

**No âmbito do evento "Reconstruir um turismo mais resiliente"
organizado pela Booking.com e AHP**

**Tendências e desafios atuais no setor do alojamento
turístico em Portugal: apresentação de dois relatórios
turísticos chave para o mercado**



- Os resultados do estudo “European Accomodation Barometer*” da Booking.com em colaboração com a Statista e o relatório da Oxford Economics “Economic impact of online travel agency in Europe” foram apresentados no evento;
- Setor recupera e os hoteleiros estão otimistas com o futuro do setor;
- Aumento dos custos de energia e digitalização são os principais desafios de curto prazo para hoteleiros portugueses.

Lisboa, 20 de abril de 2023 - O setor das viagens e turismo é um dos principais motores do crescimento económico europeu e do emprego local, e após a queda acentuada do setor do turismo e alojamento devido à pandemia de COVID-19, em 2022 assistimos a uma recuperação adaptados ao "novo normal". Assim, a Booking.com, em colaboração com a Associação da

Hotelaria de Portugal (AHP), e pela primeira vez, apresentou, no evento “Reconstruir um turismo mais resiliente”, os resultados do “**European Accommodation Barometer 2022**” realizado pela Statista e o relatório “**Economic impact of online travel agencies in Europe**” pela **Oxford Economics**.

Ambos os estudos analisam a situação dos negócios, identificam desafios e avaliam o sentimento económico e o crescimento do setor do turismo. É verdade que o estudo “European Accommodation Barometer 2022” revela um sentimento generalizado de cautela quanto ao futuro por parte dos hoteleiros europeus, embora muitos deles se mostrem otimistas e considerem que a retoma vai continuar.

Portugal: situação geral do setor do turismo e alojamento

85% dos portugueses inquiridos (um valor muito superior à média europeia: 70%), afirmaram que a evolução dos últimos 6 meses foi boa ou muito boa, bem como o aumento das taxas de ocupação, sobretudo no último semestre ano. De um modo geral, o mercado português manifestou uma perspetiva positiva para o futuro: mais de um terço (58%) espera que a sua situação financeira evolua positivamente.

Recorde-se que estes resultados estão também genericamente em linha com os obtidos no inquérito da Associação da Hotelaria de Portugal “Balanço 2022 & Perspetivas 2023”, realizado em março pela AHP, junto dos seus associados (ver press release [aqui](#)).

No entanto quanto à retoma, 54% dos inquiridos dizem que já atingiram os níveis de 2019, mas 46% afirmam que só irão retomar os níveis pré-pandemia entre o 1º semestre de 2023 e o 2º semestre de 2024. Quanto aos três indicadores: TO, ARR e Receitas, maioria dos hoteleiros prevê que, em todos os trimestres, 2023 será melhor do que 2019 e 2022. Relativamente a mercados emissores, Portugal, Espanha e Estados Unidos da América são os mais apontados pelos hoteleiros para 2023, seguidos do Reino Unido, França, Alemanha e Brasil. (Fonte: Inquérito AHP “Balanço 2022 & Perspetivas 2023”).

Em relação à situação atual, a pesquisa independente da Oxford Economics revelou ainda que as Online Travel Agencies desempenham um papel crucial na expansão da escolha do consumidor, proporcionando um efeito descendente nas tarifas e aumentando a relação custo-benefício do consumidor.

Como enfrentar a crise energética apostando na digitalização e na sustentabilidade

No curto prazo, os hoteleiros estão preocupados com a crise energética causada pela guerra na Ucrânia e os desafios económicos. A grande maioria (89%) dos hoteleiros portugueses indicou que o custo da energia é um dos maiores desafios que enfrentam. Preocuparam-se também com a situação económica geral (59%), e embora em menor grau, com os impostos (39%) e com a grande concorrência que existe com outros alojamentos (33%).

Mais uma vez também esta avaliação está em linha com o Inquérito da AHP: como principais desafios para o setor em 2023, a Inflação é o principal para 88% dos inquiridos; custos com a energia, para 73%, e Instabilidade Geopolítica/Guerra na Ucrânia, para 56%, completam o TOP

3 das preocupações da hotelaria nacional, de acordo com o “Balanço 2022 & Perspetivas 2023” da AHP.

Perspetivas: transformação digital e sustentável dos negócios hoteleiros

O setor do alojamento turístico na Europa também é forçado a olhar para o futuro e a preparar-se para as transformações digitais e sustentáveis, a fim de permanecer relevante e competitivo.

A preparação dos hoteleiros portugueses para a transformação digital é moderada. Quase metade dos entrevistados (49%) indicou que sua preparação para a transformação digital era boa ou muito boa, enquanto 13% estavam insatisfeitos com seu esforço de digitalização. Na tentativa de digitalizar os seus negócios, os sites são a ferramenta mais importante para os hoteleiros.

Comparando a aptidão geral para a transformação digital e desafios relacionados com a sustentabilidade, os hoteleiros europeus não estão tão atualizados quando se trata deste domínio, com apenas 30% dos entrevistados a afirmarem que estão preparados para os desafios da sustentabilidade e da descarbonização, e 18% a consideram que tal preparação foi insuficiente.

As políticas governamentais são cruciais para os hoteleiros europeus

Os hoteleiros esperam que governos continuem a apoiar a recuperação da pandemia global, pois as políticas governamentais são essenciais para proteger a indústria de viagens da pressão do aumento dos custos com a energia e da incerteza macroeconómica.

Em Portugal, 69% dos hoteleiros inquiridos consideraram importantes as políticas governamentais, referindo que estas medidas têm uma influência considerável nas empresas hoteleiras. Além disso, 38% destacaram o impacto esperado de tais políticas como benéfico.

