

- No período entre Janeiro/08 e Março/11, os Preços da Alimentação consumida fora de casa, fonte INE, registou um aumento na ordem dos 6,5%;

- Em Fevereiro de 2011, o Índice relativo aos preços do cabaz de produtos alimentares (fonte INE), registou um acréscimo de 1,97% em relação a Janeiro de 2008;

- Os preços de venda dos 25 produtos nas pastelarias e cafetarias registam um aumento nos preços em Janeiro/11;

- Nesta edição apresentamos dados uma actualização dos principais dados do sector do Alojamento e Restauração e Bebidas.

## BARÓMETRO N.º 23

### DOS SECTORES DA HOTELARIA E RESTAURAÇÃO E BEBIDAS

Com o apoio:

 Caixa Geral de Depósitos



**AHRESP**<sup>®</sup>

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 22**  
**Janeiro/Fevereiro/Março 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](mailto:ahresp@ahresp.com)  
Website: [www.ahresp.com](http://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](http://www.ahresp.com))

## APRECIÇÃO GLOBAL

Nesta edição do Barómetro iremos apresentar a actualização dos principais dados relativos ao sector do Alojamento e Restauração e Bebidas. Estes dados referem-se ao ano de 2009 e, foram recentemente disponibilizados pelo INE.

Dando continuidade à publicação dos dados conjunturais, resultantes do inquérito realizado pela AHRESP® junto dos seus associados, nesta edição do Barómetro apresentamos dados entre Maio de 2010 e Junho de 2011. Relativamente ao cabaz de produtos alimentares observou-se uma diminuição do preço do mesmo, cotando neste momento nos 42,521€. Nesta edição do Barómetro, apresentamos informação sobre o peso que o Alojamento e a Restauração tem na economia nacional.

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
<b>TOTAL</b>		<b>612</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>688</b>

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. O PESO DO CANAL HORECA NO TURISMO

Nesta edição do Barómetro iremos actualizar os dados referentes ao peso dos sectores do Alojamento e da Restauração na estrutura da economia nacional e do Turismo. Os dados incidem sobre os anos 2008 e 2009 e são uma actualização de dados publicados anteriormente no Barómetro.

Os indicadores que serão analisados são o Peso do Alojamento e da Restauração e Bebidas no sector do Turismo, o Número de Empresas por escalão de pessoal ao serviço, o Volume de Negócios por escalão de pessoal ao serviço e o Pessoal ao Serviço por escalão (empregabilidade). No Turismo incluímos para além da Restauração e do Alojamento, as Agências de Viagens e o Rent-a-Car.

## Peso dos sectores do Alojamento e da Restauração

Tal como se tem verificado em anos anteriores, a Restauração é o sector com maior representatividade no Turismo nos três indicadores que estão em análise. O sector da Restauração representa, no Turismo, 89,2% do N.º de Empresas, 55,6% do Volume de Negócios e 76,4% do Pessoal ao Serviço, respectivamente. Tanto no N.º de Empresas (7,3%) como no Pessoal ao Serviço (18,7%), o Alojamento é o segundo sector com maior preponderância, sendo apenas ultrapassado no Volume de Negócios (18,0%) pelas Agências de Viagens.

Comparativamente a 2008, o sector da Restauração diminuiu o ao nível do N.º de Empresas, Volume de Negócios e do Pessoal ao Serviço, enquanto que o Alojamento aumentou, por sua vez, a sua representatividade no N.º de Empresas.

## Peso do Alojamento e Restauração no Sector do Turismo - 2009

Actividades	Nº de Empresas	Volume de Negócios	Pessoal ao Serviço
Restauração	89,2%	55,6%	76,4%
Alojamento	7,3%	18,0%	18,7%
Agências de Viagem	2,9%	18,4%	3,5%
Rent-a-Car	0,6%	8,1%	1,3%

## Número de Empresas por escalão de pessoal ao serviço

O Sector da Restauração e Bebidas assume-se como o sector com maior Número de Empresas relacionadas com o turismo tendo, em 2009, representado 89,2% do total de empresas. Ao nível do total nacional, o sector representa, cerca de 7,7%. Quanto à divisão por Micros, Pequenas e Médias Empresas, a Restauração continua a acompanhar a tendência nacional (99,9%), em que as Micros empresas dominam o tecido empresarial do sector da Restauração, representando 95,2% total de empresas deste sector.

Em termos de variação 2009/2008, o canal HORECA registou um decréscimo de -4,9% do total de empresas. Porém, esta diminuição do Número de Empresas no canal HORECA deve-se apenas ao sector da Restauração, uma vez que no Alojamento se verificou um aumento do número de empresas, ou seja, uma variação de 0,6%. O sector das Agências de Viagens foi o que registou a maior variação, 3,8%.

