

## Tendências Turismo

2009 vs. 2008

Passageiros	↓
Hóspedes	↓
Dormidas	↓
Proveitos Turísticos	↓

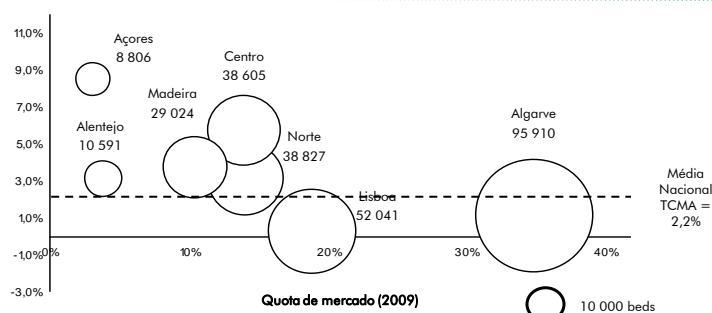
## Principais aspectos

- A crise económica europeia teve um impacto negativo ao nível dos principais indicadores do turismo de Portugal;
- Apesar disso, verificam-se alguns sinais de retoma da actividade turística, indiciando uma ligeira recuperação em 2010.

## PANORAMA TURÍSTICO GERAL EM PORTUGAL

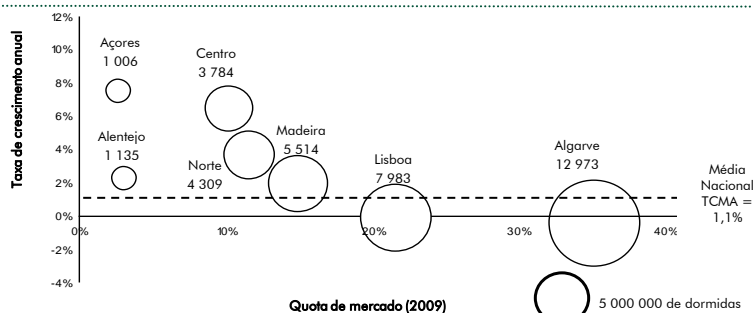
- Em 2009, Portugal recebeu um total de 10,4 milhões de passageiros de voos internacionais, o que representa uma quebra de 5,4% em relação a 2008. Os decréscimos ocorreram em todos os tipos de voos, com perdas de 19 mil, 228 mil e 346 mil passageiros nos voos tradicionais, *low-cost* e *charters*, respectivamente. Os voos tradicionais continuam a representar a maior quota de mercado, com 54,7%.
- Em Portugal, a oferta de camas dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos apresentou um aumento de 3,5%, entre 2007 e 2008, tendo-se verificado variações positivas em todas as regiões do país (Continente e Ilhas).
- Na globalidade do ano de 2009, registaram-se cerca de 37 milhões de dormidas, o que reflecte uma quebra de 6,4% face a 2008. Este decréscimo é consequência directa do comportamento manifestado pelo mercado externo, que caiu 10,7% no mesmo período, ou seja, menos 2,8 milhões de dormidas. Por outro lado, o mercado interno aumentou 2,2%, representando um acréscimo de 290 mil dormidas em 2009 relativamente a 2008. No entanto, este crescimento não foi suficiente para fazer face à diminuição do mercado estrangeiro.
- No ano de 2009, o Reino Unido registou 5,7 milhões de dormidas e uma quota de mercado de 24,5%, mantendo-o em 1º lugar no *ranking* dos mercados internacionais. Esse valor representou um decréscimo de 21,4%, ou seja, menos 1,6 milhões de dormidas face a 2008. Na Alemanha foram contabilizadas 3,3 milhões de dormidas, ocupando, assim, o 2º lugar do *ranking* internacional. Refira-se que apenas 14,2% do total de dormidas foram efectuadas por estrangeiros. Tal como o Reino Unido, a Alemanha registou também um decréscimo, de 8,9% face a 2008, o que representa menos 324 mil dormidas.

