



Departamento de Economia

**O Impacto Regional na Performance Económica e Financeira das
Empresas de Hotelaria**

Oxana Boicenco

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Economia

Orientador:

Prof. Doutor João Abrantes Costa, Professor Auxiliar, ISCTE-IUL
Business School, Departamento de Finanças

Setembro, 2010

*Dedico este trabalho à minha família
pelo incentivo, compreensão e apoio
em todos os momentos desta caminhada.*

Agradecimentos

Agradecer torna-se sempre uma tarefa complicada.

Existe quase sempre o receio do possível esquecimento de alguém a quem deveríamos ter agradecido e não o fizemos e existe, ainda, a situação incómoda de agradecermos tudo, excepto aquela ajuda ou gesto ao qual não demos importância e que merecia relevo e consideração.

Ciente desta realidade, não quero deixar, mesmo assim, de agradecer às seguintes pessoas que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a realização deste trabalho:

O orientador do meu trabalho, Professor Doutor João Abrantes Costa, por um lado pela disponibilidade, comentários e sugestões necessários à realização do trabalho e por outro, pela simpatia e pelas palavras optimistas de apoio e confiança;

À Professora Doutora Isabel Salavisa Lança pela força e disponibilidade em me ajudarem no que fosse necessário para a concretização do trabalho;

Às empresas que disponibilizaram os dados financeiros e por isso possibilitaram a realização do estudo empírico;

Também agradeço aos professores com quem tive oportunidade de conviver no curso e que conseguiram despertar em mim a atenção pelo tema da minha tese;

À minha família e amigos expesso a minha profunda gratidão por me ouvirem e me darem alento para continuar e ao mesmo tempo por compreenderem a minha ausência necessária à concretização deste trabalho.

Muito obrigado a todos.

Resumo

Este trabalho tem como objectivo geral analisar e aprofundar o conhecimento sobre as empresas de Hotelaria em Portugal, de modo a observar o seu desempenho ao nível económico e financeiro, que irá ajudar a medir o impacto regional na performance das unidades hoteleiras.

Para o efeito, utilizou-se uma amostra de empresas com base nas entidades com Código de Actividade Económica 55111 e 55121, tendo como critério de inclusão na amostra um Volume de Negócios de 2 até 5 milhões de euros.

Após estas diferentes fases de selecção, obteve-se uma amostra de 48 empresas as quais foram agrupadas por regiões da seguinte forma: Norte-7 empresas, Centro-8 empresas, Lisboa-20 empresas, Alentejo-3 e Algarve-10 empresas.

A partir dos Balanços e Demonstrações dos Resultados foram calculados diversos rácios económicos e financeiros, permitindo uma comparação entre regiões.

Os resultados empíricos do estudo mostram que as divergências das zonas turísticas influenciam a *performance* económica e financeira das empresas de hotelaria.

Como seria de esperar, as regiões mais desenvolvidas em termos turísticos são Lisboa, Algarve e Norte, quer através do número das empresas hoteleiras de que dispõem, quer pelo número de turistas recebidos ou pelo Volume de Negócios. No entanto, são acompanhadas pelas regiões que surgem com um desempenho significativo e com elevada riqueza cultural e beleza natural, de que são exemplos o Alentejo e o Centro.

Posto isto, concluiu-se que a aposta no sector do Turismo, como um dos objectivos de Portugal, deverá partir do desenvolvimento de regiões turísticas menos crescidas, o que permitirá a oferta de produtos turísticos específicos.

Palavras-chave: Economia, turismo, hotelaria, *performance*

Classificação pelo JEL: E22, L83

Abstract

This paper aims at analysing and deepening knowledge on Hotel businesses in Portugal, in order to observe their performance at economic and financial level. This will help measure the regional impact on hotel performance.

To this end, and adopting a Turnover of Euro 2 to 5 million as the inclusive criteria, we used a sample of companies based on the entities with Economic Activity Code 55111 and 55121. Following the several selection phases, a sample of 48 companies was obtained and the latter were grouped by region as follows: North -7 companies, Centre – 8 companies, Lisbon – 20 companies, Alentejo – 3 and the Algarve – 10 companies.

By analysing the Balance Sheets and Income Statements several economic and financial ratios were calculated which allowed to compare the results obtained from the different regions.

The empiric results of the study show that differences in tourist areas influence the economic and financial performance of hotel businesses.

As expected, the more developed regions as regards tourism are Lisbon, the Algarve and the North, whether in relation to the number of hotel businesses, or the number of tourists visiting the area or the registered Turnover. However they are followed by regions, such as the Alentejo and the Centre that display a rather significant performance and boast cultural richness and natural beauty.

It may therefore be concluded that investment in the Tourism sector, as one of Portugal's aims, should start with the boost of less developed regions thus allowing the provision of specific tourism products.

Key-words: Economy, tourism, hotel business, performance

Classification by JEL: E22, L83

Índice Geral

1	Introdução.....	1
1.1	Fundamentação e objectivos.....	1
1.2	Relevância do Tema.....	2
1.3	Estrutura do Trabalho.....	3
1.4	Enquadramento histórico.....	3
1.4.1	Turismo.....	3
1.4.2	O Turismo em Portugal.....	4
2	O Sector do Turismo.....	7
2.1	Indicadores Turísticos.....	7
2.1.1	Entradas de Turistas e Excursionistas.....	7
2.1.2	Procura Turística dos Residentes.....	9
2.1.3	Sazonalidade.....	9
2.1.4	Dormidas.....	10
2.1.4.1	Dormidas de Residentes.....	11
2.1.4.2	Dormidas de não residentes.....	11
2.1.5	Capacidade Média de Alojamento.....	11
2.1.6	Pessoas ao Serviço.....	12
2.1.7	Estada Média por Local de Residência.....	12
2.1.8	Taxa Líquida de Ocupação Cama.....	13
2.1.9	Proveitos Totais por Região.....	14
2.1.10	Rendibilidade dos Estabelecimentos Hoteleiros.....	15
2.2	A Importância do Turismo na Economia Portuguesa.....	15
2.2.1	Receitas e Despesas Turísticas.....	15
2.2.2	Balança Turística Portuguesa.....	16
2.2.3	Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo.....	17
2.3	Aspectos Teóricos e Revisão da Literatura.....	18
2.3.1	Tempo Livre e Lazer.....	18
2.3.2	Turismo e Turista.....	19
2.3.3	Especificidades do Turismo.....	22
2.4	O Mercado Turístico.....	24
2.4.1	A Procura Turística.....	24
2.4.2	A Oferta Turística.....	26
2.5	Evolução Mundial.....	28
2.6	Perspectivas de evolução do Turismo até 2020.....	31
2.6.1	Mundo.....	31
2.6.2	Portugal.....	33
3	As Especificidades da Indústria Hoteleira.....	34
3.1	Enquadramento Geral.....	34
3.2	Principais Critérios da classificação de Hotéis.....	35
3.3	Evolução de Hotéis.....	37
3.4	Tendências em Hotelaria.....	38
3.5	Estratégia de Gestão.....	39
3.6	Factores críticos da Hotelaria.....	41
4	Estudo Empírico.....	42
4.1	Metodologia do Estudo.....	42
4.1.1	Seleção da Amostra.....	43

4.1.2	Limitações dos Dados Analisados.....	44
4.2	Comparação entre Empresas da Amostra e Sector.....	45
4.2.1	Rendibilidade.....	45
4.2.2	Estrutura Financeira.....	46
4.2.3	Liquidez.....	47
4.2.4	Funcionamento.....	48
4.3	Comparação entre Regiões.....	49
4.3.1	Rendibilidade.....	49
4.3.1.1	Receitas <i>versus</i> Custos por Empregado.....	49
4.3.1.2	Rendibilidade dos Activos e Capitais Próprios.....	50
4.3.1.3	Margens e Rendibilidade Operacional.....	51
4.3.2	Estrutura Financeira.....	53
4.3.2.1	Rácios de Endividamento.....	53
4.3.2.2	Ralação entre Investimento e Reembolso da Dívida.....	54
4.3.3	Liquidez.....	55
4.3.3.1	Medidas de Liquidez a Curto Prazo.....	55
4.3.4	Funcionamento.....	55
4.3.4.1	Rotação de Activos.....	55
4.3.4.2	Rotação de Capital.....	56
4.3.4.3	Ciclo Financeiro de Exploração.....	58
5.	Conclusões Finais.....	59
	Conceitos.....	64
	Referências Bibliográficas.....	67
	Anexo A - Descrição dos Rácios.....	71
	Anexo B – Dados Financeiros e Rácios Região - Norte, Ano 2007.....	74
	Anexo C – Dados Financeiros e Rácios Região - Norte, Ano 2008.....	75
	Anexo D – Dados Financeiros e Rácios Região - Centro, Ano 2007.....	76
	Anexo E – Dados Financeiros e Rácios Região - Centro, Ano 2008.....	77
	Anexo F – Dados Financeiros e Rácios Região - Lisboa, Ano 2007.....	78
	Anexo G – Dados Financeiros e Rácios Região - Lisboa, Ano 2008.....	79
	Anexo H – Dados Financeiros e Rácios Região - Alentejo, Ano 2007.....	80
	Anexo I – Dados Financeiros e Rácios Região - Alentejo, Ano 2008.....	81
	Anexo J – Dados Financeiros e Rácios Região - Algarve, Ano 2007.....	82
	Anexo L – Dados Financeiros e Rácios Região - Algarve, Ano 2008.....	83
	Anexo M – Rácios do Sector e Regiões, Anos 2007 e 2008.....	84

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Estrutura das Entradas de Turistas não residentes por países de residência – em 2007.....	8
Tabela 2 - Estada Média (Nº) nos estabelecimentos hoteleiros por local de residência.....	13
Tabela 3 - Rendimento médio por Quarto, por NUTS II.....	15
Tabela 4 - Evolução previsível da população mundial.....	25
Tabela 5 - Previsão de chegadas para 2020.....	33
Tabela 6 - Previsão de chegadas de Turistas a Portugal para 2020.....	34
Tabela 7 – Empresas com CAE 55111 e 55121 por NUTS II, excluindo Açores e Madeira.....	43
Tabela 8 – Rácios de Rendibilidade.....	45
Tabela 9 - Rácios de Estrutura Financeira.....	47
Tabela 10 - Rácios de Liquidez.....	47
Tabela 11 - Balanço Funcional.....	48
Tabela 12 - Rácios de Funcionamento.....	49
Tabela 13 - Rácios de Endividamento.....	53
Tabela 14 - Investimento <i>versus</i> Reembolso da Dívida.....	54
Tabela 15 - Rácios de Liquidez.....	55
Tabela 16 – Rácios de Rotação de Capital.....	57
Tabela 17 - Necessidades de Rotação de Capital.....	57
Tabela 18 - Ciclo Financeiro de Exploração.....	58

Índice de Figuras

Figura 1 - Entradas de Turistas não residentes 1970 – 1999 (Milhões).....	6
Figura 2 - Principais mercados emissores de turistas para o Portugal em 2007.....	7
Figura 3 - Estrutura das viagens de Turistas residentes, segundo motivo.....	9
Figura 4 - Viagens, segundo os principais motivos por mês de partida.....	10
Figura 5 - Capacidade média de Alojamento, por NUTS II.....	12
Figura 6 - Taxa Líquida de Ocupação nos Estabelecimentos Hoteleiros.....	14
Figura 7 - Proveitos Totais e Proveitos de Aposento.....	14
Figura 8 - Balança Turística 2000-2008.....	17
Figura 9 - Evolução do Consumo Turístico Interior e do VAGT, 2000 – 2008.....	18
Figura 10 - Taxa de crescimento do PIB 2004-2008.....	28
Figura 11 - Total de chegadas de Turistas internacionais.....	29
Figura 12 - Variação mensal das chegadas de Turistas internacionais no Mundo em 2008....	29
Figura 13 - Previsão de Turismo para 2020.....	32
Figura 14 - Distribuição das Unidades Hoteleiras da amostra por região.....	44
Figura 15 – Peso dos Custos nos Proveitos Operacionais.....	46
Figura 16 - Receitas Médias por Empregado <i>versus</i> Custos Médios por Empregado de 2007.....	50
Figura 17 - Receitas Médias por Empregado <i>versus</i> Custos Médios por Empregado de 2008.....	50
Figura 18 - Rendibilidade dos Activos e ROE de 2007.....	51
Figura 19 - Rendibilidade dos Activos e ROE de 2008.....	51
Figura 20 – EBITDA/Margem Contribuição de Vendas/Rendibilidade Operacional de 2007.....	52
Figura 21 – EBITDA/Margem Contribuição de Vendas/Rendibilidade Operacional de 2008.....	52
Figura 22 – Rácios de Rotação de Activos de 2007.....	56
Figura 23 - Rácios de Rotação de Activos de 2008.....	56

Lista de Abreviaturas

- A/T = Apartamentos Turísticos
Ald/T = Aldeamentos Turísticos
CAE = Código de Actividade Económica
CMVMC = Custo de Mercadorias Vendidas Matérias Consumidas
CP = Curto Prazo
DGT = Direcção Geral de Turismo
EUA = Estados Unidos da América
EBITDA = *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciations and Amortizations*
FMI = Fundo Monetário Internacional
FSE = Fornecimento de Serviços Externos
H/A = Hotéis e Apartamentos
IC = Instituições de Crédito
IVA = Imposto sobre o Valor Acrescentado
INE = Instituto Nacional de Estatística
LRF = Lazer, Recreio e Férias
MLP = Médio e Longo Prazo
NUTS = Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OMT = Organização Mundial do Turismo
ONU = Organização das Nações Unidas
PIB = Produto Interno Bruto
PN = Profissionais e de Negócio
PE = Dados Preliminares
PMP = Prazo Médio de Pagamento
PMR = Prazo Médio de Recebimento
RevPar = *Revenue Par Available Room*
RU = Reino Unido
ROE = *Return On Equity*
ROS = *Return On Sales*
RL = Resultado Líquido
TLCO = Taxa Líquida de Ocupação Cama
UE = União Europeia

Un = Unidade

VFA = Visita a Familiares e Amigos

VAB = Valor Acrescentado Bruto

VAGT = Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo

V.N. = Volume de Negócios

WTTC = *World Travel & Tourism Council*

WTO = *World Tourism Organization*

Nº = Número

..... = Dados Confidenciais

* = Não foi possível calcular

€ = Euros

1. Introdução

1.1 Fundamentação e objectivos

O turismo figura entre os fenómenos económicos e sociais mais importantes do século XX, revelando-se o sector de actividade com uma das maiores taxas de crescimento à escala mundial, posição, que segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT)¹, deverá manter ao longo deste século.

Em Portugal, o turismo assume um papel de inegável importância, pelo que é considerado um domínio estratégico para o crescimento económico do país. Trata-se de um sector transversal, gerador de riqueza e valor acrescentado, capaz de induzir importantes efeitos multiplicadores na actividade económica.

Neste contexto, torna-se imperioso aprofundar o estudo do turismo, sobretudo porque, não obstante o facto da indústria turística ter cada vez maior importância na economia mundial e nacional, tem sido dada pouca atenção à sua análise quantitativa, em particular ao estudo da sua contribuição para o crescimento económico.

Isso é especialmente válido para Portugal, onde os estudos sobre o turismo são muito escassos.

A indústria hoteleira surge como uma indústria muito específica, quer dentro do sector do turismo, quer em comparação com outras indústrias, tendo um papel de extrema importância neste sector e no seu desenvolvimento.

Embora à primeira vista possa parecer que a hotelaria é dominada por algumas cadeias, dando a impressão de estarmos perante uma estrutura de oligopólio, esta indústria é essencialmente fragmentada em pequenas unidades, onde a localização e a distribuição espacial do alojamento surgem como factores importantes na determinação do nível de competição.

O presente trabalho tem como finalidade contribuir para um maior conhecimento da estrutura económico-financeira das empresas portuguesas que actuam na área do alojamento, mais concretamente dos denominados “Hotéis”. Este conhecimento da *performance* económica e equilíbrio financeiro das empresas hoteleiras permitirá observar potenciais fraquezas e forças de modo a se poder aprender com o passado e estar preparado para o futuro, quer na aposta de novos projectos de investimento na área da hotelaria, quer no apoio a empresas já no mercado.

¹ Organização Internacional, do qual Portugal faz parte, que trata as questões relacionadas com viagens e Turismo no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU).

Assim, o objectivo principal desta dissertação é medir a influência regional no crescimento económico e financeiro das empresas hoteleiras portuguesas ao nível de NUTS II. (NUTS representa a Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos)².

1.2 Relevância do Tema

O turismo alcançou anualmente uma dimensão internacional que o posiciona a par das mais importantes actividades económicas. Segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT), esta actividade assume-se já como o 3º sector exportador mundial, logo a seguir às indústrias petrolífera e automóvel. De acordo com a OMT, as chegadas de turistas internacionais aumentaram nas duas últimas décadas do século XX a uma taxa média anual de 5,7%, tendo passado de 287 milhões de turistas em 1980 para cerca de 700 milhões em 2000, prevendo-se que no ano 2010 seja ultrapassada a barreira dos 1000 milhões. Segundo dados do World Travel&Tourism Council (WTTC), a indústria turística é actualmente responsável pela criação e manutenção de cerca de 215 milhões de postos de trabalho em todo o mundo, distribuídos por 174 economias nacionais, sendo globalmente responsável por cerca de 10,4% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial (WTO 2004).

O peso que o sector de Turismo representa ao nível do PIB e do emprego em Portugal também não é de desconsiderar. Segundo os últimos dados divulgados pelo INE³, o turismo contribui para 4,6% do PIB, assim como 7,6% do total do emprego na economia.

Os principais factores de crescimento do sector do turismo estão relacionados com o desejo de viajar e a capacidade de o poder realizar, pelo que estão intimamente relacionados com o tempo disponível e a capacidade financeira da população.

Apesar do aumento dos preços dos combustíveis e das taxas de aeroporto, o custo real das viagens continua a baixar. Cada vez há mais pessoas em movimento, quer em férias quer em *short-breaks*, viagens de apenas 1 dia ou viagens de negócios, actividade que emprega milhões de pessoas e gera milhões em receitas.

A hotelaria surge como um dos subsectores vitais para este desenvolvimento do turismo, como destaca Baptista (1990) “A hotelaria é, em todo o mundo, a coluna vertebral do turismo, gerindo um valor acrescentado relativamente elevado com serviços parcialmente muito personalizados, mas a sua produtividade é em geral inferior à média da economia e, não

² Trata-se de uma divisão territorial regional definida pelo *Eurostat* e que permite a elaboração de estatísticas regionais credíveis a nível europeu.

³ Instituto Nacional de Estatística: Conta Satélite do Turismo (2007-2008).

obstante a sua grande experiência de concorrência, as explorações hoteleiras artesanais independentes estão sempre sujeitas a derrapar” o que releva a necessidade de maior conhecimento desta indústria.

1.3 Estrutura do Trabalho

O presente trabalho divide-se em cinco partes. A primeira parte tem natureza introdutória e de fundamentação da relevância do tema em investigação. Trata-se de uma parte descritiva, onde se analisa a importância e dinâmica evolutiva do turismo ao longo das últimas décadas, no mundo e, particularmente, em Portugal.

A segunda parte tem como finalidade a apresentação dos indicadores turísticos em Portugal, assim como o enquadramento histórico e importância do turismo na economia portuguesa, e a evolução recente do sector ao nível mundial, acompanhada pelas perspectivas até 2020 realizadas pela OMT.

A terceira parte respeita ao estudo das especialidades da indústria hoteleira, de modo a abordar as suas formas de organização, sistema de classificação, características de alojamento, factores críticos da hotelaria, segmento - alvo e estratégia de gestão.

A análise da estrutura económica e financeira das empresas hoteleiras surge na quarta parte do trabalho, com a descrição da metodologia adoptada, o cálculo e a observação dos dados económicos e financeiros das empresas que compõem a amostra definida, os quais se baseiam nos Balanços e Demonstrações dos Resultados referentes aos exercícios de 2007 e de 2008.

A quinta e última parte apresenta as principais conclusões e as diferenças regionais encontradas, de modo a aprofundar o conhecimento sobre a hotelaria.

1.4 Enquadramento histórico

1.4.1 Turismo

Desde a segunda metade do século XX que o turismo se assumiu como um direito do homem, consagrado como tal na Declaração Universal dos Direitos do Homem, circunstância esta que coloca o turismo num plano paralelo ao de outras necessidades sociais (como a educação e a saúde). O crescimento e desenvolvimento económico que se seguiu encarregou-se de conferir à necessidade turística o carácter eminentemente económico de que hoje se reveste.

Numa perspectiva meramente económica, a necessidade de “fazer turismo”, i.e., de consumir produtos turísticos, é então crescente com a verificação dos seguintes três factores fundamentais:

As necessidades fundamentais à existência humana estão largamente satisfeitas;

Existe tempo livre para a generalidade da população;

Existe um razoável excedente no rendimento disponível das famílias (Matias, 2007).

Foi só a partir da verificação conjunta dos três factores acima mencionados que aconteceu o grande desenvolvimento da indústria turística, ocorrido durante a segunda metade de século XX.

O turismo esteve sempre presente, embora de uma outra forma, face ao modo como agora é visto, pois desde sempre as pessoas viajaram para visitar familiares, foram a férias e festas e gostaram de ver como as outras pessoas vivem.

Após a Segunda Guerra Mundial, o turismo conheceu um rápido crescimento, registando-se uma variação de 25 milhões de chegadas de turistas em 1950 para 663 milhões em 1999 (Matias, 2007). É nesta época que se pode dizer que nasce o turismo dos dias de hoje, acompanhado pelo desenvolvimento de modelos de gestão e tentativa de standardização de procedimentos e serviços, com vista à produção de produtos turísticos.

Para este desenvolvimento muito contribuíram os meios de transporte mais acessíveis e a redução da semana de trabalho de 48 para 44 horas, e depois para 40 horas e 5 dias por semana, acompanhada pela entrada das mulheres no mercado do trabalho que permitiu a quase duplicação dos rendimentos familiares (Smith, 1989).

Agora, em pleno século XXI, em que a mudança tecnológica é constante e as exigências ao nível de trabalho e de lazer são cada vez maiores, a necessidade humana de viajar e de fazer turismo, no seu sentido lato, é cada vez mais forte.

Com o aumento da população e do urbanismo, com o desenvolvimento de máquinas e tecnologias que permitem maior tempo de lazer, o turismo surge com uma cada vez maior importância no dia-a-dia do mundo.

1.4.2 O Turismo em Portugal

Em meados do século XX, os fluxos turísticos em direcção a Portugal estavam muito longe do que sucedia com os destinos da moda na altura, fundamentalmente Itália e França, tendo aqueles, de resto, origens pouco diversificadas: tratava-se essencialmente de turistas

britânicos de baixos recursos (muito afectados pela Segunda Guerra Mundial) e espanhóis, muito atingidos pela Guerra Civil.

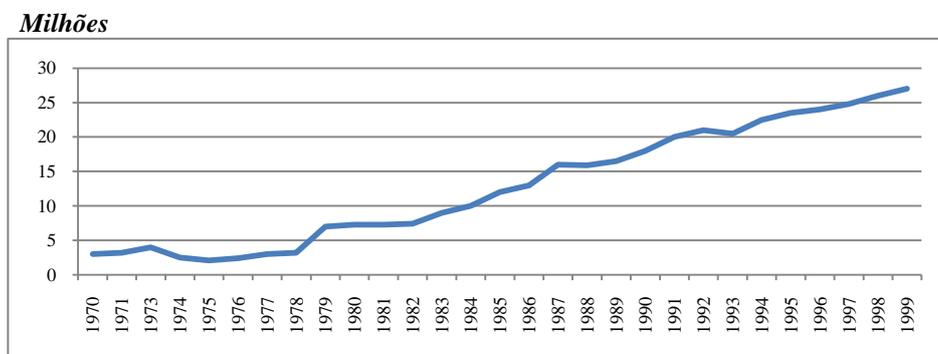
A década de 1950 constitui um ponto de viragem para o turismo, muito por via da forte recuperação económica e social que a Europa e o mundo experimentam no pós-guerra. Em Portugal, no ano de 1952, trabalhou-se um projecto de Estatuto para o Turismo que haveria de consagrar pela primeira vez esta actividade como uma verdadeira indústria, a qual, à semelhança de qualquer outra actividade económica, deveria ser objecto de um planeamento e organização administrativa integrados de pleno direito na política económica nacional.

Para este entendimento, muito contribuiu a expressão económica que o turismo começava a manifestar, cujas receitas externas à entrada na década de 1960 haveriam de ultrapassar algumas das exportações tradicionais portuguesas, tais como a cortiça e o vinho do Porto (Cunha, 2001).

A década de 1960 corresponde ao verdadeiro arranque do turismo português para o desenvolvimento, mercê da consolidação da recuperação económica dos países europeus mais afectados pela Segunda Guerra Mundial, bem como do período de forte crescimento económico. Nesta altura, Portugal assume-se como um importante destino turístico e todos os anos eram batidos recordes de entradas, tendo sido registado, em 1964, o até aí inédito número de um milhão de entradas de estrangeiros. O decorrente aumento do volume de receitas turísticas proporcionado pelo crescimento de entradas vem possibilitar encarar a actividade turística como um importante meio de financiamento da balança de pagamentos portuguesa, a qual conhecia por esta altura um agravamento do défice comercial motivado por um rápido crescimento das importações. A importância económica que o turismo começa, por conseguinte, a granjear na sociedade portuguesa desta época vem a permitir o seu progressivo enquadramento na política económica do país, o que desde logo pode ser constatado pela sua inclusão nos planos de fomento, nomeadamente no que se refere ao III Plano de Fomento, o que menciona o turismo como “motor do desenvolvimento económico” (Matias, 2007).

Por altura do golpe de Estado de 25 de Abril de 1974, as entradas anuais de turistas estrangeiros em Portugal ultrapassavam já o milhão, tendo diminuído em 1975 por efeito da instabilidade pós-revolucionária (Figura1). Valor que garantia um nível da procura de tendência crescente e, só por si, suficiente para estimular uma resposta por parte da oferta, a qual reuniu uma vertente qualitativa e outra quantitativa. A primeira consubstanciou-se numa maior diversificação, expressa em novas formas de alojamento - para além da tradicional

cama-hotel - tais como aldeamentos turísticos, apartamentos - hotéis, motéis e outros, bem como em novas formas de exploração destas infra-estruturas. A segunda vertente - a quantitativa - expressou-se num importante aumento da construção de infra-estruturas turísticas, acompanhado de um interesse crescente pela exploração imobiliária.



