

# NOVOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DOS NEGÓCIOS: CONTEXTO ATUAL DO ALOJAMENTO TURÍSTICO E DA RESTAURAÇÃO E SIMILARES

- Inquérito junho 2023 -

Lisboa, 24 de julho de 2023



**AHRESP**<sup>®</sup>  
ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

*Instituição de Utilidade Pública*

## FICHA TÉCNICA

3

### RESULTADOS RESTAURAÇÃO E SIMILARES

|   |    |
|---|----|
| Destaques   | 5  |
| Faturação e custos operacionais                             | 7  |
| Mercado de trabalho e contratação                           | 8  |
| Balanço da Páscoa e expectativas para o verão               | 9  |
| Ferramentas digitais/tecnologias de informação nos negócios | 10 |

### RESULTADOS ALOJAMENTO TURÍSTICO

|   |    |
|---|----|
| Destaques   | 12 |
| Impacto do Programa “Mais Habitação”                        | 15 |
| Faturação e custos operacionais                             | 16 |
| Mercado de trabalho e contratação                           | 17 |
| Balanço da Páscoa e expectativas para o verão               | 18 |
| Ferramentas digitais/tecnologias de informação nos negócios | 19 |

- Após um período de grande instabilidade e incerteza económica e social e num momento em que se perspetiva uma recuperação da atividade turística face ao período pré-pandémico, a AHRESP realizou um novo Inquérito às empresas do alojamento turístico e da restauração e similares, para dispor de informação atualizada sobre a real situação dos negócios e a sua capacidade de sobrevivência e adaptação, numa fase de constantes mudanças e desafios.
- O Inquérito decorreu entre 07 e 30 de junho 2023, tendo sido alcançado um total de 484 respostas válidas e representativas dos setores da restauração e similares e do alojamento turístico, em todo o território nacional.

## • RESTAURAÇÃO E SIMILARES: 277 respostas válidas

| TIPO DE ATIVIDADE            |               | TIPO DE ENTIDADE           |               | LOCALIZAÇÃO      |               |
|------------------------------|---------------|----------------------------|---------------|------------------|---------------|
| Restaurante                  | 74,0%         | Empresário Nome Individual | 23,4%         | Norte            | 7,8%          |
| Pastelaria                   | 7,8%          | Sociedade                  | 76,6%         | Centro           | 16,9%         |
| Café                         | 9,1%          | <b>TOTAL</b>               | <b>100,0%</b> | Lisboa Vale Tejo | 54,5%         |
| Bar                          | 5,2%          | <b>DIMENSÃO DA EMPRESA</b> |               | Alentejo         | 11,7%         |
| Discoteca                    | 0,0%          |                            |               | Algarve          | 5,2%          |
| Eventos, Casamentos e Outros | 0,0%          |                            |               | Micro Empresa    | 66,2%         |
| Outros                       | 3,9%          |                            |               | Pequena Empresa  | 28,6%         |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>100,0%</b> |                            |               | Média Empresa    | 3,9%          |
|                              |               | Grande Empresa             | 1,3%          | Açores           | 3,9%          |
|                              |               | <b>TOTAL</b>               | <b>100,0%</b> | Madeira          | 0,0%          |
|                              |               |                            |               | <b>TOTAL</b>     | <b>100,0%</b> |

## • ALOJAMENTO TURÍSTICO: 207 respostas válidas

| TIPO DE ATIVIDADE - EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS |               | TIPO DE ENTIDADE           |               | LOCALIZAÇÃO      |               |
|--|---------------|----------------------------|---------------|------------------|---------------|
| Hotel  | 54,5%         | Empresário Nome Individual | 61,8%         | Norte            | 19,3%         |
| Hotel-Apartamento                              | 9,1%          | Sociedade                  | 38,2%         | Centro           | 14,0%         |
| Apartamento Turístico                          | 9,1%          | <b>TOTAL</b>               | <b>100,0%</b> | Lisboa Vale Tejo | 44,9%         |
| Aldeamento Turístico                           | 0,0%          | <b>DIMENSÃO DA EMPRESA</b> |               | Alentejo         | 3,4%          |
| Conjunto Turístico (resort)                    | 0,0%          |                            |               | Micro Empresa    | 94,7%         |
| Hotel Rural                                    | 9,1%          |                            |               | Pequena Empresa  | 3,9%          |
| TER/Turismo de Habitação                       | 18,2%         |                            |               | Média Empresa    | 1,0%          |
| Parque de Campismo/Caravanismo                 | 0,0%          |                            |               | Grande Empresa   | 0,5%          |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>100,0%</b> | <b>TOTAL</b>               | <b>100,0%</b> | <b>TOTAL</b>     | <b>100,0%</b> |
| <b>TIPO DE ATIVIDADE - ALOJAMENTO LOCAL</b>    |               |                            |               |                  |               |
| Apartamento                                    | 66,3%         |                            |               |                  |               |
| Moradia  | 16,3%         |                            |               |                  |               |
| Estabelecimento de Hospedagem                  | 12,8%         |                            |               |                  |               |
| Estabelecimento de Hospedagem - Hostel         | 3,1%          |                            |               |                  |               |
| Quarto   | 1,5%          |                            |               |                  |               |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>100,0%</b> |                            |               |                  |               |