## Oferta de Alojamento por NUTS II, 1998 - 2009 (Número de Camas)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística

## Procura de Alojamento por NUTS II, 1998 - 2009 (Milhares de Dormidas)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística

## MERCADO HOTELEIRO DE LISBOA

### Oferta e Procura

Desde 1998, ano em que se realizou a Expo 98, Lisboa tem registado um aumento da oferta de alojamento turístico (TCMA\* = 2,6%) ligeiramente superior ao da procura (TCMA\* = 2,3%), demonstrando uma indústria em crescimento mas necessariamente mais concorrencial.

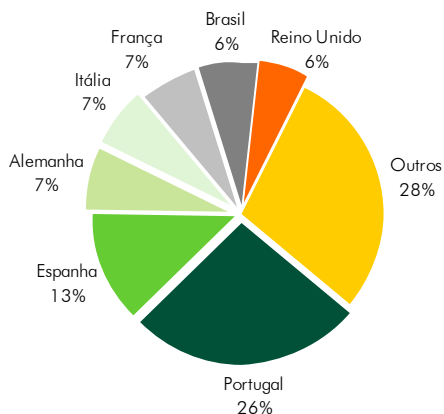
Embora se verifique um ritmo de crescimento da procura de alojamento relativamente sustentado desde 2003, o ano de 2008 foi marcado por um decréscimo de cerca de 150 mil dormidas. Ainda assim, e desde 2003, verifica-se um crescimento médio anual da procura de 5,7%, superior aos 3,4% relativos à oferta, indicando uma recuperação mais rápida da procura.

Esta situação pode, no entanto, ter-se agravado em 2009, uma vez que até Setembro do ano passado, o Aeroporto Internacional de Lisboa registou menos 6% de voos e menos 3,9% de passageiros que no mesmo período de 2008.

Os hotéis continuam a ser a tipologia de alojamento turístico mais representativa na cidade de Lisboa, com mais de 80% da oferta de quartos disponíveis. As pensões, têm ainda um peso significativo no mercado de alojamento da capital. No entanto a quota de mercado, que era de 22% em 1998, diminuiu para 16% em 2008.

Relativamente à origem dos mercados, na Região de Lisboa e Vale do Tejo verifica-se que 26% das dormidas têm origem no mercado nacional, seguido do mercado espanhol, com cerca de 13%.

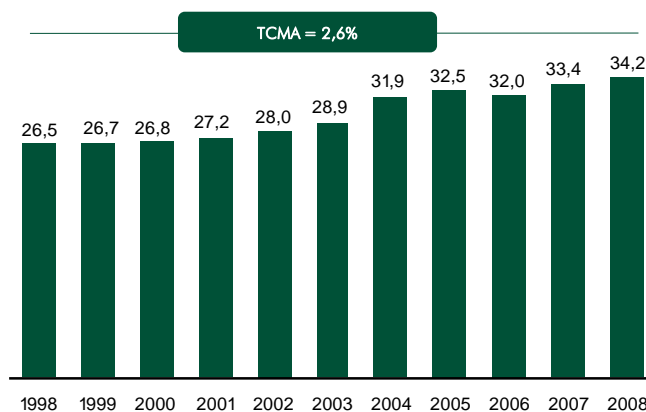
### Distribuição da Procura por Mercados Emissores no Concelho de Lisboa (% do Número de Dormidas, 2008)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

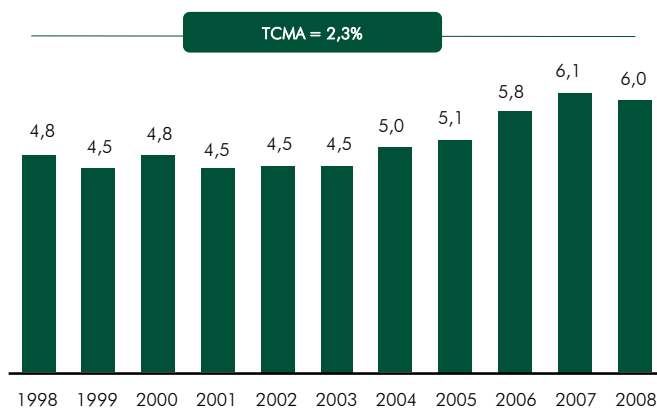
\* TCMA: Taxa de Crescimento Médio Anual