Fonte: INE – Estatísticas do Turismo

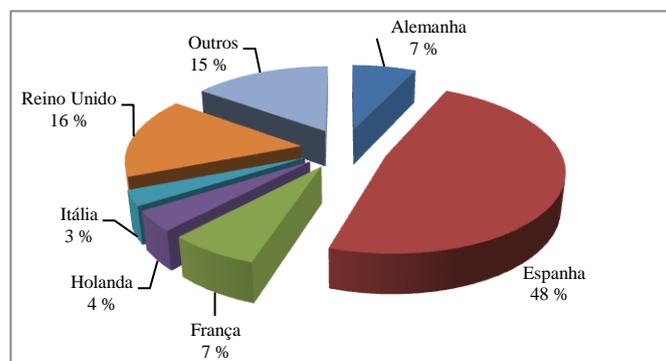
Figura - 1 Entradas de Turistas não residentes 1970 – 1999 (Milhões)⁴

Os apoios financeiros institucionais canalizados através da recém-criada Secretaria de Estado do Turismo vieram a proporcionar importantes investimentos em infra-estruturas turísticas no interior - nomeadamente a partir de meados da década de 1980, em resultado de fundos estruturais da União Europeia - os quais vieram a consubstanciar-se num novo produto turístico, cujo contributo para o esforço de diversificação da oferta portuguesa foi substancial: trata-se do turismo rural e de habitação. Esta opção veio a beneficiar bastante o interior do país, que passou a considerar ter também um produto turístico para oferecer, para além de que, sob o ponto de vista político, constitui um importante contributo para contrariar a sazonalidade das receitas turísticas.

Este esforço de diversificação da oferta, associado a várias iniciativas de carácter institucional para promover o destino de Portugal nos mercados externos, veio possibilitar que a partir dos anos 80, se viessem a bater sucessivamente todos os anos anteriores máximos de entrada de turistas estrangeiros. Diversificação do lado da oferta não correspondeu, contudo do lado da procura, onde se verifica uma concentração de mercados de origem relativamente estável durante toda a década de 1990. Por outro lado, ao analisarmos os dados mais recentes - ano de 2007, (Figura 2) é bem visível que cerca de 85% da procura turística tem origem em apenas

⁴ Estes dados só estão disponíveis até 1999 e após 2004, não se encontrando informação sobre o número de visitantes para os anos de 2000 a 2003.

6 países. Existe uma concentração da procura turística externa em mercados emissores pertencentes à União Europeia devido ao contexto de integração económica em que estes países se encontram. Será também de referir que o enorme crescimento do número de entradas de turistas em Portugal nos últimos anos tem tido a devida correspondência em termos de concomitante crescimento real das receitas turísticas como seria de esperar.



Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2007

Figura - 2 Principais mercados emissores de turistas para o Portugal em 2007.

2. O Sector do Turismo

2.1 Indicadores Turísticos

2.1.1 Entradas de Turistas e Excursionistas

Este indicador consiste no número de entradas de visitantes por todas as fronteiras do país, considerando - se, como entrada, cada chegada à fronteira de um visitante não residente ao país.

Com a eliminação das fronteiras na União Europeia decorrente do Mercado Único e a posterior assinatura do Acordo de Schengen, a contagem dos visitantes nas fronteiras da UE deixou de se verificar, tendo sido substituída por estimativas.

Permanece, contudo, o controlo fronteiriço dos visitantes não residentes na União Europeia pelo primeiro país visitado e pelo país da saída.

Em 2007, o número de visitantes não residentes que entraram nas fronteiras nacionais ascendeu a 1,16 milhões, correspondendo a um aumento de 5,1% face a 2006 e reflectindo um aumento de entrada de turistas⁵ de 9,2%. Em 2007, o volume de entradas de excursionistas⁶

⁵Visitantes que permanecem pelo menos uma noite num alojamento colectivo ou particular no local visitado.

⁶Visitante cuja deslocação é inferior a 24 horas e não pernoita.

com residência em Espanha atingiu um total de 2,7 milhões, o que representa um acréscimo de 82 mil entradas face ao ano de 2006, ou seja, um aumento de 0,7%. Verifica-se igualmente, em 2007, um aumento do peso de entradas por fronteira aérea, face à fronteira rodoviária, ascendendo a 60,3% do total de entradas de turistas e correspondendo a um crescimento de 1,01% face a 2006.

Durante o ano de 2007, os três principais mercados emissores de turistas foram a Espanha, o Reino Unido e a França, os quais detiveram uma quota conjunta de 55,6%. De entre os 10 países mais importantes em termos de emissão de turistas para Portugal, os EUA, a Bélgica e a Irlanda foram os que registaram um menor número de entradas cabendo ao conjunto destes mercados um total aproximado de 840 mil entradas de turistas.

O crescimento verificado nos movimentos turísticos com origem em Espanha ocorreu sobretudo na fronteira aérea justificado pelo acréscimo substancial do número de voos de companhias consideradas *low-cost*. Mercados com uma menor expressão no turismo nacional, como são os casos da Suíça, dos EUA e da Irlanda alcançaram crescimentos homólogos ainda mais acentuados, com valores respectivos de 28,9%, 19,9% e 17,2%. Em oposição, os países que menos contribuíram para o crescimento do volume de entradas de turistas em Portugal foram a Alemanha e os Países Baixos, com crescimentos homólogos de 1,7% e 2,2%, respectivamente.

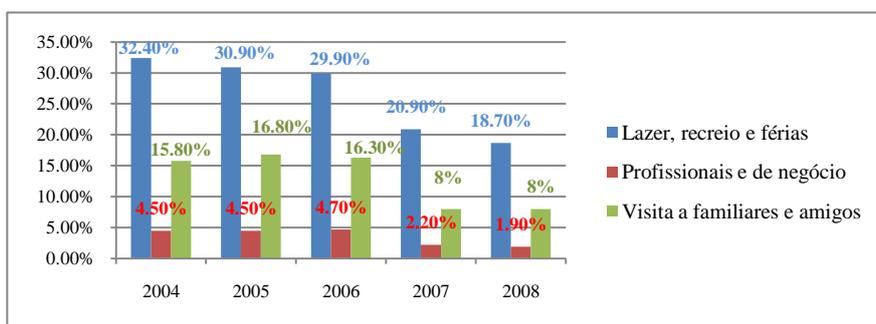
País de residência	Milhares de turistas		Var (%)	Quota (%)	
	2007	2006	06/07	2007	2006
	N.º (milhares)	N.º (milhares)			
Alemanha	1.211,50	1.190,90	1,73%	9,83%	10,56%
Bélgica	280,60	254,30	10,34%	2,28%	2,25%
Espanha	2.660,70	2.496,60	6,57%	21,60%	22,13%
Estados Unidos da América	244,50	204	19,85%	1,98%	1,81%
França	1.859,20	1.501,30	23,84%	15,09%	13,31%
Irlanda	313,50	267,40	17,24%	2,54%	2,37%
Itália	401,50	384,40	4,45%	3,26%	3,41%
Países Baixos (Holanda)	526,30	514,80	2,23%	4,27%	4,56%
Reino Unido	2.326,40	2.254,30	3,20%	18,88%	19,98%
Suíça	536,80	416,60	28,85%	4,36%	3,69%
Outros	1.959,80	1.797,70	9,02%	15,91%	15,93%
Total	12.320,80	11.282,30	9,20%	100%	100%

Fonte: INE – Estatísticas do Turismo 2007

Tabela – 1 Estrutura das Entradas de Turistas não residentes por países de residência em 2007

2.1.2 Procura Turística dos Residentes

Em 2008, o número de indivíduos que efectuaram pelo menos uma viagem turística, para um local de destino diferente da sua residência habitual, ascendeu a 2,7 milhões, o que representa cerca de 25,5% da população residente em Portugal, traduzindo uma quebra de 2% face a 2007. Por motivo principal da viagem, verifica-se que se reduziu a proporção dos residentes que viajaram por motivos de “Lazer, recreio e férias” (-2,2%) ascendendo a cerca de 2 milhões de indivíduos, enquanto se manteve estável a proporção dos que viajaram por motivo de “Visita a familiares e amigos” (8% da população residente, correspondente a 853 mil indivíduos), bem como dos que viajaram por motivo “Profissionais e de negócio” (1,9% da população residente, correspondente a 237,8 mil residentes).



Fonte: INE Estatísticas do Turismo 2008

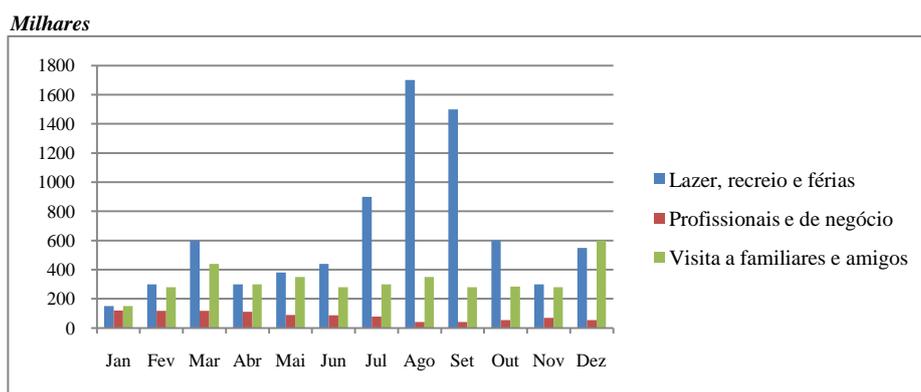
Figura – 3 Estrutura das viagens de Turistas residentes, segundo motivo

Analisando as características demográficas dos indivíduos que viajaram, segundo os motivos da viagem, regista-se que nos motivos “Lazer, recreio e férias” e “Visita a familiares e amigos”, a repartição dos indivíduos por sexo acompanha a repartição da população residente em Portugal, representando os turistas de sexo feminino proporções próximas de 52% de residentes no país. Pelo contrário, no conjunto de indivíduos que viajaram por motivo “Profissionais e de negócio” verifica-se uma clara predominância dos turistas masculinos, 62,8% do total.

2.1.3 Sazonalidade

À semelhança dos anos anteriores, o mês de Agosto foi aquele em que se iniciaram mais viagens turísticas, com mais de 2,1 milhões de viagens, (20,4% do total), seguindo-se o mês de Julho com 1,3 milhões, (12,3%) e Dezembro com 1,2 milhões de viagens, (11,8%). Em 2008, os meses do ano com menos viagens foram Janeiro e Fevereiro com 376 mil e 478 mil viagens, respectivamente, contrariamente a 2007 em que o período de Outubro e Novembro correspondeu ao de menor incidência de deslocações.

Assim, os meses de Julho e Agosto foram igualmente os que concentraram o maior número de dormidas associadas às deslocações de residentes, representando 20,5% e 29,6% do total, respectivamente, valores muito semelhantes aos verificados no mesmo período em 2007. Como seria de esperar, por corresponderem ao habitual período balnear, esses valores são ainda mais expressivos nas dormidas das viagens por motivo de “Lazer, recreio e férias”, representando 23,5% e 37,6% do total, respectivamente. O mês mais relevante nas viagens de “Visita a familiares e amigos”, foi Dezembro, com 20,1% das dormidas das viagens por este motivo. Assim, mantiveram-se as habituais diferenças sazonais das viagens, em função do respectivo motivo: enquanto nas viagens de “Lazer, recreio e férias” a época estival é a de maior concentração de viagens, nas viagens de “Visita a familiares e amigos” é a época natalícia a de maior predomínio. As viagens “Profissionais e de negócio” realizaram-se maioritariamente no primeiro semestre (54,3% do total), já que habitualmente as férias de Verão se concentram mais no segundo semestre (Figura 4).



Fonte: INE Estatística do Turismo 2008

Figura - 4 Viagens, segundo os principais motivos por mês de partida

2.1.4 Dormidas

Este indicador mostra o número de dormidas registadas nos meios de alojamento turístico, o que permite isolar os turistas dos excursionistas, assim como conhecer o turismo interno, na medida em que nos dá elementos sobre os residentes que passam férias fora da sua residência habitual e a importância de cada região. Tem como principal inconveniente o facto de não determinar as dormidas efectuadas em estabelecimentos não recenseados, assim, como em quartos particulares, casas de amigos ou parentes e casas pró praias de férias, só possível mediante inquérito. Em Portugal, as dormidas de turistas nacionais constituem, habitualmente, uma percentagem significativa das dormidas totais.

2.1.4.1 Dormidas de Residentes

Em 2008, os residentes contribuíram com 13 milhões de dormidas, valor semelhante ao do ano anterior. Por região registam-se acréscimos nas dormidas em apenas duas regiões - o Algarve, 5,6% e o Centro, 0,9 %. Nas restantes, observam-se decréscimos de 5,3% na Madeira, 4,6% no Alentejo, 2,2% no Norte, 1,5% nos Açores e 0,5% em Lisboa. Os bons resultados da região do Algarve poderão estar relacionados com um aumento da procura por parte de residentes que, em anos anteriores, habitualmente preferiam outros destinos, designadamente o estrangeiro, tendência igualmente observada nos resultados nacionais, com eventual repercussão a nível regional. À semelhança do ano anterior, os principais destinos foram o Algarve 27,2%, Lisboa e Centro, ambas representando 19% das dormidas de Residentes e o Norte 18,6%. Do mesmo modo, destaca-se que os estabelecimentos mais procurados são os hotéis, pensões e os hotéis - apartamentos.

2.1.4.2 Dormidas de não residentes

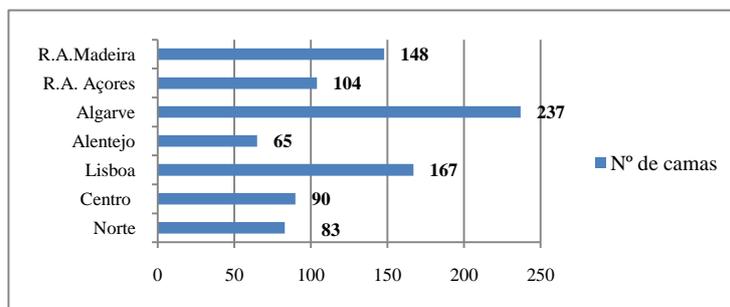
Em 2008 os não residentes originaram 26,2 milhões de dormidas, menos 2,1% do que em 2007. Não se verificaram alterações no *ranking* dos principais mercados emissores - Reino Unido, Alemanha, Espanha, Países Baixos, França, Irlanda e Itália – que representam cerca de 75% das dormidas de não residentes. Em 2008, o desempenho destes mercados foi maioritariamente negativo, com decréscimos de 9,2% para o mercado espanhol, 8,1% para o italiano, cerca de 5% para o britânico e 2,4% para o alemão. Os mercados francês e holandês, pelo contrário, revelaram crescimentos homólogos significativos de 10,3% e 8,1%, respectivamente.

A diminuição da procura por parte de alguns dos principais mercados emissores reflecte em grande parte o enfraquecimento e volatilidade da economia global, associada à crise financeira e consequentes dificuldades de crédito e ao aumento do preço do petróleo, assim como, no caso do mercado britânico, à forte desvalorização da libra relativamente ao euro.

2.1.5 Capacidade Média de Alojamento

Em 2008, os estabelecimentos hoteleiros dispunham de uma capacidade média de 134 camas, valor superior em 3% ao de 2007. Para este aumento contribuíram maioritariamente as pousadas +5,3% e os hotéis +2%. Pelo contrário, os apartamentos, aldeamentos turísticos e as estalagens apresentaram ligeiras reduções na capacidade média, próximas de 1%.

A distribuição de capacidade média de alojamento, quer por tipologia de estabelecimento, quer por região, mantém o comportamento dos anos anteriores – os aldeamentos turísticos, os hotéis -apartamentos, os hotéis e os apartamentos turísticos continuam a liderar a oferta de camas por estabelecimento, da mesma forma que o Algarve, Lisboa, Madeira e Açores mantêm as suas posições de regiões que, em média, apresentam maior capacidade de alojamento.



Fonte: INE Estatística do Turismo 2008

Figura – 5 Capacidade média de Alojamento por NUTS II

2.1.6 Pessoas ao Serviço

Em 2008, os estabelecimentos hoteleiros dispunham de 47,6 mil pessoas ao serviço, representando um crescimento de 3,2% face a 2007. Para este aumento contribuíram principalmente os aldeamentos turísticos, os hotéis e os hotéis - apartamentos, em percentagem superior à total, 6,2%, 4,7%, e 4,6% respectivamente. Contrariamente, as pensões e os motéis apresentaram uma redução do pessoal ao serviço, (-6,3%) e (-0,9%), respectivamente. Considerando a importância relativa dos estabelecimentos quanto ao número de pessoas ao serviço, constatou-se que os hotéis, os hotéis - apartamentos e as pensões empregaram mais de 80% do total do pessoal ao serviço, representando os hotéis, 62%.

Os aldeamentos turísticos, os hotéis e os hotéis - apartamentos foram os estabelecimentos que apresentaram, em média, o maior número de pessoas ao serviço, mantendo a tendência dos anos anteriores.

2.1.7 Estada Média por Local de Residência

Em 2008, a estada média nos estabelecimentos hoteleiros foi de 2,9 noites, valor ligeiramente inferior ao de 2007 e de 2006 - 3 noites. Considerando o país de residência, verificaram-se mais elevadas médias nos hóspedes provenientes dos Países Baixos, 5,4, Irlanda, 5,3, Reino Unido, 5,2, Alemanha, 4,7, Dinamarca, 4,6 e Finlândia, 4,5. Ao nível do tipo de

estabelecimento, continuam a observar-se os valores mais elevados para este indicador nos apartamentos e aldeamentos turísticos, 5,8 e 5,6 noites, respectivamente, e nos hotéis - apartamentos 4,8.

No entanto, em comparação com os valores de 2007, verifica-se, tanto ao nível dos países de origem como das tipologias de estabelecimentos, uma redução de permanência, revelando uma tendência para a concentração de estadias mais curtas. Ao nível regional, a Madeira e o Algarve mantêm a liderança, com estadas que em média se aproximam das cinco noites.

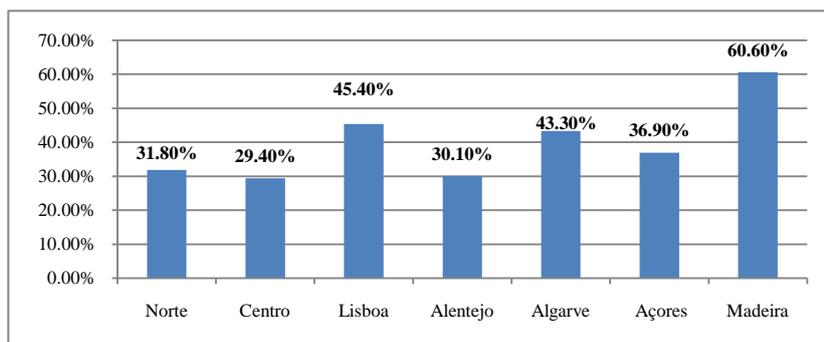
Local de residência	Estada média			Variação		
	2008	2007	2006	2006/2007	2007/2008	2006/2008
	N.º	N.º	N.º	%	%	%
TOTAL	2,90	3,00	3,00	0,00%	-3,33%	-3,33%
PORTUGAL	2,10	2,10	2,10	0,00%	0,00%	0,00%
ESTRANGEIRO	3,70	3,80	3,90	-2,56%	-2,63%	-5,13%
Alemanha	4,70	5,00	5,00	0,00%	-6,00%	-6,00%
Áustria	3,90	4,00	4,30	-6,98%	-2,50%	-9,30%
Bélgica	3,60	3,80	3,90	-2,56%	-5,26%	-7,69%
Dinamarca	4,60	4,90	4,60	6,52%	-6,12%	0,00%
Espanha	2,40	2,40	2,50	-4,00%	0,00%	-4,00%
Finlândia	4,50	4,90	5,50	-10,91%	-8,16%	-18,18%
França	2,80	2,80	2,70	3,70%	0,00%	3,70%
Irlanda	5,30	5,40	5,60	-3,57%	-1,85%	-5,36%
Itália	2,40	2,50	2,40	4,17%	-4,00%	0,00%
Países Baixos (Holanda)	5,40	5,40	5,50	-1,82%	0,00%	-1,82%
Reino Unido	5,20	5,40	5,50	-1,82%	-3,70%	-5,45%
Suécia	4,40	4,60	4,80	-4,17%	-4,35%	-8,33%
Outros países - Europa	3,60	3,80	3,80	0,00%	-5,26%	-5,26%

Fonte: INE - Estatísticas do Turismo 2006,2007,2008

Tabela 2 - Estada Média (Nº) nos estabelecimentos hoteleiros por local de residência

2.1.8 Taxa Líquida de Ocupação Cama

A taxa líquida de ocupação cama (TLOC) em 2008 foi de 41,3%, inferior em 1,7% a 2007. Por tipo de estabelecimento, observaram-se níveis de ocupação superiores ao total nacional nos hotéis - apartamentos 50,2 %, nos motéis 47,2%, nas pousadas 46,6% e nos hotéis 44,6%, sendo que, nestes últimos, a TLCO se reduziu 3% face a 2007. Os restantes estabelecimentos apresentaram taxas de ocupação inferiores, próximas de 40%, sendo a única excepção as pensões, com 27%. Por região, destaca-se a Madeira, seguindo-se Lisboa e Algarve, com níveis de ocupação próximos dos 45%, embora nas duas últimas se tenham registado decréscimos de 2,6% e de 2,7%, respectivamente. O Centro, o Alentejo e o Norte registam a maior redução na taxa de ocupação, face a 2007, 2,9%.

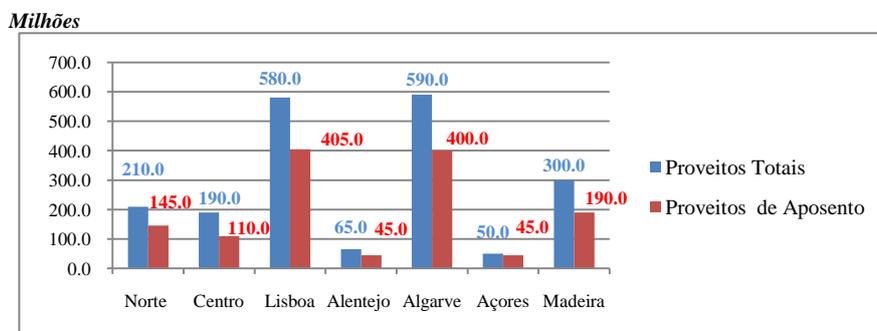


Fonte: INE - Estatísticas do Turismo 2008

Figura - 6 Taxa Líquida de Ocupação nos Estabelecimentos Hoteleiros

2.1.9 Proveitos Totais por Região

Em 2008, os estabelecimentos hoteleiros registaram 1.964 milhões de euros de proveitos totais e 1.324 milhões de euros de proveitos de aposento, valores ligeiramente superiores aos registados em 2007, +1,1% e +1,7%, respectivamente. O Algarve foi a região que apresentou os melhores resultados relativamente aos dois indicadores, +5,7% para os proveitos totais e +6,7% para os de aposento, seguindo-se Lisboa, Madeira e o Centro, com crescimentos homólogos que variam entre 3% e 5%. O desempenho das restantes regiões foi relativamente estável, com variações positivas inferiores a 1%, à excepção do Alentejo que registou uma quebra de 4% para os proveitos totais e 0,5% para os de aposento. O Algarve, Lisboa, Madeira e o Norte, em conjunto, originaram mais de 80% dos proveitos, enquanto que por tipologia de estabelecimento, assumiram maior importância os hotéis e os hotéis - apartamentos, cujo contributo para estes indicadores se aproximou igualmente dos 80%. Em valores absolutos, destaca-se os hotéis - apartamentos, que registaram um crescimento de 6,1% para os proveitos totais e de 5,4% para os de aposento.



Fonte: INE - Estatísticas do Turismo 2008

Figura - 7 Proveitos Totais e Proveitos de Aposento

2.1.10 Rendibilidade dos Estabelecimentos Hoteleiros

Em 2008, a rendibilidade dos estabelecimentos hoteleiros, na perspectiva dos proveitos totais médios por hóspede, foi de 145€, assumindo valores superiores ao total nacional na Madeira, com 253€, no Algarve, com 198€, nos Açores, com 155€ e em Lisboa, com 149€.

Analisando a tabela 3 verifica-se que, em 2008, o rendimento médio por quarto disponível foi de 31,3€, ligeiramente inferior ao de 2007 (-1%). À semelhança do ano anterior, Lisboa, Madeira e Algarve foram as regiões onde se verificaram os valores mais elevados do *RevPar* (*Revenue Per Available Room*). No entanto, apenas na Madeira se constatou o crescimento do indicador (+3,8%), uma vez que o *RevPar*, tanto para Lisboa como para o Algarve, apresenta decréscimos superiores a 2%. Também por tipo de estabelecimento não se observam alterações sensíveis relativamente a 2007, mantendo as pousadas e os hotéis a liderança, no que diz respeito aos valores mais expressivos deste indicador 43€ e 33,85€, respectivamente.

NUTS	Euros										Var. %
	2008									2007	
	Hotéis	Hotéis-Apart.	Apart. Turísticos	Aldeam. Turísticos	Motéis	Pousadas	Estalagens	Pensões	Total	Total	
PORTUGAL	33,85	30,02	21,87	25,70	27,80	43,00	33,60	14,40	31,30	34,43	-1,00%
Norte	28,10	26,80	11,00	40,60	20,00	9,90	22,50	22,05	2,10%
Centro	21,00	29,40	11,30	0,00	14,60	43,20	17,30	9,70	17,90	17,55	1,90%
Lisboa	50,90	46,90	31,30	54,00	38,50	25,00	46,30	47,68	-3,00%
Alentejo	23,40	24,20	22,90	42,50	26,10	14,40	22,00	22,18	-1,00%
Algarve	45,10	31,30	20,10	26,00	25,10	53,30	67,20	16,40	31,90	32,56	-2,00%
Açores	27,80	16,90	31,00	0,00	0,00	15,00	26,00	26,71	-2,90%
Madeira	40,70	34,70	25,50	...	0,00	19,50	36,90	35,52	3,80%

Fonte: INE - Estatísticas do Turismo 2008

Legenda:

... – Dados confidenciais

Tabela - 3 Rendimento médio por Quarto, por NUTS II

2.2 A Importância do Turismo na Economia Portuguesa

2.2.1 Receitas e Despesas Turísticas

As despesas e receitas turísticas constituem um dos mais relevantes indicadores da importância económica do turismo, em particular na balança de pagamentos.

As **despesas** turísticas correspondem aos gastos realizados por residentes nas suas viagens ao exterior, incluindo o pagamento do transporte internacional e as despesas de consumo, realizadas durante a viagem e a estada, tais como alimentação, recordações e ofertas.

