

BARÓMETRO



OUTUBRO a DEZEMBRO 2010 • Nº 21 DEPARTAMENTO ECONÓMICO E DE ESTUDOS

- No período entre Janeiro/08 e Novembro/10, os Preços da Alimentação consumida fora de casa, fonte INE, registou um aumento na ordem dos 5,9%;

- Em Novembro de 2010, o Índice relativo aos preços do cabaz de produtos alimentares (fonte INE), registou um decréscimo de 0,97% em relação a Janeiro de 2008;

- Os preços de venda dos 25 produtos nas pastelarias e cafetarias registam um aumento nos preços em Dezembro/10;

- Nesta edição apresentamos estudo relativo ao peso do Turismo no PIB nacional

BARÓMETRO N.º 21

DOS SECTORES DA HOTELARIA E RESTAURAÇÃO E BEBIDAS

Com o apoio:

 Caixa Geral de Depósitos



AHRESP®

ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL

Instituição de Utilidade Pública

ÍNDICE

1. Turismo em 2008 4
2. Restaurantes – Evolução da Procura e dos Preços 7
 - 2.1. Preços dos Pratos de Carne
 - 2.2. Preços dos Pratos de Peixe
 - 2.3. Custo Médio de uma Refeição
 - 2.4. Rotatividade das Ementas
 - 2.5. Número Médio e Particularidades dos Clientes
3. Estabelecimentos de Bebidas – Evolução da Procura e dos Preços 9
 - 3.1. Preços Médios Praticados
 - 3.2. Número Médio e Particularidades dos Clientes
4. Os Preços da Alimentação Consumida Fora de Casa 11
5. Os Preços dos Produtos Alimentares 11
6. Índices dos sectores do Alojamento e Restauração 12
7. Os Dados do Turismo 12
8. Volume de Negócios do Sector da Restauração 13
9. Mercado de Emprego – Alojamento e Restauração 13

FICHA TÉCNICA

BARÓMETRO – edição n.º 21
Outubro / Novembro / Dezembro 2010

Propriedade
AHRESP® – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal
Av. Duque D'Ávila, 75
1049-011 LISBOA
Tel.: 213 527 060
Fax: 213 549 428
E-mail: ahresp@ahresp.com
Website: www.ahresp.com

N.º Contribuinte
503 767 514

Equipa Técnica
Sancho Silva (CESTUR)
Maurício Barra
Pedro Carvalho
Manuel Alves

Design e Produção Gráfica
Notiforma

O Barómetro está à disposição dos associados da AHRESP® para consulta no endereço electrónico da Associação (www.ahresp.com)

APRECIÇÃO GLOBAL

Nesta edição do Barómetro iremos apresentar um pequeno estudo sobre o mercado turístico emissor espanhol.

Dando continuidade à publicação dos dados conjunturais, resultantes do inquérito realizado pela AHRESP® junto dos seus associados, nesta edição do Barómetro apresentamos dados entre Novembro de 2009 e Dezembro de 2010. Relativamente ao cabaz de produtos alimentares observou-se uma diminuição do preço do mesmo, cotando neste momento nos 41,70€. Nesta edição do Barómetro, apresentamos informação sobre o peso que o Turismo tem no PIB.

Continuamos a proceder à monitorização do volume de negócios das empresas do sector da restauração e bebidas, resultado de um inquérito feito junto dos associados da AHRESP®.

Tal como iniciámos na edição anterior do Barómetro, continuamos a apresentar a evolução do mercado de emprego ao nível dos sectores do Alojamento e Restauração.

NOTA METODOLÓGICA

A informação que consta do presente número do Barómetro deriva de fontes primárias e secundárias.

No primeiro caso, emergem os dados decorrentes da rotina estatística mensal criada pela AHRESP® sobre o acompanhamento da procura e dos preços praticados nos estabelecimentos de restauração e de bebidas. Em termos metodológicos, esta operação consiste na inquirição de uma amostra representativa do universo AHRESP®, a qual respeita princípios de proporcionalidade e de representatividade, tendo por base critérios de localização regional e de dimensão dos estabelecimentos.

Apresenta-se seguidamente, a composição da amostra que foi objecto de tratamento desde Novembro de 2005, a qual aponta para o seguinte painel global de estabelecimentos:

| | | Escalações de trabalhadores | | | | TOTAL |
|--|-----------------|-----------------------------|-----------|-----------|----------|------------|
| | | Até 10 | 11-20 | 21-50 | + de 50 | |
| Restaurantes | Lisboa (NUT II) | 337 | 22 | 12 | 3 | 374 |
| | Outras Regiões | 52 | 6 | 9 | 3 | 70 |
| | Total | 389 | 28 | 21 | 6 | 444 |
| Estabelecimentos de bebidas (Pastelarias e Cafetarias) | Lisboa (NUT II) | 200 | 8 | 4 | 1 | 213 |
| | Outras Regiões | 23 | 4 | 3 | 1 | 31 |
| | Total | 223 | 12 | 7 | 2 | 244 |
| TOTAL | | 612 | 40 | 28 | 8 | 688 |

Em conformidade com um calendário pré-estabelecido, realizaram-se duas recolhas mensais de informação, abrangendo invariavelmente um dia útil e um dia do fim-de-semana, de forma a viabilizar-se o tratamento de dados numa base mensal. A devolução dos inquéritos processou-se por correio, e-mail e fax, tendo a equipa técnica da AHRESP® mantido uma observação permanente sobre os níveis de respostas registadas.

No caso das pastelarias e cafetarias, o estudo incidiu sobre os produtos que constam do seguinte pacote: Café; Galão; Carioca de limão; Meia de leite; Descafeinado; Chá; Garrafa de água mineral (0,25l e 0,50l); Garrafa de cerveja – marcas nacionais (0,33l); Cerveja a copo (0,20l); Refrigerante engarrafado (0,33l); Sumo natural; Sanduíche de fiambre; Sanduíche de queijo; Sanduíche mista; Torrada; Tosta mista; Prego no pão; Bifana no pão; Cachorro; Croissant com fiambre ou queijo; Empadas (galinha, vitela e camarão); Folhados (carne e salsicha); Salgados fritos (croquetes, rissóis e pastéis de bacalhau); Pastelaria (Variada, Fina e com cremes, e Especialidades).

A rotina mensal é objecto de processamento através de uma solução informática específica, a qual utiliza como *software* de base o SPSS, possuindo um módulo específico de validação de registo de dados.

Obteve-se um painel fixo de estabelecimentos respondentes que correspondeu, em média, a cerca de 60% dos associados da AHRESP® inquiridos, pelo que a amostra trabalhada revelou-se representativa da população, tendo uma margem de erro de 5%, para um nível de confiança de 95%.

Para permitir a comparabilidade entre os três países em permanente análise; Portugal, Espanha e França, os índices foram ajustados para uma base anual=100 para o ano de 2006.