### Evolução da Oferta de Alojamento Turístico no Concelho de Lisboa (Milhares de Camas)



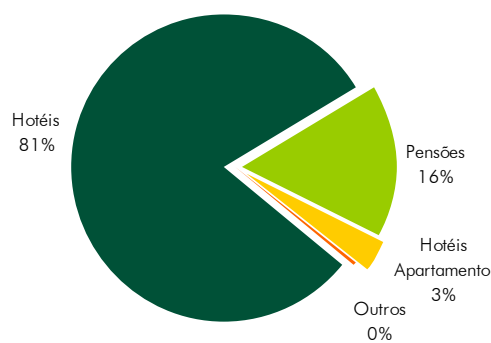
Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

### Evolução da Procura de Alojamento Turístico no Concelho de Lisboa (Milhões de Dormidas)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

### Distribuição da Oferta por Tipologia no Concelho de Lisboa (% do Número de Camas, 2008)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

**CBRE**  
CB RICHARD ELLIS

neoturris  
consultoria em turismo

2000/2010 anos  
conhecimento e soluções para turismo

## MERCADO HOTELEIRO DE LISBOA (Continuação)

### Desempenho Hoteleiro

A melhoria de desempenho que se vinha a verificar desde 2005 nas taxas de ocupação teve um retrocesso nos anos de 2008 e 2009.

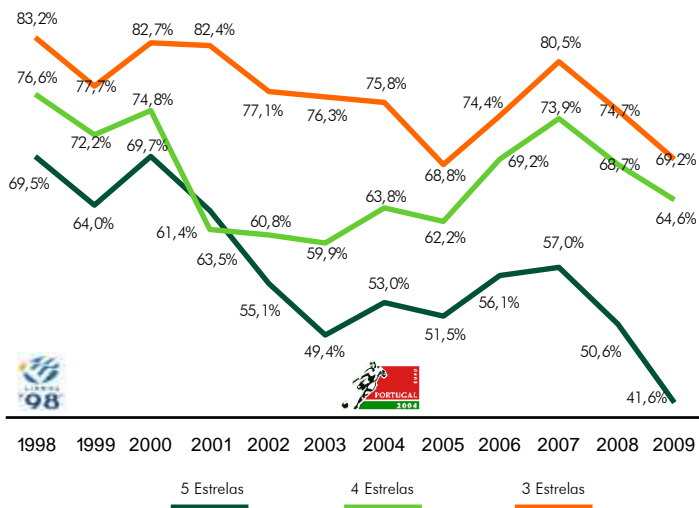
No ano de 2009 o decréscimo de ocupação global intensificou-se, tendo-se registado um decréscimo na ordem dos 10 pontos percentuais (p.p.). As unidades de 5 estrelas foram as mais afectadas com cerca de 15 p.p. de redução.

As unidades de 3 estrelas continuam a observar as taxas de ocupação mais elevadas, com 69,2% enquanto que as unidades de 5 estrelas registaram os valores mais baixos deste indicador, com uma taxa média de 41,6%.

Apesar da quebra de ocupação no ano de 2008, em consequência da crise global, verificou-se um aumento de cerca de 6% nos preços médios. Tal fenómeno já não se verificou em 2009 com os preços médios a diminuírem em cerca de 9%.

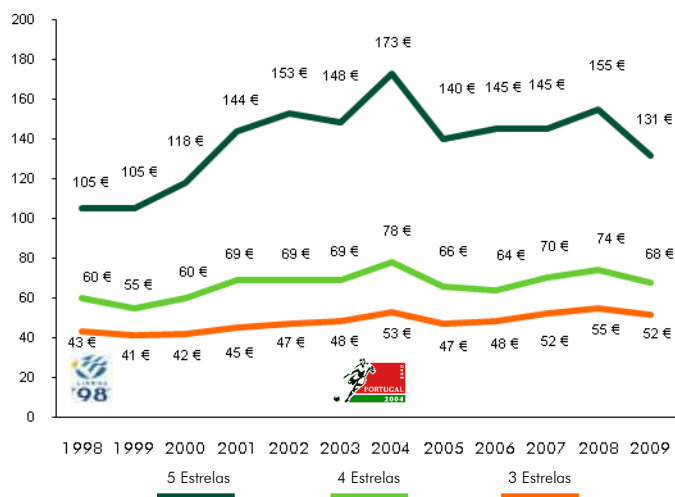
Em 2009, e à semelhança da ocupação, também foram as unidades de 5 estrelas as mais prejudicadas com um decréscimo de preço médio em cerca de 15%.