Por **receitas** de um determinado país entendem-se as despesas efectuadas nesse país pelos visitantes residentes no estrangeiro incluindo o pagamento dos transportes internacionais às

empresas de transportes nacionais. Trata-se de um indicador que traduz a importância do turismo externo, tendo como principal limitação o facto de nada nos dizer sobre o turismo interno ou doméstico. Este indicador é de grande relevância, em particular na avaliação da importância económica do turismo na balança de pagamentos. O indicador permite classificar os países em **emissores** ou **receptores** de turismo. Um país emissor é aquele, onde têm origem os fluxos turísticos, enquanto país ou mercado receptor é aquele para onde se destinam esses fluxos. No entanto não há nenhum país/mercado exclusivamente emissor ou receptor, mas sim predominantemente emissor (ex. Alemanha) ou predominantemente receptor (ex. Portugal).

Em suma, **país emissor** é aquele que dá origem aos movimentos e receitas turísticas superiores àqueles que recebe, enquanto **país receptor** é aquele que recebe movimentos e receitas turísticas superiores àqueles a que dá origem.

O critério habitualmente utilizado para determinar se um país é predominantemente emissor ou receptor de turismo é, pois, **o critério da balança turística**.

2.2.2 Balança Turística Portuguesa

Este critério baseia-se na comparação entre o valor das receitas e despesas turísticas; sempre que as receitas sejam superiores às despesas o país ou mercado em causa diz-se predominantemente receptor, dizendo-se predominantemente emissor sempre que acontecer o contrário.

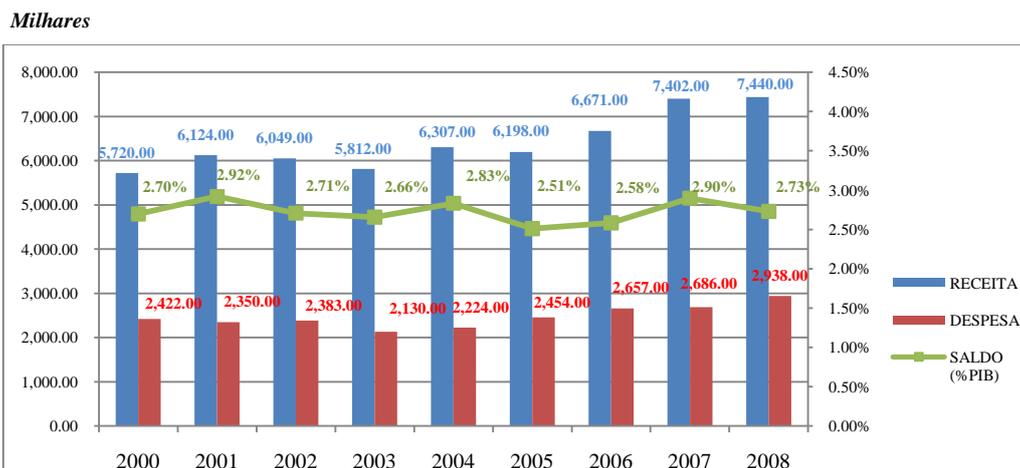
De acordo com os dados disponibilizados pelo Banco de Portugal, relativos à Balança Turística Portuguesa⁷, em 2008 as receitas de Turismo atingiram os 7.440 milhões de euros, o que traduz um ligeiro acréscimo de 0,5%, relativamente a 2007.

Também as despesas turísticas apresentaram um aumento moderado face a 2007, +2,4%, correspondendo a um montante de 2.939 milhões de euros. Deste modo, o saldo da balança turística de 2008 cifrou-se em 4.501 milhões de euros, o que é equivalente a menos 0,7% do que em 2007.

Verifica-se, em 2008, um crescimento das despesas turísticas superior ao das receitas, a taxa de cobertura da balança turística $253,2\%$ ⁸ foi inferior em 4,4% à registada no ano de 2007 e representou 2,73% do PIB, (Figura 8).

⁷ Não inclui a rubrica relativa a Transporte Internacional.

⁸ Receitas/ Despesas x 100.



Fonte: Banco de Portugal/ Ministério de Economia

Figura – 8 Balança Turística 2000-2008

Em 2008, regista-se uma diminuição do peso do Saldo da Balança Turística no PIB, o que está essencialmente relacionado com o aumento das despesas, conduzindo a uma diminuição do saldo, ainda associado a um ligeiro aumento do PIB face ao ano de 2007.

A análise por países permite identificar os principais mercados emissores e receptores de fluxos monetários turísticos, em 2008. Assim, enquanto que para Portugal o principal mercado, em termos de receitas geradas, foi o Reino Unido, seguindo-se a França e, só depois, a Espanha, em termos de despesas turísticas, a importância dos países receptores inverte-se, ou seja, os residentes em Portugal realizaram despesas turísticas predominantemente em Espanha, seguindo-se a França e o Reino Unido.

Contudo, a importância relativa do conjunto dos quatro principais mercados foi praticamente igual, tanto para mercados emissores como receptores de fluxos monetários turísticos - 63,6% e 63,5%, respectivamente.

No conjunto dos mercados mais importantes, apenas a Alemanha e a França evidenciaram melhorias na balança turística, com um crescimento das receitas de +2,9% e +6,3%, respectivamente.

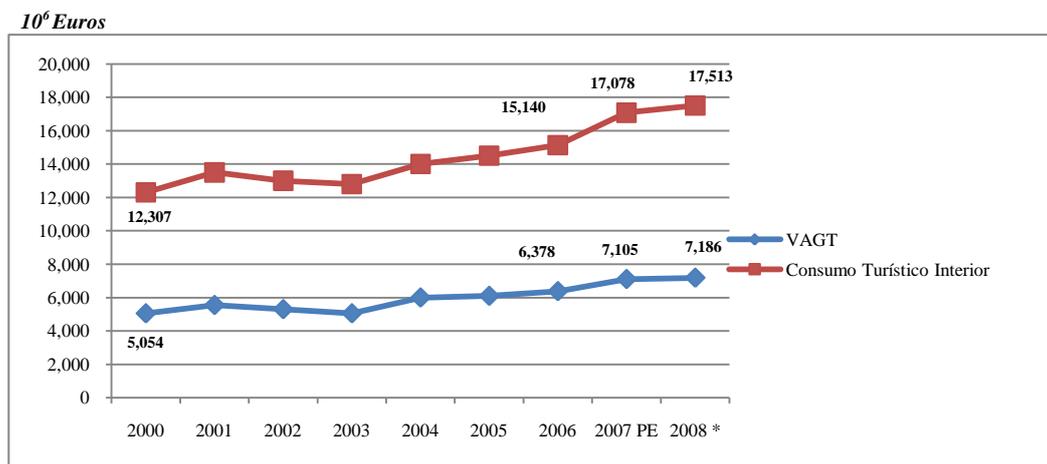
2.2.3 Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo

O denominado Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT) corresponde à parcela do Valor Acrescentado Bruto (VAB) das diferentes actividades, sendo gerado pela prestação de serviços aos turistas ou visitantes em Portugal e não Residentes.

Em 2008, destacam-se os crescimentos elevados quer para a Procura Turística, quer para o VAGT, superiores a 8%, em 2007, e 11% em 2008.

Refira-se que, entre 2000 e 2008, o consumo turístico apresentou um crescimento nominal médio anual de 4,5%, significando, no final do período, mais 5,2 mil milhões de euros, face a 2000.

Para o mesmo período, o Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo cresceu, em termos nominais, a uma média anual de 4,5%, correspondendo a mais 2,1 mil milhões em 2008, relativamente a 2000.



Fonte: Conta Satélite do Turismo 2000-2008

Legenda:

PE – Dados preliminares

* - Primeira estimativa

Figura - 9 Evolução do Consumo Turístico Interior e do VAGT, 2000 – 2008

2.3 Aspectos Teóricos e Revisão da Literatura

2.3.1 Tempo Livre e Lazer

O primeiro dos conceitos que importa delimitar adequadamente do ponto de vista teórico é, desde logo, o de **tempo livre**. A este respeito, repara-se que, na medida em que se considere o tempo da existência humana dividido entre trabalho e não trabalho, o tempo livre surge simplesmente como um subconjunto do tempo de não trabalho, correspondendo ao remanescente desse tempo uma vez descontado o período de sono.

O **lazer** é habitualmente identificado com o acto de descansar, acto esse que, embora incorpore uma carga de subjectividade intrínseca a cada indivíduo, expressa-se sempre sob determinada forma de descanso activo ou passivo.

Já o tempo livre é, por assim dizer, a fonte das actividades de turismo e de lazer, pois a não existir aquele, não existiriam também estas últimas.

2.3.2 Turismo e Turista

Uma vez esclarecidos os conceitos de tempo livre e lazer importa agora assentar no conceito de **turismo**. Nesta perspectiva, o turismo poderá entender-se simplesmente como a actividade económica decorrente dos movimentos turísticos, conforme refere Cunha (2001), numa descrição generalista, que serve à ciência económica. Vários especialistas houve, contudo noutros ramos do conhecimento, a utilizarem definições que ganharam popularidade, de que é exemplo – pela sua simplicidade - a que diz que o turismo é o estudo do homem (turista) fora do seu habitat usual (Fragola, 1996).

De forma simplista, poder-se-ia dizer que o turismo consiste numa indústria de serviços que tem por objectivo providenciar pela satisfação das necessidades dos visitantes. Há ainda quem defina o conceito de turismo em função da distância do local de residência habitual, do número de noites pagas em meios de alojamento ou de a viagem revestir propósitos relacionados com o prazer ou com o descanso.

A definição de Keller e Egon (1997) – é uma das primeiras que surgem com algum grau de sistematização. Aqui, o turismo é definido como sendo “o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para exercício de uma actividade lucrativa principal, permanente ou temporária”.

Nos anos 60, a maioria dos estudos sobre turismo concentrava-se já na sua natureza económica, sendo o turismo definido com base no tipo de recursos produtivos utilizados, bem como na natureza compósita do bem final, assim como o carácter específico da necessidade que visa satisfazer.

Echtner, Charlotte e Jamat (1997) reconhecem a dificuldade em encontrar uma definição única para actividade turística e referem que, até meados dos anos 80 do século XX, a expressão “viagens” era a mais frequente, passando, a partir daí, a ser mais utilizado o termo “turismo”, o qual “*singular describes the activity of people taking trips away from home and the industry which has developed in response to this activity*” (Matias, 2007).

Outros especialistas, como Bauer (1999) defendem que o turismo “*encompasses all travel with the of commuting*” e que este representa mais do que uma mera indústria e serviços.

Mc Intosh e Goeldner (1995) apresentam uma definição mais elaborada, segundo a qual “*tourism can be defined as the science, art, business of attracting and transporting visitors, accommodating them graciously catering to their needs and wants*”.

Estes autores introduziam pois, a noção de que o turismo é uma actividade interactiva e multidisciplinar, acrescentando mesmo que “*tourism may be defined as the sum of the phenomena and relationships arising from the interaction of tourist, business suppliers, host governments, and host communities in the process of attracting and hosting these tourists and other visitors*”. Kaspar (1987), Lickorish e Jenkins (1988), e Dumazdier (1988) vêm ainda acrescentar que o turismo não é apenas um processo interactivo, mas também um “veículo para a paz mundial”.

Outros autores, como Graburn (1989) e Lainé (1989), salientam a natureza dual do fenómeno turístico. Graburn fala do turismo como “*the sacred journey in western culture - a time of great expectations and disappointments and a way to define what it means to live a life*” Lainé, por outro lado, vê o turismo como uma “forma de imperialismo”, explicando que se trata de “uma dicotomia” entre os que têm como os países menos desenvolvidos a servirem os países dos mais desenvolvidos”. Williams e Shaw (1998) combinam esta dualidade introduzindo a noção de que “*service experience of tourism is a social experience, and as such involves human interaction whose nature of form is determined by the culture of the interacting individuals*”. Ainda nesta linha, Smith (1989) afirma que o turismo constitui, de facto, uma “importante instituição social”.

Facilmente se percebe que, dada a natureza transversal do fenómeno turístico – que atravessa vários ramos do conhecimento – não é fácil encontrar uma solução que satisfaça a todos, uma vez que cada especialista tende a olhar a realidade do turismo sob o ponto de vista que mais lhe interessa. Em termos económicos, o turismo pode ser encarado como uma transferência especial do poder de compra originada pela deslocação de pessoas, na medida em que os visitantes auferem os seus rendimentos num local diferente daquele em que vão despendê-lo, havendo por isso lugar a uma transferência especial de rendimentos de cada vez que alguém adquire um produto turístico.

Pelas mais diversas razões, o homem sempre se movimentou de uns locais para outros mas, porque o fazia livremente, não havia necessidade de o identificar por qualquer designação particular. A necessidade de uma expressão para designar o indivíduo que se desloca só se verificou quando o homem se tornou sedentário, conduzindo à noção de territorialidade e de fronteira. A partir daí passou a chamar-se hóspede (*hospites* em latim, ou *xenos* em grego) viandante, viajante ou forasteiro.

Estas expressões mantiveram-se durante séculos para designar qualquer pessoa, que se deslocasse, com o objectivo pacífico, independentemente da razão por que o fazia. Só quando as deslocações das pessoas, por motivos de prazer, de cultura ou de repouso, alcançaram carácter de regularidade, dando origem a actividades económicas, é que passou a haver necessidade de as designar por uma expressão própria.

O conceito de **turista** evoluiu bastante desde o “*Grand Tour*”, na segunda metade do século XVIII, os jovens ingleses das classes sociais mais abastadas complementavam a sua educação com uma viagem ao Continente que chegava a durar cerca de três anos – cuja designação então adoptada em Inglaterra era “*Grand Tour*” – e durante a qual visitavam as cidades mais emblemáticas da Europa naquele tempo, tais como Paris, Florença, Roma, e Veneza. No século XVIII, os que faziam a “*Grand Tour*” (mais tarde apenas designada por “*Tour*”) passaram a ser chamadas “*touristes*” – termo francês mais tarde adoptado por muitos outros países para designar, simplesmente uma qualquer viagem sem fim lucrativo. De então para cá, o conceito conheceu alguma evolução, culminando na definição da ONU (Roma, 1963)⁹, em que se distingue entre visitantes, turistas e excursionistas, sendo os primeiros “aqueles que se deslocam temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, sem que aí exerçam uma profissão remunerada”, englobando, pois, esta categoria as duas seguintes, as quais se distinguem consoante se trate de um visitante que permanece no local visitado por mais de 24 horas – turista ou menos de 24 horas caso em que se designa por excursionista.

De acordo com a OMT, “*tourist is a temporary visitor staying at least twenty –four hours not exceeding twelve months in any country not their normal place of residence, whereas excursionists, the second category of visitor, do not spend the night in the destination country. Such a definition includes people visiting for leisure purposes and business visitors, and incorporates most visitors not paid from within the country being visited....*” (WTO – 1997) ou ainda “*A person who travels to a country other than that in which s/he has his/her usual residence, but outside his/her usual environment for a period of at least one night but not more than one year, and whose main purpose of visit is other than the exercise of any activity remunerated from within the country visited. This term includes people travelling for leisure, recreation and holidays, visiting friends and relatives; business and professional;*

⁹ Conferência das Nações Unidas sobre o Turismo e as viagens Internacionais (Roma,1963).

health treatment, religious and other purposes” (Harrison, 1995). Tendo em conta a fixação de um período mínimo de 24 horas, pode-se perguntar como classificar aqueles que viajam, por exemplo, por motivo de lazer ou para assistir a um *workshop*, permanecendo no destino por algumas horas que no total não perfazem 24 horas? Com efeito, hoje em dia, é possível tomar o pequeno-almoço num país e jantar noutro ou mesmo almoçar noutro.

Sessa parece mais cauteloso, ao referir que “ *Turista deve essere considerato colui che e poi ritorna, dunque il viaggiare in se non rappresenta la sicurezza del ritorno a casa*”, (Sessa 1992).

Nesta breve definição de turista, dada por Sessa, dois elementos básicos determinam o conceito de turista.

O primeiro refere-se ao carácter temporário da viagem empreendida pelo turista, de modo que este parte de um lugar, geralmente da sua residência habitual, para outro, permanecendo neste último por certo e determinado período de tempo. Neste contexto, o turista não se confunde com o viajante comum, pois este pode bem viajar por tempo indeterminado.

O segundo elemento é a liberdade que caracteriza a viagem do turista diferentemente do militar, do estudante ou do trabalhador que o faz em cumprimento de um dever patriótico, académico ou laboral, nem sempre voluntário, mesmo nos dois últimos casos.

2.3.3 Especificidades do Turismo

A indústria de turismo apresenta, não só um conjunto das características comuns aos demais serviços, como também um conjunto das características próprias (Cunha, 1997).

Ao nível das características comuns destacam-se as seguintes:

- **Intangibilidade** - a essência do produto turístico intangível, apenas podendo ser observada e testada no acto de consumo. A intangibilidade impede que o produto turístico possa ser testado antes da decisão de compra, contrariamente ao que sucede com a aquisição de, por exemplo, uma viatura. Em turismo, testar implica consumir;
- **Produção no local de consumo** – o local de produção coincide, espacial e temporariamente, com o local de consumo, existindo uma forte interacção entre produtor e cliente, o que dificulta a estandardização. Dado que a produção ocorre na presença do consumidor, em espaço aberto, não é possível patentear, nem sequer evitar, que a concorrência tenha conhecimento dos métodos utilizados;

- **Não – armazenamento** - um espaço não ocupado (seja alojamento, transportes, alimentação ou atracções), não pode transitar para o período seguinte. Por sua vez, em cada momento, as vendas estão limitadas pela capacidade de produção instalada para o período. A capacidade de produção não utilizada nos períodos de menor procura não pode ser transferida para os períodos da maior procura. Em síntese, os níveis de produção têm que acompanhar as flutuações da procura, não sendo possível o recurso aos *stocks*.

Ao nível das características específicas destacam-se as seguintes:

- **Exposição aos serviços reduzida e intensa** - muitos serviços são utilizados por períodos relativamente longos, nomeadamente banca e seguros, enquanto, as viagens têm um horizonte temporal curto e circunstanciado. No entanto, a intensidade da exposição é muito elevada, estando sujeita a uma permanente avaliação;
- **Maior grau de emoção e de irracionalidade no acto de compra** – as características psicográficas¹⁰ do consumidor têm um papel determinante na escolha, sendo impossível a obtenção do volume de informação sobre oferta existente que permita uma tomada de decisão racional;
- **Local de consumo distante** – especialmente nas viagens internacionais, o local de consumo dista largas centenas de quilómetros do domicílio do turista. Caso se trate de uma primeira visita, o turista tem de confiar nas fontes de informação, pois não tem possibilidade de realizar qualquer tipo de viagem prévia para verificar se se trata do tipo de destino que procura;
- **Importância dos canais de distribuição** - os distribuidores assumem um papel determinante dado que, muitas vezes, a compra ocorre a centenas de quilómetros do local de consumo sem que seja possível a presença de estruturas próprias do produtor;
- **Maior dependência de serviços complementares** – o acto de viajar exige a intervenção de diferentes prestadoras de serviços que contribuem para o grau de satisfação final. Um excelente desempenho do alojamento pode ter um significado reduzido se os restantes serviços, consumidos no destino, apresentarem níveis de qualidade insatisfatórios. Muitos desses serviços complementares apresentam um forte

¹⁰ As características psicográficas podem ser avaliadas através das atitudes, interesses e opiniões dos consumidores.

grau de fragmentação. Por exemplo, 96% de empresas de alojamento e restauração dos países membros da União Europeia são micro - empresas com um número inferior a 10 empregados (Águas, 2004).

2.4 O Mercado Turístico

2.4.1 A Procura Turística

De acordo com a literatura, a modernização dos fluxos turísticos entre um país de origem e um país de destino baseia-se na função procura. A procura de um bem é a quantidade desse bem que os agentes económicos desejam obter em cada período de tempo. Do ponto de vista económico, a procura turística traduz o conjunto de bens e serviços que os visitantes (residentes e não residentes) adquirem num dado momento.

Song e Witt (2000) definem a procura turística, num determinado destino, como a quantidade de produto turístico que os consumidores estão dispostos a adquirir durante um período específico e mediante um certo conjunto de condições, contempladas na função procura através das variáveis explicativas.

González e Moral (1995), num estudo sobre a procura turística internacional em Espanha, referem que um dos problemas associados à análise do sector do turismo está precisamente relacionado com a escolha de um indicador fiável da procura turística, na medida em que, sendo uma variável não directamente observável, torna-se necessário definir uma *proxy* para a qualificar. Os autores recorrem às despesas turísticas, por considerarem ser o indicador mais apropriado do nível de serviços turísticos consumidos num país. As despesas turísticas são uma medida global, podendo ser expressas como o produto de três factores de despesas turísticas: número de turistas, a estada média e os gastos médios diários.

Melo e Sinclair (2002), num estudo sobre a procura turística da Inglaterra nos países vizinhos, utilizam o peso da despesa turística do país de origem nos países de destino como indicador da procura turística. Os autores consideram que esta variável reflecte as flutuações nos padrões de consumo turístico, permitindo aferir sobre os factores responsáveis pelas alterações a nível da despesa. Em 2000, num estudo sobre as especificações alternativas dos modelos de procura turística, os autores mencionam que situações de crescimento dos fluxos turísticos podem ser acompanhadas de um decréscimo da despesa turística, devido a taxas de inflação elevadas ou a uma menor duração da estadia. Nestes casos, a despesa turística revela-se um indicador mais fiável da procura turística do que o número de entradas de turistas.

A procura turística é também condicionada quer pelo crescimento populacional quer pelas alterações na estrutura demográfica. Estes dois factores influenciam, contudo, a procura turística de forma distinta, merecendo, por isso, um tratamento diferenciado.

O crescimento populacional mundial é actualmente de cerca de 1,5 % ao ano, contra 2% há alguns anos. O crescimento populacional deveria, num raciocínio meramente aritmético, conduzir a um aumento da procura turística. Para tal acontecer, esse crescimento demográfico teria que ocorrer em países tradicionalmente emissores de turismo, o que não acontece na realidade.

	2000	2020(Prev.)	2050(Prev.)
População mundial	5,00 biliões	7,00 biliões	9,00 biliões
África	0,65 biliões	1,40 biliões	3,00 biliões
Índia	0,95 biliões	1,30 biliões	1,50 biliões
China	1,30 biliões	1,40 biliões	1,50 biliões

Fonte: The Economist – “Pocket World in Figures -1999 edition”; “Japan 2000: An International Comparison”, Kezai Koho Center, Japan Institute and Economic Affairs.

Tabela 4 - Evolução previsível da população mundial

Segundo Crouch (1994a) há um vasto número de potenciais variáveis explicativas da procura turística, estando a sua especificação dependente de um conjunto de factores tais como: os países ou regiões objecto de análise, o período temporal do estudo, o tipo de turismo.

Cunha (2001) identifica um conjunto de factores da procura turística que agrupa em: Factores socioeconómicos (rendimento, preço, demografia), factores técnicos (os meios e os processos técnicos e tecnológicos que permitem ou facilitam as deslocações, como por exemplo, no domínio dos transportes), factores aleatórios (são variáveis imprevisíveis ou ocasionais que afectam o comportamento dos consumidores influenciando a procura turística).

O rendimento é apontado como um dos factores mais importantes para a tomada de decisão de viagem. As análises do efeito do rendimento na procura turística têm concluído que a extensão das férias e a variação da procura são directamente proporcionais ao rendimento e inversamente ao custo de vida, existindo assim uma relação positiva entre a procura turística e o nível de rendimento. Esta relação foi comprovada pela realização de diversos estudos citados por Crouch (1994b).

De acordo com Witt e Witt (1992) os destinos turísticos internacionais são entendidos com um bem “superior” ou de “luxo” e, por conseguinte, é esperado que o valor da elasticidade rendimento/procura turística internacional seja superior à unidade, o que acontece muito

frequentemente. Em 1995, Gonzáles e Moral vêm subscrever o argumento de Witt e Witt. No entanto, Crouch (1995), num estudo a respeito da integração e generalização dos resultados dos trabalhos publicados, conclui que as elasticidades variam em função do par de países origem/destino e de outras características inerentes.

A inclusão do factor preço na função procura turística resulta das seguintes considerações teóricas. O consumidor, face ao rendimento disponível, tem de optar entre o consumo de turismo e/ou consumo de outros bens e, ainda escolher entre diferentes destinos turísticos. Logo, a procura turística não é determinada apenas pelo preço dos bens turísticos, mas também pelo preço dos outros bens, em particular, dos bens de consumo duradouro. Importa ainda considerar o nível geral de preços, relativamente ao qual é possível distinguir duas situações, consoante nos posicionemos no mercado emissor ou no mercado receptor de turistas: primeira, o aumento do nível geral de preços no mercado de origem, reduz o poder de compra e, conseqüentemente, a procura turística em relação à generalidade dos destinos; segunda, o mesmo fenómeno no mercado de destino provoca uma variação negativa da procura turística no próprio destino (as pessoas continuam a viajar mas irão deslocar a procura para destinos cujo preço relativo seja inferior). Assim, o factor preço a incluir nos modelos da procura turística pode assumir diversas formas, como seja, o preço de turismo (soma do custo de vida no país de destino com custo de viajar para o país de destino), o preço dos outros bens e serviços, ou ser expressa em termos relativos para traduzir o efeito de substituição.¹¹

2.4.2 A Oferta Turística

Ao contrário do que sucede com a procura turística, em que a identificação do agente da procura não oferece grandes dúvidas, no caso da oferta turística as dificuldades são maiores, quer pela via da identificação do agente, quer pela via do próprio produto oferecido. Com grau de aproximação à realidade, o estudo do mercado turístico não é possível sem uma conceptualização e demarcação adequada da oferta turística. Em sentido lato, caberá sempre na **oferta turística** qualquer bem ou serviço adquirido e consumido por um viajante em local distinto da sua residência habitual no quadro de uma deslocação realizada com intuito de

¹¹ O efeito de substituição está relacionado, por um lado, com o facto dos turistas preferiam viajar dentro do seu país ou para o exterior e, por outro, com a escolha entre destinos turísticos.

lazer e com duração superior a vinte e quatro horas. O critério operacional de classificação da oferta turística ou não turística centra-se então na capacidade, ou não, para satisfazer necessidades turísticas. Todos os bens e serviços que satisfaçam as necessidades turísticas podem ser categorizados em:

- **Bens livres:** que se refere aos bens livremente disponíveis na natureza, tais como o clima, paisagens, etc.;
- **Bens imateriais:** são todos aqueles que, embora bastante valorizados pelo turista, têm acentuadas características de intangibilidade; é o caso das tradições e da cultura local;
- **Bens turísticos básicos criados:** aqui se reúnem um conjunto de infra-estruturas, que estando disponíveis na natureza, são aproveitadas pelo homem;
- **Bens e serviços turísticos complementares:** trata-se, como decorre da designação, de bens e serviços sem os quais não será possível o usufruto dos anteriores e de que são exemplo os meios e vias de comunicação, o alojamento e restauração.