# Resultados



# Restauração e Similares



## DESTAQUES

### FATURAÇÃO E CUSTOS OPERACIONAIS

- Do inquérito realizado, 26% das empresas de restauração e similares registaram uma perda de faturação superior a 20% nos primeiros 5 meses de 2023, quando comparado com o mesmo período de 2022. Em sentido oposto, e positivo, 30% das empresas registaram uma faturação até +20% face ao acumulado de janeiro a maio de 2022;
- No que aos custos operacionais diz respeito, no acumulado de janeiro a maio, face ao mesmo período de 2022, 52% indicaram um aumento até 25% dos custos com pessoal e 39% das empresas refere que as matérias-primas alimentares aumentaram entre 26% a 50%;
- Entre janeiro e maio de 2023, 66% dos empresários da restauração e similares sentiram uma retração no consumo, dos quais 55% confirmam ter registado uma quebra superior a 20%. 58% das empresas refere que a maior quebra foi ao almoço durante a semana e 52% ao jantar. De destacar que 23% das empresas indica que já sente quebras ao jantar no fim-de-semana.

### MERCADO DE TRABALHO E CONTRATAÇÃO

- 51% das empresas considera não ter trabalhadores suficientes para garantir a melhor qualidade do serviço. Destas, 86% referem ter necessidade de contratar entre 1 a 3 trabalhadores durante o ano completo, valor que reduz para 57%, em época alta;
- No momento atual, de entre as funções onde há maior dificuldade de contratação no setor da restauração e similares é para empregado de mesa/balcão, tanto para o ano completo (57%) como para a época alta (48%), seguido pela função de cozinha (51% ano completo e 33% época alta);
- Para 35% das empresas, a atração e o processo de recrutamento de colaboradores é uma das maiores dificuldades na contratação, sendo certo que uma importante percentagem (38%) considera que para além desta, também a retenção dos colaboradores é um dos grandes desafios do setor;
- Face à escassez de recursos humanos no setor, 73% das empresas inquiridas tenciona contratar colaboradores estrangeiros;
- Para as empresas que já contrataram colaboradores imigrantes, 46% refere ter sentido dificuldades nesse processo. De entre as principais dificuldades sentidas na contratação de trabalhadores estrangeiros, os problemas de comunicação/dificuldade com a língua portuguesa (49%), a falta de formação e/ou experiência na área pretendida (43%) e a demasiada burocracia associada à contratação (31%), são os elementos de maior complexidade, apontados pelos empresários.



## DESTAQUES

### BALANÇO DA PÁSCOA E EXPECTATIVAS PARA O VERÃO 2023

- Balanço da Páscoa:
  - 27% das empresas indicaram uma perda de faturação até 25%, comparada com a Páscoa de 2022. Destaca-se que 20% registou uma faturação até 25% acima da registada em 2022;
  - O mercado nacional destacou-se na procura dos estabelecimentos de restauração e similares durante a na semana da Páscoa, referido por 56% dos inquiridos.
- Perspetivas para o Verão:
  - 35% das empresas estima ter um aumento na faturação até 25%, face ao Verão de 2022.
  - Já numa perspetiva menos positiva, 22% preveem que seja até -25% face ao verão passado.
  - O mercado nacional mantém-se como principal segmento de procura para o Verão, referido por 43% das empresas. No entanto, 31% considera que poderá haver uma repartição equilibrada entre clientes nacionais e estrangeiros (50/50).

### FERRAMENTAS DIGITAIS/TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NOS NEGÓCIOS

- A globalidade (99%) dos empresários da restauração e similares utiliza ferramentas digitais na gestão dos seus negócios, sendo nas áreas da faturação (91%), marketing e publicidade (41%) e venda (37%) onde existe uma maior utilização das tecnologias de informação.
- 90% dos empresários deste setor promove os seus serviços em canais online, destacando-se as redes sociais do Facebook (91%) e do Instagram (84%) como os meios de promoção online mais utilizados. Há ainda uma elevada representatividade da promoção em website próprio (44%) e uma menor predominância de utilização de plataformas de reservas (18%), como sejam a Uber Eats, Glovo, entre outras.
- De entre as principais necessidades de informática no apoio à gestão dos negócios, destacam-se as vertentes de controlo de vendas e faturação (referido por 65% das empresas), gestão de “menus” e preços (55%), controlo de stocks e compras (52%), e também a gestão de reservas e agendamentos (26%).