### Evolução da Taxa de Ocupação Quarto na Cidade de Lisboa



Fonte: Observatório do Turismo de Lisboa

### Evolução do Preço Médio na Cidade de Lisboa



Fonte: Observatório do Turismo de Lisboa

### Ocupação Quarto na Cidade de Lisboa (Acumulado de Janeiro até Dezembro)

	2009	2008	Variação
3 Estrelas	69,2%	74,7%	-7,4%
4 Estrelas	64,6%	68,7%	-6,0%
5 Estrelas	41,6%	50,6%	-17,8%
Síntese	60,1%	66,1%	-9,1%

Fonte: Observatório do Turismo de Lisboa

### Preço Médio por Quarto Vendido na Cidade de Lisboa (Acumulado de Janeiro até Dezembro)

	2009	2008	Variação
3 Estrelas	51,8€	54,9€	-5,8%
4 Estrelas	67,5€	74,1€	-8,9%
5 Estrelas	131,4€	154,6€	-15,0%
Síntese	74,2€	82,7€	-10,3%

Fonte: Observatório do Turismo de Lisboa

Tendências

- Especialização e desenvolvimento hoteleiro em quatro áreas geográficas:
  - Parque das Nações: unidades de maior dimensão e vocacionadas para o segmento de negócios individuais e feiras/congressos (ex. início da construção do Olissipo no Parque das Nações, Hotel de 5 estrelas, com 340 quartos);
  - Eixo Restauradores – Campo Grande: desenvolvimento de unidades de média dimensão e dirigidos a dois segmentos de mercado: lazer (semana e fim de semana) e negócios (durante a semana);
  - Baixa/ Bairros Históricos/ Frente Ribeirinha: maior desenvolvimento de hotéis de pequena e média dimensão focados na vertente *design* e charme;
  - Av. José Malhoa – zona muito diversificada de hotéis (de 2 a 5 estrelas) vocacionados principalmente para negócios.
- Forte tendência para o aparecimento de unidades com características diferenciadoras ao nível do *design*, como são exemplo os hotéis Altis Belém, Fontana Park e Internacional Design Hotel.
- Reforço do posicionamento da cidade em termos de lazer, com o aumento do número de *city breaks*, por influência do aumento de voos *low cost* e de negócios, com o aumento do número de eventos para 83 congressos/ano segundo a ICCA\*, em 2009, colocando Lisboa na *short list* das 10 cidades mais procuradas.
- Aumento previsto de unidades de categoria superior, de 4 e 5 estrelas, embora se mantenha um aparente afastamento de marcas de referência global, facto agravado pela saída de Lisboa do Orient-Express, pela venda do Hotel da Lapa e pela mudança do hotel Le Méridien para Tiara Park Hotel.
- Dada a quebra de procura registada em 2009, na ordem dos 10% a 20% face ao ano anterior, a maioria das unidades hoteleiras tem vindo a reduzir os preços. Contudo, alguns hotéis têm optado pela estratégia de *add value*, aumentando os serviços prestados pelo preço praticado no ano anterior.
- Assiste-se na cidade de Lisboa a uma concentração da oferta de quartos em unidades de 4 estrelas. Só os grupos SANA, Vip e Olissipo detêm cerca de 25% do número de quartos desta categoria.
- Várias cadeias hoteleiras internacionais (ex. Melia, Hilton ou Hyatt) já tornaram público o seu interesse por Lisboa, essencialmente através da celebração de contratos de gestão.