A oferta turística tem duas componentes fundamentais:

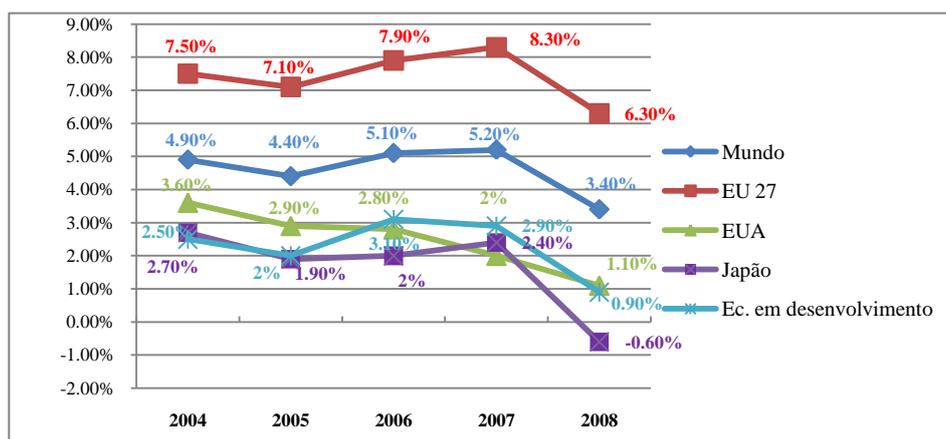
- **Recursos naturais:** os elementos da natureza, que satisfaçam as necessidades humanas;
- **Acolhimentos:** conceito que, embora englobando a noção de hospitalidade, extravasa-a amplamente, incorporando um certo tipo de organização e envolvimento institucional. Encontrando-se muito para além da mera espontaneidade dos residentes na recepção e integração do turista no meio local.

A base da oferta turística é constituída pelas localidades turísticas e pelas variantes combinações/acolhimento existentes em cada local, na medida em que para uma determinada localidade ter efectivamente interesse turístico ela deve ser atraente, acessível e permitir a estada (Cunha, 2001).

As características fundamentais da oferta requerem habitualmente investimentos vultuosos em capital fixo, bem como períodos de formação determinados para o capital humano, o que permite grande flexibilidade ao nível da capacidade instalada. Por esta razão, a oferta tem uma forte característica **de imobilidade**, de onde resulta uma elevada **rigidez** (baixa elasticidade, quer em relação ao preço quer em relação ao rendimento).

2.5 Evolução Mundial

O ano de 2008 foi caracterizado por uma situação bastante volátil e instável na economia mundial tendo-se intensificado o cenário de crise à medida que o ano foi avançando. O sector de turismo que parecia resistir, pelo menos nos primeiros meses do ano, aos cenários de quebra registados noutros sectores, como sejam a construção, o sector imobiliário ou a industria automóvel, terminou o ano também em baixa.



Fonte :EUROSTAT

Nota :O valor do Mundo e das Economias em desenvolvimento apresenta como fonte :FMI – World Economic Outlook -2009

Figura - 10 Taxa de crescimento do PIB 2004-2008

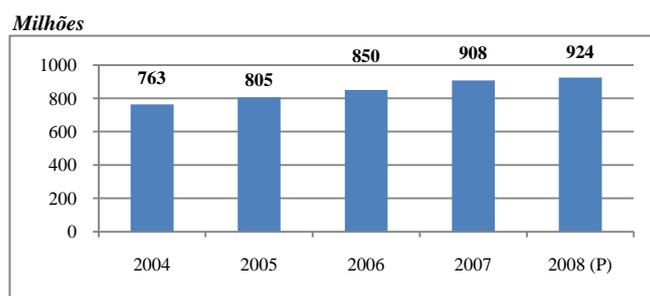
Segundo a OMT, verificam-se ainda outros factores, que contribuíram para o desempenho menos positivo do sector do turismo, nomeadamente:

- Os conflitos militares no Iraque, Afeganistão, Paquistão, Palestina;
- Os preços internacionais elevados do barril de petróleo durante mais de seis meses do ano e as conseqüentes dificuldades sentidas pelas companhias aéreas no resto do mundo;
- Problemas climatéricos frequentes, como sejam, as inundações na China, em Myanmar, no Brasil, no México e Reino Unido, ondas de calor e incêndios na Grécia e Itália, ciclones e tornados, sobretudo nas Caraíbas e países circundantes, tremores de terra, mais graves na província de Sichuan na China, as erupções vulcânicas, nomeadamente no Chile;
- Os Jogos Olímpicos na China não geraram o crescimento de turismo esperado neste país;
- O crescimento do desemprego.

O ano de 2008 foi caracterizado por uma intensa volatilidade ao nível das taxas de câmbio das principais divisas mundiais. Segundo a OMT, o dólar e, a um nível mais baixo, o euro, registaram valorizações significativas perante as divisas de vários mercados emergentes em

termos de turismo ou produtores de matérias - primas. Se, por um lado estas valorizações tornaram estes mercados mais atractivos em termos de destinos turísticos, por outro lado, a Europa e EUA perderam a competitividade.

Em 2008, de acordo com a OMT, as chegadas turísticas internacionais atingiram o total de 924 milhões em todo o mundo, mais 16 milhões do que em 2007. O crescimento de 1,7%, verificado nas chegadas de turistas em 2008, destacou-se no conjunto dos últimos cinco anos, pela quebra registada na taxa de crescimento, a qual vinha apresentando taxas crescentes desde 2005, com valores em torno dos 6% a 7%.



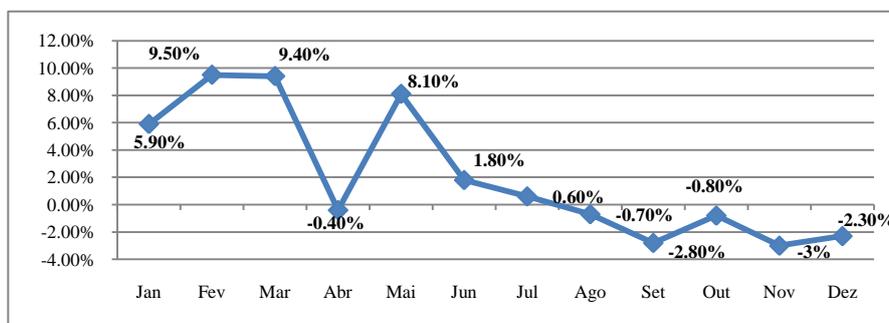
Fonte: UNWTO – Barómetro do Turismo Mundial – Janeiro 2009

Nota: (P) Os dados de 2008 apresentam um carácter provisório

Figura – 11 Total de chegadas de Turistas internacionais.

Conforme a OMT, o crescimento geral de 2% no turismo internacional em 2008 deve-se aos notáveis resultados da primeira parte do ano, à medida que o clima de instabilidade económica e financeira se alastrou pelo mundo a actividade turística retraiu-se progressivamente.

Analisando a figura 12, verifica-se que, no segundo trimestre de 2008, o cenário do primeiro trimestre mudou, traduzindo-se num crescimento negativo a partir de Agosto. Se até Junho se observou um crescimento médio nas chegadas de turistas próximo dos 6% face ao mesmo período de 2007, no segundo trimestre registou-se uma quebra média de 1,5%.



Fonte: UNWTO – Barómetro do turismo Mundial – Janeiro 2009

Figura - 12 Variação mensal das chegadas de Turistas internacionais no Mundo em 2008

Segundo a OMT, em 2008 a Europa recebeu 487,5 milhões de turistas, ou seja, mais 200 mil turistas do que em 2007. A Ásia e Pacífico, com 187 milhões foi a segunda região mais importante, logo seguida das Américas, as quais ultrapassaram os 147 milhões de turistas. O médio Oriente e África, com 55,8 milhões e 46,5 milhões, respectivamente, foram os destinos menos predominantes.

Por sub-regiões, verifica-se que o Sul da Europa e o Mediterrâneo com 178,9 milhões, juntamente com a Europa Ocidental, com 153,2 milhões, se destacaram como as zonas do globo com os maiores volumes de chegadas de turistas. O Nordeste Asiático foi a outra região que ultrapassou a barreira dos 100 milhões de turistas no ano de 2008. Com valores acima dos 50 milhões de turistas surgiram as regiões da Europa Central/Oriental, 98,7 milhões, a América do Norte, 97,8 milhões, O Sudeste Asiático, 61,4 milhões, o Norte da Europa, 56,7 milhões e o Médio Oriente, com 55,8 milhões.

Apesar de todas as regiões do mundo terem resultados positivos nas chegadas de turistas no conjunto do ano de 2008, a Europa, tendo estagnado, foi o continente com piores resultados, +0,4%. A par do contexto económico desfavorável, a cotação elevada do euro tem sido apontada como um dos factores determinantes do pior desempenho nos destinos europeus da zona euro. Os melhores desempenhos ocorreram no Médio Oriente, +14%, dando sequência ao “mais rápido crescimento mundial” do sector do turismo desde 2000.

Segundo a OMT, seguiram-se os destinos africanos com +3,5% e americanos com +2,9%, estes últimos, beneficiando sobretudo da desvalorização do dólar e da tendência que levou a que os norte-americanos escolhessem destinos mais próximos de casa. Ásia e Pacífico que, no seu conjunto em 2007, haviam atingido um crescimento de dois dígitos, +10,1% face a 2006, em 2008 não ultrapassaram os 1,2%.

A estagnação europeia em 2008 traduz, no entanto, tendências distintas. Com efeito, se por um lado, se observou um crescimento na Europa Central/Oriental de 2,3% e, ainda que a um nível mais modesto, no Sul da Europa e Mediterrâneo, 0,6%, por outro lado, o Norte da Europa e Europa Ocidental registaram quebras nas chegadas de turistas por comparação com os fluxos de 2007- (-2,2%) e (- 1,1%), respectivamente.

A Ásia e Pacífico, após um ano de 2007 com forte crescimento, no ano de 2008 também registou um recuo acentuado no ritmo de atracção de novos turistas.

Por sub-regiões, o Sul da Ásia, nomeadamente devido aos bons resultados da Índia, apresentou-se como o território com a maior dinâmica, registando um acréscimo de 3% por comparação com 2007.

No Continente Americano, a América Central e a América do Sul, com taxas de crescimento de 6,4% e 5,5%, respectivamente, foram os territórios com melhor performance no ano de 2008.

Em África, o ano de 2008 traduziu-se por resultados nas chegadas de turistas acima da média global.

Tendo como base a informação disponibilizada pelo *EUROSTAT* relativamente à balança turística de 26 países da União Europeia¹², observa-se que em 2008 a Espanha, a Itália e a Grécia foram os países com mais elevados saldos da balança turística, com 28,1 mil milhões de euros, 10,3 mil milhões de euros e 9 mil milhões, respectivamente. No extremo oposto, figuram a Alemanha, o Reino Unido e os Países Baixos, três dos principais países europeus, a par da França e da Itália, com os maiores volumes de importações de serviços turísticos, assim como emissores de turistas para o espaço comunitário.

Comparativamente com a maioria dos países europeus, Portugal apresenta um perfil claramente exportador de serviços turísticos consubstanciado pelo sexto valor mais elevado em termos de saldo da balança turística, atingindo, em 2008, 4,5 mil milhões de euros, e pela terceira posição ao nível da taxa de cobertura deste grupo de países, logo atrás da Grécia e da Espanha, que apresentaram o rácio mais elevado.

2.6 Perspectivas de evolução do Turismo até 2020

2.6.1 Mundo

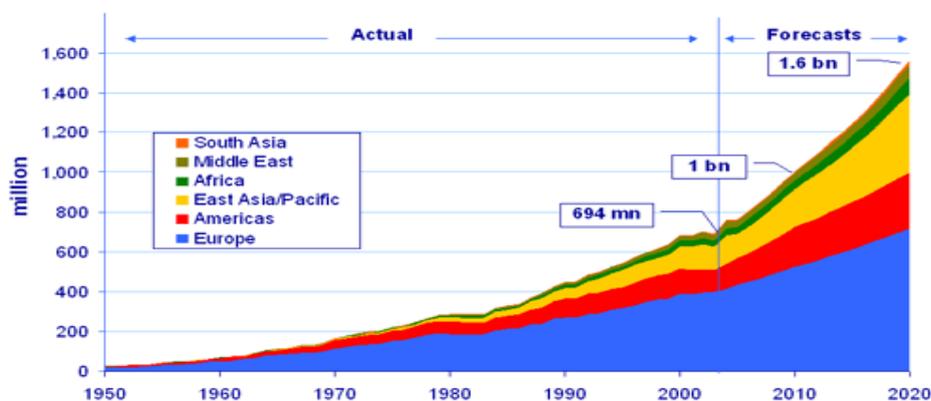
Segundo previsões da OMT para 2020, o mundo será caracterizado por uma forte presença de novas tecnologias em todos os domínios, com uma significativa automatização dos serviços e a possibilidade de se viver sem muito contacto entre as pessoas. Neste contexto, é destacado o turismo como a forma de satisfazer a necessidade humana que existirá sempre, a de contacto interpessoal.

¹² À data de 30 Julho de 2009 a informação referente a Malta ainda não se encontrava disponível.

Apesar do significativo aumento dos volumes estimados pela OMT para 2010 de seguida descritos, é de destacar que a taxa média anual esperada de crescimento do número de turistas no mundo é de 4,1% mas, tendo em consideração os turistas que visitam diversos países na mesma viagem e que efectuem diversas viagens por ano, esta taxa média anual é corrigida para 3,5%.

Conforme estimativa da OMT, o número de chegadas de turistas internacionais atingirá 1,6 mil milhões em 2020. Destas chegadas a nível mundial em 2020, 1,2 mil milhões serão intra-regionais e 378 milhões serão viajantes de longo curso.

Este número de turistas previstos para 2020 corresponde a 2,5 vezes o registado no fim dos anos 90 (Figura 13).



Fonte: UNWTO Tourism 2020 Vision

Figura - 13 Previsão de Turismo para 2020

O total de turistas por região mostra que, em 2020, as três principais regiões receptoras são Europa, 717 milhões de turistas, Ásia Oriental e do Pacífico, 397 milhões e Américas, 282 milhões, seguidos pela África, Oriente e Sul Ásia (Tabela 5).

Contudo, perante uma outra correcção, ao nível das pessoas demasiado idosas para viajar e com problemas de saúde, verifica-se que o crescimento dos potenciais clientes no turismo mundial é estimado em 7%, o que reflecte uma indústria em ascensão, relacionada com as inúmeras possibilidades ainda a explorar em matéria de turismo internacional.

	Base Year	Forecasts		Market share (%)		Average annual growth rate (%)
	1995	2010	2020	1995	2020	1995-2020
	(Million)					
World	565	1006	1561	100	100	4.1
Africa	20	47	77	3.6	5.0	5.5
Americas	110	190	282	19.3	18.1	3.8
East Asia and the Pacific	81	195	397	14.4	25.4	6.5
Europe	336	527	717	59.8	45.9	3.1
Middle East	14	36	69	2.2	4.4	6.7
South Asia	4	11	19	0.7	1.2	6.2

Fonte: UNWTO Tourism 2020 Vision

Tabela - 5 Previsão de chegadas para 2020

Leste da Ásia e do Pacífico, Ásia, Médio Oriente e África estão previstos registos de crescimento a taxas de 5% por ano, em comparação com a média mundial de 4,1%. As regiões mais maduras da Europa e das Américas são antecipadas para amostra dos resultados inferiores. Contudo, a Europa vai manter a maior quota de chegadas do mundo, apesar de se prever um declínio de 60%, em 1995, para 46%, em 2020.

No período 1995 – 2020 a taxa mundial de viagens de longo curso vai crescer mais rápido, 5,4% ao ano e o curso infra - regional, 3,8%. Por conseguinte, a relação entre infra - regionais e de longa distância de viagem passará de cerca de 82/18, em 1995, para cerca de 76/24, em 2020.

2.6.2 Portugal

O estudo realizado pela OMT revela uma estimativa de crescimento do número de turistas a uma taxa anual de 2,1%, no período entre 1995 e 2020, atingindo os 16 milhões esperados, surgindo abaixo da taxa média perspectivada para a Europa, de 3% e mesmo da taxa média prevista para o Sul da Europa, de 2,6%.

Consequentemente, estima-se que a quota de mercado mundial de Portugal, ao nível de número de turistas, seja alvo de uma redução de quota de 1,9%, em 1995, para 1,3% em 2020. Embora os diversos turistas esperados conduzam a uma taxa de crescimento anual de 2,1% nesse período, é de se ter em atenção que se prevêem distintas taxas de crescimento ao nível dos turistas por país de origem, apresentando alguns uma perspectiva de crescimento superior a essa taxa.

A Holanda, França e a Suécia surgem, com uma taxa de crescimento de 4,4% 3,8% e 2,6% respectivamente, como os países que proporcionalmente irão emitir maior número de turistas para Portugal.

No entanto, o Reino Unido e a Espanha, apesar de apresentarem uma taxa de crescimento ligeiramente abaixo da média 2%, manter-se-ão como os principais mercados emissores de turistas.

País de Origem	1995	2020 P	Crescimento anual 1995-2020	Quota de Mercado	
				1995	2020
Espanha	4.613	7.568	2,00%	48,50%	52,30%
Reino Unido	1.373	2.253	2,00%	14,43%	15,57%
Alemanha	863	1.450	2,10%	9,07%	10,02%
França	614	1.559	3,80%	6,46%	10,77%
Holanda	421	513	4,40%	4,43%	3,54%
Itália	236	288	0,80%	2,48%	1,99%
Bélgica	214	262	0,80%	2,25%	1,81%
EUA	186	244	1,10%	1,96%	1,69%
Dinamarca	118	144	0,80%	1,24%	1,00%
Suécia	100	189	2,60%	1,05%	1,31%
Outros	774	1.504	2,70%	8,14%	0,01%
Total	9.512	14.472	2,10%	100%	100%

Fonte: Organização Mundial do Turismo

Tabela - 6 Previsão de chegadas de Turistas a Portugal para 2020

3. As Especificidades da Indústria Hoteleira

3.1 Enquadramento Geral

O hotel foi desde sempre considerado a forma normal e tradicional de alojamento turístico. Para a Associação Internacional de Hotelaria, um hotel de turismo é “uma empresa de alojamento destinada a receber hóspedes que se propõem ali fazer uma estada temporária, a que se junta, geralmente, uma empresa de restauração sob forma mais ou menos desenvolvida. O hotel de turismo, pelos seus requisitos técnicos e os seus valores humanos, deve responder às necessidades que o progresso realizado no domínio de *habitat*, a higiene alimentar e o bem-estar tornam cada vez mais exigentes, do que resulta a necessidade de o dirigente e o pessoal que o explorem serem profissionalmente qualificados e respeitarem o essencial da tradição de hospitalidade” (Baptista, 1990). A legislação francesa estabelece que “o hotel é um estabelecimento comercial de alojamento, que oferece quartos ou apartamentos mobilados para aluguer, quer a uma clientela de passagem quer a uma clientela que efectua

uma estada caracterizada por um aluguer à semana ou ao mês, mas que, salvo casos excepcionais, não faz dele o seu domicílio” (Baptista, 1990).

3.2 Principais Critérios da classificação de Hotéis

Os meios de alojamento turístico são muito numerosos e variados, de acordo com os diferentes tipos de clientela, as localizações e os modos de turismo. A sua característica essencial está ligada ao uso temporário pelo cliente. Os critérios de classificação podem ser os seguintes:

1. Segundo o tipo de gestão:
 - Gestão comercial com fim lucrativo ou com fim não lucrativo.
2. Segundo o tipo dos utilizadores:
 - Estabelecimentos comerciais abertos a toda a gente;
 - Estabelecimentos de carácter especial, reservados a uma clientela limitada;
 - Alojamentos privados;
3. Segundo a duração da abertura:
 - Anual ou sazonal.
4. Segundo o grau de conforto e preço.
5. Segundo o tipo de construção:
 - Construções rígidas, construções fixas, unidades não construídas, unidades ligeiras, unidades móveis.
6. Segundo a faculdade de poderem ser ocupados por uma só família (individuais) ou por várias famílias simultaneamente (colectivas).

De acordo com a legislação portuguesa, **estabelecimentos hoteleiros** são os destinados a proporcionar alojamento, mediante remuneração, com ou sem fornecimento de refeições, e outros serviços acessórios ou de apoio, não incluindo as instalações, que embora com o mesmo fim, sejam exploradas sem instituto lucrativo e cuja frequência seja restrita a grupos limitados, tais como albergues de juventude e semelhantes, não incluem também os meios complementares de alojamento turístico e os conjuntos turísticos.

Os estabelecimentos hoteleiros são definidos segundo as seguintes categorias:

- Grupo 1 - Hotéis;
- Grupo 2 – Pensões;

- Grupo 3 – Pousadas;
- Grupo 4 – Estalagens;
- Grupo 5 – Motéis;
- Grupo 6 - Hotéis - Apartamentos;
- Grupo 7 – Aldeamentos turísticos;
- Grupo 8 – Hospedarias ou casas de hóspedes.

Ainda seguindo a legislação portuguesa, os meios complementares do alojamento turístico classificam-se do seguinte modo:

1. Apartamentos turísticos: são conjuntos de apartamentos mobilados e independentes, habitualmente locados aos turistas dia-a-dia;
2. Unidades de turismo de habitação: são constituídas por casas particulares que, servindo simultaneamente de residência aos respectivos donos, satisfaçam pelas suas características específicas, os requisitos legalmente exigidos e sejam afectadas permanentemente à prestação, para fins turísticos, de uma actividade de hospedagem, com carácter familiar;
3. Unidades de turismo rural ou de agro-turismo: são casas particulares, integradas em aglomerados populacionais de carácter rural ou em explorações agrícolas, nas quais, para além de serem a residência permanente dos seus donos, seja prestada aos turistas uma hospedagem com carácter familiar;
4. Parques de campismo.

Na óptica de declaração de interesse para o turismo, poderão ser ainda equipados de meios complementares de alojamento quartos particulares, moradias ou apartamentos que sejam ocasionalmente utilizados por turistas, mediante remuneração, e sem obrigatoriedade de prestação de qualquer serviço (Decreto – Lei nº 39/2008 de 7 de Março).

Contudo, mesmo na União Europeia que se constitui, cada vez mais, como um espaço turístico único, não existem nem conceitos nem critérios uniformes. Por exemplo, em França a categoria de hotéis inclui os motéis, mas na Grécia não, em França admite-se a categoria zero para os hotéis mas em Portugal não, em Espanha a classificação dos hotéis é determinada por aspectos meramente técnicos e quantitativos, relacionados com as instalações dos hotéis, a sua capacidade de alojamento, dimensão dos quartos, número de suites, mas não inclui nenhuma especificação relativa aos aspectos qualitativos e intangíveis do serviço e, portanto, sem qualquer avaliação do serviço oferecido em cada caso. Em Portugal, porém, essa

classificação atende à qualidade das instalações e dos serviços oferecidos, isto é, segue-se o princípio da graduação.

A simbologia utilizada também não é uniforme e varia de país para país. Em alguns casos, a identificação da categoria é feita por estrelas e outras vezes é feita por letras ou por outros símbolos:

- **Por estrelas:** De acordo com os critérios seguidos (mera existência de facilidades e/ou qualidade dos serviços prestados) os estabelecimentos são classificados, da categoria mais baixa para categoria mais elevada, de 0 a 5 estrelas ou mesmo 6 estrelas;
- **Por designação:** Segundo a qual os estabelecimentos são classificados de luxo: superior de luxo, superior, bom e razoável ou ainda “hotel rural”, “pousadas”;
- **Por ordem:** Segundo este sistema os estabelecimentos são classificados em luxo, primeira classe (1.^a), segunda classe (2.^a) ou terceira classe (3.^a);
- **Por letras:** A*, A, B*, B, C, D e E.

Com o desenvolvimento do conceito de qualidade e a sua extensão ao turismo surgiram recentemente sistemas de certificação de qualidade destinados a qualificar os estabelecimentos turísticos mediante a atribuição de uma placa Q, que garante que o estabelecimento foi sujeito a uma auditoria de qualidade.

Tal como quanto aos critérios utilizados para a classificação, também a simbologia varia de país para país. Na maior parte dos países europeus e americanos, o símbolo utilizado é composto por estrelas mas, no Reino Unido, utilizam-se coroas, na Alemanha, algumas grandes empresas de operadores turísticos utilizam conchas marinhas e em Portugal existe um sistema misto: por estrelas (1 a 5 estrelas), designações (hotéis rurais, albergaria, hotel *resort*), e ordem (1.^a a 3.^a).

3.3 Evolução de Hotéis

Os meios de alojamento têm registado uma evolução extremamente rápida em consequência da democratização do turismo.

Até anos 60, os meios de alojamento predominantes eram os estabelecimentos hoteleiros e para - hoteleiros e o próprio conceito de hotel era reservado aos estabelecimentos de tipo tradicional nascido no século XIX. A partir da década 60, surgiram as novas formas de alojamento e desenvolveram-se outras:

Hard Budget Hotels, o conceito de hotéis económicos nasceu em 1985 nos EUA mas rapidamente se estendeu à Europa, em especial a França baseado nos conceitos de conforto, calma e limpeza. O seu objectivo é oferecer uma dormida por pouco dinheiro;

Extended Stay Hotels, hotéis de permanência prolongada. O protótipo de uma unidade de alojamento neste tipo de hotéis é constituído por um *studio* ou *suite* com cozinha completamente equipada;

Boutique Hotels, este tipo de hotéis corresponde a um conceito recente e que dá resposta a uma clientela desejosa de ambientes calmos, serenos e requintados e de vivências históricas em zonas de uma atmosfera diferente da dos grandes centros urbanos.

3.4 Tendências em Hotelaria

Em consequência de a procura futura turística ser constituída por segmentos ainda mais diferenciados do que actualmente esperam-se novas alterações na concepção dos alojamentos turísticos. De acordo com as tendências actuais, poder-se-á dizer que essas alterações serão determinadas por dois factores principais: desejo de maior espaço (Gourand, 1998) e diversificação dos serviços (Benhamou, 1989). Deste modo, podem esperar-se, a longo prazo, duas tendências opostas: aumento dos hotéis de luxo, em especial nas estâncias turísticas, onde se registará o incremento dos hotéis temáticos com base no interesse cultural, histórico e em fenómenos naturais, e o aparecimento dos “*morgue – hotéis*” equipados com camas instaladas em gavetas corrediças onde o cliente passa a noite a preços baixos (Pizam, 2005).

A procura dos hotéis dotados de quartos mais espaços os parece ser a tendência actual, quer nos estabelecimentos de categorias mais elevadas quer nos de mais baixa gama.