Por outro lado, ao nível das fontes secundárias, a AHRESP® analisou e integrou informação proveniente de várias entidades nacionais e estrangeiras, cuja listagem se indica seguidamente:

Portugal

AEP – Associação Empresarial de Portugal
Banco de Portugal
DGAE – Direcção-Geral das Actividades Económicas
Franchising Portugal
GEE – Ministério da Economia
IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas
ICEP Portugal – Instituto das Empresas para os Mercados Externos
INE – Instituto Nacional de Estatística
IPQ – Instituto Português da Qualidade
TP,ip – Turismo de Portugal
MFAP – Direcção-geral de estudos e Previsão
IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional
DECO – Defesa do Consumidor

Espanha

Exceltur - Alianza para la Excelencia Turística
Idescat – Institut d'Estadística de Catalunya
INE España
IET – Instituto Estudios Turísticos
IGE – Instituto Galego de Estatística
INC - Instituto Nacional Del Consumo
INEM – Instituto de Empleo Servicio Publico de Empleo Estatal
FEHR – Federacion de Hosteleria e Restauracion
Tour Spain
Banco de España
Info Franchising

França

COE-UMIH (*Centre d'Observation Economique et de Recherches pour l'Expansion de l'Economie et le Développement des Enterprises – Union des Metiers et des Industries de l'Hotellerie*)
ENSAE France
Insee – Institut National de la Statistique et des Études Économiques
Ministère délégué au Tourisme
ONT – Observatoire National du Tourisme
Ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer
Statistiques en restauration et en hotellerie
Banque du France
Info Franchising

Internacionais

ETC – European Travel Commission
Eurobarometer
EUROSTAT
FERCO – European Federation for Contract Catering Organisations
HOTREC – Hotels, Restaurants and Coffees in Europe
IHRA - International Hotel & Restaurant Association
OCDE – Organisation for Economic Co-operation and Development
WTTC – World Travel and Tourism Council
WTO – World Tourism Organisation
US Census Bureau
National Restaurant Association

1. Turismo no PIB

No número 21 do Barómetro da Restauração, iremos apresentar dados relacionados com o peso do turismo no PIB nacional e, uma comparação com o peso que o turismo assume no PIB dos restantes países da União Europeia, utilizando dados publicados recentemente pelo Turismo de Portugal em “Conta Satélite do Turismo 2000-2009”.

Consumo Turístico Interior

Em 2009, estima-se que o Consumo Turístico Interior seja de 10,0% do PIB, registando uma quebra de -0,4 p.p. face ao ano de 2008, fruto da crise financeira cujos efeitos se fizeram sentir, por exemplo, no número de turistas.

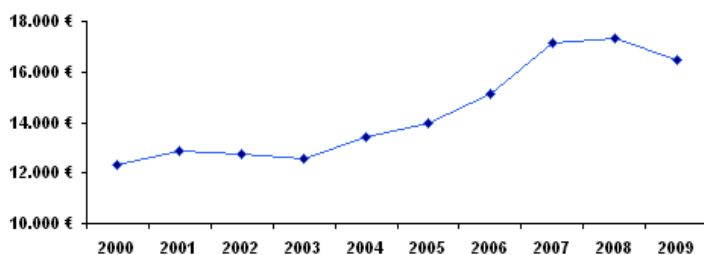
Entre 2001 e 2003, registou-se uma quebra, tendo sido nessa altura que o peso do Consumo Turístico na economia atingiu o seu valor mais baixo (9,1%) no período em referência.

A partir de 2004, observa-se o crescimento do Consumo Turístico, impulsionado pelo Consumo Receptor, traduzido num aumento do peso no PIB da economia a preços de mercado, ou seja, um ganho de +1,4 p.p. no período 2003-2007.

No período em análise, o melhor resultado de sempre foi obtido em 2007 seguido do ano de 2008, onde o Consumo Turístico atingiu os 10,5% e 10,4%, respectivamente, do PIB na economia nacional.

No período 2000-2009 registou-se uma evolução no Consumo Turístico Interior que passou dos 12,3 mil milhões de euros, em 2000, para os 16,4 mil milhões de euros em 2009. De realçar o aumento permanente entre 2000 e 2008, sendo apenas quebrado pelos efeitos da crise financeira.

Evolução do Consumo Turístico Interior - milhões de €



Consumo Turístico Interior – Peso no PIB

Em 2009, estima-se que o Consumo Turístico Interior totalize 10,0% do PIB, registando uma quebra de -0,4 p.p. face ao ano de 2008, depois de um decréscimo ligeiro de -0,1 p.p. comparativamente a 2007.

Observa-se um período de quebra, entre 2001 e 2003, ano em que o peso do Consumo Turístico na economia atingiu o seu valor mais baixo (9,1%) no período em referência.

Desde 2004, observa-se o relançamento do Consumo Turístico, sobretudo impulsionado pelo Consumo Receptor, traduzido num aumento do peso no PIB da economia a preços de mercado, ou seja, um ganho de +1,4 p.p. no período 2003-2007.

No período em análise, o melhor resultado de sempre foi obtido em 2007 seguido do ano de 2008, onde o Consumo Turístico atingiu os 10,5% e 10,4%, respectivamente, do PIB da economia nacional.

Consumo Turístico Interior – Componentes

Em 2008, o Consumo Turístico Receptor situou-se nos 8,9 mil milhões €, (mais 117,1 milhões € que em 2007), correspondendo a um crescimento de 1,3%, consequência da situação económica internacional mais desfavorável.

A quota do Consumo Receptor tem-se mantido praticamente inalterada desde 2000, valor que representa cerca de 51% do total do Consumo Turístico Interior, apresentando o Consumo Turístico Interno cerca de 19%, e a Outras Componentes do Consumo Turístico concentram uma quota de 30%.

Destaque para a performance do Consumo Turístico em 2007, suportada fundamentalmente, num aumento do Consumo Receptor (+18,1% face ao ano anterior). Nesse ano, a taxa de crescimento do Consumo Turístico Interno e de Outras Componentes do Consumo Turístico registaram valores na ordem de 8,3% e 8,1%, respectivamente.

No período em referência, o Consumo Turístico Receptor teve um crescimento médio anual de 4,8%, o Consumo Turístico Interno 3,9%, enquanto as Outras Componentes do Consumo Turístico situaram-se nos 4,0%.

1. Turismo nas exportações

Valor Acrescentado pelo Turismo – Evolução

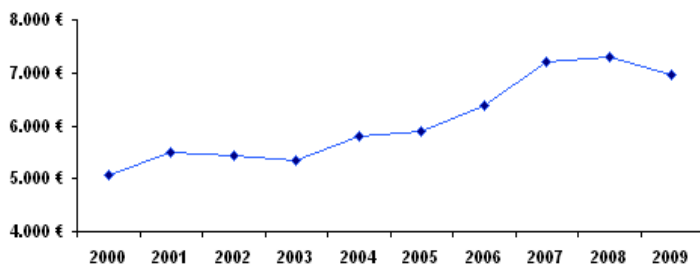
Em 2009, o Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT) ascendeu a cerca de 7,0 mil milhões €, correspondendo a menos 353 milhões € relativamente a 2008. Estima-se uma diminuição de 4,8%, após um acréscimo ligeiro ocorrido em 2008, relativamente a 2007 (+1,3%).

Entre 2000 e 2009, o VAGT cresceu a uma média anual de 3,6%.

O comportamento negativo do Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo em 2009, é consequência da menor performance económica, resultante da sua maior exposição relativa aos efeitos da actual conjuntura económica internacional.

O crescimento do VAGT foi particularmente expressivo em 2007, (+13,1%), traduzindo-se em mais 835 milhões €.

Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo -
Milhões de €



Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo – peso do VAGT no VAB da Economia

Desde 2000 registaram-se quatro ciclos de evolução com sinais contrários na representatividade do VAGT no VAB da economia: 2000-2001 (+0,2 p.p.), 2001-2003 (-0,5 p.p.), 2003-2008 (+0,6 p.p.) e 2008-2009 (-0,3 p.p.) .

Com efeito, verificaram-se anos de decréscimo após 2001, decorrente dos ataques terroristas de 11 de Setembro e da situação económica internacional.

