

Altas da hotelaria 2011.

Mais uma vez a Publituris Hotelaria publica o Atlas da Hotelaria em Portugal, uma iniciativa anual da Deloitte. Fique a saber o que mudou no sector em 2010 e quais as tendências para este ano.

Estudo Base: Deloitte - Tourism, Hospitality & Leisure

A 6ª EDIÇÃO DO ATLAS DA HOTELARIA, iniciativa anual da Deloitte resulta, uma vez mais, de um trabalho de pesquisa sobre a oferta hoteleira nacional e da confirmação de dados e informações junto dos principais Grupos Hoteleiros, por forma a garantir a máxima credibilidade às análises efectuadas. À semelhança das edições anteriores, os dados apresentados reportam ao último dia do ano, neste caso, 31 de Dezembro de 2010.

Na presente edição foi introduzida uma nova dimensão, cada vez mais valorizada pela procura, que resulta da análise da oferta de *wellness/ spa* disponível nos empreendimentos turísticos.

A oferta hoteleira nacional

O Grupo Pestana Hotels & Resorts/ Pestana Pousadas é, pelo 6º ano consecutivo, o grupo hoteleiro que lidera o *ranking* de Grupos Hoteleiros/ Entidades de *Management* (Quadro 1), quer em termos de empreendimentos turísticos, como de unidades de alojamento e de camas, muito embora, no ano de 2010, tenham encerrado para remodelação ou deixado de estar sobre a sua gestão alguns empreendimentos, tendo sido integrado apenas um empreendimento. O Grupo apresentava uma vasta cobertura geográfica nacional, detendo 63 empreendimentos turísticos, que totalizavam 6.166 unidades de alojamento e 12.271 camas.

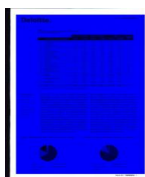
As quatro posições seguintes do TOP 5 do *ranking* de Grupos Hoteleiros/ Entidades de *Managem-*

ment, em termos de unidades de alojamento, não sofreram alterações face à edição do ano passado. Desde modo, o Grupo português Vila Galé Hóteis (16 empreendimentos turísticos e 3.727 unidades de alojamento) e o Grupo francês Accor Hotels (27 estabelecimentos hoteleiros e 2.765 unidades de alojamento) ocupam a segunda e a terceira posições do *ranking*, respectivamente. O Grupo Vila Galé adicionou ao seu portfólio mais um empreendimento turístico, o Vila Galé Coimbra. Por outro lado, o Grupo Accor, muito embora apresente o mesmo número de empreendimentos turísticos, totaliza menos unidades de alojamento, fruto da saída de um empreendimento turístico de maior dimensão do que um outro inaugurado no ano de 2010. Na quarta posição do TOP 5 surge o Grupo Tivoli Hotels & Resorts (2.453 unidades de alojamento), que alienou ao Grupo Enotel – Hotels & Resorts um dos seus empreendimentos, o Tivoli Madeira. A completar o TOP 5 do *ranking* mantém-se o Grupo VIP Hotels (2.312 unidades de alojamento) que adicionou ao seu portfólio um novo hotel de 4 estrelas em Lisboa.

Deloitte.

RANKING

O Grupo Pestana Hotels & Resorts/ Pestana Pousadas é, pelo 6º ano consecutivo, o grupo hoteleiro que lidera o *ranking* de Grupos Hoteleiros/ Entidades de *Management*, quer em termos de empreendimentos turísticos, como de unidades de alojamento e de camas



Quadro 1
Ranking dos Grupos Hoteleiros / Entidades de Management em Portugal
(número de unidades de alojamento)

