

Lisboa, 18 de dezembro de 2018

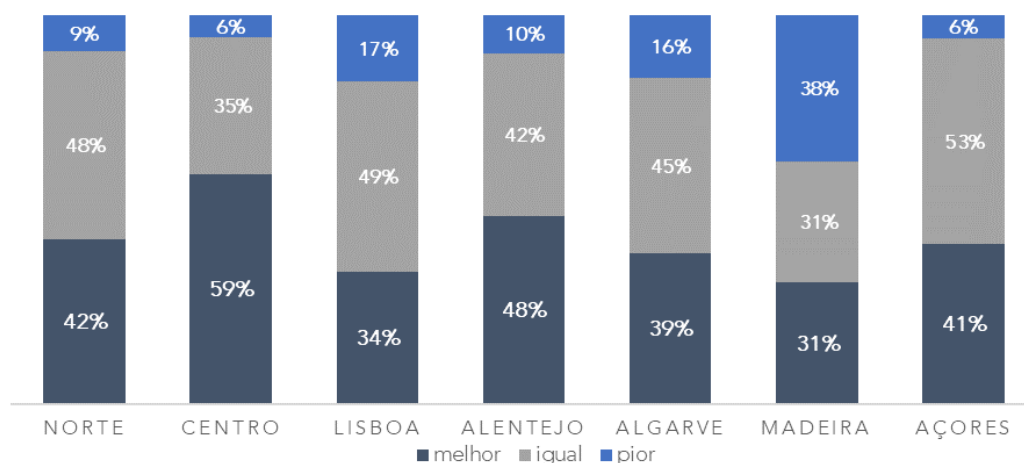
Hotelaria: Balanço & Perspetivas

BREXIT É O SEGUNDO MAIOR CONSTRANGIMENTO PARA A HOTELARIA EM 2019

De acordo com o inquérito da AHP - Associação da Hotelaria de Portugal junto dos seus associados, a Hotelaria nacional prevê que 2019 tenha uma melhor performance em todos os indicadores, excetuando a taxa de ocupação, sendo que **74% dos inquiridos esperam uma melhor receita de alojamento, 73% uma melhor receita total, 71% um melhor RevPar e 68% um melhor ARR.**

No que respeita à TO, 45% do total dos inquiridos esperam igual TO e 13% uma quebra.

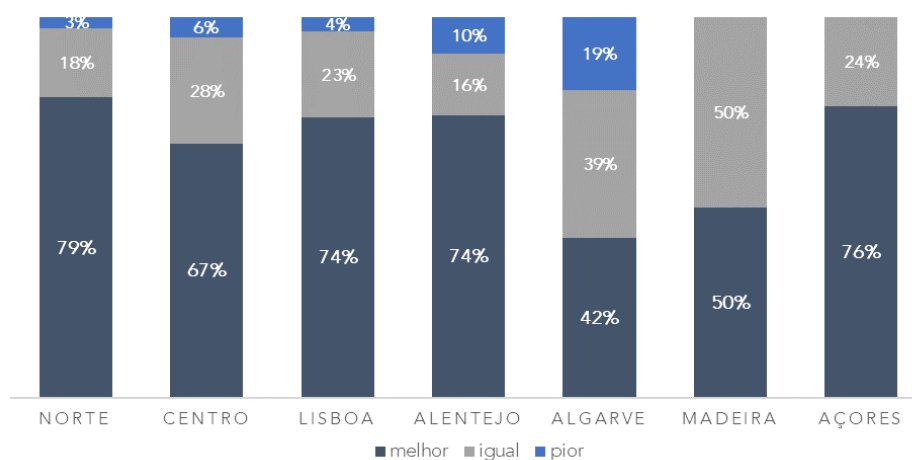
EXPECTATIVA TO POR NUTSII



Fonte: AHP – Gabinete de Estatísticas e Tourism Monitor. Inquérito “Hotelaria – Balanço 2018 e Perspetivas 2019”.