Os hotéis destinados a viagem de negócios podem ser equipados não só por mobiliário adequado, mas também por serviços de comunicação (portátil, fax, ecrãs múltiplos) e possibilidade de cozinhar refeições ligeiras.

Poder-se-á prever uma grande variedade de modelos de quarto adaptados a uma multiplicidade de motivações que permitam ao cliente desempenhar o papel que escolheu para passar as suas férias: desportista, diletante, observador da natureza.

3.5 Estratégia de Gestão

A gestão das unidades realizada pela própria empresa proprietária é ainda a situação predominante em Portugal, embora existam já muitos casos de cedência de exploração a terceiros, extra ou intra-grupo económico, mediante o pagamento de uma renda.

Para além do desenvolvimento de marca própria, existem três modelos de base à gestão de unidades hoteleiras: *Franchising*, Contrato de Gestão, Contrato de Arrendamento.

Franchising – acordo celebrado entre uma cadeia hoteleira (nacional ou internacional) e um operador/proprietário de hotel ou conjunto de hotéis independentes. O acordo prevê que o proprietário remunere o uso do nome/marca e os diferentes serviços de suporte (ex. reservas, consultoria) oferecidos pela cadeia. O proprietário gere a sua unidade com apoio do *franchisor* durante a fase de desenvolvimento, pré-abertura e operação, através da utilização de marcas reconhecidas, sistemas de reservas e técnicas hoteleiras testadas.

Especificidades:

- O *franchising* gera negócio adicional suficiente para cobrir os custos e honorários associados;
- A escolha da marca que melhor se adequa à localização, conceito e posicionamento pretendido é um factor crítico para o sucesso da associação;
- Os acordos têm um período de 15 a 20 anos, pressupõem cláusulas de exclusividade e de terminação.

Vantagens:

- Reconhecimento imediato (marca, imagem e posicionamento);
- Acesso a canais de distribuição, publicidade e vendas/reservas;
- Manual de procedimentos;
- Apoio à promoção e gestão (*know how*);
- Centrais de compras.

Desvantagens:

- Assumpção total de risco/custos;
- Necessidade de assumir/compreender a operação;
- Custos decorrentes (adesão, *membership*);
- Risco de desadequação da marca ao mercado - alvo;

- Critérios menos flexíveis no conceito (ex. número e área de quartos, salas de reuniões).

Contrato de Gestão – acordo entre uma empresa de gestão/operador e o proprietário investidor onde o operador assume a completa responsabilidade de gestão em nome do proprietário. O operador recebe um *fee* baseado numa equação que, tendencialmente, integra componente fixa e variável. Os *fees* remuneram custos com a marca, imagem, marketing/reservas, sistemas de *back-office*. Os termos base do contrato e de renovação pressupõem um período de 15 a 20 anos e renovação de cinco anos.

Especificidades:

- Equacionável onde o proprietário não possui experiência de gestão;
- Experiência global permite, teoricamente, maior extração de valor da propriedade;
- Uma marca global é capaz de atrair procura, que de outra forma não chegaria ao hotel;
- Controlo de gestão por parte do proprietário, com equipa reduzida, mas com experiência;
- Rede de reservas consolidada;
- Cláusulas do contrato pressupõem o seu cancelamento no caso de não serem alcançados os níveis mínimos exigidos.

Vantagens:

- Não exige experiência (operador responsável pela operação e marketing/vendas);
- Gestão profissional;
- Máximo retorno;
- Acesso a crédito e/ou possível co-investimento do operador.

Desvantagens:

- Não controlo/participação activa do proprietário na operação;
- O risco financeiro e/ou de operação suportado pelo proprietário;
- *Fees* de gestão (ex. % receitas; *fee* de base + incentivo);
- Critérios menos flexíveis no conceito (ex. número e área de quadros).

Contrato de Arrendamento – um acordo de arrendamento é um contrato entre o proprietário do hotel e um operador. Este, assume total responsabilidade da operação. O proprietário recebe uma renda com base numa equação com uma parte fixa, sobre o valor do imóvel, e/ou outra variável decorrente da operação hoteleira. Existem três formas de arrendamento: com

base na receita, no resultado ou numa renda fixa. Assim, o proprietário entrega a exploração da sua unidade a terceiros mediante o pagamento de uma renda, cedendo o risco do negócio. O termo dos contratos chega a alcançar 20 a 30 anos.

Especificidades:

- Boa opção se o proprietário não possuir experiência de gestão e o retorno for superior ao obtível de outras opções;
- Cedência de todas as responsabilidades relativas à gestão;
- O operador deverá possuir um conhecimento profundo da indústria por forma a extrair valor do activo;
- Exige uma definição clara da responsabilidade e das reservas.

Vantagens:

- Não exige experiência, com gestão profissional do activo, podendo obter-se *know-how*;
- Retorno reconhecido (renda) (fixa, fixa+% vendas, fixa+% resultados, % receitas, % resultados);
- Minimização do risco (operador responsável; não necessita de investir).

Desvantagens:

- Perda de controlo das operações;
- Reduzida participação do proprietário;
- Risco financeiro suportado pelo proprietário;
- Retorno limitado da renda;
- Controlo limitado sobre o activo se estiver subaproveitado e se afectar activos circundantes.

3.6 Factores críticos da Hotelaria

Como principais factores críticos surgem, na área da hotelaria, os seguintes:

- Factores-chave de compra: instalações, serviço ao cliente, localização e preço;
- Factores de competição: canais de distribuição, instalações e localização;
- Factores críticos de sucesso: custo operacional, taxa de ocupação (resultante do controlo dos canais de distribuição, preço e marca), qualidade das instalações e serviços (impacto na fidelização dos clientes). Outro factor importante é o *RevPar*,

pelo que a maximização da receita por quarto disponível é realizada através da potencialização do *cross-selling* de serviço do hotel.

Apesar de uma das características desta indústria corresponder a uma elevada fragmentação, existe como tendência um posicionamento local ou global, em detrimento da mera presença regional.

Assiste-se a uma necessidade de expansão contínua da cobertura geográfica do negócio, em resultado da elevada competitividade e necessidade de obter maiores economias de escala nas operações.

4. Estudo Empírico

4.1 Metodologia do Estudo

A metodologia adoptada baseia-se no cálculo de rácios económico-financeiros referentes os exercícios de 2007 e 2008 de 48 empresas, distribuídas por 5 regiões: Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve.

Um dos principais pressupostos utilizados na selecção da amostra consiste num Volume de Negócios entre 2 e 5 milhões de euros.

O estudo em causa tem como objectivo principal a obtenção de um retrato da estrutura económico-financeira das empresas da hotelaria, pretendendo-se efectuar uma comparação entre regiões com a principal finalidade de medir a influência regional no crescimento económico e financeiro das empresas hoteleiras portuguesas.

Neste contexto, pretende-se calcular alguns rácios¹³ acompanhados por rubricas dos Balanços e Demonstrações de Resultados com valores agregados da amostra.

¹³ Anexo A – Pag.71.

4.1.1 Selecção da Amostra

Tendo em conta o objectivo do trabalho em causa, foi iniciada a selecção de uma amostra com base nas entidades com Código de Actividade Económica (CAE) 55111 e 55121¹⁴ com informação disponibilizada pelo INE a 19/02/2010, o que corresponde a um total de 169 empresas, (Tabela 7).

Região NUTS II	Escalação do Volume de Negócio					Total	% Zona
	1	2	3	4	5		
Norte	7	9	3	2	1	22	13%
Centro	10	10	1	1	0	22	13%
Lisboa	18	33	22	9	5	87	51%
Alentejo	1	3	0	0	0	4	2%
Algarve	5	14	8	6	1	34	20%
Total	41	69	34	18	7	169	100%

Legenda:

Escalação 1: 1.000.000€ <= VN <2.000.000€

Escalação 2: 2.000.000€ <= VN <5.000.000€

Escalação 3: 5.000.000€ <= VN <10.000.000€

Escalação 4: 10.000.000€ <=VN <20.000.000€

Escalação 5: 20.000.000€ <=VN <50.000.000€

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

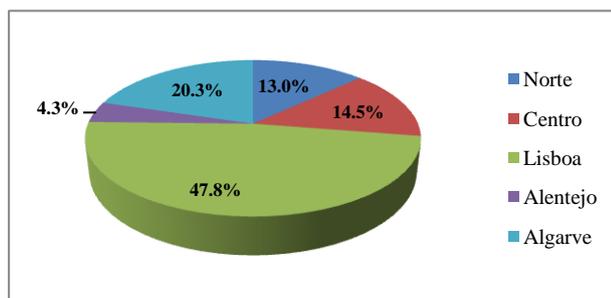
Tabela 7 – Empresas com CAE 55111 e 55121 por NUTS II, excluindo Açores e Madeira

Após esta primeira abordagem foi estabelecida a selecção de empresas apenas com o Volume de Negócios do escalão 2, reduzindo o número de empresas para um total de 69.

Perante estas 69 empresas, verificou-se a existência de algumas que explicitamente não exerciam actividade de exploração hoteleira, estando relacionadas com outras áreas: Construção, restauração ou mesmo outras actividades, o que conduziu à redução do número de empresas para 61.

De destacar que 47,8% das empresas estava sedeadada em Lisboa, 20,3% no Algarve, 14,5% no Centro, 13% no Norte e apenas 4,3% no Alentejo.

¹⁴ 55111 – Hotéis com restaurante, 55121 - Hotéis sem Restaurante.



Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Figura 14 - Distribuição das Unidades Hoteleiras da amostra por região

Após esta primeira fase, procedeu-se à inclusão de novas informações sobre as empresas, juntou-se aos dados contabilísticos informação qualitativa e fundamental para a tentativa de obter melhores conclusões tal como: O número de pessoas ao serviço, propriedade *versus* não propriedade. Por aplicação deste critério foram, excluídas da amostra as empresas relativamente às quais não foi possível obter estas informações.

Foi obtida uma amostra final de 48 empresas às quais foram agrupadas por regiões, da seguinte forma:

- Norte -7 Empresas;
- Centro – 8 Empresas;
- Lisboa – 20 Empresas;
- Alentejo – 3 Empresas;
- Algarve - 10 Empresas.

4.1.2 Limitações dos Dados Analisados

Ao nível de dados das empresas não foi possível obter a informação contabilística de todas as empresas da amostra.

Ao nível dos dados contabilísticos, a principal limitação surge com a não desagregação das dívidas a terceiros de médio/longo prazo. Pelo que foi necessário definir como pressuposto que a mesmo correspondia à dívida bancária para cálculo de diversos rácios.

Outra informação que seria de significativa importância, face ao sector em análise, corresponde ao número médio de pessoas ao serviço. Esta informação foi determinada da seguinte forma: Número total das pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros sobre número dos estabelecimentos hoteleiros. Também ao nível do Sector não foi possível a

desagregação das dívidas a terceiros de curto prazo, pelo que não foi realizável calcular o Prazo Médio de Recebimento e Prazo Médio de Pagamento do Sector.

4.2 Comparação entre Empresas da Amostra e Sector

As empresas analisadas apresentam características comuns ao sector imobiliário, como elevado peso do imobilizado no activo, com significativas amortizações, que apresentam em média 29 anos para amortização do imobilizado.

4.2.1 Rendibilidade

Em 2007 e 2008, as empresas apresentam no seu conjunto uma Margem Bruta de cerca de 84%, um EBITDA de 15% e uma Rendibilidade Líquida do Negócio de 10,5%. Contudo verifica-se que a Rendibilidade Operacional de Vendas é de 5,4% em 2007 e apenas 2,9 % em 2008. Analisando o resultado do rácio da Rendibilidade Operacional de Vendas do Sector, verifica-se uma descida de 6,4% em 2007 para 2,3% em 2008.

Observando os restantes Rácios de Rendibilidade verifica-se um *Return On Sales* (ROS) de (-0,2%) em 2007 e (-2%) em 2008, no Sector destaca-se a mesma tendência, 2,9% em 2007 e (-5,2%) em 2008, *Return On Equity* (ROE) de (-1,6%) em 2007 e uma descida para (-4,4%) em 2008, (Tabela 8).

Rácios	Média das Regiões	Média do Sector	Média das Regiões	Média do Sector
	2007		2008	
Margem EBITDA	17,10%	19,00%	14,90%	15,70%
Margem Contribuição de Vendas	84,30%	86,60%	83,70%	86,50%
Rendibilidade Operacional de Vendas	5,40%	6,40%	2,90%	2,30%
ROS (Return on Sales)	-0,20%	2,90%	-2,00%	-5,20%
ROE (Return on Equity)	-1,60%	2,20%	-4,40%	-3,50%
Rendibilidade do Activo	2,10%	1,90%	1,30%	0,60%
Rendibilidade do Negócio	11,60%	15,40%	9,90%	8,20%
Receitas Médias por Empregado	357.831	38.117	353.674	35.363
Custo Médio por Empregado	12.599	11.972	12.761	11.818
Peso dos Custos Médios com Pessoal no Vol. de Negócios	0,50%	31,40%	0,50%	33,40%
Alavanca Operacional	490,80	13,40	-25,70	37,40

Tabela - 8 Rácios de Rendibilidade ¹⁵

No que diz respeito ao peso dos Custos nos Proveitos Operacionais verifica-se que a rubrica com maior peso é a de Custos com Pessoal, 30,2%, em 2007 e, 50,2% em 2008. Com 26,4%

¹⁵ Na Tabela - 8 optou-se por calcular Rácios Médios.

em 2007 e 43,8% em 2008 segue-se a rubrica de Fornecimentos e Serviços Externos e sucessivamente as de Custos de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas, Amortizações, Encargos Financeiros e Outros Custos Operacionais por grau decrescente de importância, (Figura 15).

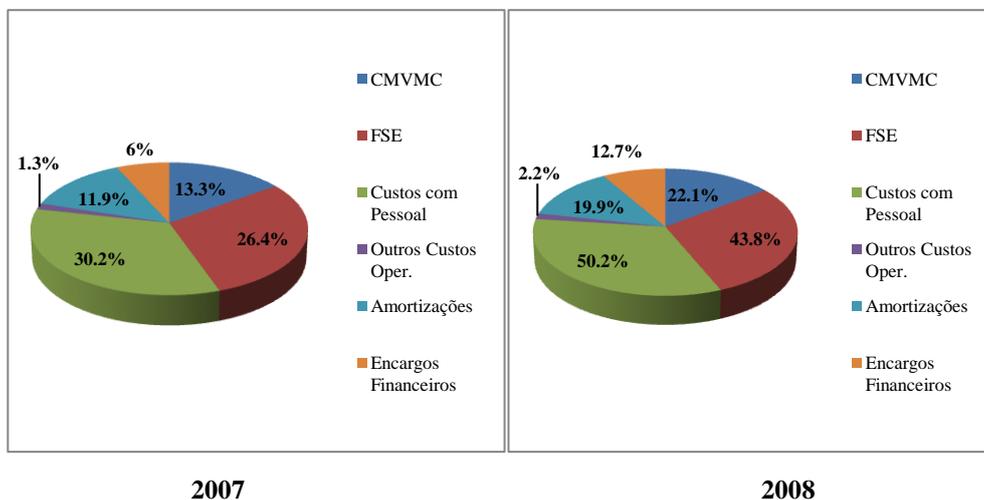


Figura 15 - Peso dos Custos nos Proveitos Operacionais

4.2.2 Estrutura Financeira

Ao nível da Estrutura Financeira destas empresas, verifica-se no seu global que o imobilizado corresponde a 60% em 2007 e 55,6% em 2008 do investimento do negócio, acompanhado por uma significativa entrada de Capitais Próprios expressa numa Autonomia Financeira de 35,6% em 2007, tendo descido para 31,2% em 2008. Ao nível do Sector não se verificou qualquer variação da Estrutura Financeira entre 2007 e 2008 que corresponde em média a 38%.

O Rácio de Endividamento evidencia um crescimento, de 47,3% em 2007 para 54,4% em 2008.

Do ponto de vista da Cobertura do Serviço da Dívida verificou-se que este indicador se reduz de 8,1% em 2007 para 6% em 2008.

O Rácio *Net Debt to Equity* destas empresas é de 2,2 no exercício de 2007, enquanto em 2008 verifica-se um aumento até 2,9 e situando-se o passivo total tem 51,5 milhões de euros e 58,5 milhões de euros respectivamente em 2007 e 2008, correspondendo em média a 34,5 % a dívida de médio/longo prazo. O Rácio da Cobertura do Imobilizado evidencia uma queda de 58,1% em 2007 para 54,5% em 2008, fruto da variação negativa dos Capitais Próprios de 36,9 milhões em 2007 para 31,2 milhões no ano seguinte.

Rácios	Média dos Regiões	Média do Sector	Média dos Regiões	Média do Sector
	2007		2008	
Autonomia Financeira	35,60%	38,60%	31,20%	38,10%
Autonomia Financeira Alargada	36,50%	38,60%	33,60%	38,10%
Rácio de Endividamento	47,30%	45,40%	54,40%	45,20%
Cobertura dos Encargos Financeiros	3,10	2,80	2,20	1,70
Cobertura Serviço da Dívida	8,10%	9,60%	6,00%	4,30%
Net Debt to Equity	2,20	1,20	2,90	1,30
Peso do Imobilizado Corpóreo no Activo	63,60%	61,30%	60,80%	60,40%
Cobertura de Imobilizado	58,10%	62,90%	54,50%	63,00%
Média dos anos para amortização de Imobil.	28,30	28,00	29,70	29,70
Investimento Corpóreo/ Receita diária	1149	1281	1241	1451

Tabela 9 – Rácios de Estrutura Financeira¹⁶

4.2.3 Liquidez

A Liquidez Geral foi calculada com o principal objectivo de medir a capacidade de pagamento das obrigações de curto prazo. O índice 0,5 em 2007 e 0,4 em 2008 indica que os créditos e bens do Activo Circulante correspondem a 0,5 e 0,4 vezes as dívidas de curto prazo. No caso das empresas avaliadas, a Liquidez Geral é mais baixa que um, o que normalmente traduz dificuldades no pagamento das dívidas de curto prazo.

Como os dados contabilísticos agregados da amostra apresentam valores de existências insignificantes, a Liquidez Reduzida mantém-se igual à Liquidez Geral.

Do ponto de vista da Liquidez Imediata destaca-se que, em 2007, as disponibilidades correspondem a 20% do valor das dívidas de curto prazo reduzindo-se para 10% em 2008, (Tabela 10).

Rácios	Média dos Regiões	Média do Sector	Média dos Regiões	Média do Sector
	2007		2008	
Liquidez Geral	0,52	0,69	0,45	0,60
Liquidez Reduzida	0,48	0,55	0,40	0,48
Liquidez Imediata	0,17	0,26	0,13	0,19
Margem de Segurança de Tesourar. (Dias)	462,3	596,8	393,8	565,8
Relação Fundo de Maneio e Activo	-0,12	-0,06	-0,15	-0,08

Tabela 10 - Rácios de Liquidez¹⁷

¹⁶ Na Tabela - 9 optou-se por calcular Rácios Médios.

¹⁷ Na Tabela - 10 optou-se por calcular Rácios Médios.

4.2.4 Funcionamento

No cálculo do Fundo de Maneio, bem como das Necessidades de Fundo de Maneio e Tesouraria Líquida, verifica-se que os Activos Circulantes são inferiores aos Passivos Circulantes, surgindo um Fundo de Maneio negativo em 2007 e 2008.

Em média são calculadas Necessidades de Fundo de Maneio negativas em 2007 e positivas em 2008 - -605 mil euros e 776 mil euros, respectivamente. No entanto, deve-se ter em consideração que os dados em análise se referem à data de 31 de Dezembro e que significativa parte dos pagamentos aos operadores turísticos ocorre no quarto trimestre do ano, após a denominada época alta.

A Tesouraria Líquida apresenta valores negativos que correspondem a -6,3 milhões de euros, em 2007, e -10,1 milhões de euros, em 2008.

Do ponto de vista do Sector verifica-se que a Tesouraria Líquida é positiva em ambos os períodos (Tabela 11).

Balço Funcional	Média dos Regiões	Média do Sector	Média dos Regiões	Média do Sector
	2007		2008	
Fundo de Maneio	-6.947.296	-610.542	-9.340.806	-923.827
Activo Circulante	9.255.589	1.359.151	9.780.977	1.382.575
Passivo Circulante	16.202.885	1.969.693	19.121.783	2.306.402
Necessidades de Fundo de Maneio	-605.496	-718.878	776.679	-1.044.769
Necessidade Cíclicas	9.085.072	1.359.151	8.357.947	1.382.575
Recursos Cíclicos	9.690.568	2.078.029	7.581.268	2.427.344
Tesouraria Líquida	-6.341.800	108.336	-10.117.485	120.942

Tabela 11 – Balço Funcional¹⁸

Foram calculados rácios de Funcionamento com a principal finalidade de mostrar o número de dias que decorre desde o momento de pagamento aos fornecedores até ao correspondente recebimento do cliente que adquire o produto.

Os dados referentes ao Prazo Médio de Recebimento mostram que foi produzido um valor médio de 44 dias, em 2007, e 45 dias, em 2008. Denominando dia 0 para indicar quando os produtos são recebidos do fornecedor, verifica-se que o prazo médio de pagamentos, em 2007, é de 115 dias e 92 dias em 2008 (Tabela12).

Entretanto, em ambos os anos destaca-se um lapso de tempo entre a saída do dinheiro e o seu

¹⁸ Na Tabela -11 optou-se por calcular Rácios Médios.

retorno à empresa, de 71 dias em 2007 e de 47 dias em 2008. É este lapso de tempo que cria nas empresas a necessidade de capital de rotação. Dado o lapso de 71 dias em 2007, cada milhão de euros de vendas requer 194 mil¹⁹ euros de capital de rotação em 2007 e 112²⁰ mil euros em 2008.

Rácios	Média dos Regiões	Média do Sector	Média dos Regiões	Média do Sector
	2007		2008	
	Rotação do Activo	0,37	0,29	0,35
Prazo Médio de Recebimento (Dias)	44	*	45	*
Prazo Médio de Pagamento (Dias)	115	*	92	*
Taxa de Juro Anual Média	3,70%	4,20%	3,60%	5,00%
Vol. Neg./Fundo e Mancio	-3,38	-4,99	-2,65	-3,06

Legenda:

* Não foi possível calcular

Tabela 12 - Rácios de Funcionamento²¹

4.3 Comparação entre Regiões

4.3.1 Rendibilidade

4.3.1.1 Receitas *versus* Custos por Empregado

Numa Abordagem das receitas e custos médios por empregado, destaca-se em 2007 a região de Lisboa com maior receita total por empregado, logo seguida pela região Alentejo. As empresas consideradas nas regiões Norte e Algarve apresentam as receitas e os custos com pessoal muito semelhantes. É de destacar que estamos a falar de receitas globais por empregado, ou seja inclui não apenas as receitas directamente relacionadas com o alojamento, mas também as inerentes à actividade de restauração e lazer/animação.

¹⁹ Necessidades de Capital de Rotação (1000000x71/365).

²⁰ Necessidades de Capital de Rotação (1000000x47/365).

²¹ Na Tabela - 12 optou-se por calcular Valores Médios.

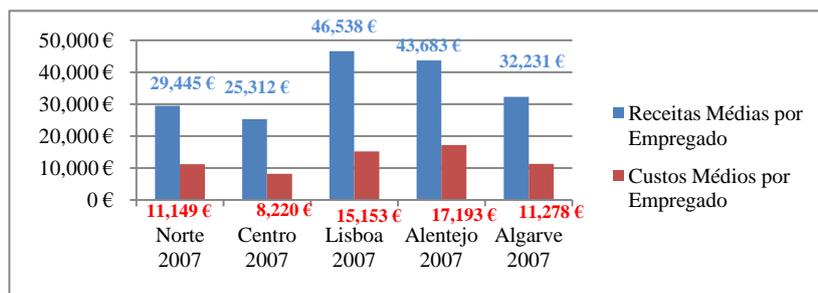


Figura 16 - Receitas Médias por Empregado *versus* Custos Médios por Empregado de 2007

Ao nível da relação proveitos/custos com as pessoas ao serviço das empresas em 2008, verificamos que a região de Lisboa continua a surgir com maiores receitas por empregado. No entanto, é de destacar que o peso dos Custos com pessoal nas empresas hoteleiras lisboetas diminuiu face a 2007 (Figura 17).

O Algarve, em ambos os períodos, surge com a realidade mais preocupante a este nível, apresentando um peso dos Custos com Pessoal em média de 35% do volume de negócios das empresas, o que naturalmente tem um forte impacto na rentabilidade da região.

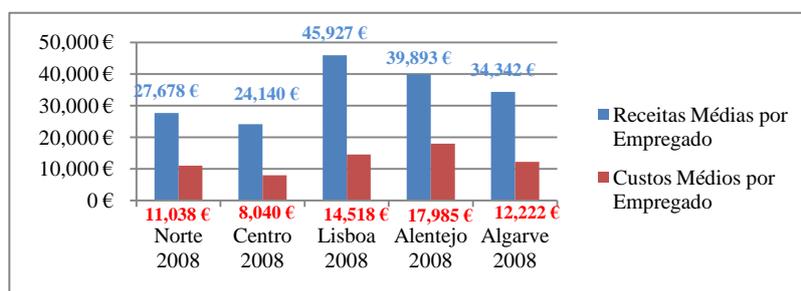


Figura 17 – Receitas Médias por Empregado *versus* Custos Médios por Empregado de 2008

4.3.1.2 Rendibilidade dos Activos e Capitais Próprios

Os dois Rácios foram calculados com o objectivo de esclarecer diferentes aspectos das empresas. A rendibilidade dos Activos abarca a eficiência operativa das empresas, enquanto a Rendibilidade dos Capitais Próprios considera como essa eficiência operativa se traduz em benefícios.

A Figura 18 mostra que, em 2007, se obtêm altos valores na região Norte e baixas rendibilidades nas regiões de Lisboa e Alentejo; Centro e Algarve apresentam um declínio preocupante.

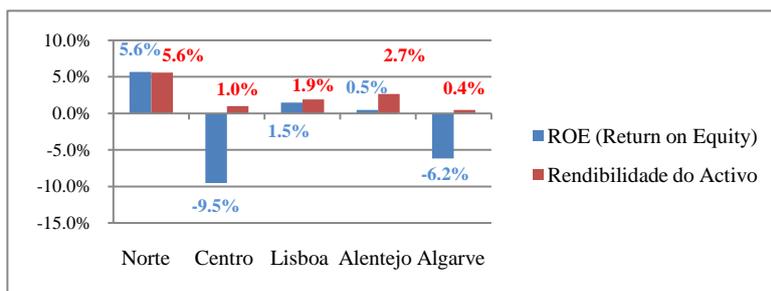


Figura 18 – Rendibilidade dos Activos e ROE de 2007

Como qualquer empresa necessitaria actualmente de definir como *target* um valor de 12% a 14% de Rendibilidade dos Activos, conclui-se que em 2007 todas as regiões produziram resultados que poderíamos considerar muito baixos.

