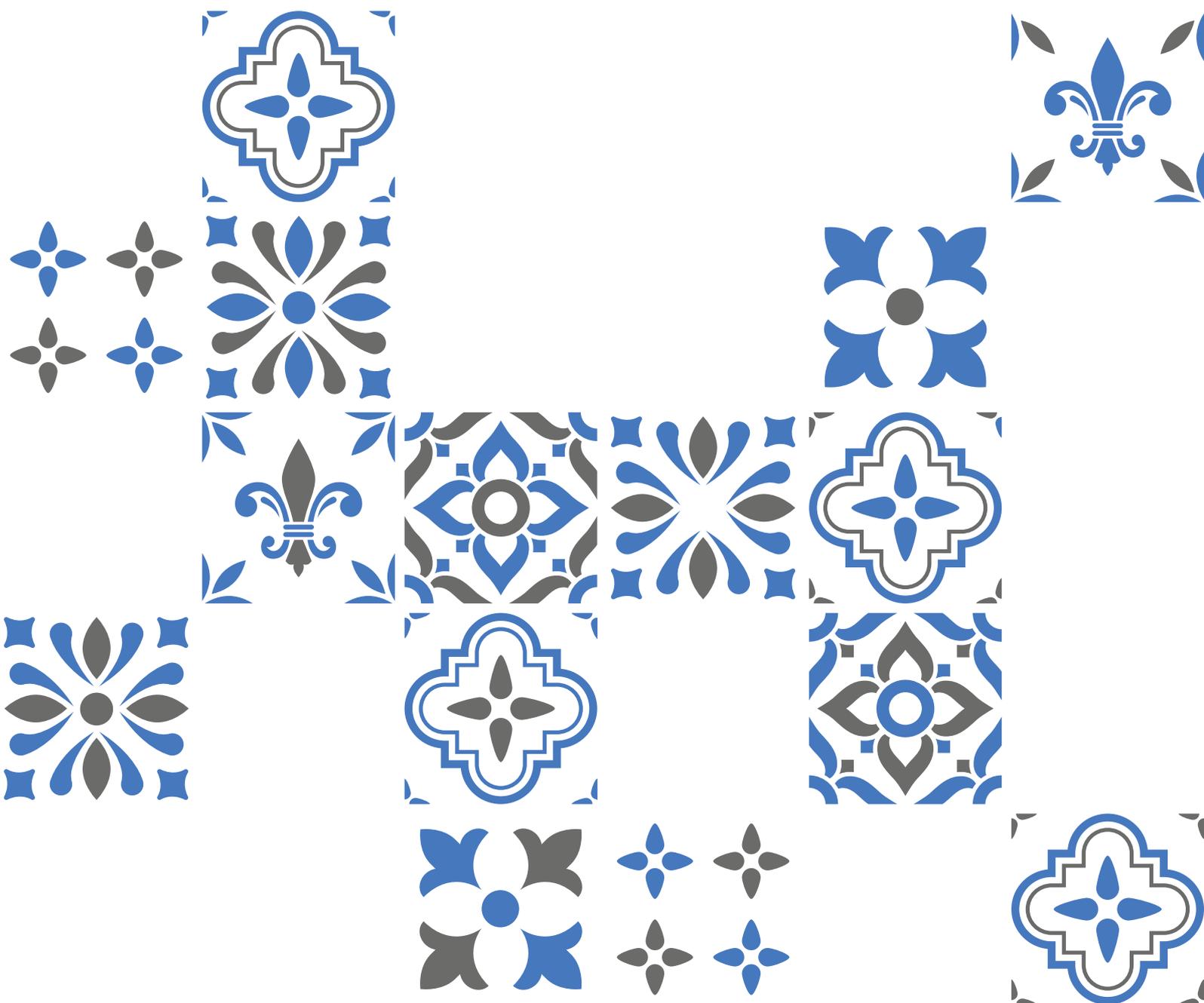
Este estudo teve uma taxa de resposta de 37,33% (dos 1.168 participantes que iniciaram o questionário, obtiveram-se 436 respostas válidas). Em média, o preenchimento do questionário demorou 22 minutos, sendo que 56% completou o questionário a partir de um computador (desktop ou laptop), 43% respondeu a partir de um *smartphone* e apenas 2% respondeu a partir de um *tablet*.

viram	começaram	concluíram	taxa de conclusão	desistências	tempo demorado
2,071	436	436	100%	0	22 mins
56%	Computador ou Portátil	92% Windows	8% Mac	0% Linux	0% Outro
43%	Smartphones	77% Android	23% iPhone	0% Windows	0% Outro
2%	Tablets	50% iPad	50% Android	0% Windows	0% Outro



Resultados

A secção seguinte apresenta os dados obtidos através do estudo descritivo realizado com recurso à técnica de questionário disponibilizado e realizado via internet, considerando os pressupostos descritos na secção da metodologia.



1. Caracterização do utilizador

A amostra do estudo foi projetada para ser representativa da população de utilizadores destes serviços a nível nacional. Assim, e considerando as principais variáveis de segmentação, a proporção de utilizadores do serviço apresenta valores mais elevados no caso do sexo feminino (59,4%) face ao sexo masculino (40,6%).

No que concerne à variável idade, a amostra apresenta uma média e idades de 35,31 anos (DP = 9,64). Observando estes dados numa lógica de faixa etária, podemos constatar que existe uma maior preponderância da faixa etária 30-49 anos (58,3%), havendo uma menor prevalência de respondentes entre os 50-65 anos (11%).

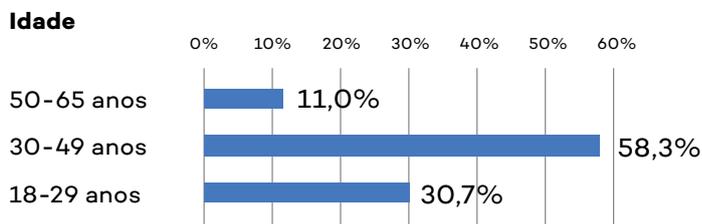
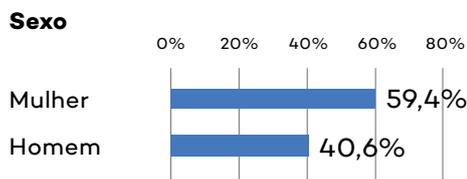
Em relação à distribuição geográfica (baseada nos critérios NUTS II), podemos constatar que a Área Metropolitana de Lisboa (41,7%) representa uma parte muito significativa da amostra dos utilizadores do serviço. Estas proporções são aproximadas da distribuição que podemos observar nos documentos oficiais disponíveis³.

Para permitir uma perspetiva mais abrangente sobre a contratação e utilização de serviços básicos da vida quotidiana, apresentamos o resumo das respostas dos participantes sobre a última vez (ano) em que realizaram cada uma das atividades descritas. Os resultados parecem indicar que as atividades ligadas ao lazer, nomeadamente as relacionadas com alojamento, seja este local ou em unidade hoteleira, e a aquisição de livros, música ou softwares informáticos, apresentam uma maior frequência de realização nos últimos anos quando comparadas com outras, como contratação de seguros e/ou aluguer de veículos. Por outro lado, este conjunto de questões visava também permitir uma filtragem, não enviesada, dos participantes face à sua utilização, ou não, de alojamento local nos últimos dois anos (de agosto de 2016 a agosto de 2018). Perto de 73% dos respondentes realizaram essa ação durante o ano de 2018, demonstrando a pertinência das suas respostas e a atualidade dos dados que irão fornecer para as conclusões gerais deste estudo.