Quanto ao Preço médio por quarto vendido (ARR), 68% esperam que sejam melhor e 26% igual.

EXPECTATIVAS ARR POR NUTSII



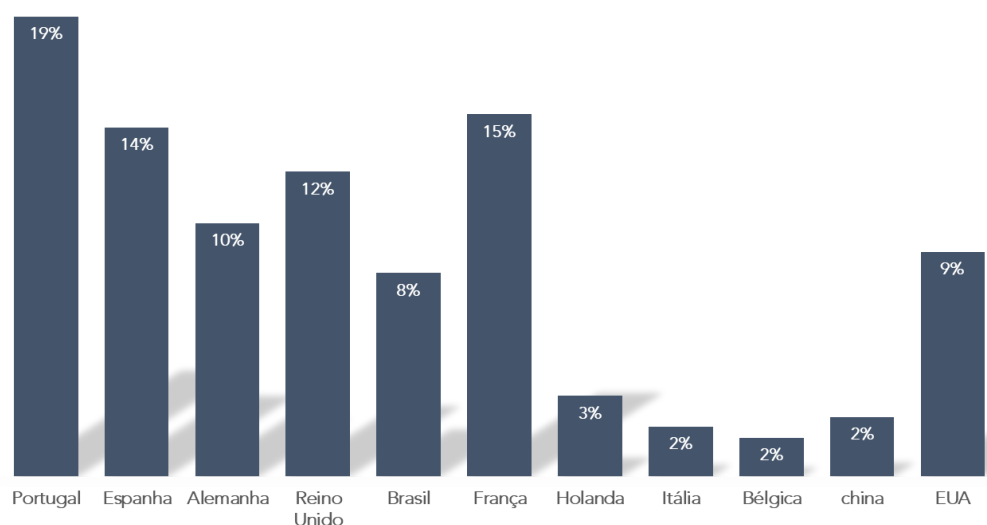
Fonte: AHP – Gabinete de Estatísticas e Tourism Monitor. Inquérito “Hotelaria – Balanço 2018 e Perspetivas 2019”.

Quando analisamos as perspetivas por regiões, a mais otimista é a região Centro com 59% dos inquiridos a esperar uma melhor TO, e o Norte, com 79% a perspetivar um melhor ARR. Na Madeira 38% esperam uma pior TO e um pior RevPar, enquanto no Algarve apenas 42% esperam um melhor ARR.

SETEMBRO SERÁ O MELHOR MÊS PARA A HOTELARIA EM 2019

De acordo com o inquérito da AHP, o melhor mês passa a ser setembro, seguido de agosto, julho e maio, e os piores, à semelhança de anos anteriores, serão janeiro, fevereiro e dezembro. Os hoteleiros apontam como principais mercados para a sua unidade hoteleira o nacional (19%), o francês (15%) e espanhol (14%).

EXPECTATIVAS MERCADOS EMISSORES



Fonte: AHP – Gabinete de Estatísticas e Tourism Monitor. Inquérito “Hotelaria – Balanço 2018 e Perspetivas 2019”.

Já quando questionados sobre os mercados emissores de oportunidade, a maioria das respostas recaiu sobre os Estados Unidos (32%), a China e o Brasil (21%). Os hoteleiros consideram também promissoras as novas rotas aéreas, com foco nos Estados Unidos, Canadá e China.

Em relação aos segmentos de procura, 46% dos hoteleiros perspetivam uma oportunidade de crescimento do segmento “Sénior” e 36% do segmento “MICE”.

BREXIT É APONTADO COMO SEGUNDO MAIOR CONSTRANGIMENTO AO CRESCIMENTO EM 2019

Para os hoteleiros portugueses, os principais constrangimentos ao crescimento do negócio para 2019 são, para 26%, **os custos com *utilities*** (água, gás, eletricidade); **o Brexit** para 18%; e a **dependência dos operadores *online*** para 17%.