O cenário piorou bastante em 2008, dado que todas as regiões apresentaram Rendibilidades muito inferiores face a 2007. As empresas alentejanas passaram de rácios positivos em 2007 para rácios negativos em 2008, indicando talvez que a crise financeira tem causado fortes estragos no Sector de Turismo. Só a região Norte conseguiu manter a sua posição igual ao mesmo período de 2007 (Figura 19).

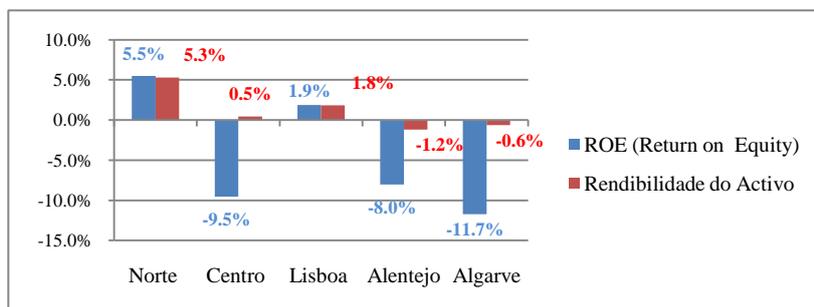


Figura 19 – Rendibilidade dos Activos e ROE de 2008

4.3.1.3 Margens e Rendibilidade Operacional

No que diz respeito às Margens e Rendibilidade Operacional que as empresas hoteleiras apresentam por região, em 2007, destaca-se a região de Lisboa com a maior margem de EBITDA e maior Margem de Contribuição das Vendas, apesar de apresentar uma Rendibilidade Operacional inferior à região Norte.

O Norte surge como a segunda melhor margem de EBITDA e, como foi referido anteriormente, com uma Rendibilidade Operacional mais elevada, sublinhando-se que em

2007 todas as regiões turísticas apresentaram em média resultados operacionais positivos, (Figura 20).

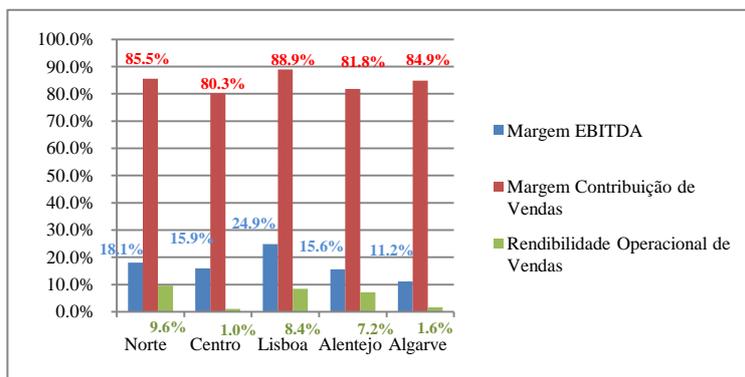


Figura 20 – EBITDA/Margem Contribuição de Vendas/Rendibilidade Operacional de 2007

As unidades do Centro e do Algarve apresentam a pior *performance*, com um EBITDA apenas de 16% e 11%, respectivamente, e chegando mesmo a apresentar um *Return On Sales* negativo em média de 4%, enquanto as outras regiões apresentam um *Return On Sales* positivo, 4% no Norte, 3% em Lisboa e só 0,5% na região do Alentejo²².

Em 2008, o cenário piorou bastante, as unidades das regiões Alentejo e Algarve apresentam Rendibilidades Operacionais negativos de (-4%) e (-0,9%) respectivamente. As outras regiões não apresentam variações significativas em termos das Margem e Resultados Operacionais (Figura 21).

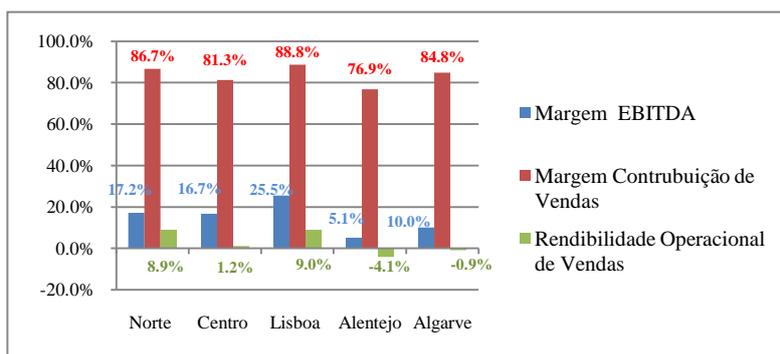


Figura 21 – EBITDA/Margem Contribuição de Vendas/Rendibilidade Operacional de 2008

²² Anexo M - Pag. 84.

Ainda em relação à capacidade de apresentar resultados líquidos positivos em 2008, surgem em média apenas as empresas da região Norte e da região de Lisboa com 4,2% e 4,4% respectivamente. Empresas do Centro, Alentejo e Algarve apresentam o *Return On Sales* negativo²³.

4.3.2 Estrutura Financeira

4.3.2.1 Rácios de Endividamento

Numa comparação da estrutura financeira das unidades das regiões em análise, verifica-se uma Autonomia Financeira Alargada de 51% na Região de Lisboa, as regiões do Norte e Alentejo apresentam este rácio superior de 40%, surgindo apenas as regiões do Centro e do Algarve com Autonomia Financeira Alargada abaixo dos 20%. Em 2008 a situação no Norte mantém-se igual e as restantes regiões tiveram um declínio (Tabela 13).

Assim sendo, as empresas do Centro reflectem um rácio *Net Debt to Equity* mais elevado em ambos os períodos, ascendendo a 4,2 em 2007 e 5,2 em 2008 e o Algarve a 3,9 e 4,4, respectivamente.

Com característica de um investimento imobiliário, as empresas de hotelaria apresentam uma Cobertura do Serviço da Dívida com uma elevada componente com maturidade superior a um ano. Este aspecto destaca-se nos dados em análise através das empresas que actuam nas regiões do Norte, de Lisboa e do Alentejo (Tabela 13).

Rácios	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
Autonomia Financeira	45,71%	19,23%	51,14%	43,25%	18,87%	45,27%	16,15%	48,52%	29,24%	16,76%
Autonomia Fin. Alargada	46,94%	20,00%	51,57%	43,75%	20,16%	46,94%	16,15%	48,78%	29,55%	26,59%
Rácio de Endividamento	24,63%	65,51%	37,04%	38,77%	70,61%	31,14%	70,51%	39,29%	58,61%	72,26%
Cobertura dos Encar. Fin.	4,81	2,13	3,60	3,85	1,17	4,13	2,46	2,41	0,84	1,10
Cobertura Serviço da Dívida	15,63%	4,89%	9,41%	8,44%	2,02%	14,45%	5,22%	8,36%	0,42%	1,55%
<i>Net Debt to Equity</i>	1,05	4,24	0,92	0,91	3,92	1,13	5,16	1,06	2,50	4,41
Taxa de Juro Anual Média	4,54%	3,40%	3,29%	3,81%	3,59%	4,83%	3,09%	4,22%	2,41%	3,66%

Tabela 13 - Rácios de Endividamento

²³ Anexo M - Pag. 84.

Em média as unidades da amostra, em 2007, reflectem uma Cobertura dos Encargos Financeiros de 3,1 em 2007 e de 2,2 em 2008 e uma Autonomia Financeira Alargada de 36% em 2007 e 34% em 2008.

4.3.2.2 Relação entre Investimento e Reembolso da Dívida

No que diz respeito ao peso do Imobilizado Corpóreo no Activo das empresas, verifica-se que o mesmo é mais significativo no Alentejo representando cerca de 80% em ambos os períodos, enquanto que no Centro 76%, em 2007, e 82%, em 2008, o Algarve, 60%, em 2007, e só 46%, em 2008, a seguir a região Norte com média de 56% e Lisboa com 43%, em 2007 e 40%, em 2008.

A região do Alentejo apresenta em média o maior período de recuperação do investimento em Imobilizado, 32 anos em 2007 e de 37 anos em 2008, logo seguida do Norte com média dos 34 anos e do Algarve com 33 anos em 2007 e 28 anos em 2008. Neste segmento destacam-se as empresas da região do Centro que apresentam média do período para amortização do imobilizado ligeiramente acima dos 19 anos (Tabela14).

Rácios	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
P ICA	57,71%	75,80%	42,52%	81,56%	60,19%	55,30%	81,90%	40,01%	81,03%	45,62%
C/I	78,70%	25,00%	103,16%	52,18%	31,29%	78,56%	19,25%	111,75%	35,15%	27,69%
M AAI	32	18	26	33	32	35	20	28	37	28
IC/RD	1.006	1.044	1.563	1.016	1.116	1.043	1.148	1.678	1.255	1.085

Legenda:

PICA - Peso do Imobilizado Corpóreo no Activo

C/I - Cobertura do Imobilizado

MAAI - Média dos Anos para Amortização do Imobilizado

IC/RD - Investimento Corpóreo/ Receita Diária

Tabela 14 – Investimento *versus* Reembolso da Dívida

Na relação entre o investimento realizado e a receita diária verifica-se que são as unidades hoteleiras da região de Lisboa, em ambos os períodos, que mais dias terão que estar abertas ao público até ultrapassar o montante investido, com 1563 dias, em 2007, e 1678 dias, em 2008, seguindo-se, em 2007, o Algarve com 1116 dias e 1085 dias, em 2008, o Alentejo com 1016 dias, em 2007, e 1255, em 2008, Centro e Norte com 1044 dias, em 2007 e 1148 dias, em 2008, e 1006 dias, em 2007, e 1043 dias, em 2008, respectivamente (Tabela 14).

4.3.3 Liquidez

4.3.3.1 Medidas de Liquidez a Curto Prazo

Os Rácios da Liquidez foram calculados para avaliar as posições financeiras das empresas da amostra, tendo com o principal objectivo de perceber se: “Terá *cash* suficiente no futuro imediato para satisfazer o seu passivo corrente à medida que se vencem os pagamentos?”

Em relação à Liquidez Geral, verifica-se que a região de Lisboa apresenta valores mais elevados em ambos os períodos seguindo-se o Alentejo, Norte, Centro e Algarve. Em média, em 2007, o índice de Liquidez Geral corresponde a 0,5. Partindo deste índice, podemos constatar que, em 2007, todas as empresas da amostra tiveram dificuldades no pagamento das dívidas de curto prazo. O cenário mantém-se igual em 2008.

Como os dados contabilísticos agregados da Amostra representam valores de existências não significativos, a Liquidez Reduzida mantém-se igual à Liquidez Geral.

Do ponto de vista da Liquidez Imediata destaca-se que, em 2007, as disponibilidades da região de Lisboa correspondem a 40% do valor das dívidas de curto prazo e só 20% em 2008, enquanto na região do Norte correspondem a 30% em ambos períodos, seguindo-se o Centro com 10%. As regiões do Alentejo e do Algarve têm poucos recursos para cumprimento dos compromissos mais imediatos (Tabela 15).

Rácios	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
Liquidez Geral	0,4	0,5	0,7	0,6	0,4	0,4	0,3	0,6	0,5	0,3
Liquidez Reduzida	0,4	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,6	0,5	0,2
Liquidez Imediata	0,3	0,1	0,4	0,03	0,04	0,3	0,1	0,2	0,02	0,02

Tabela 15 - Rácios de Liquidez

4.3.4 Funcionamento

4.3.4.1 Rotação de Activos

A figura 22 apresenta os rácios entre vendas e total de activos, sendo o mais elevado da região do Norte. As regiões do Centro e do Alentejo, em 2007, apresentam rácios que são aproximadamente de 0,4. Quando olhamos para as duas regiões finais vemos que os valores ainda são mais baixos, sendo de 0,3 no Algarve e de 0,2 em Lisboa. Será talvez melhor inverter este rácio e dizer que, em 2007, em média, são necessários 1,38 € de activos por cada

euro de vendas. Para qualquer nível de vendas, o investimento em activo, em 2007, é significativo.

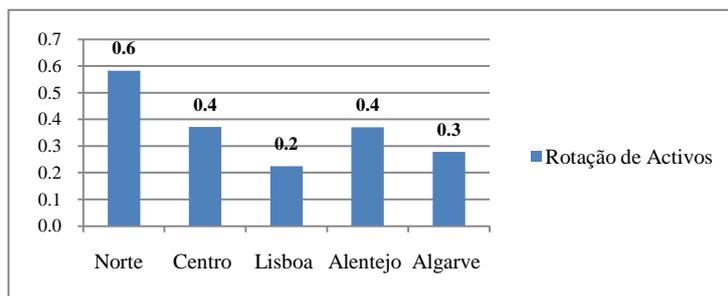


Figura 22 – Rácios de Rotação de Activos de 2007

Em 2008, notamos que o cenário continua idêntico com um pequeno desvio negativo na região do Alentejo que passou de 0,4 em 2007 para 0,3 em 2008. Todas as regiões em 2008 continuam a apresentar situações preocupantes (Figura 23).

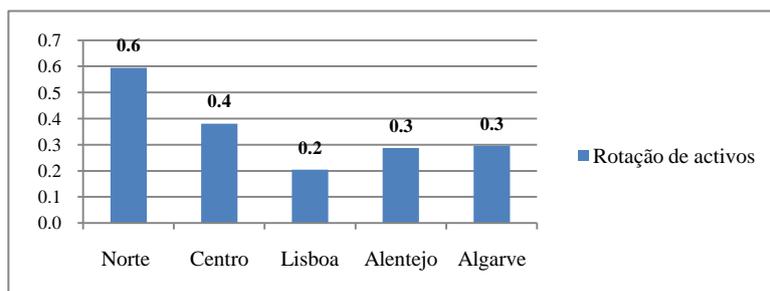


Figura 23 – Rácios de Rotação de Activos de 2008

4.3.4.2 Rotação de Capital

Os rácios de Rotação de Capital foram calculados tendo como principal finalidade mostrar o número de dias que decorrem desde o momento de pagamento a fornecedores até o dinheiro correspondente ser recebido do cliente que adquire o serviço.

Os dados referentes ao Prazo Médio de Recebimentos mostram que, em 2007, foi produzido um valor mais elevado nas regiões do Norte e do Algarve, 48 dias, enquanto o Prazo Médio de Pagamentos nas unidades hoteleiras do Norte foi de 59 dias e no Algarve de 150 dias, a seguir é a região do Alentejo com PMR de 47 dias e PMP de 133 dias, depois a região de Lisboa, e o Centro, com PMR de 46 dias e de 32 dias e PMP de 78 e 156 dias, respectivamente (Tabela 16).

Rácios	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
PMR(Dias)	48	32	46	47	48	52	41	45	53	34
PMP (Dias)	59	156	78	133	150	55	195	68	14	130

Legenda:

PMR – Prazo Médio de Recebimentos

PMP – Prazo Médio de Pagamentos

Tabela 16 – Rácios de Rotação de Capital

Denominando dia 0 para indicar quando os produtos são recebidos do fornecedor, verifica-se um lapso de tempo entre a saída do dinheiro e o seu retorno para as empresas em todas as regiões: Norte, 11 dias, Centro, 124 dias, Lisboa, 31 dias, Alentejo, 86 dias, e o Algarve, 102 dias. Em 2008, a situação é muito semelhante, o lapso de tempo na região Norte é de 2 dias, no Centro de 154 dias, na região de Lisboa de 23 dias, nas empresas do Algarve é de 96 dias²⁴, só as unidades hoteleiras do Alentejo apresentam o valor do PMR superior ao do PMP. Este lapso de tempo cria nas empresas a necessidade de capital de rotação.

Verifica-se que as unidades hoteleiras do Norte apresentam necessidades de rotação de capital de 30 mil euros, em 2007, e de 6 mil euros, em 2008, no Centro houve um aumento, em 2007, de 341 mil euros para 423 mil euros, em 2008, notamos que as empresas de Lisboa melhoraram a sua situação, em 2008, passando de 86 mil euros para 63 mil euros. Apesar do Alentejo apresentar as significativas necessidades de rotação de capital, em 2007, a situação em 2008 melhorou bastante. Quando olhamos para a região do Algarve, vemos tendências positivas de 2007, com 281 mil, para 2008 com 264 mil (Tabela 17)²⁵.

Descrição	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
Lapso de Tempo	11	124	31	86	102	2	154	23	0	96
Rotação de Capital	29.565	340.292	86.124	234.924	280.535	6.229	422.715	62.862	0	264.314

Tabela 17 – Necessidades de Rotação de Capital

²⁴Lapso de Tempo =PMR-PMP.

²⁵Necessidades de Capital de Rotação (1000000xLapso de Tempo/365).

4.3.4.3 Ciclo Financeiro de Exploração

No que diz respeito ao Fundo de Maneio por região, verifica-se a não cobertura do activo circulante por passivo circulante muito significativa em 2007 e ainda bastante elevada em 2008. Destacou-se um Fundo de Maneio negativo nas unidades hoteleiras de todas as regiões. A comparação entre 2007 e 2008, evidencia que as empresas da região Norte reduziram o Fundo de Maneio negativo, de 4,8 milhões de euros para 3,7 milhões de euros. Nas restantes regiões verifica-se ainda um aumento dos valores negativos, de 2007 para 2008: Centro, de 6,1 milhão para 9,3 milhões; Lisboa, de 13,2 milhões para 17,6 milhões; Alentejo, de 1,9 milhões de euros para 2,9 milhões de euros; e o Algarve de 8,7 milhões de euros para 13,1 milhões de euros respectivamente (Tabela 18).

Descrição	Un. Milhares de Euros									
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
	2007					2008				
Fundo de Maneio	-4.872	-6.119	-13.194	-1.816	-8.732	-3.710	-9.272	-17.628	-2.976	-13.116
Activo Circulante	3.015	6.665	27.134	2.399	7.062	2.709	3.861	32.606	3.562	6.165
Passivo Circulante	7.888	12.785	40.328	4.216	15.795	6.419	13.133	50.234	6.539	19.281
NFM	208	-1.110	2.508	691	-5.325	-84	-2.364	8.569	1.231	-3.468
NC	2.346	6.665	27.057	2.310	7.044	2.130	3.861	26.541	3.395	5.860
RC	2.138	7.775	24.549	1.619	12.369	2.215	6.225	17.971	2.164	9.328
Tesourar. Líquida	-5.081	-5.009	-15.702	-2.508	-3.407	-3.625	-6.907	-26.198	-4.207	-9.648

Legenda:

NFM – Necessidades Fundo de Maneio

NC – Necessidades Cíclicas

RC – Recursos Cíclicos

Tabela 18 - Ciclo Financeiro de Exploração

Em 2007, com mais elevadas Necessidades de Fundo de Maneio encontram-se a região de Lisboa, com 2,5 milhões de euros, a região do Alentejo, com 691 mil de euros e a região Norte, com 208 mil euros. As regiões do Centro e do Algarve não evidenciam Necessidades de Fundo de Maneio. O cenário alterou-se significativamente em 2008, pois as empresas do Norte, Centro e Algarve não evidenciam Necessidades de Fundo de Maneio, enquanto as unidades hoteleiras de Lisboa e do Alentejo aumentam este indicador para 8,5 milhões de euros e 1,2 milhões de euros respectivamente.

Todas as regiões são acompanhadas por uma Tesouraria Líquida bastante negativa. Esta situação sublinha o significativo desequilíbrio financeiro que existe nestas regiões com a apresentação de um Fundo de Maneio bastante negativo.

5. Conclusões Finais

O turismo é reconhecido como um dos sectores mais importantes nas economias modernas, não só pelo nível de receitas e emprego que gera, mas também pelos seus efeitos directos no bem - estar social, no crescimento económico, na melhoria da qualidade de vida e no reforço da coesão económica e social.

A análise dos dados disponíveis permite verificar que, tanto em termos mundiais como nacionais, as tendências predominantes no sector do turismo apontam para uma notável expansão e uma crescente dispersão dos turistas pelo planeta, traduzida numa maior diversificação de destinos turísticos e no aparecimento de destinos emergentes, nomeadamente, na Ásia, África do Norte, América Latina e Caraíbas, contribuindo em geral para uma redução de fenómenos de sazonalidade e concentração geográfica.

Em Portugal, o sector do turismo assume grande relevo e expressão económica, devido às receitas cambiais que proporciona, ao seu considerável contributo para o PIB, 4,6%, à mão-de-obra, 7,6% dos trabalhadores portugueses, e aos efeitos que induz em outros sectores de actividade. O país é um importante destino turístico à escala mundial, posicionando-se na 17ª posição no “*ranking*” dos principais destinos turísticos, com 1,7% da quota de mercado do turismo mundial e 1,2% das receitas turísticas. Apesar da emergência de novos destinos, que têm afastado os turistas dos mercados tradicionais (Europa e América), Portugal tem conseguido manter a sua posição a nível mundial.

Tradicionalmente, Portugal apresenta uma elevada dependência de um número reduzido de mercados emissores. A maior parte dos estrangeiros que visita o país é oriunda da Europa Ocidental, sendo os EUA a mais importante fonte de visitantes fora da Europa. Analisando as entradas de estrangeiros em Portugal segundo o país de nacionalidade, constata-se que, em 2007 e 2008, apenas quatro países originaram 80% do total das entradas (Espanha, Reino Unido, Alemanha e França).

O turismo afirma-se claramente como um dos sectores em que Portugal deve apostar em termos de competitividade internacional, por tradição e por assumir um conjunto de recursos excepcionais.

A aposta no desenvolvimento de uma nova zona turística portuguesa, da região Alentejo, corresponde à necessidade de diferenciação, pretendendo aproveitar as potencialidades de um enquadramento favorecido pela beleza da natureza e pela proximidade da cidade de Lisboa.

O estudo realizado pela OMT revela uma estimativa de crescimento do número de turistas a uma taxa anual de 2,1%, atingindo, em 2020, os 16 milhões esperados, surgindo abaixo da

taxa média perspectivada para a Europa, que é de 3%, e mesmo da taxa média prevista para o Sul da Europa, de 2,6%.

Igualmente de referir a tendência mundial cada vez maior para *short-breaks*, normalmente mais virados para o turismo cultural e de natureza, bem como para um turismo de qualidade diferenciadora.

Os resultados empíricos do estudo mostram que as regiões mais desenvolvidas em termos turísticos quer através do número de empresas, quer através das receitas são Lisboa e Algarve.

No entanto, apesar do Algarve surgir como a segunda região com maior número de unidades hoteleiras, a seguir a Lisboa, em termos de Rendibilidade esta região é ultrapassada pelo Centro e Norte, pois em média estas regiões apresentam uma margem de EBITDA de 18% e 16% e uma Margem de Contribuição de Vendas de 86% e 81% respectivamente, enquanto o Algarve e o Alentejo conseguem valores de EBITDA de 11% e 10% e de Margem de Vendas de 85% e 79% respectivamente. Destaca-se que apenas Lisboa apresenta margens de EBITDA e Contribuição de Vendas acima de 25% e 88% respectivamente.

Apesar de o Algarve e Alentejo terem margens muito críticas, todas as regiões, em média, conseguiram realizar Resultados Operacionais positivos.

É de destacar que a Rendibilidade Operacional das Vendas da região Norte é superior à das unidades hoteleiras de Lisboa (9,2% *versus* 8,7%), devido ao facto de as empresas de Lisboa apresentarem níveis de Amortizações e de Custos com Pessoal muito elevados. Os resultados referentes à região Centro são negativamente surpreendentes por a Rendibilidade Operacional das Vendas das empresas desta região ser superior à das unidades hoteleiras do Algarve em apenas 0,1%.

Com excepção da região do Norte e de Lisboa, as restantes regiões mostram os *Return On Sales* e *Return On Equity* médios negativos, devido aos Resultados Líquidos negativos.

A região Norte apresenta os rácios de Rendibilidade do Activo Total de 5%. As restantes regiões evidenciam situações preocupantes, com indicadores correspondentes a 1,9%, 0,3%, 0,7% e 0,2%, respectivamente para as regiões de Lisboa, Centro, Alentejo e Algarve.

A região do Centro é a que tem receitas anuais por empregado mais baixas, 24 mil euros para um número médio de 72 empregados por empresa. No entanto, é de destacar que o peso dos Custos com Pessoal nas empresas hoteleiras do Centro é significativamente mais reduzido face às restantes regiões, consumindo apenas 8 mil euros por empregado. As unidades hoteleiras de Lisboa são as que têm maiores receitas anuais por empregado, 46 mil euros, com

um número médio de pessoas ao serviço de 69 e Custos com Pessoal correspondentes a 14 mil euros.

A região do Algarve surge como a realidade mais preocupante a este nível, apresentando valores de Receitas por empregado de 33 mil euros e Custos com Pessoal de 12 mil euros, com uma média de 76 pessoas ao serviço.

Numa comparação da estrutura financeira das unidades das regiões em análise, verifica-se uma Autonomia Financeira superior a 40% nas regiões do Norte e de Lisboa, surgindo apenas as regiões do Centro e Algarve com este rácio abaixo de 20%.

Neste seguimento são as empresas com menor entrada de capitais próprios que reflectem um mais elevado rácio *Net Debt to Equity*, com a região Centro a ascender a 4,7 e o Algarve a 4,2, com uma média da amostra global de 2,5.

Como característica de um investimento imobiliário, as empresas de hotelaria apresentam um rácio de endividamento com uma elevada componente de dívida com maturidade superior a um ano. Os rácios observados são de 70%, 67%, 49%, 38%, 27% respectivamente, para as regiões de Algarve, Centro, Alentejo, Lisboa e Norte.

No que diz respeito ao Peso do Imobilizado Corpóreo no Activo das empresas, verificou-se que o mesmo é mais significativo no Alentejo, representando 81%, enquanto no Centro é de 79%, no Norte 57%, no Algarve 53% na região de Lisboa 41%.

Numa relação entre o investimento realizado e a receita média diária, de modo a estimar o número médio de dias necessário para obtenção de receitas para cobertura do primeiro, verifica-se que são as empresas de Lisboa que mais dias terão que estar abertas ao público até ultrapassar o montante investido, com 1621 dias, seguidas as unidades do Alentejo com 1135 dias, Algarve com 1101 dias, Centro 1096 dias e o Norte com 1024 dias.

A região do Alentejo apresenta em média o maior período para amortização do imobilizado, 35 anos, logo seguida da região do Norte com 34 anos, Algarve com 30 anos, Lisboa 27 anos e Centro com 19 anos.

Em média, o índice da Liquidez Geral corresponde a 0,5. Partindo deste índice podemos constatar que, em 2007 e 2008, todas as empresas da amostra tiveram dificuldades no pagamento das dívidas de curto prazo.