Mapa Hoteleiro de Lisboa



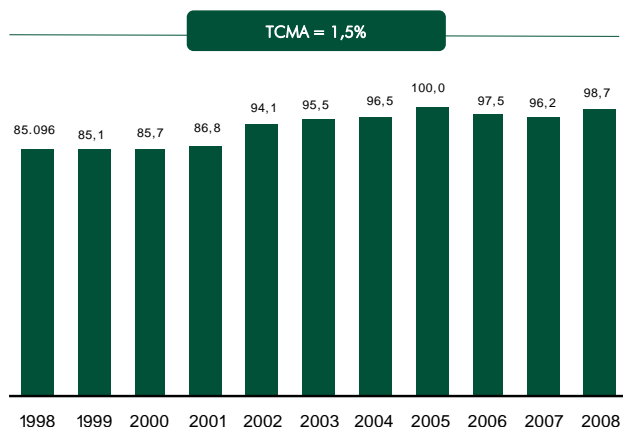
Fonte: CB Richard Ellis / neoturis

Tendências

	2009 vs. 2008	
	Ocupação	Preço
Lisboa	↓	↓
Algarve	↓	↓

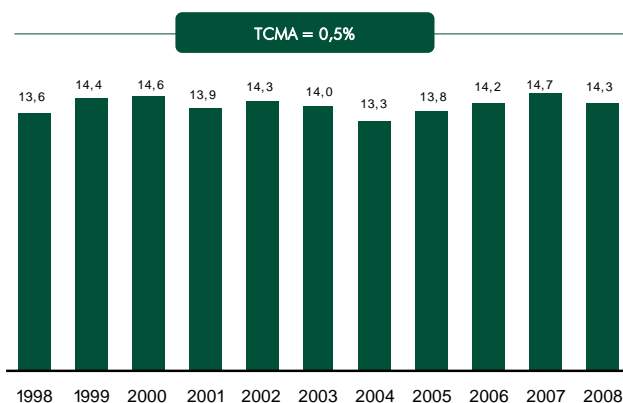
\* ICCA: International Congress and Convention Association

**Evolução da Oferta de Alojamento Turístico no Algarve (Milhares de Camas)**



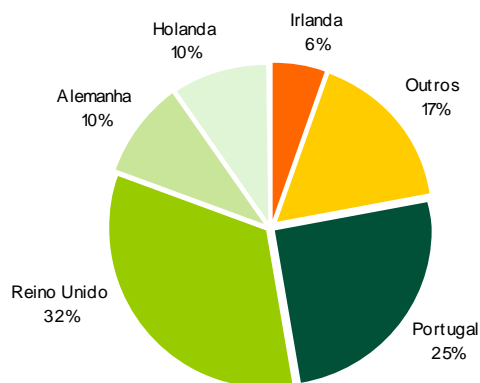
Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

**Evolução da Procura de Alojamento Turístico no Algarve (Milhões de Dormidas)**



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

**Distribuição da Procura por Mercados Emissores no Algarve (% do Número de Dormidas, 2008)**



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP

**MERCADO HOTELEIRO DO ALGARVE**

**Oferta e Procura**

O Algarve assiste, desde 1998, a um crescimento moderado da oferta e da procura de alojamento turístico, com a oferta a crescer ligeiramente acima (TCMA de 1,5%) da procura (TCMA de 0,5%).

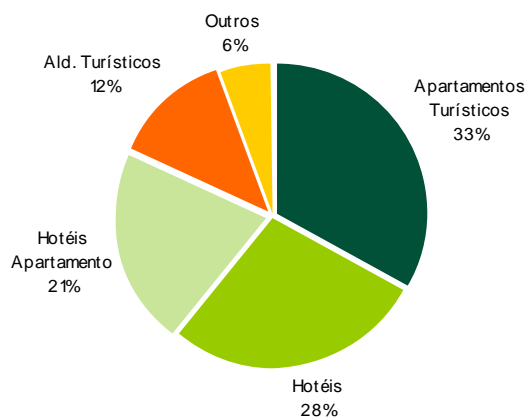
Ao nível da distribuição da oferta de alojamento no Algarve, verifica-se que os hotéis representam apenas 28% da oferta, enquanto que as unidades self-catering concentram 66% do número de camas.

Em termos de evolução do tipo de alojamento em oferta, é evidente o aumento do peso dos Hotéis e dos Hotéis Apartamento, passando de 42% em 1998 para 49% em 2008. Os restantes tipos de alojamento têm vindo a diminuir a sua quota de mercado no mesmo período, nomeadamente os Aldeamento e Apartamentos Turísticos, que passaram de 51% em 1998 para 45% em 2008.

O crescimento da oferta hoteleira deve-se sobretudo à maior exigência do mercado por empreendimentos com maior oferta de serviços e com mais garantias de qualidade e manutenção.