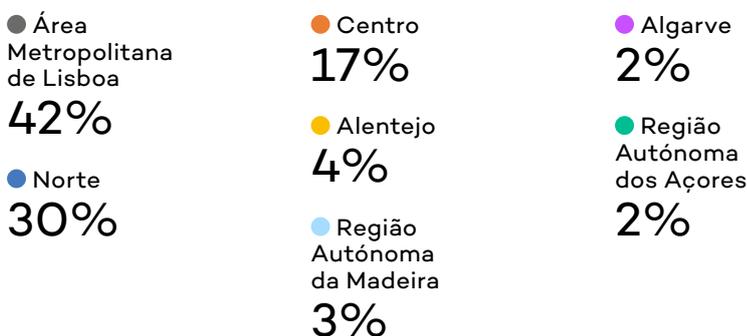
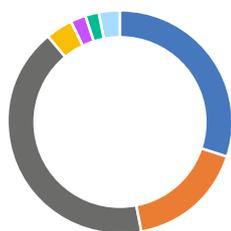
3 INE, 2017



1.A. DISTRIBUIÇÃO DO PERFIL DE UTILIZADOR DE ALOJAMENTO LOCAL POR VARIÁVEIS SOCIO-DEMOGRÁFICAS (%)

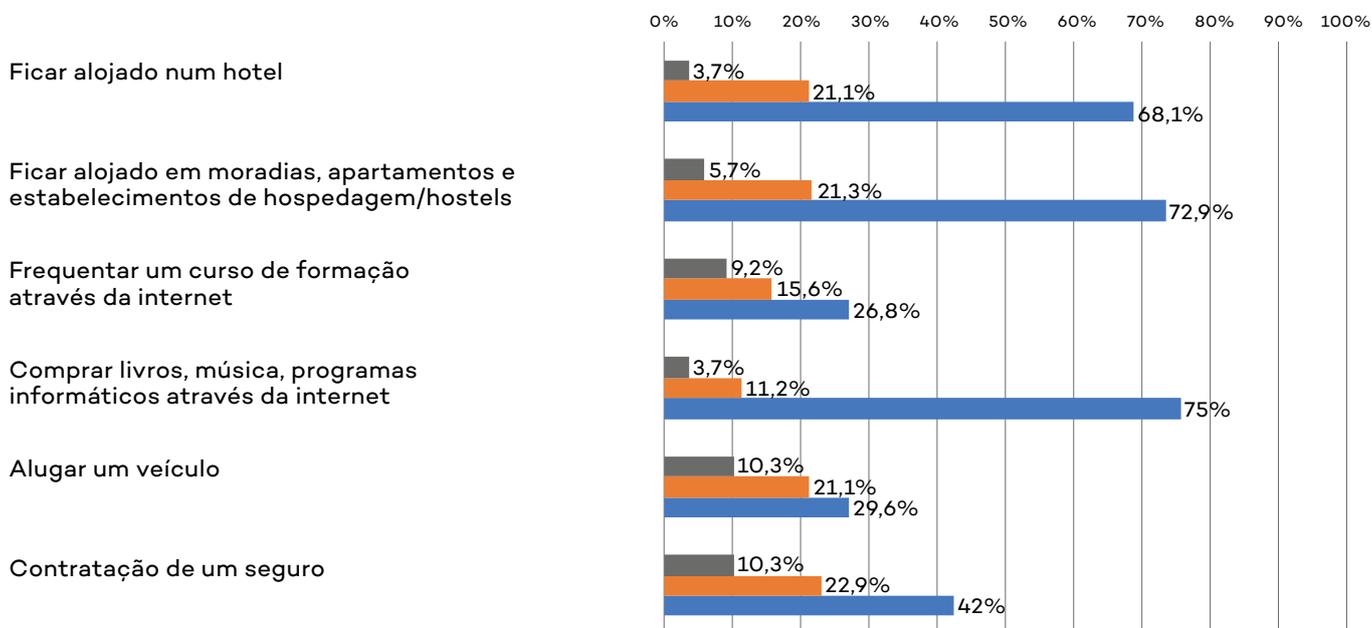


Distribuição geográfica



Última ocasião em que realizou atividades económicas

● 2016 ● 2017 ● 2018



1.1. Duração da estadia, número de pessoas por alojamento e tipologia de alojamento

Destaques

- 81,2% dos respondentes utilizou o alojamento local entre 1 a 4 vezes entre 2016 e 2018;
- Em média, a utilização do AL foi de 3,48 vezes em dois anos;
- A média de utilização exclusiva para finalidades de férias foi de 2,26 vezes;
- O apartamento foi o tipo de alojamento de preferência (42,7%);
- As regiões do Algarve (27,1%), Norte (24,5%) e Centro (21,1%) foram as preferidas;
- A família surge no topo das preferências na partilha do alojamento local (41,30%), seguido do companheiro(a) (34,90%) e de amigos (18,5%);
- O número médio de pessoas que estiveram no alojamento local foi 3,88.

Todos os participantes neste estudo reservaram pelo menos uma vez um alojamento local durante o período em análise. A maioria (81,2%) utilizou este serviço entre 1 a 4 vezes entre 2016 e 2018, sendo que a média de utilização foi de 3,48 vezes para o mesmo período, variando entre um mínimo de 1 e um máximo de 50 ocasiões.

No que concerne à utilização exclusiva para finalidade de férias ou lazer, verifica-se um padrão de utilização muito semelhante, ainda que mais reduzido. Neste contexto, a média de utilização é de 2,26 vezes, sendo o valor mínimo 1 e o máximo 20.

Para proporcionar uma análise comparativa, foi analisado também quantas vezes foi realizado o mesmo procedimento, apenas para o contexto de férias ou lazer, da utilização de um hotel no mesmo período de análise. Os resultados indicam que cerca de 82,1% da amostra utilizaram um hotel 1 a 4 vezes no período em análise, um valor muito semelhante ao registado para o alojamento local, apesar de ligeiramente superior. Tal como se verifica para a média de utilização que foi de 3,03, sendo o mínimo 1 e o máximo 50, ou seja, em média, para férias ou lazer, registaram-se mais reservas em hotéis do que em alojamentos locais.

De entre as diferentes tipologias de alojamento local, o apartamento foi o que mereceu maior preferência, representando 42,7% das últimas utilizações. Seguiram-se os estabelecimentos de hospedagens ou hostels (27,5%) e as moradias (26,4%), constituindo o restante a opção Outro.

Quanto à localização regional do alojamento local, as regiões do Algarve (27,1%), Norte (24,5%) e Centro (21,1%) constituem-se como as localizações preferenciais dos hóspedes de alojamento local.



Considerando o número de noites que a estadia englobou, podemos observar que a duração varia entre um mínimo de 1 noite e um máximo de 37, com uma média de 4,64 noites. Contudo, cerca de 89,2% das estadias tiveram uma duração até 7 dias.

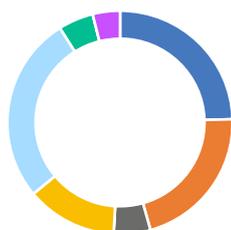
Em relação à partilha do alojamento local com Outros, a família surge no topo das escolhas, com 41,30%, seguido do companheiro(a) (34,90%) e de amigos, com 18,5%. Neste contexto, verifica-se ainda que, variando entre 1 e 20 pessoas, durante essas mesmas estadias, estiveram presentes, em média, 3,88 pessoas no alojamento escolhido, contando com o próprio que efetuou a reserva.

1.1.A. DISTRIBUIÇÃO POR TIPO DE ALOJAMENTO LOCAL



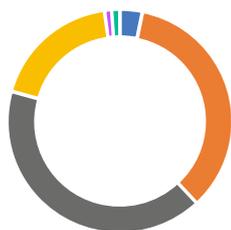
- Apartamento
43%
- Estabelecimento de hospedagem/Hostel
28%
- Moradia
26%
- Outro
3%

1.1.B. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO ALOJAMENTO LOCAL



- Algarve
118
- Norte
107
- Centro
92
- Alentejo
57
- Área Metropolitana de Lisboa
23
- Região Autónoma dos Açores
22
- Região Autónoma da Madeira
17

1.1.C. PARTILHA DO ALOJAMENTO LOCAL



- Família
41,30%
- Com o seu companheiro/a
34,90%
- Amigos
18,50%
- Sozinho/a
3,20%
- Outros
1,20%
- Colega(s) de trabalho
1,00%

2. Motivações da viagem

Destaques

As principais motivações para viajar foram:

- “Desfrutar do tempo livre com as pessoas com quem viajo”;
- “Descansar, fugir à rotina ou aliviar o stress”;
- “Conhecer novos lugares ou cidades”.