Do ponto de vista da Liquidez Imediata, destaca-se que, em média, as disponibilidades da região de Lisboa e do Norte correspondem a 30% do valor das dívidas de curto prazo, a

seguir, o Centro, com 10%. As regiões do Alentejo e do Algarve têm poucos recursos para cumprimento dos compromissos mais imediatos.

Na análise dos dados agregados da amostra, verificou-se um lapso de tempo entre a saída do dinheiro e o seu retorno à empresa em todas as regiões: no Norte, 7 dias, no Centro, 140 dias, na região de Lisboa, 27 dias, no Alentejo, 23 dias e no Algarve, 99 dias.

No que diz respeito ao nível das Necessidades de Fundo de Maneio, poder-se-á assistir a uma situação um pouco distorcida perante o facto dos dados em análise corresponderem a 31 de Dezembro, quando os principais recebimentos de operadores turísticos ocorrem nos últimos meses do ano, após a denominada “época alta”.

Independentemente deste cálculo poder não conseguir estimar as Necessidades Médias de Fundo de Maneio por região, é de registar que as unidades que surgem, em média, a 31 de Dezembro, com mais elevadas Necessidades de Fundo de Maneio encontram-se na região de Lisboa com 5,5 milhões de euros, no Alentejo com 4,4 milhões de euros e no Norte em média com 0,6 milhões de euros.

Como conclusão final deste trabalho destaca-se, que nem sempre a aposta numa região mais desenvolvida em termos turísticos, permite obter uma performance económica e financeira mais elevada.

A aposta no sector do Turismo, deverá partir do desenvolvimento de regiões turísticas menos desenvolvidas, como, por exemplo o Norte e o Alentejo fazendo apelo às características individuais da região, oferta de produtos turísticos específicos.

O presente trabalho contribui para o aumento do conhecimento empírico na área da hotelaria e na compreensão da importância do turismo na estrutura económica nacional.

De referir ainda que, embora as conclusões tenham interesse, podem ser sensíveis à escassez de dados, devido à reduzida informação contabilística e financeira disponibilizada por parte das empresas portuguesas ao público, sendo o universo histórico pequeno, o que obrigou a considerar uma amostra limitada e um período de tempo demasiado curto.

Quanto a possíveis futuras linhas de investigação, refira-se a introdução dos dados das unidades empresariais, que dispõem de outros tipos de alojamento.

Assim, em função do aumento do universo empresarial, teria interesse desenvolver novos métodos de avaliação para quantificar o impacto regional na performance económica e financeira das respectivas empresas da área.

Além disso, os estudos nesta área são praticamente inexistentes, pelo que é desejável que outras investigações sejam feitas para aferir da validade dos resultados empíricos do presente trabalho.

Outra questão para futura investigação prende-se com os métodos de avaliação utilizados. Teria interesse explorar outros métodos do estudo, nomeadamente uma análise horizontal mais profunda, a qual irá permitir verificar a evolução dos elementos patrimoniais e resultado durante um determinado período, e analisar os seus resultados à luz dos apresentados neste trabalho.

Conceitos

Actividade do Turismo: Conjunto de actividades cuja produção é idêntica como sendo características do turismo, pela importância que assume na relação directa do fornecedor com o consumidor (visitante).

Aldeamento Turístico: Estabelecimento de alojamento turístico constituído por um conjunto de instalações funcionalmente interdependentes com expressão arquitectónica homogénea, situadas num espaço delimitado e sem soluções de continuidade. Que se destinam a proporcionar alojamento e outros serviços complementares a turistas, mediante pagamento.

Alojamento Turístico: Estabelecimento que forneça regular ou ocasionalmente dormidas a turistas.

Capacidade de Alojamento: Número máximo de indivíduos que os estabelecimentos podem alojar num determinado momento ou período, sendo este determinado através do número de camas existentes e considerando como duas as camas de casal.

Casa de Férias: Residência secundária utilizada para fins turísticos pelos membros do agregado familiar proprietário dessa residência.

Consumo do Turismo Emissor: Consumo efectuado por visitantes residentes no âmbito de uma deslocação ao estrangeiro.

Consumo do Turismo Interior: Consumo efectuado por visitantes não residentes em Portugal e o consumo dos visitantes residentes que viajam unicamente no interior do país. Mas em lugares distintos do seu ambiente habitual, assim como a componente interna efectuada pelos visitantes residentes no país, na sequência de uma viagem turística para o exterior do país.

Consumo do Turismo Interno: Consumo efectuado por visitantes residentes no âmbito de uma deslocação no interior do país.

Consumo do Turismo Receptor: Consumo efectuado por visitantes não residentes em Portugal.

Conta Satélite do Turismo: É um instrumento de análise do sector turístico que tem por principal objectivo disponibilizar um conjunto de indicadores que permite aferir a importância do Turismo na estrutura da economia nacional.

Deslocação Turística de um só Dia: Deslocação a um ou mais destinos turísticos, incluindo o regresso ao ponto de partida no próprio dia, e abrangendo todo o período de tempo durante o qual uma pessoa permanece do seu ambiente habitual.

Despesa Turística: Montante pago pela compra de bens e serviços no próprio país e durante a realização de viagens no país ou no estrangeiro, pelos visitantes ou por outras entidades em seu benefício.

Destino Turístico: Local visitado durante uma deslocação ou uma viagem turística.

Dormida: Permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento, por um período compreendido as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte.

Duração da Viagem Turística: Número de noites passadas pelo turista fora da residência habitual.

Estabelecimento Hoteleiro: Estabelecimento cuja actividade principal consiste na prestação de serviços de alojamento e de outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições, mediante pagamento.

Estada Média no Estabelecimento: Relação entre número de dormidas e o número de hóspedes que deram origem a essas dormidas, no período de referência, na perspectiva da oferta.

Excursionista: Visitante que não pernoita no lugar visitado.

Férias: Saída do ambiente habitual, cujo motivo principal seja a ocupação do tempo com actividades recreativas, de lazer ou repouso, mesmo que lhe estejam associados outros motivos como a participação em actividades culturais ou desportivas.

Gasto Médio por Visitante: Gasto realizado em média por visitante ou por conta destes, durante a sua viagem para o país de destino.

Hóspede: Indivíduo que efectua pelo menos uma dormida num estabelecimento de alojamento turístico.

Hotel: Estabelecimento hoteleiro que ocupa um edifício ou apenas uma parte independente dele, constituindo as suas instalações um todo homogéneo, com pisos completos e contíguos, acesso próprio e directo para uso exclusivo dos seus utentes, a quem são prestados serviços de alojamento temporário e outros serviços, com ou sem fornecimento de refeições, mediante pagamento.

Motivo Principal da Viagem Turística: Motivo que sustenta a necessidade da realização da viagem, ou seja na ausência do qual a viagem não se teria realizado.

Outros Estabelecimentos de Alojamento Colectivo: Estabelecimentos destinados a turistas que põem não ter fins lucrativos e se caracterizam por ter uma gestão comum e por oferecer um conjunto mínimo de serviços comuns.

País de Residência: País no qual o indivíduo é considerado residente.

Proveitos de Aposento: Valores cobrados pelas dormidas de todos os hóspedes nos meios de alojamento turístico.

Proveitos Totais dos Meios de Alojamento Turístico: Valores resultantes da actividade dos meios de alojamento turístico: aposento, restauração e outros decorrentes da própria actividade.

RevPav: Receita de alojamento obtida por quarto disponível, correspondendo ao total de receitas com alojamento diárias a dividir pelo total de número de quartos existentes no estabelecimento.

Taxa Líquida de Ocupação – Cama: Relação entre número de dormidas e o número de camas disponíveis no período de referência, considerando como duas as camas de casal.

Turismo: Actividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior de 12 meses, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no local visitado.

Turismo no Espaço Rural: Actividades e serviços de alojamento e animação em empreendimentos de natureza familiar prestados no espaço rural, mediante pagamento.

Turista: Visitante que permanece, pelo menos uma noite num alojamento colectivo ou particular no lugar visitado.

Viagem Turística: Deslocação a um ou mais destinos, incluindo a regresso ao ponto de partida e abrangendo todo o período de tempo durante qual uma pessoa permanece fora do seu ambiente habitual.

Visitante: Indivíduo que se desloca a um lugar diferente da sua residência habitual, por uma duração inferior a 365 dias, desde que o motivo principal da viagem não seja o de executar uma actividade remunerada no local visitado.

Referências Bibliográficas

- ÁGUAS, P.- **Tendências Internacionais em Turismo**, 2ª edição, 2004 ISBN 972-757-319-8
- ARLINDO, F. - **Análise Financeira, Conceitos, Técnicas e Aplicações**, INIEF, Economia e Gestão, Lda, Lisboa 1981, CDU:658/15.75.8
- ATKINSON, H. e BERRY R. JARVIS – **Business accounting for hospitality and tourism**, London Chapman & Hill, 1995
- BAPTISTA, M.- **O Turismo na Economia: Uma Abordagem Técnica, Económica, Social e Cultural**, Edição Instituto Nacional de Formação Turística, 1ª edição, Instituto Nacional de Formação Turística, 1990, Dep. Legal PT 3546-90, CDU-338.48
- BAPTISTA, M. - **Turismo: Competitividade Sustentável**, Lisboa, Verbo, 1997
ISBN 972-221810-7
- BAUER, I. - The Impact of tourism in developing Countries on the health of The Local Host Communities: The need for more research, **The Journal of Tourism Studies**, 1999, Vol.10 Nº1, ISSN 1035.462
- BENHAMOU, F. - “Hébergement Touristique du futur. La Guerre des services n’aura pas lieu, Espaces”, **Révue du Tourisme et des Loisirs**, Mars/Avril, 1998
- CARRARO, C. e MANENTE, M – “The Trip Forecasting Models of World Tourism Flows from and Italy”, **Quaderni**, 1994, Pag. 94
- CIARAN, W. - **Rácios Fundamentais de Gestão, Como analisar, comparar e controlar os números que impulsionam o valor da empresa**, Instituto PIAGET, 1996
ISBN 972.771-452-8
- COOPER, C. - **Tourism: Principles and practice**, New York, 1998
- CROUCH, G. - “The Study of International Tourism Demand: A Survey of Practice”, **Journal of Travel Research**, 32, Abril, 1994a, Pag.41-55
- CROUCH, G. - “The Study of International Tourism Demand: A review of Findings”, **Journal of Travel Research**, 33, Julho 1994b, Pag.12-23
- CROUCH, G. - “Analysis of Tourism Demand”, **Journal of Travel Research**, 33, Verão, 1995, Pag. 12-23
- CUNHA, L. – **A Importância do Turismo na Economia Nacional**, Cadernos da Economia, Lisboa –A 8, Nº29, Out/Dez 1994, Pag. 51-56, ISSN 0874-4068
- CUNHA, L. – **Economia e Política do Turismo**, Lisboa Mc Graw-Hill, 1997,
ISBN 972-8298-52-8
- CUNHA, L. e FERREIRA L. – **Leis do Turismo: Novos Diplomas Comentados e Anotados**, 2ª edição, Lisboa, Quid. Juris. D.L. 1999
- CUNHA, L. – **Introdução ao Turismo**, Lisboa, Verbo, 2001, ISBN 978-972-22-20859
- CUNHA, L. – **Perspectivas e Tendências do Turismo**, 1ª edição Universitárias Lusófonas, 2009 ISBN 972-8296-88-6
- DGT - **O Cluster do Turismo**, Setembro, 2001
- DGT - **Turismo em Portugal**, 2004
- DGT – **Performance Competitiva das Regiões**, 2006

- DUMAZDIER, J- **Révolution Culturelle du Temps libre et Pratiques Touristiques**, Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence, 1988
- ECHTNER, G., CHARLOTTE, F., JAMAT, T. – “The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies”, **Annals of Tourism Research**, vol. 24, nº4, 1997
- EUGENIO-MARTÍN, J. – **Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach**, FEEM, Working Paper, University of York, 2004
- FRAGOLA, M. – **Profilo Comunitario del Turismo**, Padova, CEDAM, 1996
ISBN 88-13-19733-0
- GABINETE DE ESTUDOS E PROSPECTIVA ECONOMICA, **Turismo: Uma Actividade Estratégica**, Lisboa, coleção Economia e Prospectiva, 1998, 0873-6227;7, CDU338.48(469)
- GONZÁLEZ, P. e MORAL, P. -“An Analysis of the International Tourism Demand in Spain”, **International Journal of Forecasting**, 11, Junho, 1995, Pag.233-251
- GOURAND, P. – “Hébergement Touristique du future; Noubliez pas le service”, **Espaces, Révue du Tourisme et des Loisirs**, Mars/Avril, 1998
- GRABURN, N. – **Tourism: the Sacred Journey, Hosts and Guests, the Anthropology of Tourism**, Edition by Valene L. Smith University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989
- HARRISON, D. - **Tourism & The Less Developed Countries**, England, John Wiley & Sons Ltd, 1995
- INE, **Anuário Estatístico de Portugal 2005**, edição 2006
- INE, **Anuário Estatístico de Portugal 2006**, edição 2007
- INE, **Anuário Estatístico de Portugal 2007**, edição 2008
- INE, **Anuário Estatístico de Portugal 2008**, edição 2009
- INE, **Anuário Estatístico de Portugal 2009**, edição 2010
- INE, **Estatísticas do Turismo 2005**, edição 2006
- INE, **Estatísticas do Turismo 2006**, edição 2007
- INE, **Estatísticas do Turismo 2007**, edição 2008
- INE, **Estatísticas do Turismo 2008**, edição 2009
- INE, **Estatísticas do Turismo 2009**, edição 2010
- JENSEN, T. – “Income and price Elasticities by Nationality for Tourists in Denmark”, **Tourism Economics**, 1992, (4)2, Pag.101-130
- KASPAR, C. – “Le Tourisme, object dun étude scientifique”, **Révue du Tourisme**, nº2 AIEST, 1987
- KELLER, P. e EGON, S. – **Increased International Competition: New Challenges for Tourism Policies in European Counties**, Background Paper, WTO/CEU-ETC Seminar, 1997
- LAINÉ, P. – **Tourisme et Théorie du Système Général, Sensibilisation à Approche Systémique du Tourisme**, Centre des Hautes Études Touristiques, Aix –en-Provence, 1989
- LEDESMA-RODRIGUES, F. – “Panel Data and Tourism: a Case Study of Tenerife”, **Tourism Economics**, 2001 (7), Pag.171-185

- LICKORISH,L. e JENKINS,C.-**An Introduction to Tourism**, Butterworth, Heinemann, 1988
- MATIAS, A. - **Economia -Importância do Turismo**, Tese Doutoramento, Economia, ISEG Universidade Técnica, Lisboa,2005
- MATIAS, A. - **Economia do Turismo, Teoria e Prática**, Edição Instituto PIAGET, 2007. ISBN 972-20-1418-8
- MC INTOSH, M. e GOELDNER, R. - **Tourism Principles, Practices, Philosophies**, 7ª Edition, Wiley, 1995
- MELO, M. e SINCLAIR, T. – “A system of Equations Model if UK Tourism Demand in Neighboring Countries”, **Applied Economics**, 2002, 34, Pag. 509-521
- MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO - **O Turismo em Portugal em 2006**, Dep. Legal PT. 250627-06, CDU338.48(469)
- MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO – **Hotelaria e Turismo: Reflexão sobre Modelos de Negócio e Marcas Hoteleiras**, Julho, 2009
- MILL, R. – **The Tourism System**, 1994
- NEVES, J. – **Avaliação de Empresas e Negócios**, Fundamentos, Técnicas e Aplicações, Mc Graw-Hill, 2002, ISBN:972-773-131-7
- PEARCE, P. - **Tourism: Bridges across continents**, Irwin/ Mcgraw – Hill, 2001
- PIZAM, A – **International Encyclopedia of Hospitality Management**, Elsevier, Butterwordth, Heinemann, 2005
- PINTO SUSANA – **Empresas de Hotelaria: Uma Análise Económica e Financeira**, Tese de Mestrado, ISCTE, 2008
- RICHARD, A. - **Princípios de Finanças Empresariais**, McGraw – Hill de Portugal, 5ª edição, 1998 ISBN972-8298-48-X
- SEPÚLVEDA, A – **Análise Estrutural e Regional da Oferta Turística no Período 1994-1999 e a sua evolução recente**, Lisboa, Departamento de Prospectiva e Planeamento do Ministério das Finanças, 2003
- SESSA, A. - **Elementi di Sociologia e Psicologia del Turismo**, Roma, CLITT, 7ª Edizione, 1992
- SINCLAIR, M e STABLER, M – **The Economics of Tourism**, London and New York, Routledge, 1997
- SMITH, L –**Hosts and Guests, the Anthropology of Tourism**, Edition by Valene, 1989
- SONG, H. e WITT, S **Tourism Modeling and Forecasting-Modern Econometric Approaches**, Pergamon, 2000
- STEVEN, M. - **Business Ratios and Formulas: A Comprehensive Guide**, USA, 2002
- WALSH, C. – **Rácios Fundamentais de Gestão: Como Analisar e Controlar os Números que Impulsionam o Valor da Empresa**, Lisboa: Inst. Piaget D.L. 2001,
- WITT, S. e WITT, C. - **Modeling and Forecasting Demand in Tourism**, London, Academic Press Limited, 1992
- WITT, S. e MOUTINHO, L. – **Tourism marketing and management handbook**, Prentice Hall New York, 1994

WILLIAMS, M. e SHAW, G. – **Tourism & Economic Development** , Western Experiences, 1991

WILIAMS, M. e SHAW, G. – **Tourism policies in changing economic environment**, Western Experiences, 1998

WTO, World Tourism, 1997

WTO – **Tourism 2002 Vision: Global Forecast and profiles of Market segments**, 2001

WTO, World Tourism Barometer, 2004

WTO, World Tourism Barometer, 2007

Web Sites

<http://www.hoteis-portugal.pt>

<http://www.ahp-monitor.pt>

<http://www.unwto.org/index.php>

<http://jtr.sagepub.com/>

<http://www.elsevier.com>

Legislação

Decreto-Lei nº39/2008 de 7 de Março 2008

Anexo A – Descrição dos Rácios

Rendibilidade

- **Margem EBITDA:** EBITDA sobre o Volume de Negócio.
EBITDA (Resultados Operacionais +Amortizações+Provisões);
Volume de Negócio (Vendas +Prestações de Serviços).
- **Margem Contribuição de Vendas:** Margem Bruta ou de Contribuição sobre o Volume de Negócio.
Margem Bruta ou de Contribuição (Proveitos Operacionais deduzidos de CMVMC).
- **Rendibilidade Operacional de Vendas:** Resultados Operacionais sobre o Volume de Negócios.
- **ROS (Return On Sales):** Resultados Líquidos do exercício sobre o Volume de Negócios.
- **ROE (Return on Equity):** Resultados Líquidos do exercício sobre Capitais Próprios.
- **Rendibilidade do Activo:** Resultados Operacionais sobre o Activo Líquido.
Activo Líquido (Activo Total deduzido Amortizações e Provisões).
- **Rendibilidade do Negócio:** *Cash Flow* Líquido sobre o Volume de Negócio.
Cash Flow Líquido (Resultados Líquidos do exercício+Amortizações+Provisões).
- **Receitas Totais por empregado:** Proveitos Operacionais sobre Número de Pessoas ao Serviço.
- **Custo Médio por empregado:** Custos com Pessoal sobre Número de Pessoas ao Serviço.
- **Peso dos Custos com Pessoal no Volume de Negócio:** Custos com Pessoal a dividir pelo Número de Pessoas ao Serviço sobre o Volume de Negócios.
- **Alavanca Operacional:** Margem Bruta ou de Contribuição sobre Resultados Operacionais.

Alavanca Financeira

- **Autonomia Financeira:** Capitais Próprios sobre Activo Líquido.
- **Autonomia Financeira Alargada:** Capitais Próprios+Suprimentos sobre Activo Líquido.
Suprimentos (Empréstimos do Grupo/Accionistas).
- **Rácio de endividamento:** Dívida a Longo Prazo sobre Dívida a Longo Prazo+ Capitais Próprios.
- **Cobertura dos Encargos Financeiros:** EBITDA sobre Encargos Financeiros.

- **Cobertura Serviço da Dívida:** *Cash Flow* Líquido sobre *Net Debt*.
Net Debt (*Dívida MLP*+*Dívida a Instituições Financeiras*+*Fornecedores de Imobilizado*+*Outros Credores* – *Caixa e Títulos Negociáveis*).
- ***Net Debt to Equity*:** *Net Debt* sobre Capitais Próprios.
- **Peso do Imobilizado Corpóreo no Activo:** Imobilizado Corpóreo Líquido sobre Activo Líquido Total.
- **Cobertura do Imobilizado:** Capitais Próprios sobre Imobilizado Líquido Total.
- **Média dos anos para amortização de Imobilizado Corpóreo:** Imobilizado Corpóreo Bruto a dividir por Amortizações do exercício.
- **Investimento/Receita diária:** Imobilizado Corpóreo Bruto sobre Volume de Negócios a dividir por 365 dias.

Liquidez

- **Liquidez Geral:** Activo Circulante sobre Passivo Circulante.
Activo Circulante (*Dívidas de Terceiros a Curto Prazo* + *Existências*);
Passivo Circulante (*Dívidas a Terceiros a Curto Prazo*).
- **Liquidez Reduzida:** Activo Circulante deduzido de Existências sobre Passivo Circulante.
- **Liquidez Imediata:** Disponibilidades e Títulos de Curto Prazo sobre Passivo de Curto Prazo.
- **Margem de Segurança de Tesouraria (Dias):** Disponibilidades e Títulos de Curto Prazo +Valores a Receber sobre Pagamentos diários decorrentes das Operações.
Pagamentos diários decorrentes das Operações (*CMVMC*+*Outros Custos Operacionais* a dividir por 365 dias).
- **Relação Fundo de Maneio e Activo:** Fundo de Maneio sobre Activo Líquido.

Funcionamento

- **Rotação do Activo:** Volume de Negócios sobre Activo Líquido.
- **Prazo Médio de Recebimento (Dias):** Dívidas de Clientes sobre o Volume de Negócios multiplicado 1+Taxa de IVA, a multiplicar por 365 Dias.
- **Prazo Médio de Pagamento (Dias):** Dívidas a Fornecedores sobre *CMVMC*+*FSE*, multiplicado por 1+Taxa de IVA, a multiplicar por 365 Dias.
- **Taxa de Juro Anual Média:** Encargos Financeiros sobre *Net Debt*.

- **Relação Volume de Negócio e Fundo de Maneio:** Volume de Negócio sobre Fundo de Maneio.

Fundo de Maneio (Activo Circulante deduzido de Passivo Circulante).

- **Necessidades de Fundo de Maneio:** Necessidades Cíclicas deduzido de Recursos Cíclicos.

Necessidades Cíclicas (Clientes+Existências+Adiantamentos a Fornecedores +Estado a Receber +Outros Devedores de Exploração);

Recursos Cíclicos (Fornecedores+Adiantamentos de Clientes+Estado a pagar +Outros Credores de exploração).

- **Tesouraria Líquida:** Fundo de Maneio subtraído de Necessidades de Fundo de Maneio.