# RESULTADOS RESTAURAÇÃO E SIMILARES



AHRESP®

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

## RESULTADOS DETALHADOS

## FATURAÇÃO E CUSTOS OPERACIONAIS (dados nacionais)

| VARIACÃO DA FATURAÇÃO NO ACUMULADO JAN-MAI 2023 FACE A IGUAL PERÍODO DE 2022 |               |
|--|---------------|
| -20% ou mais   | 26,0%         |
| Entre -10% e -20%  | 9,1%          |
| Até -10%   | 5,2%          |
| Sem variação   | 11,7%         |
| Até 10%  | 14,3%         |
| Entre 11% e 20%  | 15,6%         |
| Entre 21% e 30%  | 13,0%         |
| Entre 31% e 40%  | 0,0%          |
| Entre 41% e 50%  | 2,6%          |
| Mais que 50%   | 2,6%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| % AUMENTO DOS PRINCIPAIS CUSTOS OPERACIONAIS JAN-MAI 2023 FACE A IGUAL PERÍODO DE 2022 | CUSTOS COM PESSOAL | MATÉRIAS-PRIMAS ALIMENTARES | GÁS           | ELETRICIDADE  |
|--|--------------------|-----------------------------|---------------|---------------|
| -51% ou mais   | 6,5%               | 10,4%                       | 6,5%          | 5,2%          |
| -26% a -50%  | 10,4%              | 7,8%                        | 6,5%          | 10,4%         |
| Até -25%   | 3,9%               | 1,3%                        | 3,9%          | 7,8%          |
| Sem variação   | 11,7%              | 1,3%                        | 35,1%         | 11,7%         |
| Até 25%  | 51,9%              | 27,3%                       | 27,3%         | 31,2%         |
| 26% a 50%  | 10,4%              | 39,0%                       | 15,6%         | 27,3%         |
| 51% ou mais  | 5,2%               | 13,0%                       | 5,2%          | 6,5%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b>      | <b>100,0%</b>               | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |

| % VARIACÃO CUSTOS DOS PRODUTOS ALIMENTARES NÃO TRANSFORMADOS JAN-MAI 2023 FACE A IGUAL PERÍODO 2022 | PRODUTOS HORTÍCOLAS | CARNE         | PEIXE, CRUSTÁCEOS E MOLUSCOS | LEITE, QUEIJO E OVOS | PÃO E CEREJAS | ÓLEO E GORDURAS |
|---|---------------------|---------------|------------------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| -51% ou mais  | 9,1%                | 9,1%          | 9,1%                         | 9,1%                 | 9,1%          | 11,7%           |
| -26% a -50%   | 7,8%                | 9,1%          | 6,5%                         | 5,2%                 | 3,9%          | 7,8%            |
| Até -25%  | 1,3%                | 1,3%          | 2,6%                         | 5,2%                 | 6,5%          | 1,3%            |
| Sem variação  | 9,1%                | 5,2%          | 13,0%                        | 5,2%                 | 5,2%          | 1,3%            |
| Até 25%   | 45,5%               | 36,4%         | 29,9%                        | 28,6%                | 42,9%         | 27,3%           |
| 26% a 50%   | 14,3%               | 26,0%         | 22,1%                        | 29,9%                | 20,8%         | 28,6%           |
| 51% ou mais   | 13,0%               | 13,0%         | 16,9%                        | 16,9%                | 11,7%         | 22,1%           |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b>       | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b>                | <b>100,0%</b>        | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b>   |

| SENTE ESCASSEZ DE PRODUTOS ESSENCIAIS À ATIVIDADE |               |
|---|---------------|
| Sim   | 36,8%         |
| Não   | 61,8%         |
| Não sabe  | 1,3%          |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>100,0%</b> |

| SENTIU RETRAÇÃO NO CONSUMO NO ACUMULADO JAN-MAI 2023 |               |
|--|---------------|
| Sim  | 66,2%         |
| Não  | 32,5%         |
| Não sabe   | 1,3%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| SE SIM, QUAL A % DE QUEBRA |               |
|----------------------------|---------------|
| Até 10%                    | 15,7%         |
| 11% a 20%                  | 29,4%         |
| 21% a 30%                  | 17,6%         |
| 31% a 40%                  | 19,6%         |
| 41% a 50%                  | 7,8%          |
| Mais que 50%               | 9,8%          |
| <b>TOTAL</b>               | <b>100,0%</b> |

| EM QUE OCASIÕES DE CONSUMO SENTE MAIORES QUEBRAS OU ALTERAÇÕES |               |
|--|---------------|
| Pequeno-almoço e/ou outros consumos durante a semana           | 21,7%         |
| Almoço durante a semana  | 58,0%         |
| Jantar durante a semana  | 52,2%         |
| Pequeno-almoço e/ou outros consumos ao fim de semana           | 7,2%          |
| Almoço ao fim-de-semana  | 18,8%         |
| Jantar ao fim-de-semana  | 23,2%         |
| Outros   | 5,8%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |



## RESULTADOS DETALHADOS

## MERCADO DE TRABALHO E CONTRATAÇÃO (dados nacionais)

| TEM TRABALHADORES SUFICIENTES PARA ASSEGURAR A MELHOR QUALIDADE DO SERVIÇO |               |
|--|---------------|
| Sim  | 49,4%         |
| Não  | 50,6%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| N.º TRABALHADORES PRECISA DE CONTRATAR P/ FUNÇÕES REGULARES | ANO COMPLETO  | ÉPOCA ALTA    |
|---|---------------|---------------|
| Entre 1 e 3   | 86,2%         | 57,1%         |
| Entre 4 e 6   | 10,3%         | 35,7%         |
| Entre 7 e 9   | 0,0%          | 3,6%          |
| 10 ou mais  | 3,4%          | 3,6%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |

| PARA QUE FUNÇÕES HÁ MAIOR DIFICULDADE DE CONTRATAÇÃO | ANO COMPLETO | ÉPOCA ALTA |
|--|--------------|------------|
| Gerência   | 3,9%         | 5,0%       |
| Empregado mesa/balcão                                | 57,1%        | 48,3%      |
| Cozinha  | 50,6%        | 33,3%      |
| Padaria e/ou pastelaria                              | 5,2%         | 6,7%       |
| Limpeza  | 5,2%         | 6,7%       |
| Copa   | 10,4%        | 11,7%      |
| <b>TOTAL</b>   |              |            |

| PRINCIPAIS DIFICULDADES NA CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES |               |
|---|---------------|
| Atração/recrutamento de novos colaboradores             | 34,8%         |
| Retenção de atuais colaboradores                        | 12,1%         |
| Ambas as opções   | 37,9%         |
| Outros  | 15,2%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| INTENÇÃO DE CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES IMIGRANTES FACE À ESCASSEZ DE MÃO-DE-OBRA |               |
|--|---------------|
| Sim  | 72,7%         |
| Não  | 14,3%         |
| Não sabe   | 13,0%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| SE JÁ CONTRATOU TRABALHADORES IMIGRANTES, SENTIU DIFICULDADE NESSE PROCESSO |               |
|---|---------------|
| Sim   | 45,5%         |
| Não   | 32,5%         |
| Não sabe  | 22,1%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| SE SIM, QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES SENTIDAS     |       |
|---|-------|
| Falta de formação e/ou experiência na área pretendida | 42,9% |
| Demasiada burocracia associada à contratação          | 31,2% |
| Processo de acompanhamento/integração na empresa      | 13,0% |
| Problemas de comunicação (Língua Portuguesa)          | 49,4% |
| Outros  | 15,6% |
| <b>TOTAL</b>  |       |



### RESULTADOS DETALHADOS

## BALANÇO DA PÁScoa E EXPECTATIVAS PARA O VERÃO 2023 (dados nacionais)

| VARIACÃO DA FATURAÇÃO DURANTE A SEMANA DA PÁScoa FACE A IGUAL PERÍODO 2022 |               |
|--|---------------|
| -51% ou mais   | 10,4%         |
| -26% a -50%  | 15,6%         |
| Até -25%   | 27,3%         |
| Sem variação   | 15,6%         |
| Até +25%   | 19,5%         |
| 26% a 50%  | 5,2%          |
| 51% ou mais  | 0,0%          |
| Não se aplica  | 6,5%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| PRINCIPAIS CLIENTES NA SEMANA DA PÁScoa |               |
|---|---------------|
| Portugueses                             | 55,8%         |
| Estrangeiros                            | 18,2%         |
| 50/50                                   | 18,2%         |
| Não Sabe                                | 7,8%          |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>100,0%</b> |

| PREVISÃO DE PRINCIPAIS CLIENTES 2023 |               |
|--------------------------------------|---------------|
| Portugueses                          | 42,9%         |
| Estrangeiros                         | 22,1%         |
| 50/50                                | 31,2%         |
| Não Sabe                             | 3,9%          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>100,0%</b> |

| PREVISÃO VARIAÇÃO RECEITAS VERÃO 2023 FACE AO VERÃO 2022 |               |
|--|---------------|
| -51% ou mais   | 2,6%          |
| -26% a -50%  | 14,3%         |
| Até -25%   | 22,1%         |
| Sem variação   | 11,7%         |
| Até +25%   | 35,1%         |
| 26% a 50%  | 7,8%          |
| 51% a 75%  | 1,3%          |
| Mais que 75%   | 1,3%          |
| Não sabe   | 3,9%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |



## RESULTADOS DETALHADOS

## FERRAMENTAS DIGITAIS/TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NOS NEGÓCIOS (dados nacionais)

| UTILIZA FERRAMENTAS DIGITAIS/SOFTWARE NA GESTÃO DO SEU NEGÓCIO |             |
|--|-------------|
| Sim  | 98,7%       |
| Não  | 1,3%        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100%</b> |

| SE SIM, COM QUE FINALIDADE        |       |
|-----------------------------------|-------|
| Gestão de reservas e agendamentos | 28,0% |
| Gestão de stocks e compras        | 30,7% |
| Faturação                         | 90,7% |
| Marketing/Publicidade             | 41,3% |
| Venda                             | 37,3% |
| Outros                            | 1,3%  |
| <b>TOTAL</b>                      |       |