No que concerne aos objetivos e motivações associadas à realização de uma viagem, as motivações e interesses são muito variados. Contudo, compreende-se, pela análise estatística, que as três principais motivações serão desfrutar do tempo livre com as pessoas que se viajar; descansar fugir à rotina ou aliviar o stress e conhecer novos lugares ou cidades.

Por sua vez, sabe-se que visitar familiares ou amigos, praticar desporto, receber tratamentos de saúde ou beleza e fazer compras são as motivações indicadas como não sendo importantes para a maioria dos respondentes.

A vontade de conhecer novas pessoas e relacionar-se com as suas atividades, apesar de não ser considerada tão importante como as motivações referidas anteriormente, é assinalada como importante para cerca de 34,1% dos respondentes. Uma motivação que pode começar a tornar-se uma maior tendência e que pode justificar o crescimento do alojamento local, uma vez que, neste tipo de acomodação se verifica uma maior proximidade com a cultura local, as suas pessoas e tradições.

Pela estreita relação existente entre viajar e reservar um alojamento local, poderá assumir-se que várias das motivações para viajar correspondem também a alguns dos motivos que levam os viajantes a reservar um alojamento local, sobretudo num contexto de férias ou lazer.



2.1. Diferentes motivações para viajar

Objetivo	pouco importante				muito importante		M	DP
	1	2	3	4	5			
Conhecer novos lugares ou cidades	6,4	4,1	12,4	21,3	55,7	4,16	1,18	
Conhecer património histórico	9,2	9,2	15,4	30,7	35,6	3,74	1,28	
Conhecer novas pessoas e/ou relacionar-me com as suas atividades	15,4	20,2	30,3	20,6	13,5	2,97	1,25	
Visitar familiares ou amigos	35,3	15,6	19,3	15,8	14,0	2,58	1,45	
Descansar, fugir à rotina ou aliviar o stress	2,3	1,4	4,1	24,3	67,9	4,54	0,83	
Ir à praia	16,5	7,8	18,6	18,1	39	3,55	1,48	
Desfrutar da natureza ou do campo	9,6	6	9,9	36	38,5	3,88	1,26	
Divertir-me, viver experiências excitantes	5,5	8,3	19,5	30	36,7	3,84	1,17	
Praticar esqui ou outros desportos	48,6	15,4	16,7	10,6	8,7	2,15	1,36	
Desfrutar da gastronomia e/ou do enoturismo	9,2	8	17,7	31,4	33,7	3,72	1,26	
Receber tratamentos de saúde ou beleza	43,1	17,7	20,2	10,8	8,3	2,23	1,33	
Fazer compras	42,2	20,6	22,9	9,6	4,6	2,14	1,20	
Assistir a atividades culturais, musicais ou desportivas	20,4	15,4	24,8	21,3	18,1	3,01	1,38	
Desfrutar do tempo livre com as pessoas com quem viajo	3,4	0,7	3,9	21,3	70,6	4,55	0,88	



3. Reservas e utilização das plataformas especializadas

Destaques

- A principal fonte de informação consultada são as plataformas especializadas no arrendamento de alojamento local (33,80%), seguido de recomendação de uma pessoa conhecida (21,60%);
- A localização e o preço são os critérios mais relevantes para a escolha do alojamento local.
- As reservas são efetuadas sobretudo online (62,2%) e através do computador (66,2%).

3.1. Fontes de informação

As fontes de informação consultadas, aquando da procura de um alojamento local, são cada vez mais relevantes para identificar o potencial de captação de novos clientes ou de fidelização dos mesmos. Assim, os resultados, consistentes com investigação na matéria, parecem sugerir que as fontes de referência para procurar e receber informação sobre um alojamento local são as plataformas especializadas no arrendamento de alojamento local (33,8%) e a recomendação de alguém conhecido (21,60%).

A coluna % acumulada representa a totalidade de todas as respostas baseada na possibilidade de os respondentes poderem selecionar mais do que uma resposta. Considerando a ordem de preferência das fontes consultadas, em primeiro lugar surge a “Consultou sites especializados no arrendamento de alojamento local”, selecionada como a fonte principal (1ª na ordem de importância) em 39% dos casos, e em 2º lugar em 15,4% dos casos, seguido de “Recomendação de uma pessoa conhecida”, que foi selecionada como fonte principal (1ª na ordem de importância) em 27,5% dos casos, e em 2º lugar por 8,3% dos respondentes, ficando como 3ª fonte na ordem de preferências “Através de outras páginas de Internet como as de agências de viagem online”, sendo selecionada como fonte principal (1ª na ordem de importância) por 13,8% dos participantes, e em 2º lugar por 10,3% dos respondentes.



3.1.A. FONTES DE INFORMAÇÃO CONSULTADAS PARA CONHECER ALTERNATIVAS DE ALOJAMENTO LOCAL

Fonte de recomendação	F	%	% Acumulada (várias opções)
Recomendação de uma pessoa conhecida	169	21,60	38,80
Já tinha utilizado anteriormente	81	10,30	18,60
Através de uma agência de viagens	22	2,80	5,00
Consultou um site turístico de uma região ou de um organismo público	89	11,40	20,40
Consultou sites especializados no arrendamento de alojamento local	265	33,80	60,80
Através de outras páginas de Internet como as de agências de viagem online	132	16,80	30,30
Outros	26	3,30	6,00
Total	784	100	179,8

3.2. Critérios de Seleção do AL

Para selecionar um alojamento local, os critérios mais relevantes no momento da escolha são a boa localização (M=4,41), o preço (M=4,35) e a envolvente e as áreas circundantes da habitação (M=4,01). Contudo, considerando apenas os respondentes que consideraram como muito importante cada critério de seleção, os comentários ou pontuações na Internet de utilizadores anteriores sobre esse alojamento surgem como terceiro critério fundamental para a escolha.



3.2.A. CRITÉRIOS PARA SELCIONAR O ALOJAMENTO LOCAL AO INVÉS DE OUTRAS ALTERNATIVAS

Objetivo	nada importante			muito importante		M	DP
	1	2	3	4	5		
Boa localização	0	1,6	9,4	35,6	53,4	4,41	0,73
Equipamento interior e decoração	2,5	6,4	29,8	36,9	24,3	3,74	0,98
Aspetto exterior do edifício	3,9	6,2	40,4	30	19,5	3,55	1,00
Preço	0,2	1,6	11,5	36,5	50,2	4,35	0,76
Disponibilidade de piscina ou outro tipo de equipamento externo	14,9	11,9	23,6	23,6	25,9	3,34	1,37
Envolvente ou áreas circundantes da habitação	2,1	3,7	20	40,1	34,2	4,01	0,94
Possibilidade de viajar com animais	11	34,4	11	10,6	11	2,55	1,33
Comentários ou pontuações na Internet de utilizadores anteriores sobre esse alojamento	3,4	3,7	20,2	36,5	36,2	3,98	1,01
Contacto com os proprietários ou com pessoas do lugar onde se encontra o alojamento local	5,7	10,1	27,3	30	26,8	3,62	1,15

3.3. Reservas

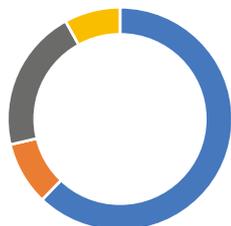
No momento da reserva, avaliou-se qual a forma mais frequente de a realizar, constata-se que a maioria dos respondentes realizaram a reserva online através de um site (62,2%), seguida da opção por telefone (20,6%).

Relativamente ao tempo de antecedência com que uma reserva é feita face à data concreta de alojamento, as respostas variam muito, contudo a maioria (56,5%) reserva com 1 a 6 meses de antecedência. De entre estes respondentes, 22% reserva com 3 a 6 meses de antecedência, sendo a opção mais comum, 21% reserva 1 a 2 meses antes da data e 15% fá-lo 2 a 3 meses antes.