Anexo B – Dados Financeiros e Rácios Região – Norte, Ano 2007

ANO	2007
Nº EMPRESAS AVALIADAS	7
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	22
PESO NA REGIÃO	32%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	9
PESO NA AMOSTRA	78%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	64

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	13.191.337	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	12.896.099	97,8%	MARGEM EBITDA	18,1%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	295.238	2,2%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	85,5%
CMVMC	2.160.703	16,4%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	9,6%
MARGEM BRUTA	11.030.634	83,6%	ROS (RETURN ON SALES)	4,4%
FSE	3.580.850	27,1%	ROE (RETURN ON EQUITY)	5,6%
CUSTOS COM PESSOAL	4.994.614	37,9%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	5,6%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	125.927	1%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	12,9%
EBITDA	2.329.243	17,7%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	29.445
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	1.096.022	8,3%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	11.149
RESULTADOS OPERACIONAIS	1.233.221	9,3%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,6%
RESULTADOS FINANCEIROS	-381.103	-2,9%	ALAVANCA OPERACIONAL	8,9
Encargos Financeiros	484.567	3,7%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	571.722	4,3%	AUTONOMIA FINANCEIRA	45,7%
CASH FLOW LÍQUIDO	1.667.744	12,6%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	46,9%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	24,6%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	4,8
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	15,6%
			NET DEBT TO EQUITY	1,1
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	57,7%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	78,7%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	32,4
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1005
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,4
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,4
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,3
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	541
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,2
			FUNIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,6
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	48
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	59
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	4,5%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-2,6
			FUNDO DE MANEIO	4.872.745
			ACTIVO CIRCULANTE	3.015.720
			PASSIVO CIRCULANTE	7.888.465
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	208.575
			NECESSIDADES CÍCLICAS	2.346.794
			RECURSOS CÍCLICOS	2.138.219
			TESOURARIA LÍQUIDA	5.081.320

BALANÇO	
ACTIVO TOTAL	22.140.009
IMOBILIZADO LÍQUIDO TOTAL	12.858.243
Imobilizado Corpóreo	12.776.597
INVESTIMENTOS FINANCEIROS	2.391.669
DÍVIDA DE TERCEIROS MLP	246.595
EXISTÊNCIAS	244.118
DÍVIDA DE TERCEIROS CP	2.771.602
Clientes	1.415.424
Sócios/Accionistas/Grupo	668.926
Outros devedores	687.252
DISPONIBILIDADES E TÍTULOS DE C.P.	1.977.116
CUSTOS DIFERIDOS	1.650.666
CAPITAIS PRÓPRIOS	10.119.535
PASSIVO	12.020.474
DÍVIDA A TERCEIROS - MLP	3.307.450
DÍVIDA A TERCEIROS - CP	7.888.465
Fornecedores	771.625
Dívidas a IC	5.282.171
Empréstimos de Sócios/Grupo	273.564
Adiantamento de Clientes	106.563
Fornecedores de Imobilizado	194.511
Outros credores	1.260.031
ACRESCIMOS E DIFEREMENTOS	824.559
IMOBILIZADO CORPÓREO BRUTO	35.532.526
NET DEBT	10.673.341
ACTIVO LÍQUIDO	22.140.009

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo C – Dados Financeiros e Rácios Região – Norte, Ano 2008

ANO	2008
Nº EMPRESAS AVALIADAS	7
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	22
PESO NA REGIÃO	32%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	9
PESO NA AMOSTRA	78%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	66

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	12.787.432	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	12.457.328	97,4%	MARGEM EBITDA	17,2%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	330.104	2,6%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	86,7%
CMVMC	1.992.026	15,6%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	8,9%
MARGEM BRUTA	10.795.406	84,4%	ROS (RETURN ON SALES)	4,2%
FSE	3.421.422	26,8%	ROE (RETURN ON EQUITY)	5,5%
CUSTOS COM PESSOAL	5.099.539	39,9%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	5,3%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	132.689	1%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	12,5%
EBITDA	2.141.756	16,7%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	27.678
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	1.029.592	8,1%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	11.038
RESULTADOS OPERACIONAIS	1.112.164	8,7%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,6%
RESULTADOS FINANCEIROS	-423.545	-3,3%	ALAVANCA OPERACIONAL	9,7
Encargos Financeiros	518.432	4,1%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	522.393	4,1%	AUTONOMIA FINANCEIRA	45,3%
CASH FLOW LÍQUIDO	1.551.985	12,1%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	46,9%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	31,1%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	4,1
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	14,4%
			NET DEBT TO EQUITY	1,1
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	55,3%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	78,6%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	34,6
			INVESTIMENTO(I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1042
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,4
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,4
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,3
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	582
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,2
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,6
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	52
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	55
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	4,8%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-3,4
			FUNDO DE MANEIO	-3.710.066
			ACTIVO CIRCULANTE	2.709.542
			PASSIVO CIRCULANTE	6.419.608
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	-84.652
			NECESSIDADES CÍCLICAS	2.130.616
			RECURSOS CÍCLICOS	2.215.268
			TESOURARIA LÍQUIDA	-3.625.414

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo D – Dados Financeiros e Rácios Região – Centro, Ano 2007

ANO	2007
Nº EMPRESAS AVALIADAS	8
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	22
PESO NA REGIÃO	36%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	10
PESO NA AMOSTRA	80%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	70

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS		RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	14.174.683	100%	RENDIBILIDADE
VOLUME DE NEGÓCIO	13.919.810	98,2%	MARGEM EBITDA
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	254.873	1,8%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS
CMVMC	2.996.298	21,1%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS
MARGEM BRUTA	11.178.385	78,9%	ROS (RETURN ON SALES)
FSE	4.225.233	29,8%	ROE (RETURN ON EQUITY)
CUSTOS COM PESSOAL	4.603.208	32,5%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	139.294	1%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO
EBITDA	2.210.650	15,6%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	2183.168	15,4%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO
RESULTADOS OPERACIONAIS	27.482	0,2%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO
RESULTADOS FINANCEIROS	-697.796	-4,9%	ALAVANCA OPERACIONAL
Encargos Financeiros	1.039.947	7,3%	ALAVANCA FINANCEIRA
RESULTADO LÍQUIDO	-687.975	-4,9%	AUTONOMIA FINANCEIRA
CASH FLOW LÍQUIDO	1.495.193	10,5%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO
			100%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS
			2,1
			76,9%
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA
			4,9%
			75,8%
			NET DEBT TO EQUITY
			4,2
			0,1%
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO
			75,8%
			1,1%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO
			25%
			16,6%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO
			18,2
			2,7%
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)
			1044
			0,0%
			LIQUIDEZ
			13,9%
			LIQUIDEZ GERAL
			0,5
			4,4%
			LIQUIDEZ REDUZIDA
			0,5
			0,8%
			LIQUIDEZ IMEDIATA
			0,1
			19,2%
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)
			312
			80,8%
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO
			-0,2
			36,5%
			FUNCIONAMENTO
			34,1%
			ROTAÇÃO DO ACTIVO
			0,4
			6,9%
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)
			32
			10,9%
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)
			156
			0,8%
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA
			3,4%
			0,2%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO
			-2,3
			1,7%
			FUNDO DE MANEIO
			-6.119.687
			13,7%
			ACTIVO CIRCULANTE
			6.665.673
			10,1%
			PASSIVO CIRCULANTE
			12.785.360
			10,2%
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO
			-1.110.301
			81,6%
			NECESSIDADES CÍCLICAS
			6.665.577
			100%
			RECURSOS CÍCLICOS
			7.775.878
			TESOURARIA LÍQUIDA
			-5.009.386

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo F – Dados Financeiros e Rácios Região – Lisboa, Ano 2007

ANO	2007
Nº EMPRESAS AVALIADAS	20
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	87
PESO NA REGIÃO	23%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	33
PESO NA AMOSTRA	61%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	68

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	63.291.726	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	62.502.077	98,8%	MARGEM EBITDA	24,9%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	789.649	1,2%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	88,9%
CMVMC	7.733.058	12,2%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	8,4%
MARGEM BRUTA	55.558.668	87,8%	ROS (RETURN ON SALES)	3,4%
FSE	18.265.012	28,9%	ROE (RETURN ON EQUITY)	1,5%
CUSTOS COM PESSOAL	20.607.588	32,6%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	1,9%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	1.140.763	1,8%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	19,8%
EBITDA	15.545.305	24,6%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	46.538
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	10.283.766	16,2%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	15.153
RESULTADOS OPERACIONAIS	5.261.539	8,3%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,5%
RESULTADOS FINANCEIROS	-1.839.560	-2,9%	ALAVANCA OPERACIONAL	10,6
Encargos Financeiros	4.323.040	6,8%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	2.094.294	3,3%	AUTONOMIA FINANCEIRA	51,1%
CASH FLOW LÍQUIDO	12.378.060	19,6%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	51,6%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	37%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	3,6
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	9,4%
			NET DEBT TO EQUITY	0,9
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	42,5%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	103,2%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	26
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1563
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,7
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,6
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,4
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	976
			51,1% RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,05
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,2
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	46
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	78
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	3,3%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-4,7
			FUNDO DE MANEIO	-13.194.209
			ACTIVO CIRCULANTE	27.134.116
			PASSIVO CIRCULANTE	40.328.325
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	2.508.017
			NECESSIDADES CÍCLICAS	27.057.158
			RECURSOS CÍCLICOS	24.549.141
			TESOURARIA LÍQUIDA	-15.702.226

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo G – Dados Financeiros e Rácios Região – Lisboa, Ano 2008

ANO	2008
Nº EMPRESAS AVALIADAS	20
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	87
PESO NA REGIÃO	23%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	33
PESO NA AMOSTRA	61%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	69

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	63.379.607	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	62.600.311	98,8%	MARGEM EBITDA	25,5%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	779.296	1,2%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	88,8%
CMVMC	7.818.642	12,3%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	9%
MARGEM BRUTA	55.560.965	87,7%	ROS (RETURN ON SALES)	4,4%
FSE	18.603.632	29,4%	ROE (RETURN ON EQUITY)	1,9%
CUSTOS COM PESSOAL	20.034.628	31,6%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	1,8%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	962.446	1,5%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	20,9%
EBITDA	15.960.259	25,2%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	45.927
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	10.339.176	16,3%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	14.518
RESULTADOS OPERACIONAIS	5.621.083	8,9%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,5%
RESULTADOS FINANCEIROS	-3.809.185	-6%	ALAVANCA OPERACIONAL	9,9
Encargos Financeiros	6.612.439	10,4%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	2.764.275	4,4%	AUTONOMIA FINANCEIRA	48,5%
CASH FLOW LÍQUIDO	13.103.451	20,7%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	48,8%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	39,3%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	2,4
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	8,4%
			NET DEBT TO EQUITY	1,1
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	40%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	111,8%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	27,8
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1678
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,6
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,6
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,2
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	730
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,1
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,2
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	45
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	68
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	4,2%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-3,6
			FUNDO DE MANEIO	-17.628.644
			ACTIVO CIRCULANTE	32.606.346
			PASSIVO CIRCULANTE	50.234.990
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	8.569.556
			NECESSIDADES CÍCLICAS	26.541.281
			RECURSOS CÍCLICOS	17.971.725
			TESOURARIA LÍQUIDA	-26.198.200

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo H – Dados Financeiros e Rácios Região – Alentejo, Ano 2007

ANO	2007
Nº EMPRESAS AVALIADAS	3
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	4
PESO NA REGIÃO	75%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	3
PESO NA AMOSTRA	100%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	66

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS		RÁCIOS		
PROVEITOS OPERACIONAIS	8.649.145	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	8.510.394	98,4%	MARGEM EBITDA	15,6%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	138.751	1,6%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	81,8%
CMVMC	1.685.176	19,5%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	7,2%
MARGEM BRUTA	6.963.969	80,5%	ROS (RETURN ON SALES)	0,5%
FSE	2.146.183	24,8%	ROE (RETURN ON EQUITY)	0,5%
CUSTOS COM PESSOAL	3.404.253	39,4%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	2,7%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	85.150	1%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	9%
EBITDA	1.328.383	15,4%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	43.683
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	716.955	8,3%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	17.193
RESULTADOS OPERACIONAIS	611.428	7,1%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,6%
RESULTADOS FINANCEIROS	-122.800	-1,4%	ALAVANCA OPERACIONAL	11,4
Encargos Financeiros	344.678	4%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	45.579	0,5%	AUTONOMIA FINANCEIRA	43,2%
CASH FLOW LÍQUIDO	762.534	8,8%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	43,8%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	38,8%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	3,9
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	8,4%
			NET DEBT TO EQUITY	0,9
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	81,6%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	52,2%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	33
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1015
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,6
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,5
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,03
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	210
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,1
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,4
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	47
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	133
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	3,8%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-4,7
			FUNDO DE MANEIO	-1.816.941
			ACTIVO CIRCULANTE	2.399.535
			PASSIVO CIRCULANTE	4.216.476
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	691.253
			NECESSIDADES CÍCLICAS	2.310.859
			RECURSOS CÍCLICOS	1.619.606
			TESOURARIA LÍQUIDA	-2.508.194

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo I – Dados Financeiros e Rácios Região – Alentejo, Ano 2008

ANO	2008
Nº EMPRESAS AVALIADAS	3
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	4
PESO NA REGIÃO	75%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	3
PESO NA AMOSTRA	100%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	76

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	9.095.594	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	8.955.979	98,5%	MARGEM EBITDA	5,1%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	139.615	1,5%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	76,9%
CMVMC	2.209.500	24,3%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	-4,1%
MARGEM BRUTA	6.886.094	75,7%	ROS (RETURN ON SALES)	-8,2%
FSE	2.265.261	24,9%	ROE (RETURN ON EQUITY)	-8%
CUSTOS COM PESSOAL	4.100.662	45,1%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	-1,2%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	58.988	0,6%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	1,1%
EBITDA	461.183	5,1%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	39.893
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	826.873	9,1%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	17.985
RESULTADOS OPERACIONAIS	-365.690	-4,0%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,6%
RESULTADOS FINANCEIROS	-531.521	-5,8%	ALAVANCA OPERACIONAL	-18,8
Encargos Financeiros	549.463	6%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	-731.300	-8%	AUTONOMIA FINANCEIRA	29,2%
CASH FLOW LÍQUIDO	95.573	1,1%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	29,6%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	58,6%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	0,8
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	0,4%
			NET DEBT TO EQUITY	2,5
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	81%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	35,1%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	37,2
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1255
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,5
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,5
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,02
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	194
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,1
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,3
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	53
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	14
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	2,4%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-3,0
			FUNDO DE MANEIO	-2.976.717
			ACTIVO CIRCULANTE	3.562.587
			PASSIVO CIRCULANTE	6.539.304
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	1.231.015
			NECESSIDADES CÍCLICAS	3.395.911
			RECURSOS CÍCLICOS	2.164.896
			TESOURARIA LÍQUIDA	-4.207.732

BALANÇO		
ACTIVO TOTAL	31.132.747	100%
IMOBILIZADO LÍQUIDO TOTAL	25.902.098	83,2%
Imobilizado Corpóreo	25.227.548	81%
DÍVIDA DE TERCEIROS MLP	252.722	0,8%
EXISTÊNCIAS	297.227	1%
DÍVIDA DE TERCEIROS CP	3.265.360	10,5%
Clientes	1.092.524	3,5%
Sócios/Accionistas/Grupo	166.676	0,5%
Outros devedores	2.006.160	6,4%
DISPONIBILIDAD. E TÍTULOS DE C.P.	112.979	0,4%
CUSTOS DIFERIDOS	1.302.361	4,2%
CAPITAIS PRÓPRIOS	9.104.407	29,2%
PASSIVO	22.028.340	70,8%
DÍVIDA A TERCEIROS - MLP	12.893.947	41,4%
DÍVIDA A TERCEIROS - CP	6.539.304	21%
Fornecedores	1.445.176	4,6%
Dívidas a IC	1.443.119	4,6%
Empréstimos de Sócios/Grupo	95.829	0,3%
Adiantamento de Clientes	78.267	0,3%
Fornecedores de Imobilizado	2.835.460	9,1%
Outros credores	641.453	2,1%
ACRESCIMOS E DIFEREMENTOS	2.595.089	8,3%
IMOBILIZADO CORPÓREO BRUTO	30.798.121	98,9%
NET DEBT	22.797.185	73,2%
ACTIVO LÍQUIDO	31.132.747	100%

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo J – Dados Financeiros e Rácios Região – Algarve, Ano 2007

ANO	2007
Nº EMPRESAS AVALIADAS	10
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	34
PESO NA REGIÃO	29%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	14
PESO NA AMOSTRA	71%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	71

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	22.883.968	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	22.472.157	98,2%	MARGEM EBITDA	11,2%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	411.811	1,8%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	84,9%
CMVMC	3.815.461	16,7%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	1,6%
MARGEM BRUTA	19.068.507	83,3%	ROS (RETURN ON SALES)	-4,2%
FSE	8.234.189	36%	ROE (RETURN ON EQUITY)	-6,2%
CUSTOS COM PESSOAL	8.007.532	35%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	0,4%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	317.785	1,4%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	5,4%
EBITDA	2.509.001	11%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	32.231
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	2.150.125	9,4%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	11.278
RESULTADOS OPERACIONAIS	358.876	1,6%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,5%
RESULTADOS FINANCEIROS	-1.943.341	-8,5%	ALAVANCA OPERACIONAL	53,1
Encargos Financeiros	2.144.685	9,4%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	-942.771	-4,1%	AUTONOMIA FINANCEIRA	18,9%
CASH FLOW LÍQUIDO	1.207.354	5,3%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	20,2%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	70,6%
BALANÇO				
ACTIVO TOTAL	80.742.901	100%	COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	1,2
IMOBILIZADO LÍQUIDO TOTAL	48.684.820	60,3%	COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	2%
Imobilizado Corpóreo	48.598.327	60,2%	NET DEBT TO EQUITY	3,9
INVESTIMENTOS FINANCEIROS	5.597.384	6,9%	PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	60,2%
DÍVIDA DE TERCEIROS MLP	16.098.890	19,9%	COBERTURA DO IMOBILIZADO	31,3%
EXISTÊNCIAS	1.191.711	1,5%	MÉDIADOS ANOS PARA AMORTIZ. DE IMOBILIZADO	32
DÍVIDA DE TERCEIROS CP	5.871.188	7,3%	INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1116
Clientes	2.447.071	3%	LIQUIDEZ	
Sócios/Accionistas/Grupo	17.928	0,02%	LIQUIDEZ GERAL	0,4
Outros devedores	3.406.189	4,2%	LIQUIDEZ REDUZIDA	0,4
DISPONIBILIDADES E TÍTULOS DE C.P.	621.648	0,8%	LIQUIDEZ IMEDIATA	0,04
CUSTOS DIFERIDOS	2.677.260	3,3%	MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	271
CAPITAIS PRÓPRIOS	15,232,669	18,9%	RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,1
PASSIVO	65.510.232	81,1%	FUNCIONAMENTO	
DÍVIDA A TERCEIROS - MLP	36.594.188	45,3%	ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,3
DÍVIDA A TERCEIROS - CP	15.795.798	19,6%	PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	48
Fornecedores	4.129.081	5,1%	PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	150
Dívidas a IC	2.083.781	2,6%	TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	3,6%
Empréstimos de Sócios/Grupo	1.046.068	1,3%	VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-2,6
Adiantamento de Clientes	519.784	0,6%	FUNDO DE MANEIO	-8.732.899
Fornecedores de Imobilizado	295.953	0,4%	ACTIVO CIRCULANTE	7.062.899
Outros credores	7.721.131	9,6%	PASSIVO CIRCULANTE	15.795.798
ACRESCIMOS E DIFEREMENTOS	13.120.246	16,2%	NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	-5.325.025
IMOBILIZADO CORPÓREO BRUTO	68.72.,241	85,1%	NECESSIDADES CÍCLICAS	7.044.971
NET DEBT	59.785.422	74%	RECURSOS CÍCLICOS	12.369.996
ACTIVO LIQUIDO	80.742.901	100%	TESOURARIA LÍQUIDA	-3.407.874

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo L – Dados Financeiros e Rácios Região – Algarve, Ano 2008

ANO	2008
Nº EMPRESAS AVALIADAS	10
Nº EMPRESAS NA REGIÃO	34
PESO NA REGIÃO	29%
AMOSTRA /Nº EMPRESAS	14
PESO NA AMOSTRA	71%
Nº MÉDIO DE PESSOAS	70

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS			RÁCIOS	
PROVEITOS OPERACIONAIS	24.039.220	100%	RENDIBILIDADE	
VOLUME DE NEGÓCIO	23.766.748	98,9%	MARGEM EBITDA	10%
OUTROS PROVEITOS OPERACIONAIS	272.472	1,1%	MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	84,8%
CMVMC	3.889.128	16,2%	RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	-0,4%
MARGEM BRUTA	20.150.092	83,8%	ROS (RETURN ON SALES)	-6,6%
FSE	8.719.094	36,3%	ROE (RETURN ON EQUITY)	-11,7%
CUSTOS COM PESSOAL	8.555.235	35,6%	RENDIBILIDADE DO ACTIVO	-0,1%
OUTROS CUSTOS OPERACIONAIS	487.739	2%	RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	3,9%
EBITDA	2.388.024	9,9%	RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	34.342
AMORTIZAÇÕES E PROVISÕES	2.489.703	10,4%	CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	12.222
RESULTADOS OPERACIONAIS	-101.679	-0,4%	PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEGÓCIO	0,5%
RESULTADOS FINANCEIROS	-1.828.487	-7,6%	ALAVANCA OPERACIONAL	-198,2
Encargos Financeiros	2.167.410	9%	ALAVANCA FINANCEIRA	
RESULTADO LÍQUIDO	-1.573.873	-6,5%	AUTONOMIA FINANCEIRA	16,8%
CASH FLOW LÍQUIDO	915.830	3,8%	AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	26,6%
			RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	72,3%
			COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	1,1
			COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	1,5%
			NET DEBT TO EQUITY	4,4
			PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	45,6%
			COBERTURA DO IMOBILIZADO	27,7%
			MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBILIZADO	28,4
			INVESTIMENTO (I. CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1084
			LIQUIDEZ	
			LIQUIDEZ GERAL	0,3
			LIQUIDEZ REDUZIDA	0,2
			LIQUIDEZ IMEDIATA	0,02
			MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	187
			RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0,2
			FUNCIONAMENTO	
			ROTAÇÃO DO ACTIVO	0,3
			PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	34
			PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	130
			TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	3,7%
			VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-1,8
			FUNDO DE MANEIO	-13.116.565
			ACTIVO CIRCULANTE	6.165.163
			PASSIVO CIRCULANTE	19.281.728
			NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	-3.468.110
			NECESSIDADES CÍCLICAS	5.860.777
			RECURSOS CÍCLICOS	9.328.887
			TESOURARIA LÍQUIDA	-9.648.455

Fonte: Informa D&B - Balanços e Demonstrações de Resultados Empresas de Hotelaria CAE 55111

Anexo M – Rácios do Sector e Regiões, Anos 2007 e 2008

Rácios	Norte 2007	Norte 2008	Centro 2007	Centro 2008	Liboa 2007	Liboa 2008	Alentejo 2007	Alentejo 2008	Algarve 2007	Algarve 2008	Sector 2007	Sector 2008
RENDIBILIDADE	18.1%	17.2%	15.9%	16.7%	24.9%	25.5%	15.6%	15.6%	11.2%	10.0%	19.0%	15.7%
MARGEM EBITDA	85.5%	86.7%	80.3%	81.3%	88.9%	88.8%	81.8%	81.8%	84.9%	84.9%	86.6%	86.5%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO DE VENDAS	9.6%	8.9%	0.2%	1.2%	8.4%	9.0%	7.2%	7.2%	1.6%	0.4%	2.3%	2.3%
RENDIBILIDADE OPERACIONAL DE VENDAS	4.4%	4.2%	-4.9%	-4.0%	3.4%	4.4%	0.5%	0.5%	-4.2%	-6.6%	2.9%	-5.2%
ROS (RETURN ON SALES)	5.6%	5.5%	-9.5%	-9.5%	1.5%	1.9%	0.5%	0.5%	-6.2%	-11.7%	2.2%	-3.5%
ROE (RETURN ON EQUITY)	5.6%	5.3%	0.1%	0.5%	1.9%	1.8%	2.7%	2.7%	0.4%	0.4%	1.9%	0.6%
RENDIBILIDADE DO ACTIVO	12.9%	12.5%	10.7%	11.4%	19.8%	20.9%	9.0%	9.0%	5.4%	3.9%	15.4%	8.2%
RENDIBILIDADE DO NEGÓCIO	29.44%	27.67%	25.31%	24.14%	46.53%	45.92%	43.68%	43.68%	32.23%	34.34%	38.11%	35.36%
RECEITAS TOTAIS POR EMPREGADO	11.149 €	11.038 €	8.220 €	8.040 €	15.153 €	14.518 €	17.193 €	17.985 €	11.278 €	12.222 €	11.972 €	11.818 €
CUSTO MÉDIO POR EMPREGADO	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
PESO DOS CUSTOS COM PESSOAL NO VOL. DE NEI	8.9	9.7	406.8	68.7	10.6	9.9	11.4	11.4	53.1	-198.2	13.4	37.4
ALAVANCA OPERACIONAL												
ALAVANCA FINANCEIRA												
AUTONOMIA FINANCEIRA	45.7%	45.3%	19.2%	16.2%	51.1%	48.5%	43.2%	43.2%	18.9%	16.8%	38.6%	38.1%
AUTONOMIA FINANCEIRA ALARGADA	46.9%	46.9%	20.0%	16.2%	51.6%	48.8%	43.8%	43.8%	20.2%	26.6%	38.6%	38.1%
RÁCIO DE ENDIVIDAMENTO	24.6%	31.1%	65.5%	70.5%	37.0%	39.3%	38.8%	38.8%	70.6%	72.3%	45.4%	45.2%
COBERTURA DOS ENCARGOS FINANCEIROS	4.8	4.1	2.1	2.5	3.6	2.4	3.9	3.9	1.2	1.1	2.8	1.7
COBERTURA SERVIÇO DA DÍVIDA	15.6%	14.4%	4.9%	5.2%	9.4%	8.4%	8.4%	8.4%	2.0%	1.5%	9.6%	4.3%
NET DEBT TO EQUITY	1.1	1.1	4.2	5.2	0.9	1.1	0.9	0.9	3.9	4.4	1.2	1.3
PESO DO IMOBILIZADO CORPÓREO NO ACTIVO	57.7%	55.3%	75.8%	81.9%	42.5%	40.0%	81.6%	81.6%	60.2%	45.6%	61.3%	60.4%
COBERTURA DO IMOBILIZADO	78.7%	78.6%	25.0%	19.3%	103.2%	111.8%	52.2%	52.2%	31.3%	27.7%	62.9%	63.0%
MÉDIA DOS ANOS PARA AMORTIZAÇÃO DE IMOBIL	32.4	34.6	18.2	20.3	26.0	27.8	33.0	33.0	32.0	28.4	28.0	29.7
INVESTIMENTO(I). CORPÓREO/RECEITA DIÁRIA)	1005.7	1042.5	1044.0	1148.2	1563.3	1678.0	1015.8	1015.8	1116.2	1084.9	1281.7	1451.0
LIQUIDEZ												
LIQUIDEZ GERAL	0.4	0.4	0.5	0.3	0.7	0.6	0.6	0.6	0.4	0.3	0.7	0.6
LIQUIDEZ REDUZIDA	0.4	0.4	0.5	0.3	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4	0.2	0.6	0.5
LIQUIDEZ IMEDIATA	0.3	0.3	0.1	0.1	0.4	0.2	0.03	0.03	0.04	0.02	0.3	0.2
MARGEM DE SEGURANÇA DE TESOURARIA (DIAS)	541.5	582.6	312.0	274.2	976.3	730.3	210.8	210.8	271.0	187.9	596.8	565.8
RELAÇÃO FUNDO DE MANEIO E ACTIVO	-0.2	-0.2	-0.2	-0.3	-0.05	-0.1	-0.1	-0.1	-0.1	-0.2	-0.1	-0.1
FUNCIONAMENTO												
ROTAÇÃO DO ACTIVO	0.6	0.6	0.4	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3
PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DIAS)	48	52	32	41	46	45	47	47	48	34	*	*
PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO (DIAS)	59	55	156	195	78	68	133	133	150	130	*	*
TAXA DE JURO ANUAL MÉDIA	4.5%	4.8%	3.4%	3.1%	3.3%	4.2%	3.8%	3.8%	3.6%	3.7%	4.2%	5.0%
VOL. NEG./FUNDO DE MANEIO	-2.6	-3.4	-2.3	-1.5	-4.7	-3.6	-4.7	-4.7	-2.6	-1.8	-5.0	-3.1
FUNDO DE MANEIO	-4872.745	-3710.066	-6.119.687	-9.272.038	-13.194.209	-17.628.644	-1.816.941	-1.816.941	-8.732.899	-13.116.565	-610.542	-923.827
ACTIVO CIRCULANTE	3.015.720	2.709.542	6.665.673	3.861.249	27.134.116	32.606.346	2.399.535	2.399.535	7.062.899	6.165.163	1.359.151	1.382.575
PASSIVO CIRCULANTE	7.888.465	6.419.608	12.785.360	13.133.287	40.328.325	50.234.990	4.216.476	4.216.476	15.795.798	19.281.728	1.969.693	2.306.402
NECESSIDADES FUNDO DE MANEIO	208.575	-84.652	-1.110.301	-2.364.412	2.508.017	8.569.556	691.253	691.253	-5.325.025	-3.468.110	-718.878	-1.044.769
NECESSIDADES CÍCLICAS	2.346.794	2.130.616	6.665.577	3.861.152	27.057.158	26.541.281	2.310.859	2.310.859	7.044.971	5.860.777	1.359.151	1.382.575
RECURSOS CÍCLICOS	2.138.219	2.215.268	7.775.878	6.225.564	24.549.141	17.971.725	1.619.606	1.619.606	12.369.996	9.328.887	2.078.029	2.427.344
TESOURARIA LIQUIDA	-5.081.320	-3.625.414	-5.009.386	-6.907.626	-15.702.226	-26.198.200	-2.508.194	-2.508.194	-3.407.874	-9.648.455	108.336	120.942

* NÃO FOI POSSÍVEL CALCULAR