| # | Grupo Hoteleiro / Entidade de Management | Empreendimentos Turísticos | | Unidades de Alojamento ¹ | | Camas | | Posição em 2010 |
|---------------------------------|---|----------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------|----------------|--------------|-----------------|
| | | Número | % do Total | Número | % do Total | Número | % do Total | |
| 1 | Pestana Hotels & Resorts / Pestana Pousadas | 63 | 4,7% | 6.166 | 5,3% | 12.271 | 4,7% | 1 |
| 2 | Vila Galé Hotéis | 16 | 1,2% | 3.727 | 3,2% | 7.552 | 2,9% | 2 |
| 3 | Accor Hotels | 27 | 2,0% | 2.765 | 2,4% | 5.081 | 1,9% | 3 |
| 4 | Tivoli Hotels & Resorts | 12 | 0,9% | 2.453 | 2,1% | 5.050 | 1,9% | 4 |
| 5 | VIP Hotels | 15 | 1,1% | 2.312 | 2,0% | 4.696 | 1,8% | 5 |
| 6 | Hoti Hotéis | 14 | 1,0% | 1.860 | 1,6% | 3.707 | 1,4% | 6 |
| 7 | Luna Hotels and Resorts | 16 | 1,2% | 1.624 | 1,4% | 5.394 | 2,1% | 7 |
| 8 | Dom Pedro Hotels | 7 | 0,5% | 1.399 | 1,2% | 2.915 | 1,1% | 9 |
| 9 | Continental Group | 12 | 0,9% | 1.383 | 1,2% | 2.829 | 1,1% | 10 |
| 10 | Iberotel / Yellow Hotels | 5 | 0,4% | 1.327 | 1,2% | 3.900 | 1,5% | 15 |
| 11 | Starwood Hotels & Resorts | 6 | 0,4% | 1.284 | 1,1% | 2.662 | 1,0% | 8 |
| 12 | Sana Hotels | 9 | 0,7% | 1.275 | 1,1% | 2.487 | 0,9% | 11 |
| 13 | Hotéis Real | 8 | 0,6% | 1.231 | 1,1% | 2.561 | 1,0% | 17 |
| 14 | Hotéis Fénix | 7 | 0,5% | 1.210 | 1,0% | 2.636 | 1,0% | 12 |
| 15 | Riu Hotels & Resorts | 3 | 0,2% | 1.172 | 1,0% | 2.389 | 0,9% | 14 |
| 16 | Porto Bay Hotels & Resorts | 6 | 0,4% | 1.099 | 1,0% | 2.221 | 0,8% | 16 |
| 17 | Sonae Turismo | 7 | 0,5% | 1.093 | 0,9% | 2.831 | 1,1% | 26 |
| 18 | Bensaude Turismo | 8 | 0,6% | 1.058 | 0,9% | 2.074 | 0,8% | 18 |
| 19 | CS Hotels, Golf & Resorts | 7 | 0,5% | 978 | 0,8% | 2.540 | 1,0% | 24 |
| 20 | Marriott | 3 | 0,2% | 950 | 0,8% | 1.848 | 0,7% | 13 |
| Sub-total | | 251 | 18,6% | 36.366 | 31,5% | 77.644 | 29,5% | |
| Outros Grupos Hoteleiros | | 356 | 26,4% | 36.169 | 31,4% | 82.407 | 31,3% | |
| Independente | | 741 | 55,0% | 42.828 | 37,1% | 103.023 | 39,2% | |
| Total | | 1.348 | 100% | 115.363 | 100% | 263.074 | 100% | |

¹ Por unidades de alojamento entendem-se o número de quartos e/ ou de apartamentos.

TIPOLOGIA,
Da totalidade dos 1.348 empreendimentos turísticos contabilizados em Portugal, 66% são Hotéis e 16% Apartamentos Turísticos

Em 2010, os 20 maiores Grupos Hoteleiros/ Entidades de Management a actuar em Portugal dispunham de 18,6% do número total de empreendimentos turísticos existentes em Portugal e de 31,5% das unidades de alojamento, o que indicia que os Grupos Hoteleiros tendem a deter empreendimentos com uma dimensão média superior (cerca de 145 unidades) aos empreendimentos independentes (cerca de 58 unidades de alojamento). Importa referir que, a análise do ranking por Grupo Hoteleiro/ Entidade de Management é realizada tendo por base o número de unidades de alojamento, ou seja, o número de quartos e/ ou de apartamentos, integrados num Grupo Hoteleiro e/ ou que apresentem como denominador comum a Entidade de Management.