## PESO DO TURISMO E DO CANAL HORECA - 2009

Actividade Económica	N.º Empresas				Pessoal ao Serviço				Volume de Negócios			
	N.º	Var. 09/08	% Nacional	% Turismo	N.º	Var. 09/08	% Nacional	% Turismo	N.º	Var. 09/08	% Nacional	% Turismo
TOTAL NACIONAL	1.060.906	-3,2%	100,00%	-	3.717.920	-3,7%	100,00%	-	335.887.311.762 €	-8,8%	100,00%	-
TOTAL TURISMO	84.264	-4,7%	7,94%	100,0%	291.736	-4,1%	7,85%	100,0%	12.978.756.772 €	-5,7%	3,86%	100,0%
CANAL HORECA	81.341	-4,9%	7,67%	96,5%	277.645	-4,1%	7,47%	95,2%	9.542.589.961 €	-3,1%	2,84%	73,5%
Restauração e Bebidas	75.163	-5,3%	7,08%	89,2%	222.981	-4,0%	6,00%	76,4%	7.211.610.016 €	-1,9%	2,15%	55,6%
Alojamento	6.178	0,6%	0,58%	7,3%	54.664	-4,3%	1,47%	18,7%	2.330.979.945 €	-6,4%	0,69%	18,0%
Agências de Viagens	2.412	3,8%	0,23%	2,9%	10.267	-4,8%	0,28%	3,5%	2.384.647.356 €	-16,3%	0,71%	18,4%
Rent-a-Car	511	-2,9%	0,05%	0,6%	3.824	-0,4%	0,10%	1,3%	1.051.519.455 €	-1,6%	0,31%	8,1%

Fonte: IIE - Estatísticas das Empresas

# 1. O PESO DO CANAL HORECA NO TURISMO

## Volume de Negócios por escalão de pessoal ao serviço

A Restauração gerou cerca de 7,2 mil milhões de euros em 2009, representando 53,4% do total de Volume de Negócios do sector do Turismo. Na Restauração, as PME compreendem 87,3% (58,0% provêm de Micro empresas) do valor global do volume de negócios gerado pelo sector. Ao nível dos outros sectores do Turismo, as Agências de Viagens continuam a ser o segundo sector que apresentou maior volume de negócios, seguido pelo Alojamento que representa 20,7% do Volume de Negócios do Turismo. Um aspecto que deve ser referido é que para a Restauração e Alojamento, quando é feita a desagregação por escalão de pessoal ao serviço, existem valores que estão incompletos.

## Pessoal ao Serviço por escalão

O canal HORECA emprega cerca 277.645 trabalhadores, ou seja, 7,50% do pessoal ao serviço de todos os sectores de actividade. O sector da Restauração e Bebidas assume-se, mais uma vez, como o sector de maior peso, em 2009, empregando cerca de 76,4% dos trabalhadores do sector do Turismo. O Alojamento é o segundo sector que mais trabalhadores emprega, 18,8%, enquanto que as Agências de Viagens e o Rent-a-Car representam, respectivamente, 3,5% e 1,3% do total de trabalhadores do Turismo.

Numa análise específica dos dados das PME, na Restauração o escalão que emprega mais trabalhadores é o das Micros empresas (0-9 trabalhadores), englobando 51,1% do total de trabalhadores do sector.

No que se refere à variação anual, todos os sectores registaram decréscimos em 2009, quando comparado com o ano anterior.

As PME engloba 87,2% do total de trabalhadores do canal Horeca, estando acima da percentagem de trabalhadores empregados nas PME em todos os sectores de actividade (78,7%).

Tal situação já não se verifica no Alojamento, pois é o escalão das médias empresas (50-249 trabalhadores) que emprega 33,7% dos trabalhadores do sector. No sector do Alojamento as PME empregam cerca de 82,3% dos trabalhadores do sector.

Em termos de evolução, o canal HORECA registou uma variação negativa de 4,1%, tendo tanto o sector do Alojamento, como o sector da Restauração contribuído para esta situação.