Relativamente à origem dos mercados, na Região do Algarve, verifica-se que o mercado mais importante é o do Reino Unido, com 32% das dormidas, seguido do mercado português com 25% do total da procura em 2008. Em consequência do desenvolvimento do turismo residencial, a Irlanda registou um aumento da procura por esta região, concentrando 6% das dormidas em 2008.

**Distribuição da Oferta no Algarve por Tipologia (% do Número de Camas 2008)**



Fonte: Instituto Nacional de Estatística / Turismo de Portugal, IP



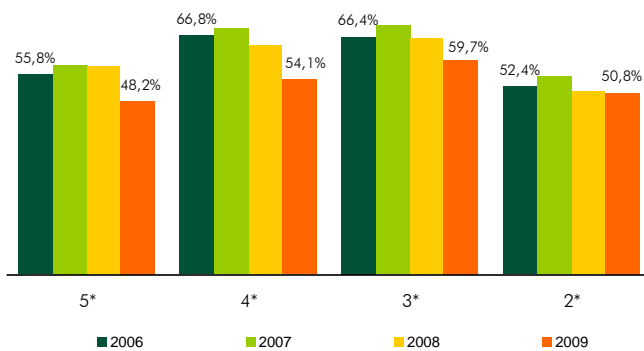
## MERCADO HOTELEIRO DO ALGARVE (Continuação)

### Desempenho Hoteleiro

Na região do Algarve, a análise da taxa de ocupação quarto em 2009 permite retirar as seguintes conclusões:

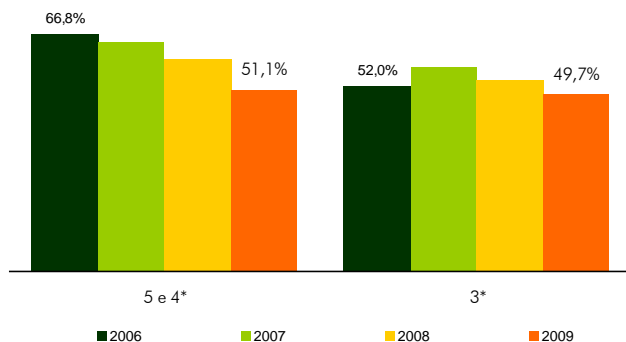
- Os Hotéis e Hotéis Apartamento de 3 estrelas são os alojamentos com uma taxa de ocupação mais elevada, registando uma taxa de 50,7%. No entanto, esta categoria, de 3 estrelas, perdeu 6 p.p. relativamente a 2008, estimando-se que a tendência se mantenha em 2010.
- Na categoria de 4 estrelas, verificou-se uma ocupação de 54% em 2009, o que representa menos 10 p.p. do que no ano anterior.
- Ao nível das Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, as categorias com melhor desempenho foram as de 5 e 4 estrelas, com uma ocupação média anual de 51,1% durante 2009. Tal como nos Hotéis e Hotéis Apartamento, esta taxa representa menos 8,5 p.p. face a 2008.
- Em termos de regiões, 2009 ficou marcado pela ocupação quarto mais elevada na zona de Monte Gordo e Vila Real de Santo António com uma média de 76,1%. Albufeira registou, no mesmo período, uma ocupação média de 55,3%.