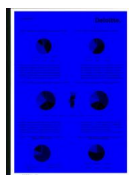
Da totalidade dos 1.348 empreendimentos turísticos (Aldeamentos Turísticos, Apartamentos Turísticos, Hotéis, Hotéis-Apartamento e Pousadas) contabilizados em Portugal, 66% são Hotéis e 16% Apartamentos Turísticos (Gráfico 1). São os Hotéis e os Hotéis-Apartamento que concentram as maiores percentagens de unidades de alojamento, 69% e 13%, respectivamente (Gráfico 2). Face ao ano de 2009, destaca-se um acréscimo no número de Hotéis e na sua capacidade de alojamento, o que se pode justificar, por um lado, como resultado da inauguração de novos empreendimentos e, por outro, pelo processo de reconversão, iniciado em 2009, que veio eliminar algumas das tipologias existentes, que surgem agora reclassificadas como Hotéis.

Gráfico 1 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos por Tipologia



Gráfico 2 – Distribuição de Unidades de Alojamento por Tipologia





management / Deloitte

Deloitte.

Gráfico 3 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos por Categoria



Gráfico 4 – Distribuição de Unidades de Alojamento por Categoria



>> Quanto à distribuição dos empreendimentos turísticos por categoria, verifica-se que os estabelecimentos de 3 e de 4 estrelas correspondem a 41% e 35% da oferta hoteleira nacional, respectivamente (Gráfico 3). Em termos de unidades de alojamento, os quartos e apartamentos existentes em Por-

tu- endimentos turísticos que correspondem a 15% das unidades de alojamento (Gráfico 4). Os empreendimentos turísticos de qualidade superior (5 e 4 estrelas e Pousadas) concentram 46% dos empreendimentos e cerca de 61% das unidades de alojamento a nível nacional. Os empreendimentos

Gráfico 5 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos por NUTS II

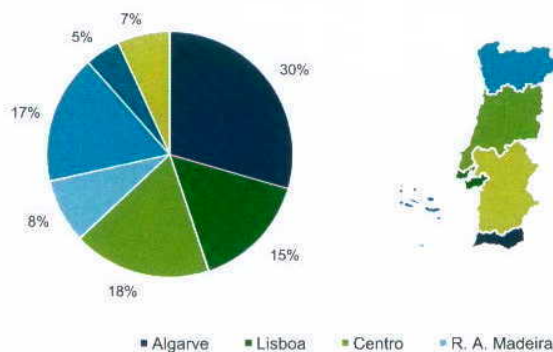
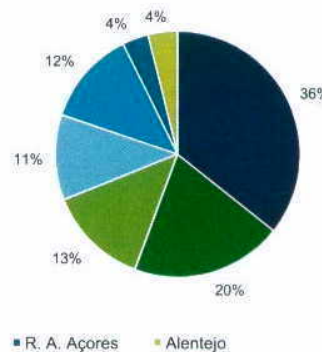


Gráfico 6 – Distribuição de Unidades de Alojamento por NUTS II



tugal de categoria de 4 estrelas, cerca de 45% das unidades de alojamento, ultrapassam a oferta de alojamento disponível nos estabelecimentos de 3 estrelas, com 33% das unidades de alojamento. A categoria de 5 estrelas concentra 8% dos empre-

turísticos de 2 e 1 estrelas totalizam 13% dos empreendimentos e 6% das unidades de alojamento nacionais (as unidades de alojamento de 1 estrela representam 0,2% do total nacional). Ao analisar a distribuição da oferta hoteleira pelo

Gráfico 7 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos com Wellness/ Spa por Tipologia

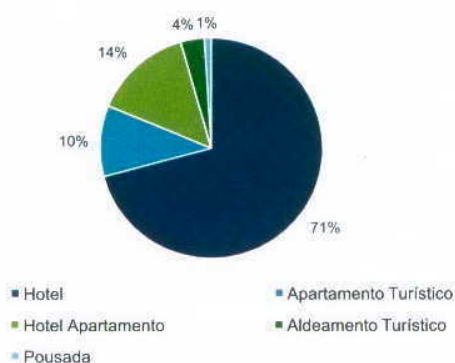
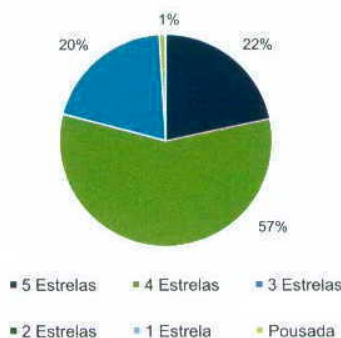


Gráfico 8 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos com Wellness/ Spa por Categoria





Deloitte.