Em 2007 e 2008, o Turismo contribuiu em 5,1% para o VAB da economia, anos em que se atingiu os melhores resultados de sempre.

A relação entre o VAGT e o VAB da economia permite-nos medir a importância da riqueza gerada pelo turismo no conjunto da riqueza nacional, valor que se situa nos 4,8% em 2009.



Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo – VAGT v.s. VAB das actividades do turismo

O “Alojamento” é a actividade que gera maior volume do Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT), ultrapassando, em 2008, os 2,6 mil milhões de euros (inclui Residências Secundárias). A “Restauração e Bebidas” e o “Transporte de Passageiros” geraram, no conjunto, mais de 3,4 mil milhões € em 2008. No total, estas três actividades representaram 83% do VAB gerado pelo turismo.

Em 2008, do VAB registado pelas actividades de “Alojamento” e “Agências de Viagens” cerca de, respectivamente, 98,2% e 97,1% foi gerado pelo turismo.

Esta proporção foi de 51,6% para as actividades de “Transporte de Passageiros” e de 32,0% para o sector da “Restauração e Bebidas”.

O VAGT corresponde à parcela do VAB que resulta da prestação de serviços aos visitantes em Portugal, estrangeiros e nacionais. Pode ser considerado como a contribuição do turismo para a economia nacional.

Assim, na interpretação de resultados de sectores específicos deverá ter em conta também o peso que este oferece à economia em actividades não-características do turismo.

1. Turismo nas exportações

Emprego nas Actividades Características do Turismo

Em 2007, o Emprego nas Actividades Características do Turismo situou-se nos 406,6 mil indivíduos, ou seja, mais 4,7 mil indivíduos face ao ano anterior (crescimento de 2,7%).

Destaque para o comportamento positivo deste agregado desde 2000, com excepção do ano de 2002.

Entre 2000 e 2007, o Emprego nas Actividades Características do Turismo, aferido em número de indivíduos, registou um crescimento médio anual de 2,1%, correspondendo no final do período a mais 54,5 indivíduos, comparativamente a 2000.

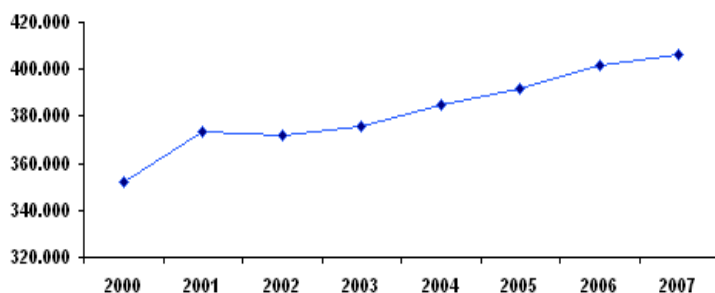
Neste mesmo período, o total do emprego na economia apresentou um crescimento médio anual de apenas 0,3%.

Emprego nas Actividades Características Turismo – peso do emprego turístico no total do emprego

O peso do Emprego nas Actividades Características do Turismo no total do emprego tem vindo a crescer, excepto em 2002, tendo atingido os 7,9% em 2007 (+0,1 p.p), depois de um ganho de quota similar em 2006 (+0,1 p.p.).

No período em análise destaque para o ano de 2007, que apresentou a melhor performance de sempre, com ganho de quota de +0,9 p.p. comparativamente ao ano de 2000.

Emprego nas Actividades Características do Turismo



Receitas Turísticas

Com base na balança de pagamentos do Banco de Portugal (transacções económicas de bens, serviços e rendimentos ocorridas entre residentes e não residentes), verifica-se que as Receitas do Turismo (componente da Balança de pagamentos), ascenderam a 4,3% do PIB pm, em 2009.

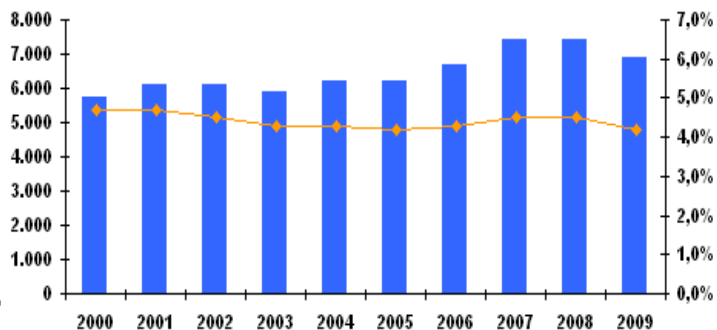
Nesse ano, as Receitas Turísticas geradas por parte dos visitantes não residentes, atingiram o valor de 6.918 milhões de euros, representando uma quebra de 7,0% face ao ano anterior, invertendo a tendência dos últimos anos.

Destaque para o crescimento superior a dois dígitos em 2007 (10,9%). De 2000 a 2009 as Receitas do Turismo apresentaram um crescimento significativo, que se traduziu, em termos absolutos, em mais 1,7 mil milhões de euros, e num crescimento médio anual de 3,7%.

No entanto, o peso das Receitas do Turismo (no PIB tem vindo a decrescer, passando de 4,7% em 2000 para 4,2% em 2009 (-0,5 p.p.).

Entende-se como receita turística (gastos totais feitas por um visitante, incluindo as receitas para, e durante, a sua viagem e estadia no destino).

Importância das Receitas Turísticas no PIB

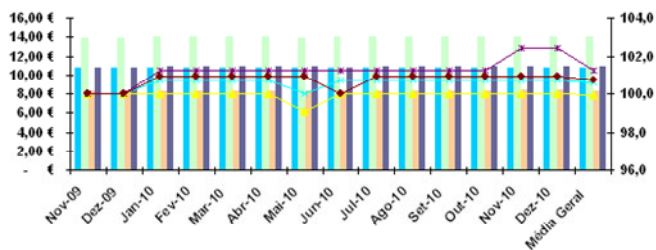


2. RESTAURANTES – EVOLUÇÃO DA PROCURA E DOS PREÇOS

Neste número 21 do Barómetro da Restauração, os resultados apurados através da rotina estatística implementada pela AHRESP®, permitem acompanhar a evolução mensal de preços entre Novembro de 2009 e Dezembro de 2010.

2.1. Preços dos Pratos de Carne

Preços Médios dos Pratos de Carne



Considerando os preços médios dos pratos de carne (não inclui meias doses e mini-pratos, tal como explicado na nota metodológica), observa-se que os pratos de carne mais consumidos registam um ligeiro incremento em Dezembro/09, tendo posteriormente ocorrido um decréscimo em Maio/10, mantendo-se constante. Relativamente ao pratos de carne mais barato, verifica-se um aumento em Novembro/10. Em termos de média geral, os preços acompanharam o aumento verificado em Julho/10.

| Pratos de Carne | | | | |
|-----------------|-----------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Mais consumido N. Índice | Mais caro N. Índice | Mais Barato N. Índice | Média Geral N. Índice |
| Nov-09 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Jan-10 | 100,0 | 100,7 | 101,2 | 100,9 |
| Dez-10 | 100,0 | 100,7 | 102,4 | 100,9 |

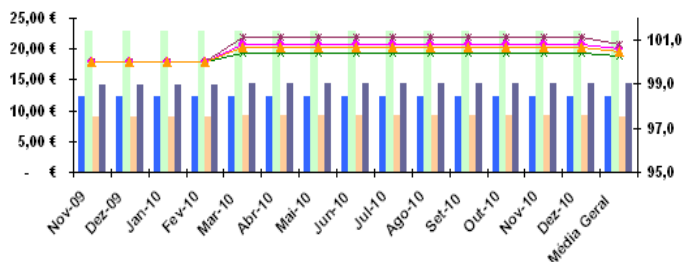
Fonte: Inquérito Mensal da AHRESP®

Conforme se pode verificar, o preço do prato de carne mais consumido, registou uma manutenção do preço para o período em análise (14 meses), ocorrendo poucas oscilações. Ao nível do “prato mais caro” e “prato mais barato” registou-se crescimento no preço. Relativamente à média geral, assiste-se a uma manutenção dos preços no período entre Janeiro/10 e Dezembro/10.