#### Evolução da Taxa de Ocupação Quarto em Hotéis e Hotéis Apartamento, no Algarve



Fonte: AHETA

#### Evolução da Taxa de Ocupação Quarto em Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, no Algarve



Fonte: AHETA

### Tendências

- A oferta hoteleira do Algarve encontra-se fortemente concentrada no eixo Albufeira - Loulé, assumindo-se Vilamoura como um destino praticamente autónomo, onde existe uma grande diversidade de alojamento e actividades desportivas de entretenimento e de lazer. Apesar desta concentração no eixo central, assiste-se também ao crescimento de outras zonas do Algarve, nomeadamente nas zonas de Tavira, Castro Marim, Lagos ou Sagres.
- Verifica-se uma tendência do desenvolvimento da oferta hoteleira inserida em *resorts*.
- À semelhança do que se passa um pouco por todo o país, têm aparecido no Algarve algumas unidades de charme/*design*, mas em zonas menos tradicionais, como são exemplo Sagres ou Lagoa.
- Observa-se o desenvolvimento recente de unidades de categoria superior, de 5 estrelas, destacando-se o Hilton Vilamoura e o Tivoli Vitória. Estão previstos novos projectos no médio prazo para unidades desta categoria.
- O alojamento *self-catering* tem uma representatividade muito acentuada no Algarve, quer em Aldeamentos, quer em Hotéis Apartamento, facto que está associado à maior vocação do destino para férias.
- Os últimos anos no Algarve têm sido caracterizados pelo crescimento da oferta e procura em Turismo Residencial, facto para o qual contribuiu também o desenvolvimento das rotas de companhias *low cost* no Aeroporto de Faro. Assiste-se cada vez mais ao desenvolvimento conjunto de Turismo Residencial e Hotelaria.
- Verifica-se um interesse manifestado pelas marcas internacionais, quer na gestão de unidades hoteleiras tradicionais e/ou integradas em *resorts*, quer na gestão de valências de lazer como o golfe (marcas como Hilton, Marriott, Hyatt ou Crowne Plaza).
- Por último, existe uma forte necessidade de renovação de muitas unidades hoteleiras que se encontram antiquadas e desajustadas face às necessidades actuais dos respectivos públicos-alvo.

**CBRE**  
CB RICHARD ELLIS

neoturris | 2006/2010 | anos  
consultoria em turismo | reconhecimento e satisfação para turismo

## TURISMO RESIDENCIAL

### Tendências Actuais do Mercado

Verifica-se um forte decréscimo do volume de vendas de unidades turístico-residenciais. Este decréscimo deve-se, essencialmente, à retracção nos últimos meses, de todos os mercados emissores, sem excepção. Esta tendência já se verifica desde o segundo trimestre de 2008, tendo-se acentuado em 2009.

Apesar do recuo da procura, verificaram-se duas situações relativamente ao *valor pedido deste tipo de fogos*: por um lado a estabilização do nível de preço nas unidades com um valor acima dos 500.000€ e, por outro, o decréscimo dos preços nas unidades valorizadas abaixo deste valor de referência. Os promotores têm vindo a optar pela estratégia de *add value* nomeadamente com a inclusão de decoração, mobiliário, equipamentos, etc., em vez de reduzirem demasiadamente os preços.

O fim do Verão de 2009 foi marcado por alguns indícios, ainda que ténues, de recuperação do mercado o que levou ao aumento do interesse pela aquisição de algumas unidades. No entanto, o volume de vendas mantém-se ainda reduzido.

A crise generalizada na economia, levou a um forte quebra da dinâmica de vendas de unidades turístico-residenciais. Este cenário promoveu o “congelamento” de vários projectos de *resorts*, verificando-se inclusivamente, o retrocesso da decisão de desenvolvimento ou expansão de alguns empreendimentos. No entanto, apesar deste abrandamento na promoção de *resorts*, alguns empreendimentos iniciaram já obras como são exemplo o Pinheirinho em Grândola, o Roncão del Rey no Alqueva ou o L’and Vineyards, em Montemor-o-Novo.

Com a recuperação da libra, Portugal torna-se mais atractivo enquanto destino turístico. Este factor levou a um aumento da entrada de turistas provenientes do Reino Unido que se reflectiu no crescimento de visitas e compras. Contudo, 2009 foi caracterizado pela quase ausência de transacções de imóveis turístico-residenciais.

Verifica-se uma dualidade no interesse das marcas de grande reconhecimento internacional pela gestão de unidades hoteleiras e turístico-residenciais em Portugal. Por um lado, verifica-se o abandono de alguns projectos como é o caso do Westin (Starwood) no Campo Real e do Luxury Collection (Starwood) no Colombo’s Resort. Por outro lado, aumenta o interesse de marcas ainda não implantadas em Portugal por projectos diferenciadores como é exemplo do Banyan Tree no projecto Land Reserve, no Alqueva. Esta última tendência, manter-se-á num futuro próximo, aumentando o seu potencial de venda assim como o desenvolvimento de oferta adicional, por via do maior *awareness* dos destinos.