Deloitte / management .

território nacional constata-se que o Algarve, muito embora apresente uma ligeira redução face ao ano de 2009 (31% para 30%), continua a ser a região com maior número de empreendimentos turísticos, seguindo-se as regiões Centro (18%), Norte (17%) e Lisboa (15%) (Gráfico 5). No que se refere às unidades de alojamento, o Algarve mantém a primeira posição do *ranking*, com 36% das unidades de alojamento (menos um ponto percentual que em 2010), enquanto Lisboa e o Centro ocupam a segunda e a terceira posições, com 20% e 13% das unidades de alojamento, respectivamente. Em conjunto, estas três regiões detêm 69% da oferta de unidades de alojamento em Portugal (Gráfico 6).

O panorama nacional de *wellness/spa* em empreendimentos turísticos

Relativamente à oferta de serviços e infra-estruturas de *wellness/spa* constata-se que 30% dos empreendimentos turísticos a nível nacional dispõem desta oferta. Os Hotéis são a tipologia de empreendimentos turísticos que reúne a mais alargada

WELLNESS/SPA

A nível geográfico é na região do Algarve que se concentra o maior número de empreendimentos turísticos com oferta de *wellness/spa*

oferta de *wellness* (71% dos empreendimentos turísticos que dispõem desta oferta, que representam 32% do universo total de Hotéis). Confirma-se que são predominantemente as categorias de qualidade superior dos empreendimentos turísticos que dispõem desta oferta (22% do total dos empreendimentos turísticos de 5 estrelas e 57% do total dos empreendimentos turísticos de 4 estrelas a nível nacional) (Gráficos 7 e 8). A nível geográfico é na região do Algarve que se concentra o maior número de empreendimentos turísticos com oferta de *wellness/spa*, 10% do total dos empreendimentos turísticos nacionais e 34% do total de empreendimentos com esta oferta a nível nacional. No entanto, é na Região Autónoma da Madeira que se verifica a maior concentração da oferta de *wellness/spa* em empreendimentos turísticos, proporcionada por 58% dos seus empreendimentos turísticos (Gráfico 9).

Analisando a oferta de *wellness/spa* disponível no universo de empreendimentos turísticos a nível nacional verifica-se que 61% pertencem a empreendimentos detidos por Grupos Hoteleiros / Entidades de *Management* (Gráfico 10).

>>

Gráfico 9 – Distribuição de Empreendimentos Turísticos com *Wellness/ Spa* por NUTS II

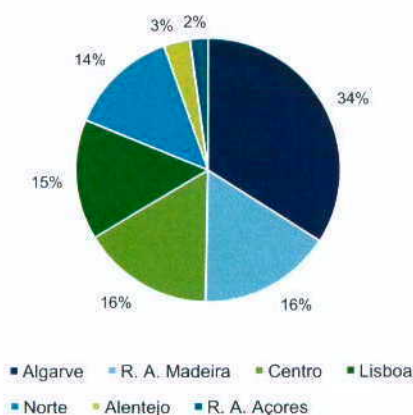
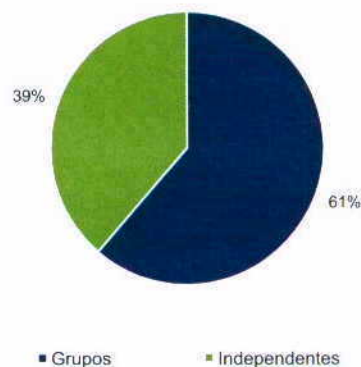


Gráfico 10 – Distribuição dos Empreendimentos Turísticos com *Wellness/ Spa* por natureza da Entidade de *Management*