2.2. Preços dos Pratos de Peixe

No preço dos pratos de peixe, é possível verificar que os preços do prato mais consumido, do prato mais caro e do prato mais barato registaram um acréscimo em Março/10. Ao nível da análise ao preço médio verifica-se que o incremento nos restantes pratos resultou no aumento do preço em Março/10.

Preços Médios dos Pratos de Peixe



Analisando o quadro abaixo, continua a verificar-se um diferencial significativo entre os preços médios dos pratos de carne e os de peixe, destacando-se os preços destes últimos como os mais caros. A diferença atinge o seu valor mais elevado no “prato mais caro”, sendo o desvio de 63,6%. No “prato mais barato”, a diferença cifra-se em apenas 8,3%. Ao nível do “prato mais consumido” o diferencial cifra-se nos 13,9%. A diferença na média geral dos pratos de peixe e de carne registou uma alteração, passando para os 31,2%.

| Dez/10 - Preços em € | | | | |
|---|----------------|-----------|-------------|-------------|
| | Mais Consumido | Mais Caro | Mais Barato | Média Geral |
| Desvios % - Prato de Peixe / Prato de Carne | 13,9% | 63,6% | 8,3% | 31,2% |

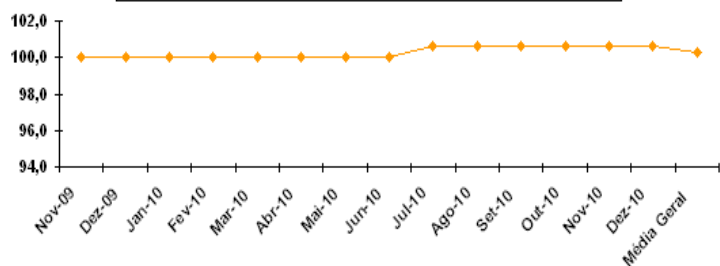
Fonte: Inquérito Mensal da AHRESP®

2.3. Custo Médio de uma Refeição

Ainda ao nível dos restaurantes, importa acompanhar o custo médio por refeição. Assim, considerou-se um indicador denominado “**custo médio de refeição sem bebidas**”, o qual deriva da junção dos seguintes elementos: *Preço médio dos pratos de sopa mais consumidos + Média entre os preços médios dos pratos mais consumidos de carne e peixe + Preço médio das sobremesas mais consumidas.* (ver nota metodológica).

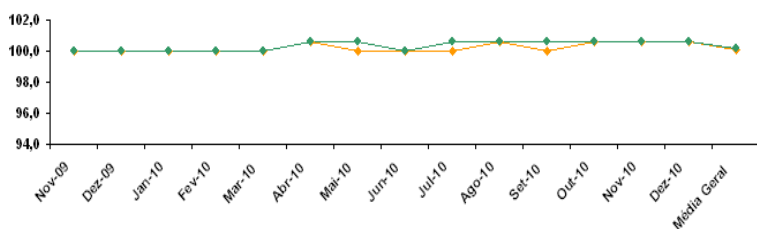
Conforme se pode verificar no gráfico da página seguinte, no conjunto dos meses em análise (Novembro/09 a Dezembro/10), o custo médio de uma refeição variou, 0,10€. Em Julho/10 observou-se um aumento de preço de 0,6%. Entre Julho/10 e Dezembro/10 não se observou praticamente nenhuma alteração.

**Evolução do preço médio de venda de uma refeição sem bebidas
(Número índice - Base Novembro.09 = 100)**



Ao nível regional, Lisboa apresentou um aumento nos seus preços em Agosto/10. Nas Outras Regiões, verificou-se um aumento em Julho/10. O diferencial de preços entre Lisboa e as Outras Regiões é de 1,08 €.

**Evolução do preço médio de venda de uma refeição sem bebidas
(Números índices - Base: Novembro/09 = 100)**

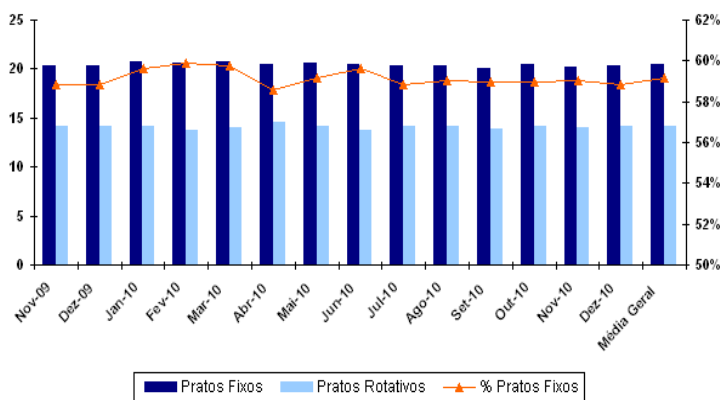


— Lisboa — Outras regiões

2.4. Rotatividade das Ementas

De acordo com os dados obtidos, a percentagem de pratos fixos nas ementas rondou os 59%. Observando os meses de Janeiro/10 a Março/10, podemos verificar que ocorreu um incremento na percentagem de pratos fixos. De referir, que para o período em apreço (Novembro/09 até Dezembro/10), a percentagem de pratos fixos pouco variou (entre 59% e 60%).

Ementas

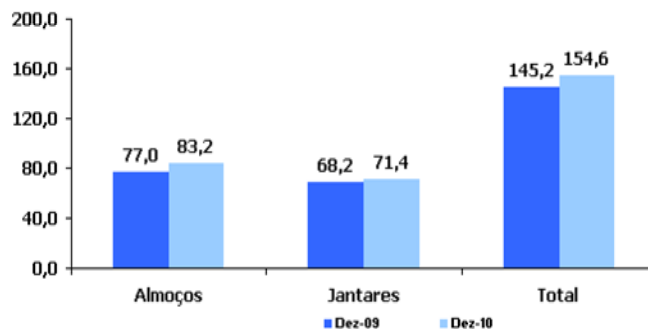


■ Pratos Fixos ■ Pratos Rotativos ▲ % Pratos Fixos

2.5. Número Médio e Particularidades dos Clientes

No que se refere ao número médio de clientes por estabelecimento, verifica-se que, comparando Dezembro/09 e Dezembro/10, ocorreu um aumento no número médio de clientes. Quando comparados, o número de almoços cresceu 8,0%, enquanto que os jantares cresceram 4,6%. Na média geral, o número de refeições cresceu 6,47%.