Mesas-Redondas com Associados da AHP

No seguimento das apresentações realizaram-se duas mesas de debate com hoteleiros da AHP. A primeira "**Pontos críticos da Transição digital e climática para a Hotelaria em Portugal**", desenvolveu os diferentes estadios de maturidade dos vários grupos e hotéis; os *drivers* da mudança; os desafios que esta dupla transição trouxe à Hotelaria; a adoção da tecnologia versus a relação com os hóspedes entre outros temas estiveram à mesa dos hoteleiros que vivem diariamente diferentes realidades e experiências.

Moderada por Cristina Siza Vieira, da AHP, esta mesa teve como convidados Luís Cruz, do MH Peniche; Luís Mexia Alves, do Discovery Hotel Management; e Luís Ahrens Teixeira, da Herdade da Cortesia.

A Area Manager da Booking.com, Louise Lijmbach, em comentário final sobre este painel salientou que a Hotelaria nacional está claramente bem posicionada para concorrer no domínio da sustentabilidade ambiental com as suas congéneres europeias, inclusive melhor que os mais diretos concorrentes, sublinhando que é notório e crescente o interesse e valorização dos clientes pelos hotéis que publicam as suas políticas de sustentabilidade e ostentam selos e certificações.

"Hotelaria portuguesa: otimismo num cenário de incerteza" foi o tema da 2ª mesa-redonda. As perspetivas e as expectativas dos hoteleiros em tempos de incerteza, depois de análise ao estudo da Statista que refere que Portugal é o país com as melhores perspetivas sobre futuro do turismo; as taxas de ocupação e o aumento dos preços; e o comportamento do mercado interno face à subida da Inflação e ao aumentos dos preços foram os temas que estiveram em cima da mesa.

O painel, moderado por Ricardo Afonso, da Booking.com, contou com as intervenções de Frederico Costa, Pestana Hotel Group; Manuel Duarte, HOTI Hotéis; Andreia Pavão, Urban Nature Hotel e representante da AHP nos Açores; Ana Isabel Rebelo, Torre de Palma Wine Hotel.

A Sessão de abertura contou com a intervenção do Secretário de Estado do Turismo, Comércio e Serviços, Nuno Fazenda; do Presidente da AHP, Bernardo Trindade; e da Public Affairs Director for EMEA da Booking.com, Inge Janssen; e no Encerramento com o Presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo.

Segundo Ana Abade, Manager de Assuntos Públicos da Booking.com para Espanha & Portugal, "Portugal é um exemplo internacional de recuperação no setor turístico, e as políticas públicas continuam a ser imprescindíveis para desenvolver a resiliência e sustentabilidade de uma das atividades fundamentais para a economia. Com estes estudos, a Booking.com deseja contribuir para a boas políticas públicas num contexto de incerteza e de aumento de preços".

Bernardo Trindade afirma que "normalmente dizemos que entidades como a Booking.com partilham connosco negócios, conhecimento e inovação, pelo que é uma honra coorganizarmos este evento. Por outro lado, todos sabemos a força que tem na distribuição. Que, em alguns casos, sobretudo para aqueles que são mais dependentes, traz algumas preocupações. E queremos, naturalmente, contar com a Booking. Sabemos que os associados da AHP são uma mais-valia para a Booking, pelo posicionamento que têm no mercado. Por isso, estamos comprometidos em fortalecer esta relação, porque no final do dia ganhamos todos."

"Gostava também de destacar que o setor do Turismo passou por uma pandemia, vive agora um período de grande incerteza com a guerra na Ucrânia, mas tem cada vez um papel mais importante na economia portuguesa. Não se verificando de igual forma em todos os destinos turísticos, a retoma é uma realidade e a mantermos o ritmo de crescimento a que temos assistido, em 2023 vamos ter novamente um grande ano turístico", **concluiu o responsável.**

###

** Pesquisa realizada pela Statista entre 15 de agosto e 21 de outubro de 2022 por meio de entrevistas por telefone. Na pesquisa de 30 perguntas, participaram 1.000 executivos e gerentes do setor de hospedagem na área de turismo europeu. Foram entrevistadas 80 pessoas de cada país e região, incluindo Áustria, França, Alemanha, Grécia, Itália, Holanda, países nórdicos (Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia), Portugal, Espanha e Suíça, e 200 pessoas do resto do Europa (Polónia, Romênia, Bélgica, República Tcheca, Hungria, Bulgária, Eslovênia, Eslováquia, Irlanda e Croácia).*

Sobre a Associação da Hotelaria de Portugal

A Associação da Hotelaria de Portugal (AHP) é a maior associação patronal da indústria hoteleira em Portugal. Com mais de 800 associados, a AHP representa toda a Hotelaria, bem como os estabelecimentos de alojamento local coletivo - Hostels, Guesthouses e blocos de apartamentos com serviço integrado -; Resorts; TER e TH. A AHP disponibiliza um conjunto de serviços indispensáveis para a gestão e operação das empresas, centrando a sua ação no negócio dos seus associados e no futuro da Hospitality Industry. Foi reconhecida como Associação de Utilidade Pública (outubro de 2013) e em fevereiro de 2022 foi condecorada pelo Presidente da República como “Membro Honorário da Ordem do Mérito Empresarial - Classe do Mérito Comercial”, em razão dos serviços relevantes no fomento e na valorização de um setor económico.

Para mais informações, por favor contacte:

GABINETE DE COMUNICAÇÃO

Ana Rita Bentes

M: 937 432 128 | E: ana.bentes@hoteis-portugal.pt