No momento da reserva, pode surgir uma possível assinatura de um contrato de alojamento, contudo apenas 9% dos inquiridos indica que assinou este contrato, sendo que a grande maioria (78%) não assinou qualquer contrato, seja em papel ou digital. Cerca de 13% afirmaram não saber se este processo foi ou não concretizado.



3.3.A MODO COMO SE REALIZAOU O ARRENDAMENTO OU RESERVA



- **Online através de um site**
62%
- **Por telefone**
21%
- **Através de correio eletrónico, SMS ou mensagens instatâneas**
9%
- **Pessoalmente ou através de outras pessoas**
8%

3.3.B. ANTECEDÊNCIA COM QUE FOI ARRENDADO O ÚLTIMO ALOJAMENTO



- **De 3 meses a menos de 6 meses**
22%
- **De 1 mês a menos de 2 meses**
21%
- **De 2 meses a menos de 3 meses**
15%
- **De 15 dias a menos de 1 mês**
12%
- **De 7 a 14 dias**
9%
- **Com 6 ou mais meses de antecedência**
7%
- **Com uma antecedência de menos de 7 dias**
14%

3.3.C. ASSINATURA DE CONTRATO DE ARRENDAMENTO (EM PAPEL OU DIGITAL)



- **Não**
78%
- **Não sei**
13%
- **Sim**
9%



4. Valorização e Satisfação com o AL

Destaques

- **Nível 4 sobre 5 na satisfação geral com o alojamento;**
- **Estado de conservação, preço e nível de informação oferecida pelo proprietário foram os fatores que mais contribuíram para a satisfação;**
- **O nível de satisfação depende também do contacto com pessoas do lugar onde se encontra o alojamento;**
- **79% dos inquiridos indicou uma elevada probabilidade de retornar ao mesmo alojamento local;**
- **A intenção de recomendação é muito elevada para 52,3% dos respondentes.**

A satisfação com a utilização dos serviços de alojamento local é um indicador muito relevante para utilização futura e para o crescimento deste mercado. Assim, foi avaliada a satisfação geral dos respondentes, bem como o seu grau de satisfação, face a cada um dos principais critérios de avaliação da qualidade do serviço: localização; equipamento interior e decoração; estado de conservação; preço; limpeza; manutenção do equipamento externo; conforto; descanso; envolvente ou áreas circundantes da habitação; contacto com os proprietários; contacto com as pessoas do lugar onde se encontra; nível de informação oferecida pelo proprietário acerca do alojamento.

Na questão de satisfação geral, que serve de barómetro para este tipo de avaliações, os resultados são muito positivos: apenas 2,3% dos participantes classifica a sua satisfação geral como negativa. Para mais, e observando a média global no indicador de satisfação geral, a média ronda os 4 numa escala de 5, um valor muito positivo. Apenas os critérios “contacto com os proprietários”, “limpeza” e “localização”, apresentam uma média global inferior a 4, o que sugere que estes são os elementos onde ainda será necessário investir mais. Os critérios mais positivamente avaliados são “nível de informação prestado pelo proprietário/gestor do imóvel”, “conforto” e “estado de conservação dos imóveis”.

Na sequência desta mesma avaliação positiva, quando questionados sobre problemas com os vizinhos, apenas 0,9% dos inquiridos referiu ter tido algum tipo de problema com os vizinhos do alojamento local, o que certamente contribui para o elevado nível de satisfação com este serviço.



4.A. NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O ALOJAMENTO LOCAL EM GERAL E POR CRITÉRIO

Objetivo	nada satisfeito			muito satisfeito		M	DP
	1	2	3	4	5		
Localização	,2	,7	9,2	37,2	52,8	3,98	0,89
Equipamento interior e decoração	,9	5,0	20,2	43,1	30,7	4,08	0,83
Estado de conservação	,2	4,4	16,5	45,0	33,9	4,25	0,79
Preço	,5	1,4	14,9	39,0	44,3	4,27	0,83
Limpeza	,7	3,0	11,5	38,8	46,1	3,94	0,91
Manutenção do equipamento externo	1,8	4,1	20,9	44,3	28,9	4,15	0,79
Conforto	,2	2,5	16,1	44,7	36,5	4,37	0,79
Descanso	,9	1,4	9,9	35,1	52,8	4,18	0,83
Envolvente ou áreas circundantes da habitação	1,1	1,8	14,4	43,1	39,4	4,03	0,98
Contacto com os proprietários	2,8	4,4	17,4	38,5	36,9	3,91	1,04
Contacto com pessoas do lugar onde se encontra o alojamento	3,2	6,4	20,6	36,0	33,7	4,20	0,84
Nível de informação oferecida pelo proprietário e/ou gestor acerca do alojamento: horas entrada/saída, condições...	,7	2,8	14,7	39,7	42,2	4,27	0,74
O meu nível de satisfação geral do uso dessa habitação foi:	,2	2,1	9,9	45,9	42,0	3,98	0,89

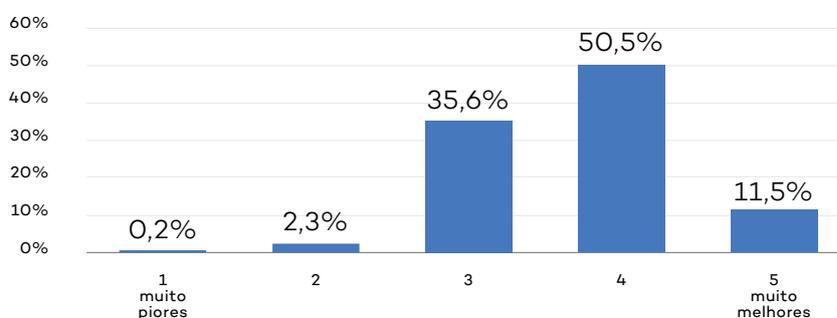


4.1. Perceções sobre o AL

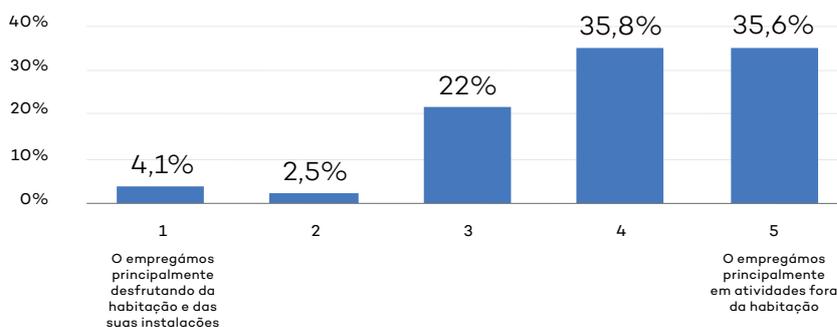
Em relação à perceção sobre as características reais da habitação em relação às que eram apresentadas na Internet ou às dos comentários anteriores, os resultados são novamente muito positivos, 62% mencionam que eram muito melhores que o esperado.

Procurou-se também compreender como é que os hóspedes do alojamento local ocupavam seu tempo quando alojados, uma vez que este tipo de utilização do imóvel é um dado importante a considerar na disponibilização de novos serviços e funcionalidades. Os resultados indicam que a maior parte do tempo é passada em atividades fora do alojamento, com apenas 6,6% dos inquiridos a assumir que passam mais tempo em atividades dentro do alojamento que fora.

4.1.A. CONDIÇÕES DO ALOJAMENTO FACE AOS COMENTÁRIOS ANTERIORES E CARACTERÍSTICAS DO IMÓVEL



4.1.B. PERCEÇÃO SOBRE A MAIOR PARTE DO TEMPO QUE ESTIVERAM ALOJADOS



4.2. Fidelização e Recomendação

Quando questionados sobre a sua experiência, importa ainda perceber se voltariam a utilizar o mesmo alojamento local, se as condições de localização, tempo, orçamento e número de pessoas se repetissem. Esta é também uma forma de avaliar o potencial de fidelização do AL. Os resultados indicam, de forma inequívoca, que a satisfação foi, mais uma vez, muito elevada, considerando que 79% dos inquiridos retornaria ao mesmo alojamento local. Por outro lado, apenas 4% procuraria uma solução alternativa ao alojamento local, o que é um dado muito interessante e relevante numa lógica de reforço da componente relacional deste modelo de negócio.