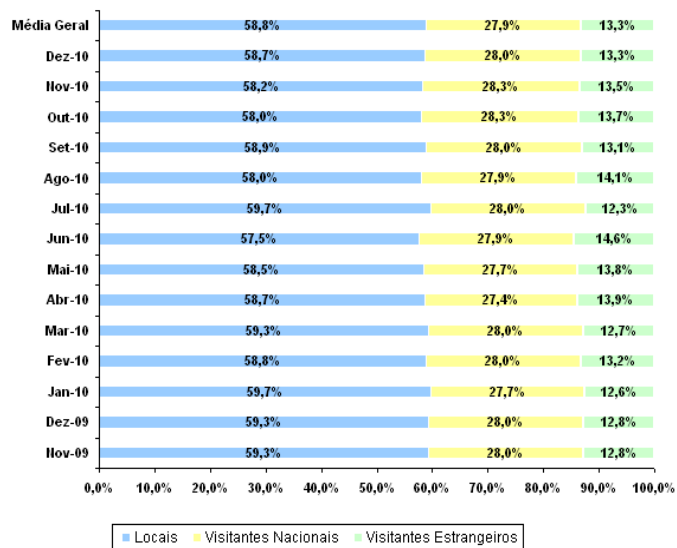
Número Médio de Clientes por Estabelecimento



Fonte: Inquérito Mensal da AHRESP®

Ainda no domínio dos restaurantes, procedeu-se à inquirição sobre a distribuição dos clientes por grupos. Os resultados apurados permitiram a construção do gráfico seguinte:

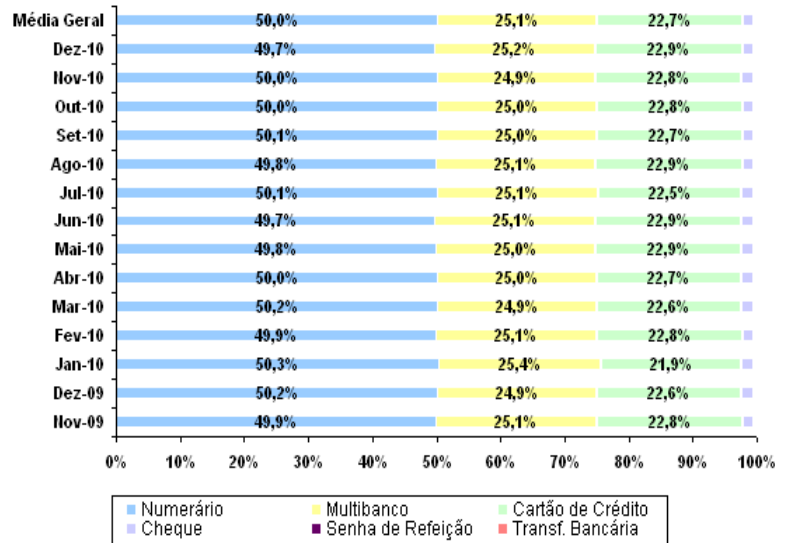
Distribuição Percentual dos Clientes



Assim, em termos médios, para o acumulado dos meses estudados, continua a verificar-se a tendência das análises anteriores, ou seja, a predominância dos clientes locais (residentes na zona e pessoas deslocadas para fins do exercício da actividade profissional quotidiana), os quais preencheram cerca de 58,8% do movimento total. Por sua vez, os visitantes residentes em Portugal (turistas e excursionistas) representaram 27,9% do total, contra 13,3% dos visitantes estrangeiros.

Finalmente, em termos das formas de pagamento, continua a verificar-se que o pagamento em numerário é o método mais utilizado. No entanto, a diferença entre este método de pagamento e o pagamento com cartões de débito e crédito é curta, cifrando-se apenas nos 2,3%. Ao nível das outras formas de pagamento, cheque, senhas de refeição e transferência bancária representam apenas 2,3%.

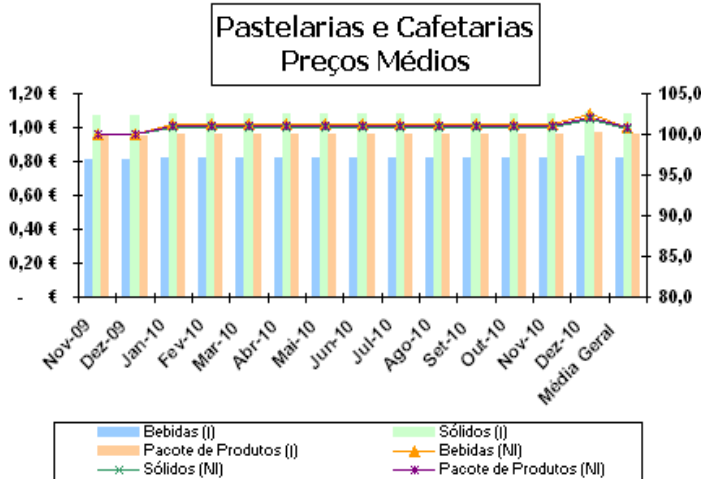
Distribuição Percentual das Formas de Pagamento



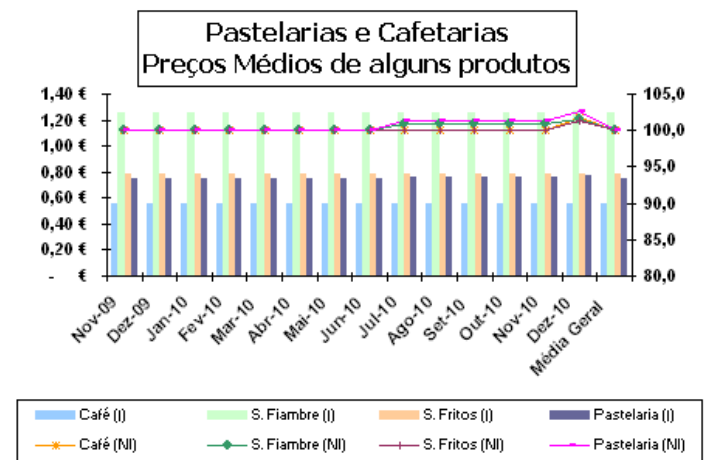
3. ESTABELECIMENTOS DE BEBIDAS – EVOLUÇÃO DA PROCURA E DOS PREÇOS

3.1. Preços Médios Praticados

Considerando a série compreendida entre Novembro/09 e Dezembro/10, o pacote dos 25 produtos considerados (ver nota metodológica) observa manutenção dos preços relativamente a Janeiro/10, embora verificando-se já uma alteração em Dezembro/10.



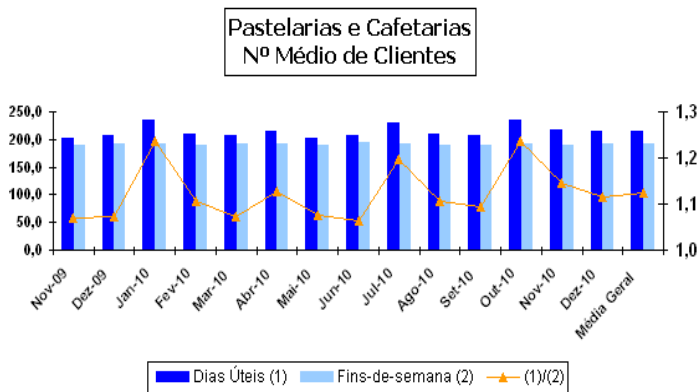
Detalhando para alguns produtos de maior consumo, obteve-se:



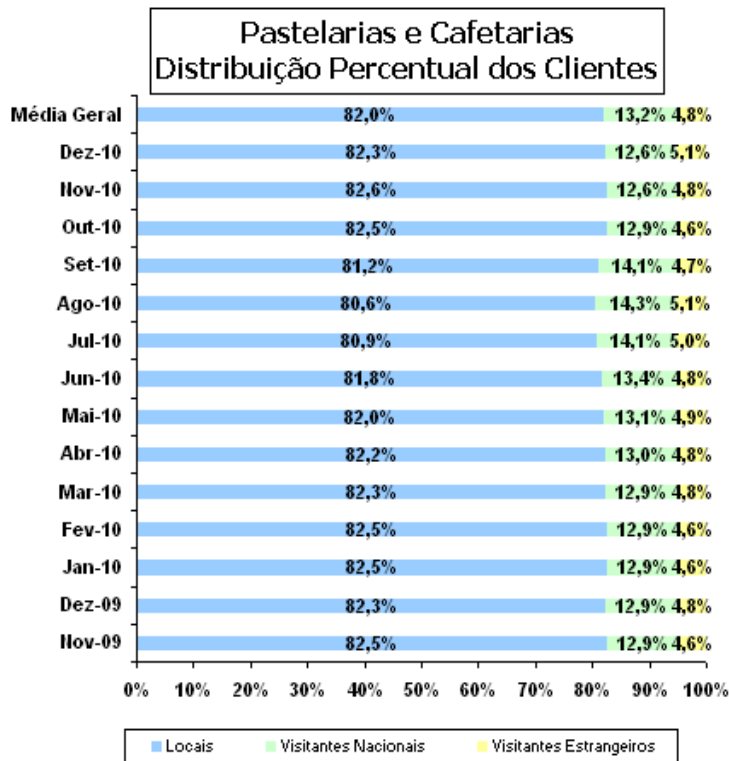
Assinalou-se um aumento dos preços dos produtos em análise em Dezembro/2010. Observou-se um crescimento de 1 cêntimo nos preços médios de Bebidas, Sólidos e Pacote de Produtos. O café após um período de manutenção do preço, também registou um aumento em Dezembro/10.

3.2. Número Médio e Particularidades dos Clientes

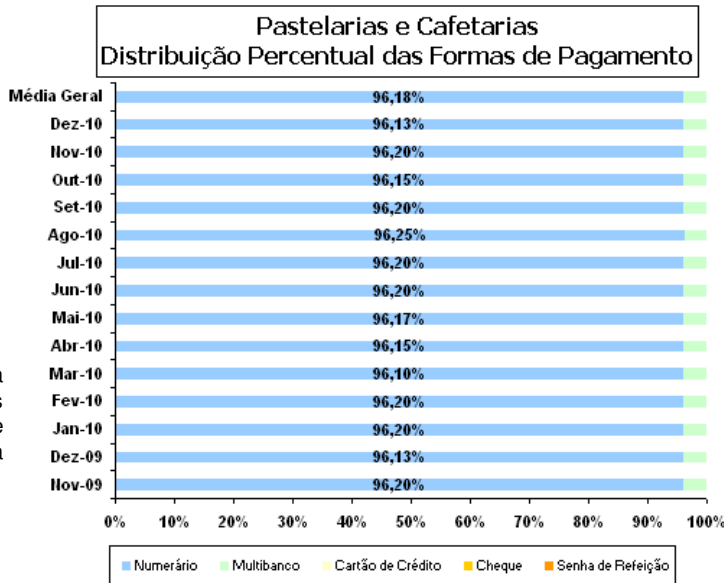
Passando ao número médio de clientes nas pastelarias e cafetarias, os elementos decorrentes do inquérito permitem observar que a média diária de clientes foi de 214,7 clientes para os dias úteis, e de 191,2 clientes para os fins-de-semana. Destaque para o pico de clientes observado em Outubro/10.



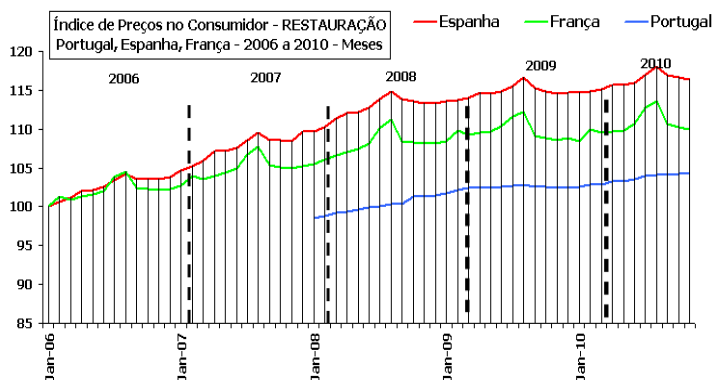
Por outro lado, em termos da distribuição dos clientes por grupos, na média para os meses em questão, a percentagem imputável aos clientes locais fixou-se nos 82,0%, enquanto que os visitantes nacionais e estrangeiros representaram, respectivamente, 13,2% e 4,8% da procura global.



No que concerne às formas de pagamento utilizadas, os pagamentos em numerário continuam a ser o método inquestionavelmente predominante, não ocorrendo alterações na sua predominância. Assim, na média do período de Novembro/09 a Dezembro/10, torna-se evidente a opção pelo pagamento em numerário, o qual representou uns esmagadores 96,18%. De salientar, que ao inverso do que acontece nos restaurantes, o pagamento com cartões de débito e crédito não ultrapassa os 3,72%, havendo ainda percentagens residuais, de 0,07%, para pagamentos com cheques ou com senhas de refeição.



4. OS PREÇOS DA ALIMENTAÇÃO CONSUMIDA FORA DE CASA

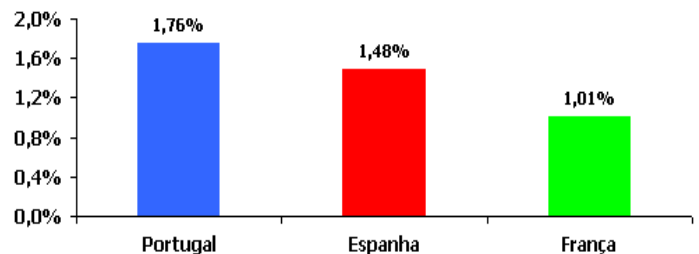


Base 100= Janeiro 2006

Fonte: INE Portugal, INE Espanha, INSEE França

O índice de preços no consumidor, ao nível da alimentação consumida fora de casa, nos últimos três meses analisados tem vindo a registar estagnação em todos os países analisados. No período compreendido entre Janeiro/08 e Novembro/10, França foi o país com maior crescimento do índice de preços no consumidor, 6,1%, seguida de Portugal, 5,9%, e Espanha, 4,2%.

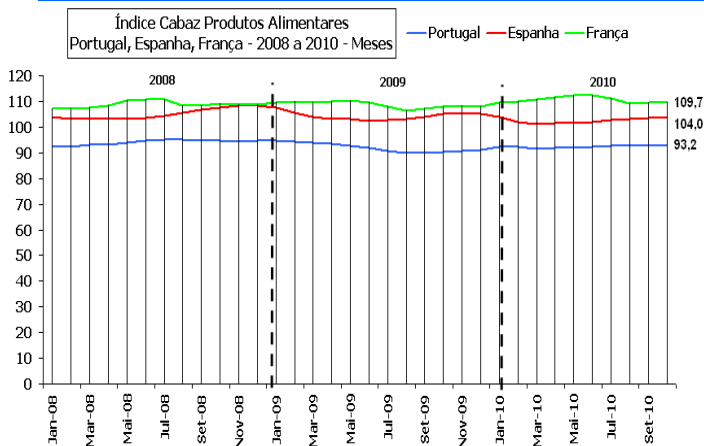
Restauração - Variação Homóloga
Novembro 2009 / Novembro 2010



Fonte: INE Portugal, INE Espanha, INSEE França

No que diz respeito às variações homólogas entre Novembro/09 e Novembro/10, os países em análise registaram variações homólogas positivas muito semelhantes. Portugal é o país que apresenta a maior variação, com 1,76%, seguida por Espanha com 1,48%. França, por seu lado, registou uma variação quase semelhante na comparação com os restantes países, com 1%.