| PROMOVE O SEU NEGÓCIO EM CANAIS ONLINE |             |
|--|-------------|
| Sim                                    | 89,6%       |
| Não                                    | 10,4%       |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>100%</b> |

| SEM SIM, QUAIS OS PRINCIPAIS CANAIS                                   |       |
|---|-------|
| Website próprio   | 44,1% |
| Facebook  | 91,2% |
| Instagram   | 83,8% |
| Plataformas de reservas (ex.: Uber Eats, Glovo, Nomenu, Bolt Food...) | 17,6% |
| Outros  | 1,5%  |
| <b>TOTAL</b>  |       |

| PRINCIPAIS NECESSIDADES DE INFORMÁTICA NO SEU NEGÓCIO |       |
|---|-------|
| Gestão de reservas e agendamentos                     | 25,8% |
| Controle de stocks e compras                          | 51,5% |
| Controle de vendas e faturação                        | 65,2% |
| Gestão de "menus" e preços                            | 54,5% |
| Outros  | 3,0%  |
| <b>TOTAL</b>  |       |

| NÍVEL DE CONHECIMENTO EM CIBERSEGURANÇA |               |
|---|---------------|
| Insuficiente                            | 27,3%         |
| Médio                                   | 45,5%         |
| Bom                                     | 15,6%         |
| Muito bom                               | 5,2%          |
| Não sabe                                | 6,5%          |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>100,0%</b> |

| CONSIDERA PERTINENTE A AHRESP DISPONIBILIZAR PLANO DE FORMAÇÃO EM CIBERSEGURANÇA |               |
|--|---------------|
| Sim  | 85,5%         |
| Não  | 3,9%          |
| Não sabe   | 10,5%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| POSSUI POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE SEGURANÇA DE INFORMAÇÃO |               |
|---|---------------|
| Sim   | 14,7%         |
| Não   | 57,3%         |
| Não sabe  | 28,0%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

# Resultados



# Alojamento Turístico



## DESTAQUES

### IMPACTO PACOTE “MAIS HABITAÇÃO” (ALOJAMENTO LOCAL)

- A esmagadora maioria dos empresários do alojamento local (97%) refere ter conhecimento sobre o Pacote “Mais Habitação”.
- De entre as medidas previstas no Pacote “Mais Habitação”, as 3 mais penalizadoras identificadas pelas empresas, são as seguintes:
  - Criação de contribuição extraordinária para os alojamentos locais (referida por 94% das empresas);
  - Caducidade das licenças em 2030 (referida por 65% das empresas);
  - Aumento do IMI para os alojamentos locais (referido por 60% das empresas);
- De destacar que o reforço dos poderes dos condomínios para cancelamento de licenças foi também muito referenciado pelas empresas inquiridas (53%).
- Uma parte significativa das empresas manifesta as seguintes preocupações:
  - Aumento de contribuições/impostos, nomeadamente com a aplicação da CEAL, que dificultará ainda mais a gestão dos negócios face aos constrangimentos, principalmente financeiros, que se intensificaram nos últimos anos por via dos efeitos da pandemia e da instabilidade macroeconómica;
  - Previsibilidade de grande perda ou diminuição de rendimentos que advém do alojamento local ou de outras atividades interligadas, principalmente para o microempresário;
  - Vários tipos de investimentos efetuados para a operação destes negócios e que, neste enquadramento, serão menosprezados. Para além desta atividade ter vindo contribuir significativamente para o desenvolvimento económico e urbano de várias zonas/regiões, contribuindo naturalmente para o crescimento da atividade turística.



## DESTAQUES

### FATURAÇÃO E CUSTOS OPERACIONAIS

- Do inquérito realizado, 22% das empresas do alojamento turístico indicaram uma faturação igual (sem variação) nos primeiros 5 meses de 2023, quando comparado com o mesmo período de 2022. Já 37% das empresas refere ter registado uma faturação até +20% face ao acumulado de janeiro a maio de 2022;
- No que aos custos operacionais diz respeito, no acumulado de janeiro a maio, face ao mesmo período de 2022, 38% indicaram um aumento até 25% dos custos com pessoal e 39% das empresas refere que as matérias-primas alimentares aumentaram também até 25%.

### MERCADO DE TRABALHO E CONTRATAÇÃO

- Atualmente, 24% das empresas de alojamento turístico assume não ter trabalhadores suficientes para assegurar a melhor qualidade do serviço. Destas, 88% referem ter necessidade de contratar entre 1 a 3 trabalhadores para o desempenho de funções regulares na empresa durante o ano completo e 67% durante a época alta;
- No setor do alojamento turístico, as funções para as quais existe maior dificuldade de contratação são “limpeza” (52% ano completo e 64% época alta) e “manutenção” (28% ano completo e 23% época alta).
- A capacidade de atração/recrutamento de colaboradores (41%) constitui-se como uma das principais no processo de contratação. Ainda assim, 29% dos inquiridos refere que tanto esta questão como a capacidade de retenção dos atuais colaboradores constituem-se como grandes desafios ao setor.
- Nas atividades de alojamento turístico 37% dos inquiridos confirma ter essa intenção contra 43% que refere ainda não saber se o vai efetuar.
- No setor do alojamento turístico 20% das empresas referem ter sentido dificuldades no processo de recrutamento de colaboradores estrangeiros. Destas, a falta de formação e/ou experiência na área pretendida (35%), bem como, os problemas de comunicação/dificuldade com a língua portuguesa (21%), foram as dificuldades mais referidas.