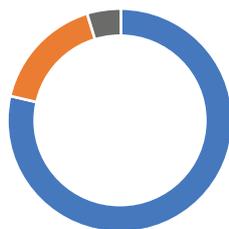
Considerando a importância da recomendação, procurou-se perceber em que medida recomendariam a experiência que tiveram a pessoas potencialmente interessadas no mesmo alojamento. 52,3% dos inquiridos responderam de forma inequívoca que “de certeza que sim” recomendariam e 32,3% recomendariam, perfazendo um total de 84,6% de taxa de recomendação global. Isto contrasta de forma evidente com a percentagem de respostas negativas (4,8%), o que é um excelente indicador de nível de serviço.

Relativamente ao feedback da experiência, 45% dos participantes indicou ter deixado um comentário após a sua estadia num alojamento local, em qualquer formato ou plataforma eletrónica, retratando a sua experiência com o alojamento local. Por outro lado, apenas 1,6% deixou um comentário negativo, o que mais uma vez atesta a qualidade do serviço de alojamento local. Contudo, sendo os comentários online sobre o alojamento um dos fatores decisivos na escolha do alojamento local, prevê-se que o número de avaliações aumente, bem como algum tipo de feedback público sobre os alojamentos.

Analisou-se ainda a relação dos consumidores com as alternativas ao alojamento local e a forma como essas alternativas afetariam a escolha do destino. Assim, quando questionados sobre “Se no lugar que pretender ir num próximo período de férias não houvesse oferta de alojamento local, procuraria outro lugar?”, os inquiridos apresentaram um padrão de resposta bastante variado. Ainda assim, não deixa de ser digno de realce que 18,3% alteraria os seus planos para incluir um destino que tivesse disponível alojamento local, e cerca de 20,9% procuraria encontrar uma solução alternativa, não alterando o seu destino. Somando as categorias que alterariam o destino, perfazem uma percentagem total de 44%, face às categorias que procurariam uma alternativa, que representam apenas 30,5% do universo dos inquiridos.

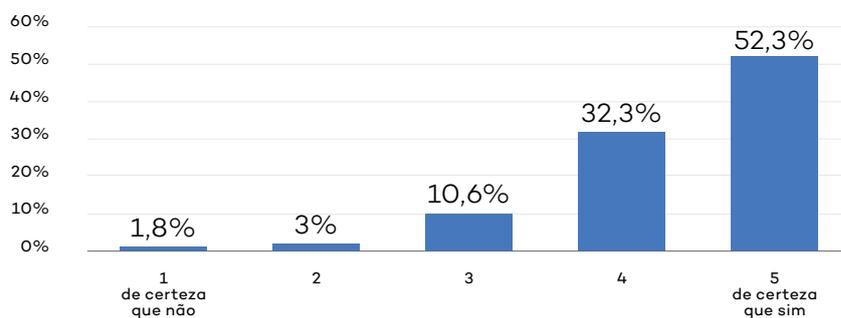


4.2.A RETORNO AO ALOJAMENTO OU OUTRA OPÇÃO



- Voltaria a arrendar o mesmo alojamento local
79%
- Preferiria arrendar outro alojamento local
17%
- Preferiria ficar num hotel ou noutro tipo de alojamento local
4%

4.2.B RECOMENDAÇÃO DO ALOJAMENTO LOCAL A FAMILIAR OU AMIGO QUE QUISESSE IR DE FÉRIAS PARA O MESMO LUGAR

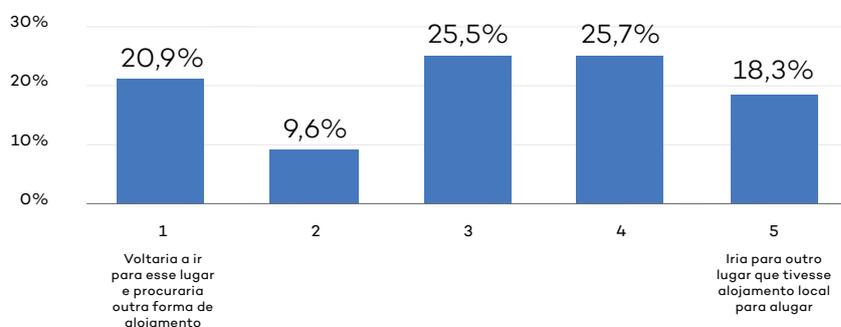


4.2.C. COMENTÁRIO OU AVALIAÇÃO EM MEIO ELETRÓNICO SOBRE A EXPERIÊNCIA DO ALOJAMENTO LOCAL



- Não
53%
- Sim, positivo
45%
- Sim, negativo
2%

4.2.D. NÃO HAVENDO ALOJAMENTO LOCAL NO DESTINO PRETENDIDO, PROCURARIA OUTRO DESTINO:



5. Gastos

Destaques

- A média de gastos só com o alojamento ascendeu a 354,17€;
- A média dos gastos com a experiência no seu todo foi de 737,11 €;
- Os gastos mais representativos (além do alojamento) são os relacionados com a alimentação (aproximadamente 100 euros);

As questões orçamentais são sempre um dos pontos-chave para compreender o perfil dos consumidores de qualquer serviço, e isso é também evidente no caso do alojamento local e de toda a experiência que envolve a utilização deste serviço. Procurou-se fazer uma caracterização assente nos valores recordados de gastos com alojamento e outras despesas durante a experiência realizada no último alojamento local. Os dados mais relevantes concernem o gasto total só com o alojamento durante a última estadia. A média de gastos só com o alojamento ascendeu a 354,17€, enquanto a restante experiência (gastos de alimentação, divertimento, etc., exceto o alojamento), apresentou uma média ponderada de gastos de 383,11€. Este valor encontra-se possivelmente influenciado pelo facto de alguns respondentes não conseguirem precisar o valor gasto em atividades ou serviços não-essenciais, como espetáculos, museus ou eventos desportivos. Importa ainda realçar que nas despesas, as duas rúbricas que pesam mais no orçamento para além do alojamento são despesa com alimentação e outros consumos fora do alojamento: restaurantes, bares (M = 100,08€) e na compra de alimentos, bebidas e outros produtos de consumo quotidiano para consumir principalmente no alojamento (M = 55,28€).



5.A. DESPESAS COM ALOJAMENTO E OUTRAS CATEGORIAS DURANTE A ÚLTIMA ESTADIA NO PERÍODO DE ANÁLISE (*VALORES EM EUROS €)

Rúbrica	M	DP
Quanto gastou aproximadamente com o arrendamento desse alojamento local durante toda a estada?	354,17	392,18
Despesa para assistir como espetador a atividades desportivas	6,13	24,78
Despesa para realizar atividades desportivas	7,16	21,58
Despesa com aluguer de barcos de recreio ou outro tipo de equipamentos	6,89	19,30
Despesa com visitas culturais (museus, igrejas, aldeias, monumentos, caves...)	18,62	31,16
Despesa para assistir a espetáculos culturais, musicais, etc.	9,03	22,62
Despesa de serviços como termas, talassoterapia, spa	8,77	43,56
Despesa em parques temáticos	10,32	23,93
Despesa em casinos / salas de jogos	10,25	99,37
Despesa com atividades de diversão noturna, bebidas, discotecas, clubes, etc.	37,28	62,68
Despesa com excursões fora do lugar onde estava alojado	11,43	32,59
Despesa com aluguer de um veículo na origem	9,93	39,84
Despesa com aluguer de um veículo no destino	12,35	44,39
Despesa com transportes públicos locais, combustível, parques de estacionamento e portagens no destino	48,45	77,50
Despesa com a contratação de serviços como limpeza, baby-sitters, arranjos da habitação ou do seu equipamento, etc.	4,00	32,95
Despesa com alimentação e outros consumos fora do alojamento: restaurantes, cafeterias, bares, etc.	100,08	105,86
Compra de alimentos, bebidas e outros produtos de consumo quotidiano para consumir principalmente no alojamento	55,28	71,19
Despesas com compras de outros produtos: vestuário, joias, vinho, artesanato, produtos típicos, presentes, etc.	27,09	46,22
Despesas extraordinárias: reparação de veículos, despesas devidas a doença ou acidentes, etc.	3,58	17,58



6. Comparação com outros tipos de alojamentos (AL vs Hotelaria)

- A preferência pelo AL em relação ao hotel está sobretudo relacionada com o preço, a localização e a comodidade;
- Na deslocação com o companheiro/a há uma ligeira preferência para optar por um hotel em vez de alojamento local;
- No caso de deslocação com amigos ou família, verifica-se o contrário.