5. OS PREÇOS DOS PRODUTOS ALIMENTARES

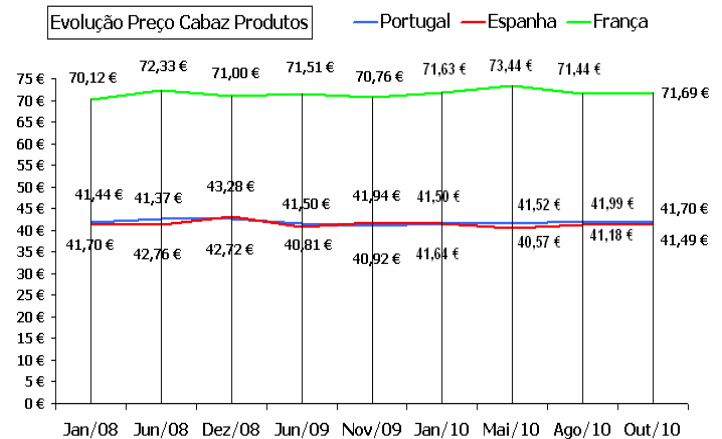


Base 100= Janeiro 2008

Fonte: INE Portugal, INE Espanha, INSEE França

O Índice relativo aos preços do cabaz de produtos alimentares (constituído por: carne de porco; carne de vaca; carne de borrego; frutas, produtos hortícolas; leite, óleos e gorduras; açúcar; manteiga; café e água mineral) revela que, no período compreendido entre Janeiro/08 e Outubro/10, existe uma tendência de crescimento (0,97%) em Portugal, tendência seguida em Espanha cujo índice subiu, muito ligeiramente, 0,10%. Em França o índice aumentou em 2,24%. Desde Agosto/09 que o índice relativo aos preços do cabaz de produtos alimentares tem vindo a crescer em Portugal, o que tem vindo a mitigar a tendência de baixa de preços que se tinha registado durante 2009.

Evolução Preço Cabaz Produtos



Fonte: INE Portugal, INE Espanha, INSEE França

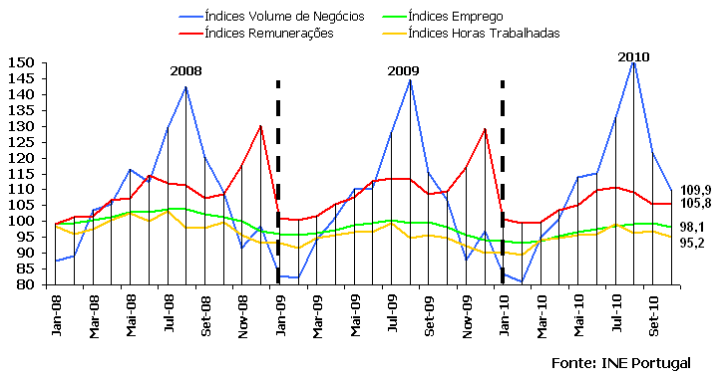
No que respeita ao custo efectivo do cabaz de produtos, França continua a ser o país com o preço do cabaz mais elevado, com o valor de 71,69€. Ao contrário do que se tinha vindo a verificar, o valor do cabaz em Portugal (41,70€) foi mais caro do que em Espanha (41,49€), sendo a diferença, que tem vindo a reduzir-se, entre os preços dos cabazes de 0,21€.

No período em estudo, de Janeiro de 2008 a Maio de 2010, Espanha assinala um crescimento do preço do cabaz de produtos de 0,12%.. França apresenta um crescimento de 2,24% no preço do cabaz de produtos.

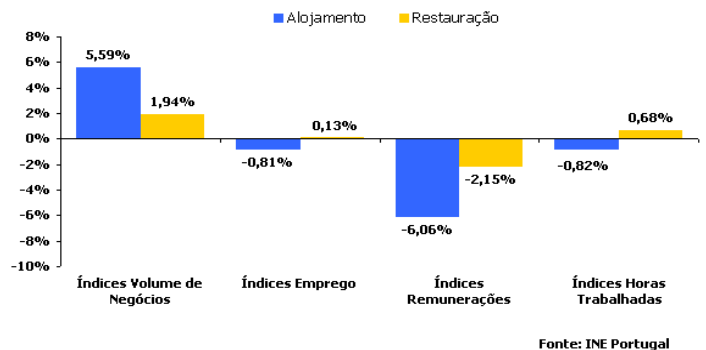
Portugal, por seu lado, apresenta um crescimento nulo para o período em análise.

6. ÍNDICES DOS SECTORES DO ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO

Índices dos Sectores do Alojamento e Restauração
2008 a 2010 - Meses



Alojamento e Restauração - Variação Homóloga
Outubro 2009 / Outubro 2010

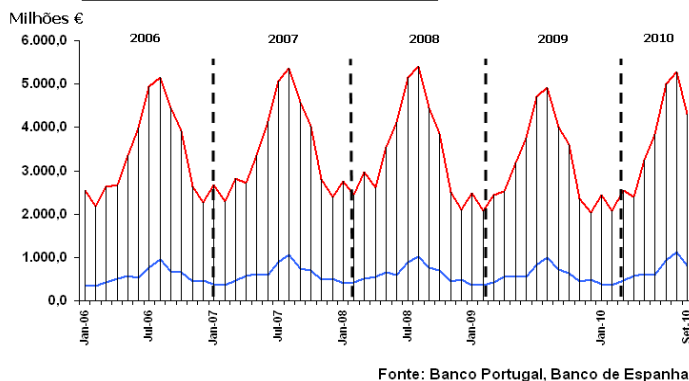


Nesta edição do Barómetro, o período em análise é de Janeiro/08 a Outubro/10. O Índice de Horas Trabalhadas foi o que registou maiores oscilações, variando negativamente 4,70%, desde Outubro/08. O Índice de Emprego apresentou a segunda variação negativa, cerca de -3,27%. O Índice de Volume de Negócios foi o único a apresentar variação positiva relativamente a Outubro/08, com uma variação de 0,79%.

Em termos de variação homóloga de Out09/Out10, fazemos a desagregação dos sectores e podemos observar que a Hotelaria registou variações homólogas negativas em todos os Índices apresentados, com excepção do Volume de Negócios. O Índice de Remunerações, na Hotelaria e na Restauração, registou a maior variação homóloga negativa, -6,06% e -2,15%, respectivamente. No sector da Restauração, o Índice de Volume de Negócios registou a maior variação positiva (1,94%), tendo o Volume de Negócios sido o único indicador a registar uma variação positiva.