## DESTAQUES

### BALANÇO DA PÁSCOA E EXPECTATIVAS PARA O VERÃO 2023

- Balanço da Páscoa:
  - 33% das empresas de alojamento turístico não registaram variação na faturação durante a semana da Páscoa comparativamente a igual período de 2022. Ainda assim, 37% alcançou uma variação positiva, acima dos 25%;
  - 31% das unidades de alojamento turístico registaram uma taxa de ocupação média acima dos 90%;
  - O mercado internacional dominou a procura turística na semana da Páscoa, tendo representado 65% dos clientes de alojamento turístico. O mercado Espanhol é o dominante (58%), seguido pelos mercados Francês (34%), Norte Americano (31%), Inglês (31%) e Alemão (25%).
- Perspetivas para o Verão:
  - 30% dos empresários prevê alcançar uma taxa de ocupação média acima de 90% e 25% estima uma ocupação média entre 81% e 90%;
  - 37% dos inquiridos de alojamento turístico estima uma variação das receitas acima de 25% para este Verão de 2023 (julho a agosto) face ao do ano passado.
  - De entre os principais mercados emissores esperados, Espanha (56%), França (50%), Reino Unido (38%), E.U.A. (36%) e Alemanha (34%), dominam as expectativas para a procura de alojamento turístico para este Verão.

### FERRAMENTAS DIGITAIS/TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NOS NEGÓCIOS

- A globalidade (83%) dos empresários do alojamento turístico utiliza ferramentas digitais na gestão dos seus negócios, com principal finalidade nas vertentes da gestão de reservas e agendamentos (82%), faturação (68%) e marketing e publicidade (32%);
- 98% dos empresários do alojamento turístico promove os seus serviços em canais online, com destaque para as plataformas de reservas como sejam booking.com, grupo Expedia e outros (96%), seguida pela rede social Facebook (40%), website próprio (38%) e Instagram (36%);
- As vertentes de negócio que dizem respeito à “gestão de reservas e agendamentos” e “controlo de vendas e faturação” são as mais mencionadas quanto à necessidade de aplicação de tecnologias/meios informáticos que sejam adaptados e eficazes aos procedimentos.



## RESULTADOS DETALHADOS

## IMPACTO PACOTE “MAIS HABITAÇÃO” – NO ALOJAMENTO LOCAL (dados nacionais)

| TEM CONHECIMENTO DO PACOTE LEGISLATIVO "MAIS HABITAÇÃO" |               |
|---|---------------|
| Sim   | 96,9%         |
| Não   | 3,1%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| SE TEM CONHECIMENTO, SELECIONE AS 3 MEDIDAS MAIS PENALIZADORAS PARA O SETOR |       |
|---|-------|
| Caducidade das licenças em 2030   | 64,2% |
| Caducidade das licenças por qualquer causa de transmissão                   | 22,6% |
| Suspensão da emissão de novas licenças                                      | 20,5% |
| Reforço dos poderes dos condomínios para cancelamento de licenças           | 53,2% |
| Aumento do IMI para alojamentos locais                                      | 59,5% |
| Criação de contribuição extraordinária para os alojamentos locais (CEAL)    | 94,7% |
| Reforço dos poderes de fiscalização das Juntas de Freguesia                 | 1,6%  |
| Outros  | 2,6%  |
| <b>TOTAL</b>  |       |



## RESULTADOS DETALHADOS

## FATURAÇÃO E CUSTOS OPERACIONAIS (dados nacionais)

| VARIÇÃO DA FATURAÇÃO NO ACUMULADO JAN-MAI 2023 FACE A IGUAL PERÍODO DE 2022 |               |
|---|---------------|
| -20% ou mais  | 8,2%          |
| Entre -10% e -20%   | 3,9%          |
| Até -10%  | 7,7%          |
| Sem variação  | 21,7%         |
| Até 10%   | 17,4%         |
| Entre 11% e 20%   | 19,3%         |
| Entre 21% e 30%   | 11,6%         |
| Entre 31% e 40%   | 2,9%          |
| Entre 41% e 50%   | 2,9%          |
| Mais que 50%  | 4,3%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| % AUMENTO DOS PRINCIPAIS CUSTOS OPERACIONAIS JAN-MAI 2023 FACE A IGUAL PERÍODO DE 2022 | CUSTOS COM PESSOAL | MATÉRIAS-PRIMAS | GÁS           | ELETRICIDADE  |
|--|--------------------|-----------------|---------------|---------------|
| -51% ou mais   | 3,4%               | 3,9%            | 1,9%          | 1,9%          |
| -26% a -50%  | 4,8%               | 3,9%            | 6,3%          | 9,2%          |
| Até -25%   | 12,1%              | 16,9%           | 16,4%         | 19,8%         |
| Sem variação   | 33,8%              | 22,7%           | 38,2%         | 10,1%         |
| Até 25%  | 37,7%              | 38,6%           | 26,1%         | 42,5%         |
| 26% a 50%  | 5,3%               | 10,6%           | 6,3%          | 11,6%         |
| 51% ou mais  | 2,9%               | 3,4%            | 4,8%          | 4,8%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b>      | <b>100,0%</b>   | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |



### RESULTADOS DETALHADOS

## MERCADO DE TRABALHO E CONTRATAÇÃO (dados nacionais)

| TEM TRABALHADORES SUFICIENTES PARA ASSEGURAR A MELHOR QUALIDADE DO SERVIÇO |               |
|--|---------------|
| Sim  | 75,8%         |
| Não  | 24,2%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| N.º TRABALHADORES PRECISA DE CONTRATAR P/ FUNÇÕES REGULARES | ANO COMPLETO  | ÉPOCA ALTA    |
|---|---------------|---------------|
| Entre 1 e 3   | 88,4%         | 66,7%         |
| Entre 4 e 6   | 11,6%         | 19,0%         |
| Entre 7 e 9   | 0,0%          | 7,1%          |
| 10 ou mais  | 0,0%          | 7,1%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |

| PARA QUE FUNÇÕES HÁ MAIOR DIFICULDADE DE CONTRATAÇÃO | ANO COMPLETO | ÉPOCA ALTA |
|--|--------------|------------|
| Gerência   | 6,4%         | 1,9%       |
| Empregado mesa/balcão                                | 4,8%         | 5,6%       |
| Cozinha  | 4,8%         | 2,8%       |
| Recepção   | 8,8%         | 9,3%       |
| Limpeza  | 52,0%        | 63,6%      |
| Manutenção   | 28,0%        | 23,4%      |
| BackOffice   | 10,4%        | 7,5%       |
| <b>TOTAL</b>   |              |            |

| PRINCIPAIS DIFICULDADES NA CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES |               |
|---|---------------|
| Atração/recrutamento de novos colaboradores             | 41,1%         |
| Retenção de atuais colaboradores                        | 13,7%         |
| Ambas as opções   | 29,0%         |
| Outros  | 16,1%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| INTENÇÃO DE CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES IMIGRANTES FACE À ESCASSEZ DE MÃO-DE-OBRA |               |
|--|---------------|
| Sim  | 36,7%         |
| Não  | 20,3%         |
| Não sabe   | 43,0%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| SE JÁ CONTRATOU TRABALHADORES IMIGRANTES, SENTIU DIFICULDADE NESSE PROCESSO |               |
|---|---------------|
| Sim   | 19,8%         |
| Não   | 23,7%         |
| Não sabe  | 56,5%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| SE SIM, QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES SENTIDAS     |       |
|---|-------|
| Falta de formação e/ou experiência na área pretendida | 35,0% |
| Demasiada burocracia associada à contratação          | 17,5% |
| Processo de acompanhamento/integração na empresa      | 8,1%  |
| Problemas de comunicação (Língua Portuguesa)          | 21,4% |
| Outros  | 25,0% |
| <b>TOTAL</b>  |       |



### RESULTADOS DETALHADOS

## BALANÇO DA PÁSCOA E EXPECTATIVAS PARA O VERÃO 2023 (dados nacionais)

| VARIACÃO DA FATURAÇÃO DURANTE A SEMANA DA PÁSCOA FACE A IGUAL PERÍODO 2022 |               |
|--|---------------|
| -51% ou mais   | 2,9%          |
| -26% a -50%  | 2,4%          |
| Até -25%   | 11,1%         |
| Sem variação   | 32,9%         |
| Até +25%   | 37,2%         |
| 26% a 50%  | 5,3%          |
| 51% ou mais  | 1,9%          |
| Não se aplica  | 6,3%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| NA SEMANA DA PÁSCOA, QUAL A TAXA DE OCUPAÇÃO MÉDIA ALCANÇADA |               |
|--|---------------|
| Até 20%  | 8,7%          |
| 21% a 40%  | 5,3%          |
| 41% a 60%  | 11,1%         |
| 61% a 80%  | 16,9%         |
| 81% a 90%  | 17,9%         |
| Mais que 90%   | 31,4%         |
| Não Sabe   | 8,7%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| PRINCIPAIS CLIENTES NA SEMANA DA PÁSCOA |               |
|---|---------------|
| Portugueses                             | 13,5%         |
| Estrangeiros                            | 64,7%         |
| 50/50                                   | 12,1%         |
| Não Sabe                                | 9,7%          |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>100,0%</b> |

| PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES NA SEMANA DA PÁSCOA |       |
|---|-------|
| Reino Unido                                       | 30,6% |
| Alemanha  | 24,7% |
| Espanha   | 58,1% |
| França  | 33,9% |
| E.U.A.  | 31,2% |
| Itália  | 5,9%  |
| Brasil  | 13,4% |
| Países Baixos                                     | 8,6%  |
| Canadá  | 10,8% |
| Bélgica   | 1,1%  |
| Suíça   | 2,2%  |
| Outros  | 17,7% |
| <b>TOTAL</b>                                      |       |

| TAXA DE OCUPAÇÃO MÉDIA ESTIMADA PARA JULHO, AGOSTO E SETEMBRO 2023 |               |
|--|---------------|
| Até 20%  | 6,8%          |
| 21% a 40%  | 5,3%          |
| 41% a 60%  | 13,5%         |
| 61% a 80%  | 15,9%         |
| 81% a 90%  | 24,6%         |
| Mais que 90%   | 29,5%         |
| Não Sabe   | 4,3%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| EXPECTATIVA VARIACÃO RECEITAS PARA JUL., AGO., SET. FACE A IGUAL PERÍODO 2022 |               |
|---|---------------|
| -51% ou mais  | 3,0%          |
| -26% a -50%   | 2,0%          |
| Até -25%  | 12,3%         |
| Sem variação  | 23,2%         |
| Até 25%   | 37,4%         |
| 26% a 50%   | 9,9%          |
| 51% a 75%   | 2,0%          |
| Mais que 75%  | 2,5%          |
| Não sabe  | 7,9%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |

| PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES ESPERADOS PARA JUL., AGO., SET. 2023 |       |
|--|-------|
| Reino Unido  | 38,3% |
| Alemanha   | 34,2% |
| Espanha  | 56,1% |
| França   | 49,5% |
| E.U.A.   | 36,2% |
| Itália   | 9,2%  |
| Brasil   | 18,9% |
| Países Baixos  | 12,2% |
| Canadá   | 14,3% |
| Bélgica  | 2,6%  |
| Suíça  | 3,1%  |
| Outros   | 15,8% |
| <b>TOTAL</b>   |       |



# RESULTADOS ALOJAMENTO TURÍSTICO



AHRESP®

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

## RESULTADOS DETALHADOS

## FERRAMENTAS DIGITAIS/TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NOS NEGÓCIOS (dados nacionais)

| UTILIZA FERRAMENTAS DIGITAIS/SOFTWARE NA GESTÃO DO SEU NEGÓCIO |               |
|--|---------------|
| Sim  | 83,3%         |
| Não  | 16,7%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| SE SIM, COM QUE FINALIDADE        |       |
|-----------------------------------|-------|
| Gestão de reservas e agendamentos | 82,4% |
| Gestão de stocks e compras        | 8,2%  |
| Faturação                         | 68,2% |
| Marketing/Publicidade             | 32,4% |
| Venda                             | 15,9% |
| Outros                            | 5,9%  |
| <b>TOTAL</b>                      |       |

| PROMOVE O SEU NEGÓCIO EM CANAIS ONLINE |               |
|--|---------------|
| Sim                                    | 98,0%         |
| Não                                    | 2,0%          |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>100,0%</b> |

| SEM SIM, QUAIS OS PRINCIPAIS CANAIS                                     |       |
|---|-------|
| Website próprio   | 38,1% |
| Facebook  | 40,1% |
| Instagram   | 35,6% |
| Plataformas de reservas (ex.: Booking.com, Grupo Expedia, Hotelbeds...) | 96,5% |
| Outros  | 5,9%  |
| <b>TOTAL</b>  |       |

| PRINCIPAIS NECESSIDADES DE INFORMÁTICA NO SEU NEGÓCIO |       |
|---|-------|
| Gestão de reservas e agendamentos                     | 89,9% |
| Controle de stocks e compras                          | 11,7% |
| Controle de vendas e faturação                        | 49,7% |
| Gestão de "menus" e preços                            | 20,7% |
| Outros  | 8,4%  |
| <b>TOTAL</b>  |       |

| NÍVEL DE CONHECIMENTO EM CIBERSEGURANÇA |               |
|---|---------------|
| Insuficiente                            | 25,7%         |
| Médio                                   | 42,6%         |
| Bom                                     | 20,8%         |
| Muito bom                               | 6,4%          |
| Não sabe                                | 4,5%          |
| <b>TOTAL</b>                            | <b>100,0%</b> |

| CONSIDERA PERTINENTE A AHRESP DISPONIBILIZAR PLANO DE FORMAÇÃO EM CIBERSEGURANÇA |               |
|--|---------------|
| Sim  | 79,6%         |
| Não  | 10,0%         |
| Não sabe   | 10,4%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100,0%</b> |

| POSSUI POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE SEGURANÇA DE INFORMAÇÃO |               |
|---|---------------|
| Sim   | 15,2%         |
| Não   | 56,9%         |
| Não sabe  | 27,9%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>100,0%</b> |



# AHRESP®

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

---

*Instituição de Utilidade Pública*