No que concerne às variáveis duração da estadia e localização do alojamento, procurou-se compreender se a duração previsível da estadia influi na escolha da tipologia de alojamento (local vs. hotel), bem como a localização da mesma (Portugal vs. estrangeiro). “Para estadias de fim de semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local” apresenta uma ligeira tendência de concordância face a esta questão ($M = 3,07$), ainda que a percentagem de inquiridos totalmente em acordo (17,7%) e totalmente em desacordo seja praticamente igual (17,0%). No caso de “Para estadias de mais de uma semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local”, o padrão inverte-se ligeiramente, com uma maior percentagem de pessoas em total desacordo (23,6%) do que em total acordo (10,6%). “Para estadias de mais de uma semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local”, a diferença torna-se mais evidente a favor do alojamento local, havendo mais de 50% da amostra em desacordo total ou parcial com esta afirmação. Assim, podemos concluir que os respondentes preferem o alojamento local, sempre que a estadia seja mais longa, apenas havendo um equilíbrio ente alojamento local e hotel quando perspetivamos uma estadia de fim-de-semana.

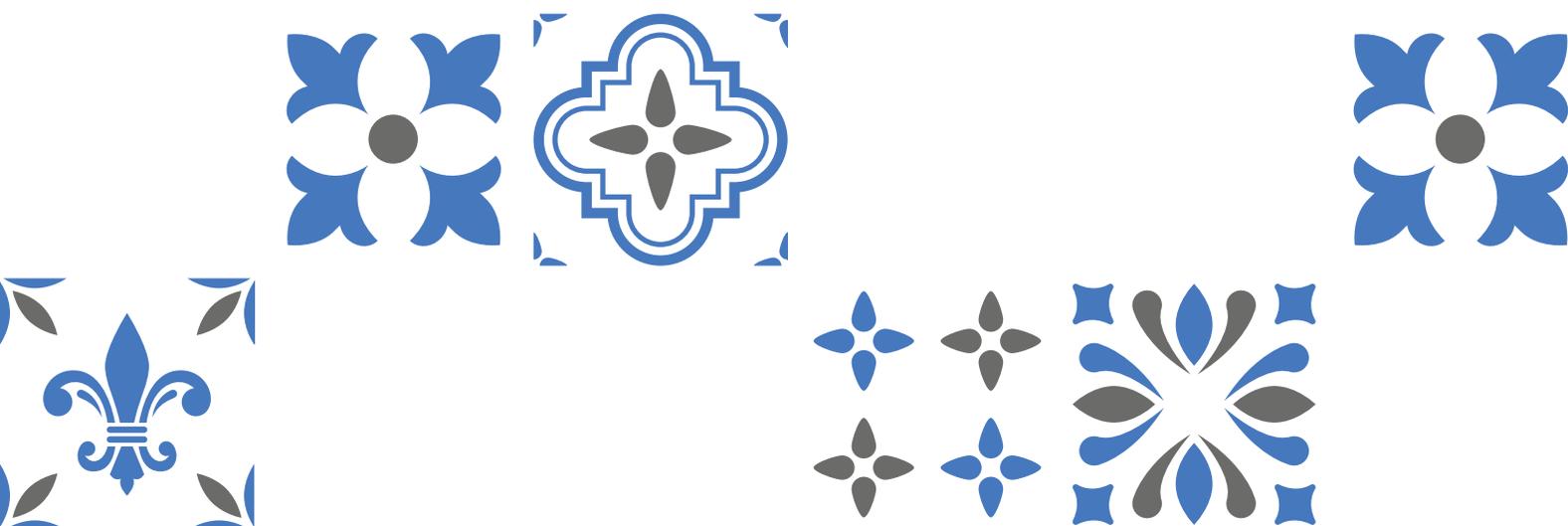
Quando a tónica passa para a localização da estadia (Portugal vs. estrangeiro), o padrão de respostas altera-se de forma evidente. Efetivamente, 46,3% da amostra está de acordo, ou totalmente de acordo, que o hotel é a melhor solução no caso do estrangeiro.



Quanto às virtudes do alojamento local em relação ao hotel, o critério mais favorável é claramente o preço (M = 3,82), seguido da localização (M = 3,23) e por fim, a comodidade (M = 3,17). Ainda assim, em todos estes critérios, o alojamento local merece a preferência face ao hotel, sendo potencialmente o preço o argumento de venda com maior potencial.

Por fim, quando questionados sobre se “No momento da escolha creio que ainda é insuficiente o número de modalidades de alojamento local existentes”, há uma ligeira tendência a favor da concordância com esta afirmação, ainda que cerca de 23,8% dos respondentes discordem, assumindo porventura que o número de alojamentos locais disponíveis é, neste momento, o adequado.

Relativamente às preferências de partilha do alojamento, perante “Para ir com o companheiro/a é melhor um hotel do que um alojamento local”, 41,3% da amostra concorda com a afirmação, contra apenas 24,7% em desacordo (M = 3,23). No entanto, e ao observarmos o padrão de concordância perante “Para ir em família ou com amigos é melhor um hotel do que um alojamento local”, há uma alteração muito evidente. A concordância com esta afirmação baixa para os 18,1%, enquanto a discordância atinge os 57,6%. Assim, podemos assumir que há uma ligeira preferência pelo hotel quando se viaja com o companheiro(a), mas uma preferência ainda mais vincada pelo alojamento local quando se viaja com amigos ou família.



6.A. COMPARAÇÕES ENTRE ALOJAMENTO LOCAL E HOTEL EM FUNÇÃO DA DURAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DA ESTADIA

Comparação	Totalmente em desacordo			Totalmente em acordo		M	DP
	1	2	3	4	5		
Para estadias de fim de semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local	17,0	12,8	34,2	18,3	17,7	3,07	1,30
Para estadias de uma semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local	23,6	26,6	25,5	13,8	10,6	2,61	1,27
Para estadias de mais de uma semana é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local	30,0	24,3	22,5	14,4	8,7	2,47	1,29
Para ir para o estrangeiro de férias é melhor ir para um hotel do que para um alojamento local	9,2	15,4	29,1	25,0	21,3	3,34	1,23
O melhor do alojamento local em relação ao hotel é o preço	1,8	9,2	22,5	38,3	28,2	3,82	1,00
O melhor do alojamento local em relação ao hotel é a comodidade	6,4	20,2	35,1	27,1	1,2	3,17	1,07
O melhor do alojamento local em relação ao hotel é a sua localização	6,0	10,6	47,7	25,7	0,1	3,23	0,98
No momento da escolha creio que ainda é insuficiente o número de modalidades de alojamento local existentes	9,4	14,4	43,6	23,9	8,7	3,08	1,05

6.B. COMPARAÇÃO DE PREFERÊNCIAS ENTRE ALOJAMENTO LOCAL E HOTEL EM DESLOCAÇÕES COM A FAMÍLIA E COM AMIGOS

Comparação	Totalmente em desacordo			Totalmente em acordo		M	DP
	1	2	3	4	5		
Para ir com o companheiro/a é melhor um hotel do que um alojamento local	13,5	11,2	33,9	21,1	20,2	3,23	1,27
Para ir em família ou com amigos é melhor um hotel do que um alojamento local	30,3	27,3	24,3	9,4	8,7	2,39	1,25



Estimativa dos gastos diretos e indiretos dos turistas de AL

Considerando o propósito de realizar este estudo com uma amostra representativa da realidade portuguesa, é possível realizar uma extrapolação dos dados obtidos nesta amostra, tendencialmente representativa, para o universo de utilizadores nacionais dos serviços de alojamento. Esta extrapolação assume:

- Os valores disponíveis de 2017, visto que ainda não são conhecidos os valores de 2018;
- Um crescimento homólogo semelhante ao observado no período anterior;
- Que a estada média é de 4,64 noites.