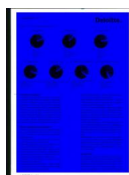
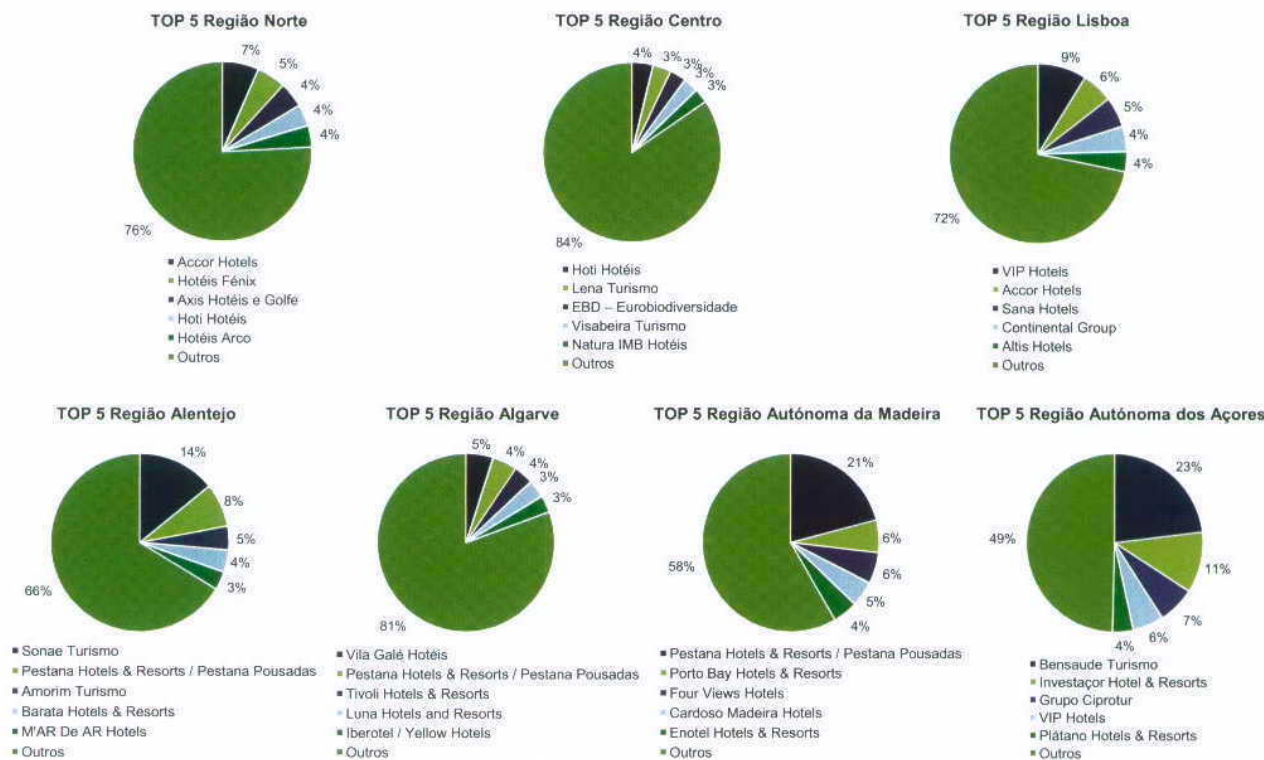


Gráfico 11 – TOP 5 dos Grupos Hoteleiros por NUTS II



> A perspectiva regional

Uma análise mais pormenorizada ao sector hoteleiro por NUTS II (Gráfico 11) permite constatar que o Centro é a região em que os Grupos Hoteleiros/Entidades de *Management* do TOP 5 dessa região têm menor representatividade, disponibilizando 16% da oferta de unidades de alojamento. Contrariamente, a região em que o respectivo TOP 5 dos Grupos Hoteleiros/Entidades de *Management* assume maior preponderância é a Região Autónoma dos Açores, detendo aproximadamente 51% das unidades de alojamento disponíveis nesta região.