VOLUME DE NEGÓCIOS POR ESCALÃO DE PESSOAL AO SERVIÇO - 2009				
Actividade Económica	N.º	Var. 09/08	Peso no Total Nacional	Peso no Turismo
<b>Total de Empresas Nacionais</b>	<b>335.887.311.762</b>	<b>-8,8%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-</b>
0-9	86.125.130.336	-6,8%	25,08%	-
10-49	80.180.692.004	-10,6%	24,35%	-
50-249	72.364.864.164	-10,7%	22,00%	-
250 e mais	97.216.625.258	-7,6%	28,57%	-
<b>TOTAL TURISMO</b>	<b>12.978.756.772</b>	<b>-5,7%</b>	<b>3,74%</b>	<b>100,00%</b>
0-9	5.329.479.402	-3,5%	1,50%	40,14%
10-49	3.363.035.511	-	-	-
50-249	2.374.058.726	-10,9%	0,72%	19,35%
250 e mais	1.912.183.133	-	-	-
<b>CANAL HORECA</b>	<b>9.542.589.961</b>	<b>-3,1%</b>	<b>2,67%</b>	<b>71,52%</b>
0-9	4.526.383.657	-2,8%	1,26%	33,82%
10-49	2.234.133.711	-2,6%	0,62%	16,67%
50-249	1.359.862.754	-5,2%	0,39%	10,42%
250 e mais	1.422.209.839	-2,6%	0,40%	10,61%
<b>Restauração e Bebidas</b>	<b>7.211.610.016</b>	<b>-1,9%</b>	<b>2,00%</b>	<b>53,43%</b>
0-9	4.188.240.575	-3,5%	1,18%	31,53%
10-49	1.617.554.748	-2,8%	0,45%	12,10%
50-249	491.272.678	3,0%	0,13%	3,47%
250 e mais	914.542.015	4,9%	0,24%	6,34%
<b>Alojamento</b>	<b>2.330.979.945</b>	<b>-6,4%</b>	<b>0,68%</b>	<b>18,10%</b>
0-9	338.143.082	7,2%	0,09%	2,29%
10-49	616.578.963	-2,1%	0,17%	4,58%
50-249	868.590.076	-9,2%	0,26%	6,95%
250 e mais	507.667.824	-13,7%	0,16%	4,28%
<b>Agências de Viagens</b>	<b>2.384.647.356</b>	<b>-16,3%</b>	<b>0,77%</b>	<b>20,71%</b>
<b>Rent-a-Car</b>	<b>1.051.519.455</b>	<b>-1,6%</b>	<b>0,29%</b>	<b>7,77%</b>

Fonte: IIE - Estatísticas das Empresas

PESSOAL AO SERVIÇO POR ESCALÃO DE PESSOAL AO SERVIÇO - 2009				
Actividade Económica	N.º	Var. 09/08	Peso no Total Nacional	Peso no Turismo
<b>Total de Empresas Nacionais</b>	<b>3.717.920</b>	<b>-3,7%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-</b>
0-9	1.610.966	-2,9%	42,97%	-
10-49	759.804	-5,7%	20,87%	-
50-249	556.188	-5,8%	15,29%	-
250 e mais	790.962	-1,8%	20,87%	-
<b>TOTAL TURISMO</b>	<b>291.736</b>	<b>-4,1%</b>	<b>7,87%</b>	<b>100,00%</b>
0-9	154.156	-4,0%	4,16%	52,82%
10-49	66.863	-	-	-
50-249	34.786	0	0,91%	11,60%
250 e mais	36.931	-	-	-
<b>CANAL HORECA</b>	<b>277.645</b>	<b>-4,1%</b>	<b>7,50%</b>	<b>95,19%</b>
0-9	148.846	-4,2%	4,02%	51,10%
10-49	62.237	-4,2%	1,68%	21,35%
50-249	31.123	-0,8%	0,81%	10,32%
250 e mais	35.439	-6,1%	0,98%	12,42%
<b>Restauração e Bebidas</b>	<b>222.981</b>	<b>-4,0%</b>	<b>6,02%</b>	<b>76,41%</b>
0-9	138.288	-4,6%	3,75%	47,67%
10-49	46.241	-5,1%	1,26%	16,02%
50-249	12.686	3,2%	0,32%	4,04%
250 e mais	25.766	-2,3%	0,68%	8,67%
<b>Alojamento</b>	<b>54.664</b>	<b>-4,3%</b>	<b>1,48%</b>	<b>18,78%</b>
0-9	10.558	1,3%	0,27%	3,43%
10-49	15.996	-1,3%	0,42%	5,33%
50-249	18.437	-3,4%	0,49%	6,28%
250 e mais	9.673	-15,1%	0,29%	3,74%
<b>Agências de Viagens</b>	<b>10.267</b>	<b>-4,8%</b>	<b>0,28%</b>	<b>3,55%</b>
<b>Rent-a-Car</b>	<b>3.824</b>	<b>-0,4%</b>	<b>0,10%</b>	<b>1,26%</b>