Assim, considera-se que os valores médios totais por estadia, por pessoa são de 737€, o que engloba os gastos médios com alojamento em AL (354,17€), ficando o restante atribuído as outras despesas (383,11€) como alimentação, eventos culturais ou transportes. Usando a estadia média, estes valores correspondem a um valor diário de 76€ em alojamento e 159€ noutras despesas, o que perfaz um total diário da estadia de 235€. Com base no número de hóspedes estimados pelo INE, e a taxa de crescimento de 28% (média dos dois últimos anos), podem considerar-se os gastos totais associados ao AL de acordo com as tabelas seguintes:

ESTIMATIVA DOS GASTOS DIRETOS E INDIRETOS DOS TURISTAS DE AL EM PORTUGAL (ESTIMATIVA PARA 2018)

	Valor médio unitário (por dia)	Total
Número total de hóspedes em AL*		1.752
Gastos com AL	76€	133.644.000€
Outros gastos durante a estadia	159€	278.276.000€
Gastos totais resultantes do AL	235€	411.920.000€

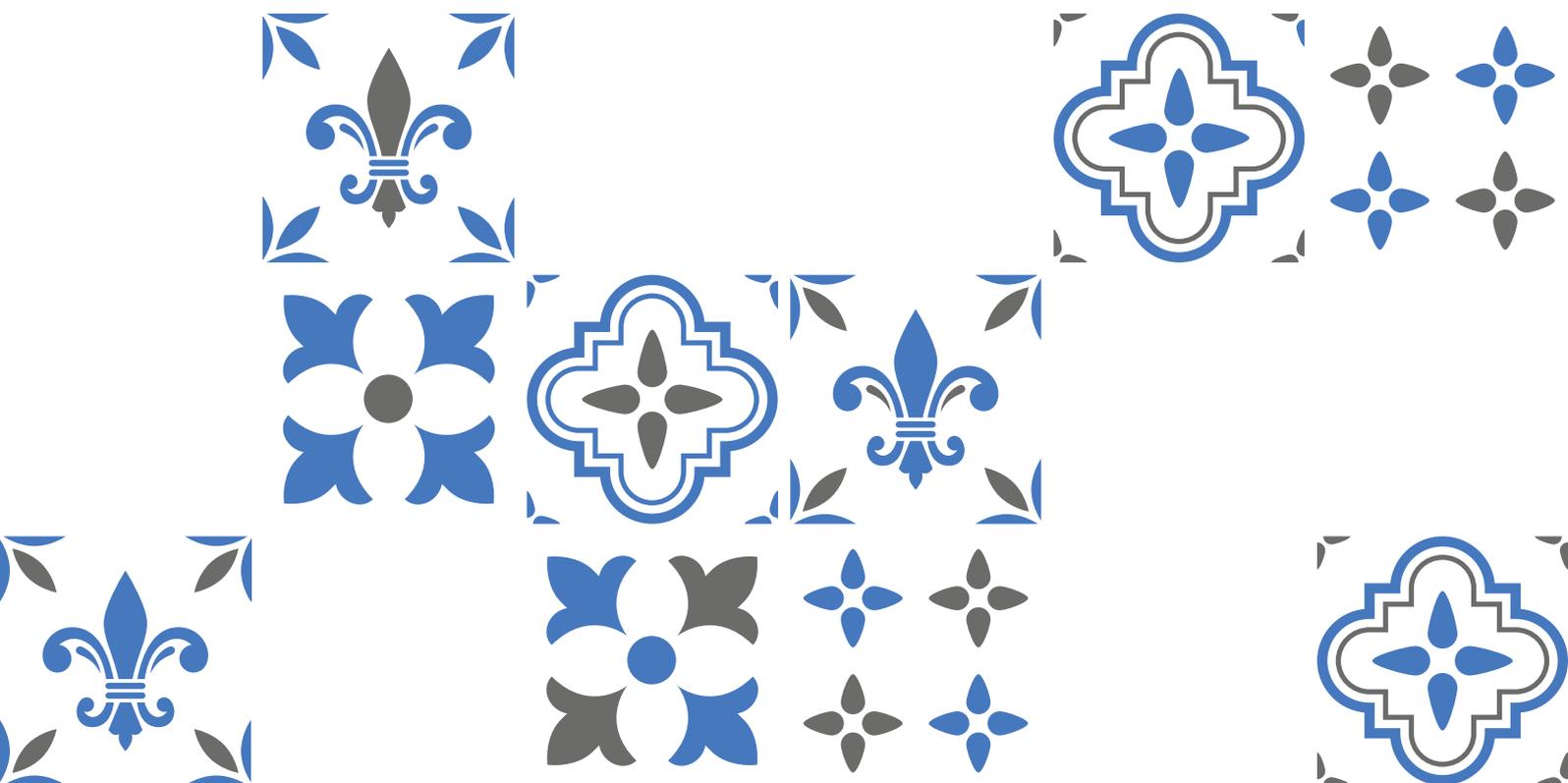
* Estimativa resultante da aplicação da mesma taxa de crescimento de 2016-17 (18%) ao valor de hóspedes de AL nesse ano



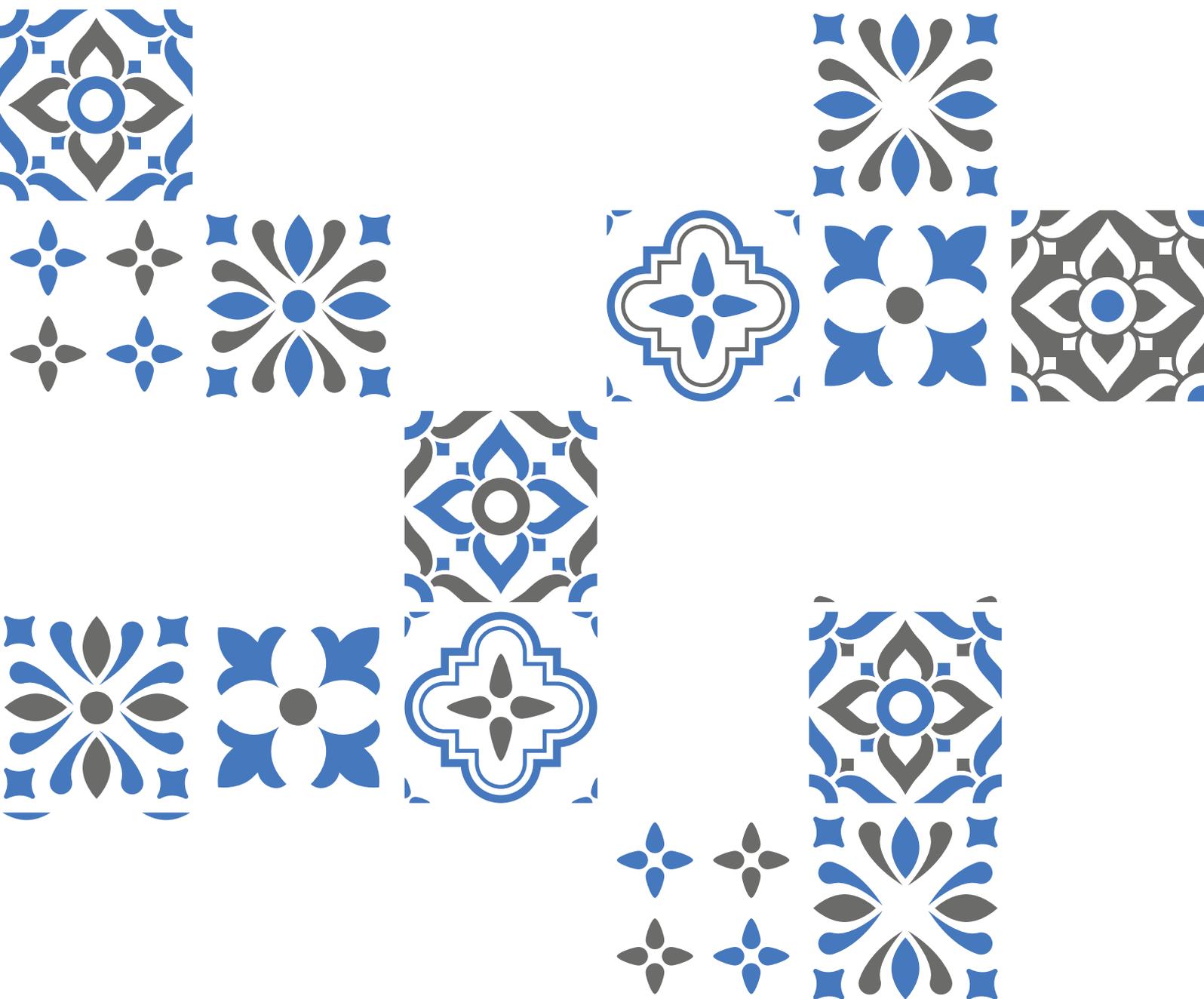
ESTIMATIVA DOS GASTOS DIRETOS E INDIRETOS DOS TURISTAS DE AL, POR REGIÃO, EM PORTUGAL (ESTIMATIVA PARA 2018)