Novos estabelecimentos hoteleiros

No ano de 2010 entraram em funcionamento diversos empreendimentos, entre os quais se destacam alguns com mais de 100 unidades de alojamento, nomeadamente:

- Vila Galé Coimbra – Centro (Hotel de 4 estrelas com 229 unidades de alojamento);
- Meliá Braga Hotel & Spa – Norte (Hotel de 5 estrelas com 182 unidades de alojamento);
- CS Salgados Dunas Suite Hotel – Algarve (Hotel de 5 estrelas com 162 unidades de alojamento);
- Real Marina Hotel & Spa – Algarve (Hotel de 5 estrelas com 144 unidades de alojamento);
- The Oitavos – Lisboa (Hotel de 5 estrelas com 142 unidades de alojamento);
- Martinhal Beach Resort & Hotel – Algarve (Apartamentos turísticos de 4 estrelas com 132 unidades de alojamento integrado no resort);

- Almada Business Hotel – Lisboa (Hotel de 4 estrelas com 106 unidades de alojamento);
- Vale d'Oliveiras Quinta Resort & Spa – Algarve (Hotel-apartamento de 5 estrelas com 104 unidades de alojamento integrado no resort).

Os novos empreendimentos turísticos inaugurados durante o ano de 2010 apresentam uma dimensão média que ronda as 76 unidades de alojamento, sendo que alguns dos novos estabelecimentos apresentam um número reduzido de unidades de alojamento.

A dinâmica observada ao nível da inauguração de novos estabelecimentos hoteleiros foi perceptível, sobretudo, na região de Lisboa (11 novos estabelecimentos hoteleiros) e nas regiões do Algarve e do Norte, ambas com 7 novos estabelecimentos hoteleiros.

Simultaneamente, verifica-se uma crescente qualificação da oferta, dado que no conjunto destas inaugurações predominam estabelecimentos hoteleiros de 4 e 5 estrelas, sendo que destes mais de 44 % disponibilizam serviços e infra-estruturas de *wellness* /*spa* na sua oferta.

Perspectivas

Os resultados da presente edição do Atlas da Hotelaria denotam de forma mais evidente o decorrer do processo de operacionalização da nova Lei dos Empreendimentos Turísticos (Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março), cujo objectivo primário consistia na requalificação da oferta turística nacional, >>>

. management / Deloitte

Deloitte.

>> monitorizando-a periodicamente. Deste modo, esta edição reflecte os processos de reclassificação concluídos em 2010 de alguns empreendimentos cujas anteriores tipologias deixaram de existir, na sua maioria albergarias, pensões e estalagens.

Tendências

Espera-se que o ano de 2011 seja de consolidação e de recuperação de alguns mercados e destinos. No entanto, este aparente optimismo é acompanhado por condições económicas ainda incertas, o que continuará, certamente, a contribuir para alterações nas atitudes e nos comportamentos dos consumidores actuais, e que se esperam vir a intensificar nos consumidores do futuro.

Para fazer face a estes desafios comportamentais dos consumidores é factor crítico para o sucesso das operações dos empreendimentos turísticos, a capacidade de manter uma relação continuada com os seus clientes e de se diferenciar claramente dos seus concorrentes. Além do consumidor procurar o *value for money* e maximizar a relação qualidade-preço, no futuro, este tenderá, cada vez mais, a valorizar a importância da *brand experience* e da *brand promise*, ou seja, à capacidade do serviço/ produto corresponder de forma consistente à sua percepção da proposta de valor.

Nos segmentos de mercado superiores, a marca continuará a ser uma vantagem competitiva num mercado que tende para a saturação. Nos segmentos de mercado médio e baixo, onde a diferenciação é mais desafiante, os agentes do sector terão de se focar na concretização de *brand promises* mais simples, ainda, que atractivas, equilibrando o *mix* entre o seu valor e a experiência proporcionada. Ou seja, os programas de fidelização poderão ser a chave para a diferenciação em todos os segmentos de mercado. Crítico para que a *brand promise* seja efectivamente experienciada pelo cliente/ hóspede é a forma como a mesma é aceite, entendida e transmitida pelos colaboradores. Deste modo, o capital humano mantém-se como factor chave para uma operação de

FUTURO

O consumidor tenderá, cada vez mais, a valorizar a importância da *brand experience* e da *brand promise*

sucesso sendo, por isso, fundamental implementar as estratégias mais apropriadas para recrutar, recompensar e reter o talento, em especial, num sector caracterizado historicamente por elevadas taxas de rotatividade de pessoal.