De sublinhar que o Brexit e contratação do mercado do Reino Unido não só sobe a 2º lugar no ranking das preocupações (em 2017 havia sido sinalizado como preocupação para 2018 apenas por 6% dos inquiridos). Como é preocupação para os hoteleiros de quase todos os destinos nacionais (exceção Norte, Centro e Açores).

NATAL E RÉVEILLON

As perspetivas para o Natal e Réveillon é de que o ARR e RevPar sejam melhores para 61% e 57% dos hoteleiros, respetivamente. Para 51% a taxa de ocupação será idêntica ao mesmo período do ano anterior. Prevê-se que os principais mercados para esta época do ano, a nível nacional, sejam Portugal e Espanha. **De destacar a quebra do Reino Unido que era até aqui o terceiro principal mercado e passa este ano para quinta posição, dando lugar ao Brasil na terceira posição.**

Por regiões, o Alentejo e os Açores perspetivam o melhor preço médio, enquanto a taxa de ocupação manter-se-á igual a 2017. Os hoteleiros do Norte, Centro, Lisboa e Alentejo apontam Portugal, Espanha e o Brasil como principais mercados; para os Açores serão Portugal, Espanha e Alemanha; no Algarve apontam Portugal, Espanha e Reino Unido; e na Madeira temos a Alemanha, Espanha e Portugal como mercados principais.

Ficha técnica - Inquérito aos associados AHP “Hotelaria – Balanço e Perspetivas”

Inquérito realizado entre **20 de novembro e 11 de dezembro** junto dos empreendimentos turísticos associados da AHP.

Das respostas obtidas, **74%** pertencem a Hotéis, **8%** a Hotéis Apartamentos, **10%** a Pousadas, **2%** a Aldeamentos Turísticos, **2%** a Turismo no espaço rural e **3%** a alojamento local.

Amostra – 41%

ESPECIAL POST-WEB SUMMIT

Segundo o inquérito realizado entre 20 de novembro e 11 de dezembro junto dos empreendimentos turísticos associados da AHP da região de Lisboa, nos dias da Web Summit a **taxa de ocupação em Lisboa fixou-se nos 93% e o preço médio nos 172 euros.** Na Área Metropolitana de Lisboa, a **taxa de ocupação foi de 86% e o preço médio de 158 euros.**

Para **44% dos inquiridos da cidade de Lisboa a TO foi igual ao ano anterior**, enquanto **64% considera que o preço foi superior ao ano anterior**.

França, Reino Unido e Portugal foram os principais mercados nas unidades hoteleiras de Lisboa, nos dias do evento.

Recorde-se que nos anos anteriores a taxa de ocupação na cidade de Lisboa tinha sido de 92%, em 2017, e de 79% em 2016. Em relação ao preço, em 2017 fixou-se nos 141 euros e em 2016 nos 130 euros. Na Área Metropolitana de Lisboa, a taxa de ocupação em 2017 fixou-se nos 83% e em 2016 nos 75%. Quanto ao preço, em 2017 foi de 133 euros e em 2016 de 120 euros.

Sobre a AHP

A **AHP – Associação da Hotelaria de Portugal** é a maior associação patronal da indústria hoteleira, cujos associados representam cerca de 65% do número de quartos da Hotelaria nacional. A AHP é uma instituição centenária que promove um conjunto de serviços indispensáveis às pequenas e médias empresas, centrando a sua ação no negócio e futuro dos seus associados e tornando-a, assim, de maior relevância no espaço associativo. Foi reconhecida como associação de utilidade pública em outubro de 2013.

Para mais informações, por favor contacte:

AHP – Associação da Hotelaria de Portugal

Gabinete de Comunicação

Ana Rita Bentes

Tel: 213 512 360 | Tlm: 937 432 128

Email: ana.bentes@hoteis-portugal.pt