	Lisboa	Norte	Centro	Alentejo	Algarve	Madeira
Número total de hóspedes em AL*	416	532	443	155	149	55
Gastos** com AL	31.761	40.620	33.787	11.847	11.397	4.231
Outros gastos durante a estadia	66.134	84.580	70.352	24.669	23.732	8.810
Gastos totais resultantes do AL	97.895	125.199	104.138	36.516	35.129	13.042

* Estimativa resultante da aplicação da mesma taxa de crescimento de 2017 (18%) ao valor de hóspedes de AL nesse ano.
**Valores em milhares de euros.



Conclusões



Considerando a análise plasmada neste relatório, são apresentadas de seguida as conclusões gerais:

1

O Impacto económico por parte dos portugueses em Portugal, no alojamento local em 2018, foi de mais de 411,920 milhões de euros, dos quais 133.643 milhões se destinaram às despesas resultantes do aluguer do alojamento e 278,276 foram gastos durante a estadia.

Cerca de 1,7 milhões de viajantes portugueses ficaram hospedados pelo menos uma vez num alojamento local em 2018.

2**3**

O alojamento local foi privilegiado em média 3,5 vezes entre 2016 e 2018.

Os principais utilizadores do alojamento local são famílias (41%) e casais (35%).

4

5

O número médio de hóspedes num alojamento local é de 3,8.

A estadia média num alojamento local é de 4,6 dias.

6

7

O apartamento é o tipo de alojamento (local) privilegiado pelos viajantes (43%).

Disfrutar do tempo livre, descansar e conhecer sítios novos são as principais motivações para viajar.

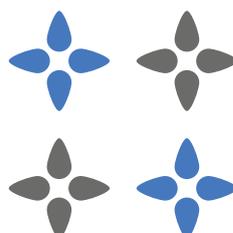
8

9

As plataformas web especializadas em alojamento local são a principal fonte de procura de alojamento local (34%), seguidas pelas recomendações de família e/ou amigos (31%)

A localização, o preço e o meio envolvente do alojamento são os fatores que mais influenciam na escolha do alojamento local.

10



11

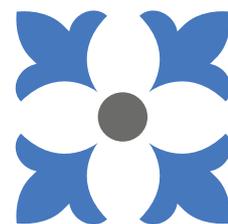
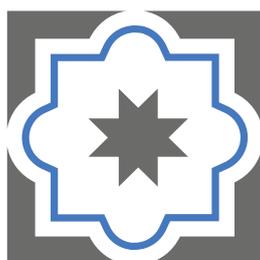
A reserva do alojamento local efetua-se maioritariamente online (62%) embora o telefone continue a ser um meio utilizado por 21% dos viajantes.

A satisfação geral dos viajantes com o seu último alojamento local é de 4 sobre 5 (sendo 1 pouco satisfeito e 5 muito satisfeito)

12

13

A satisfação e possibilidade de recomendação são muito elevadas: 79% dos viajantes de alojamento local voltariam a privilegiar o mesmo alojamento se pudessem repetir a experiência e 85% dos viajantes de alojamento local provavelmente ou muito provavelmente recomendariam o alojamento em que ficaram alojados.



45% dos viajantes publicaram uma opinião ou recomendação na Internet para valorizar a sua última estadia, sendo que 98,4% foram positivas e apenas 1,6% negativas.

14

15

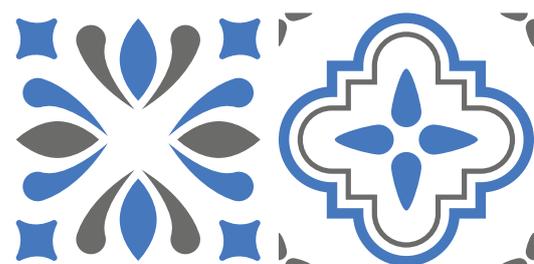
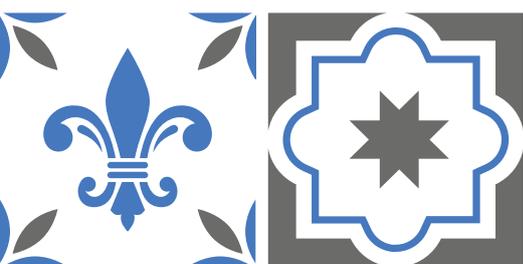
99,1% dos viajantes conviveram em harmonia com os seus vizinhos durante a estadia.

1 em cada 5 viajantes de alojamento local elegeria outro destino no caso de não poder encontrar esta tipologia (Alojamento local) no destino inicialmente privilegiado.

16

17

A despesa média num alojamento local é de 486 euros por pessoa e de 580 euros em gastos durante a estadia (180 euros correspondem a gastos com a alimentação).



Equipa

HomeAway

Sofia Dias

Joseba Cortazar

Equipa académica

(CICANT / Universidade Lusófona)

Coordenação:

Manuel José Damásio

Consultores técnico-científicos:

Álvaro Dias

Mafalda Patuleia

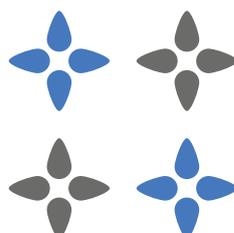
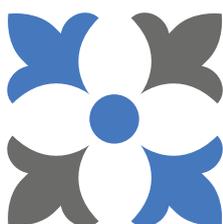
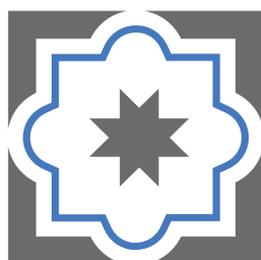
Consultor estatístico:

Diogo Gil Morais

Equipa de Consultoria de Comunicação e Posicionamento Estratégico

Marta Pais (ATREVIA)

Bárbara Félix (ATREVIA)



Referências

INE – Instituto Nacional de Estatística (2018). Base de dados disponível no website do INE, acedido a 07 de setembro de 2018.

Disponível online em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados

UNL – Universidade Nova de Lisboa (2016). O Alojamento Local em Portugal - qual o fenómeno? Estudo desenvolvido pela Nova School of Business and Economics e pela Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa para a Associação Hotelaria de Portugal.

Disponível online em: [file:///C:/Users/mjd/Pictures/Ester%20IPhone/Nova%20SBE%20Estudo%20Alojamento%20Local_vfinal%2020161219\(2\).pdf](file:///C:/Users/mjd/Pictures/Ester%20IPhone/Nova%20SBE%20Estudo%20Alojamento%20Local_vfinal%2020161219(2).pdf)