Os agentes do sector têm, ainda, de considerar a sua presença no mundo global, adaptando a sua presença nos múltiplos canais de distribuição. As redes sociais, um fenómeno que rapidamente penetrou no mercado e que se encontra em rota ascendente são e serão, cada vez mais, parte do processo de tomada de decisão, representando um desafio de adequação por parte do sector, o qual deverá ter em consideração as oportunidades e as ameaças daí decorrentes. Qualquer inconsistência na experiência proporcionada por uma marca pode rapidamente ser do conhecimento de um vastíssimo número de pessoas nas mais variadas geografias. As redes sociais e websites sobre viagens, destinos e fornecedores do sector oferecem múltiplas opções aos consumidores que, cada vez mais, programam as suas viagens de forma individual através de contactos directos com os diferentes elos da cadeia de valor, decidindo no último minuto e beneficiando da transparência de preços e condições.

A tecnologia tem beneficiado estas alterações comportamentais recentes: poder aceder e comunicar com o mundo em qualquer parte é um desafio ao qual o sector do turismo tem de estar atento, de forma a poder beneficiar das diferentes oportunidades e dos inúmeros pontos de interacção com os consumidores, seja para endereçar uma oferta personalizada, seja para comunicar e promover o produto e/ ou serviço, seja, ainda, para estreitar a relação de confiança e fidelização existente.

Por último, mas não menos importante, a consciência ambiental dos clientes/ hóspedes tenderá a pressionar a actuação dos agentes, no sentido de uma operação mais sustentável e responsável a prazo, da qual ambos terão muito a beneficiar. **h**

Março de 2011

Tourism, Hospitality & Leisure

Ficha técnica:

Foram consideradas as seguintes tipologias de empreendimentos turísticos:

- Aldeamentos Turísticos;
- Apartamentos Turísticos;
- Hotéis;
- Hotéis-Apartamento; e
- Pousadas.

Para efeitos de *ranking* foi considerado o número total de unidades de alojamento dos empreendimentos turísticos à data de 31 de Dezembro de 2010, incluindo os que não estavam em operação temporariamente nessa data. Importa referir que a oferta dos conjuntos turísticos é considerada de forma desagregada, ou seja, são contabilizados individualmente os diferentes empreendimentos que os integram.

Por unidades de alojamento entendem-se o número de quartos e/ ou de apartamentos.

A agregação dos estabelecimentos hoteleiros em Grupos Hoteleiros/ Entidades de *Management* respeitou a sua integração num Grupo (entidade com mais do que um estabelecimento hoteleiro) e/ ou a existência de um denominador comum na sua exploração. No Grupo Accor Hotels incluem-se estabelecimentos hoteleiros que se encontram em regime de *franchise*.

A divisão geográfica de Portugal respeitou as NUTS II definidas pelo INE.

A análise do TOP 5 nas NUTS II Aientejo e Região Autónoma dos Açores apresenta o ranking por Grupo Hoteleiro/ Entidade de *Management*. No entanto, verifica-se a existência de estabelecimentos hoteleiros independentes (Evora Hotel e The Lince Azores Great Hotel, respectivamente) que dispõem, por si só, de um número de unidades de alojamento superior ao de alguns Grupos Hoteleiros/ Entidades de *Management* considerados.

A confirmação de dados junto dos 20 maiores Grupos foi concluída na terceira semana de Março de 2011. Os dados sobre o Grupo Luna Hotels & Resorts reportam a 31 de Dezembro de 2009, uma vez que não foi possível obter a sua validação em tempo útil até ao fecho desta edição. Os dados dos Grupos Sana Hotels e CS Hotels estão de acordo com a informação pública disponível. São considerados como serviços de *wellness/spa*, entre outros, os seguintes: *health club, jacuzzi, sauna, banho turco, massagens e/ ou tratamentos realizados por profissionais, destinados à revitalização do corpo*.



ID: 34770631

01-03-2011