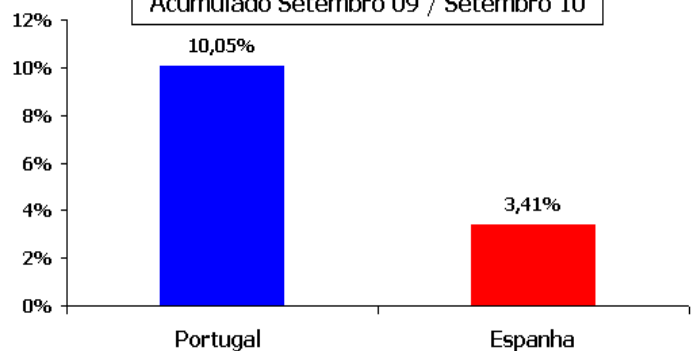
7. OS DADOS DO TURISMO

Evolução Receitas do Turismo Portugal - Espanha
2006 a 2010 - Meses



As receitas do turismo, indicador económico que decorre da leitura da respectiva rubrica ao nível da balança de pagamentos, para o período em análise (de Janeiro/06 a Setembro/10), evidenciam que Espanha regista receitas consideravelmente mais elevadas que Portugal. Em Portugal durante todo o ano de 2009, com excepção do mês de Dezembro, registaram-se receitas inferiores às verificadas nos mesmos meses de 2008. Os três trimestres de 2010 apresentam uma recuperação nas receitas turísticas, sendo o valor deste período superior em 10% relativamente ao mesmo período do ano anterior. Em Setembro/10 registou-se um aumento de 11,9% relativamente ao mesmo mês do ano anterior.

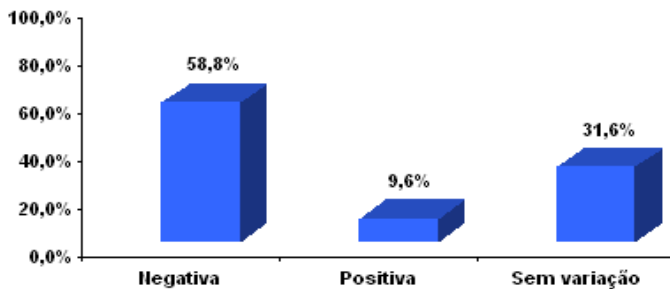
Variação Homóloga - Receitas do Turismo
Acumulado Setembro 09 / Setembro 10



Quando se analisa a variação homóloga referente ao acumulado de Janeiro a Setembro de 2009 e 2010, podemos verificar que Portugal e Espanha apresentam variações homólogas positivas. Portugal registou uma variação homóloga de 10,05% e Espanha teve uma variação homóloga positiva de 3,41%. Para Portugal e Espanha, estes resultados traduzem-se numa ligeira recuperação das receitas do turismo, decorrentes da crise sentida, ao longo do período de 2009 e iniciada em 2008.

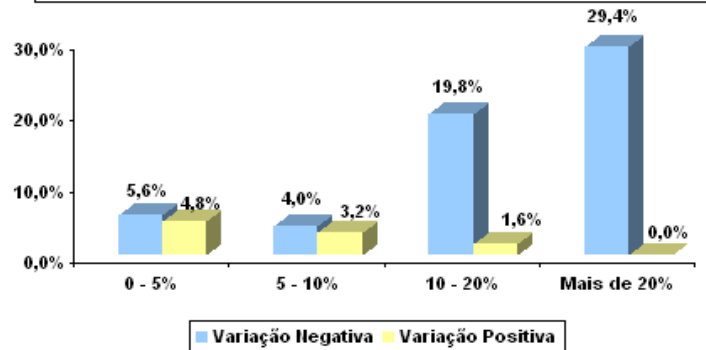
8. VOLUME DE NEGÓCIOS SECTOR DA RESTAURAÇÃO E BEBIDAS

Variação Volume de Negócios - 4º Trimestre 2010



Nesta edição do Barómetro, apresentamos dados relativos ao volume de negócios das empresas do sector da restauração e bebidas. Os presentes dados resultam de uma monitorização que o Departamento Económico e de Estudos da AHRESP está a realizar junto dos seus associados, com o intuito de aferir qual a variação do volume de negócios relativamente ao mesmo período do ano anterior. Assim para o 4º trimestre de 2010, 58,8% dos estabelecimentos inquiridos (amostragem é a mesma para o inquérito da Evolução dos Preços) afirmam que o seu volume de negócios registou uma contracção. 9,6% dos inquiridos observou um aumento no seu volume de negócios quando comparado com igual período do ano anterior.

Variação % Volume de Negócios - 4º Trimestre 2010

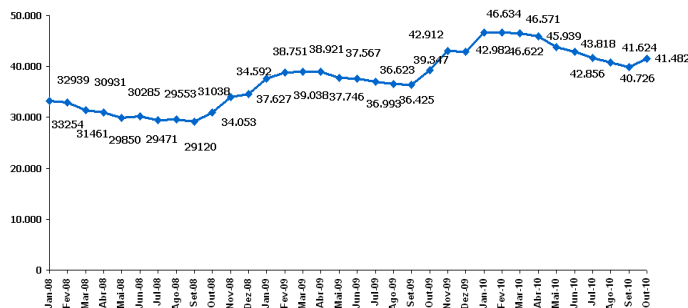


Relativamente ao Volume de Negócios, no 4º trimestre de 2010, 29,4% dos estabelecimentos inquiridos (amostragem é a mesma para o inquérito da Evolução dos Preços) afirmam que o seu volume de negócios registou uma contracção superior a 20% no seu volume de negócios.

No que concerne variações positivas, 4,8% dos inquiridos registaram uma variação positiva no seu volume de negócios entre 0% e 5%. Apenas 3,2% dos inquiridos registaram variações positivas entre "5 e 10%". 1,6% dos empresários contactados registou variações positivas acima de 10%.

9. MERCADO DE EMPREGO – ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO

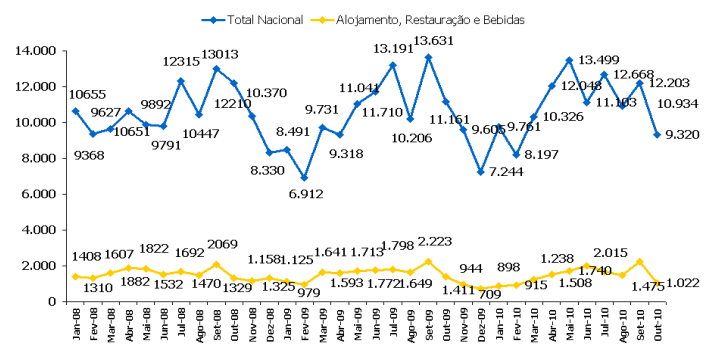
Desemprego registado (novo emprego) por actividade económica de origem do desemprego
Canal Horeca



Fonte: IIEFP

O desemprego registado referente ao novo emprego, refere-se às pessoas que não têm emprego mas que já trabalharam e que estão imediatamente disponíveis por trabalhar. Neste sentido, podemos constatar que o decréscimo do número de desempregados à procura de novo emprego observado em Agosto/10 se manteve até Setembro/10. Em Outubro/10, observou-se um aumento. Ainda assim, o canal HORECA, desde Jan/08 até Out/10, registou um aumento de 8228 desempregados. Em termos de variação mês homólogo, o desemprego registado verificou-se uma variação de 5,40%.

Ofertas de emprego



Fonte: IIEFP

Por Ofertas de Emprego são considerados os empregos disponíveis comunicados pelas entidades empregadoras aos Centros de Emprego. O período em análise é Janeiro de 2008 a Outubro de 2010. Relativamente a Outubro/10 as ofertas de emprego no canal HORECA caíram 54% relativamente ao mês anterior, o que corresponde, em termos absolutos, a um decréscimo de 1199 ofertas de emprego. Esta queda foi superior ao que se verificou nas ofertas de emprego em todos os sectores de actividade, relativamente ao mês anterior (-23,6%), explicação obtida pelo carácter sazonal do turismo. Em termos de variação mês homólogo, as ofertas de emprego no canal Horeca registaram uma queda de 27,6% das ofertas de emprego.