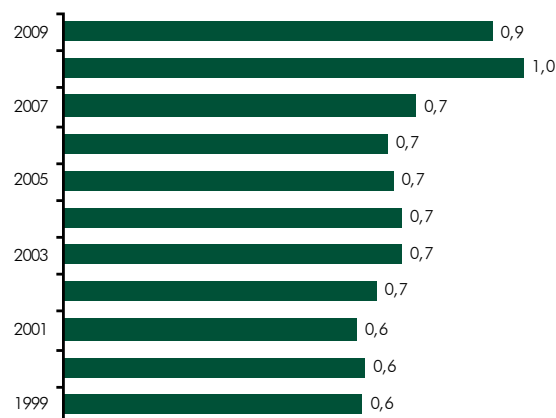
A deterioração dos saldos orçamentais e a acumulação da dívida pública têm aumentado o perfil de risco global, aumentando as dificuldades de financiamento bancário.

#### Vale do Lobo, Algarve, Portugal



Fonte: Vale do Lobo, S.A.

#### Evolução da Diferença Cambial Euro / Libra (EUR/GBP)



Fonte: Banco de Portugal

**CBRE**  
CB RICHARD ELLIS

neoturris  
consultoria em turismo



**TURISMO RESIDENCIAL (Continuação)****Perspectivas de Desenvolvimento Futuro**

Após este período de recessão, prevê-se que destinos tradicionais e maduros como o Algarve, apresentem uma recuperação mais rápida do que os emergentes e menos consolidados como a Turquia, a Croácia e a Bulgária ou mesmo, do que algumas zonas mais densificadas de Espanha.

É expectável que o aumento da procura turístico-residencial decorra em função da recuperação económica, da disponibilidade de financiamento dos agentes económicos e do nível de atractividade do produto.

Apesar da elevada incerteza quanto à forma e ao modo como a recuperação económica irá ocorrer, é possível perspectivar dois momentos distintos: (1) entre 2010 e 2015 caracterizada por oscilações, falta de confiança dos consumidores, maiores níveis de especulação, entre outros; e (2) a partir de 2015, marcado por um novo ciclo de crescimento, mais controlado e resistente à especulação.

São também esperadas diversas alterações no perfil de consumo da procura, que deverá estar cada vez mais informada, prudente, com preferência por destinos mais próximos, acessíveis e por destinos e produtos ambientalmente sustentáveis, entre outras características.

**Alila Uluwatu, Bali, Indonésia**



Fonte: Alila Uluwatu

**Nota Final CB Richard Ellis | neoturis**

A informação contida neste documento é tida por nós como boa. Apesar de não duvidarmos da sua exactidão, não a verificámos e não prestamos quaisquer garantias ou representação sob a mesma. É da vossa responsabilidade confirmar a sua exactidão e plenitude. Quaisquer projecções, opiniões, deduções ou estimativas são apenas utilizadas a título de exemplo e não representam forçosamente o actual ou futuro desempenho do mercado. Esta informação destina-se exclusivamente a clientes da CB Richard Ellis e da neoturis, não podendo a mesma ser reproduzida sem o consentimento prévio de ambas as entidades.

© Copyright 2010 CB Richard Ellis | neoturis

Para mais informações sobre este MarketView, por favor, contactar:

neoturis

Eduardo Abreu

e: [eabreu@neoturis.com](mailto:eabreu@neoturis.com)

José Campos

e: [jcampos@neoturis.com](mailto:jcampos@neoturis.com)

**CB Richard Ellis**

Cristina Arouca

e: [cristina.arouca@cbre.com](mailto:cristina.arouca@cbre.com)

Maria Empis

e: [maria.empis@cbre.com](mailto:maria.empis@cbre.com)

neoturis

Praça Duque de Saldanha, 20 – R/c Dto.

1050-094, Lisboa

Tel: +351 21 310 23 60

Fax: +351 21 310 23 69

[www.neoturis.com](http://www.neoturis.com)

**CB Richard Ellis, Lda**

Ed. Amoreiras Square

Rua Carlos Alberto da Mota Pinto, 17 – 10º A

1070-313, Lisboa

Tel: +351 21 311 44 00

Fax: +351 21 311 44 01

Rua José Gomes Ferreira, 117

4150 – 442, Porto

Tel: +351 22 616 72 40

Fax: +351 22 616 72 49

[www.cbre.pt](http://www.cbre.pt)

**CBRE**  
CB RICHARD ELLIS

neoturis  
consultoria em turismo