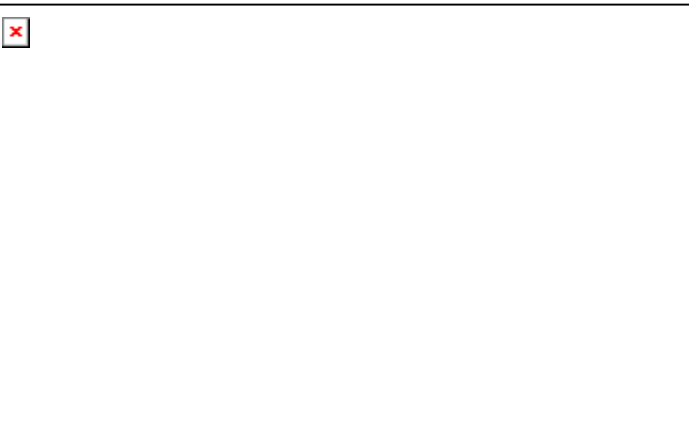
Fonte: IIE - Estatísticas das Empresas



## 2. RESTAURANTES – EVOLUÇÃO DA PROCURA E DOS PREÇOS

Neste número 23 do Barómetro da Restauração, os resultados apurados através da rotina estatística implementada pela AHRESP®, permitem acompanhar a evolução mensal de preços entre Maio de 2010 e Junho de 2011.

### 2.1. Preços 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 Janeiro/11, relativamente a todos os pratos. Em termos de média geral, os preços acompanharam o aumento verificado em Janeiro/11.

Pratos de Carne				
	Mais consumido N. Índice	Mais caro N. Índice	Mais Barato N. Índice	Média Geral N. Índice
Jun-10	100,9	100,7	100,0	99,1
Ago-10	100,9	100,7	100,0	100,0
Jun-11	101,9	101,4	102,4	100,9

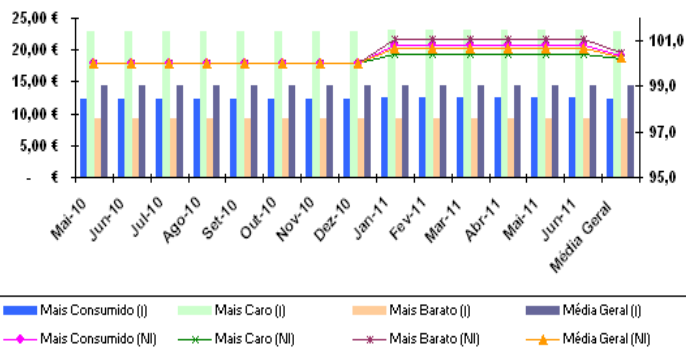
Fonte: Inquérito Mensal da AHRESP®

Conforme se pode verificar, o preço do prato de carne mais consumido, registou um aumento do preço para o período em análise (14 meses), sendo, no entanto, um incremento baixo. Ao nível do “prato mais caro” e “prato mais barato” registou-se, igualmente, crescimento no preço. Relativamente à média geral, assiste-se ao assinalar do incremento observado em Janeiro/11.

### 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 Janeiro/11. Ao nível da análise ao preço médio verifica-se que o incremento nos restantes pratos resultou no aumento do preço em Março/11.

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 63,1%. No “prato mais barato”, a diferença cifra-se em apenas 8,2%. Ao nível do “prato mais consumido” o diferencial cifra-se nos 13,8%. A diferença na média geral dos pratos de peixe e de carne registou uma alteração, passando para os 30,9%.

Jun/11 - Preços em €				
	Mais Consumido	Mais Caro	Mais Barato	Média Geral
Desvios % - Prato de Peixe / Prato de Carne	13,8%	63,1%	8,2%	30,9%

Fonte: Inquérito Mensal da AHRESP®

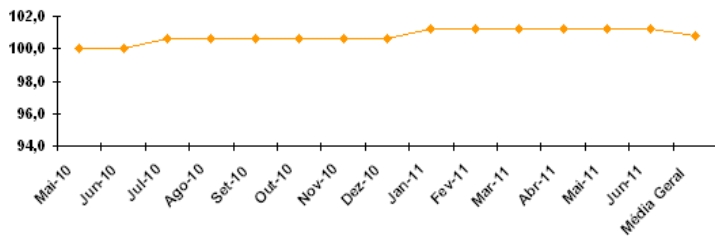
### 2.3. Custo Médio de uma Refeição

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 (Maio/10 a Junho/11), o custo médio de uma refeição variou, 0,20€. Em Julho/10 observou-se um aumento de preço de 0,6%. A partir de Janeiro/11, assistiu-se a um novo crescimento do preço.

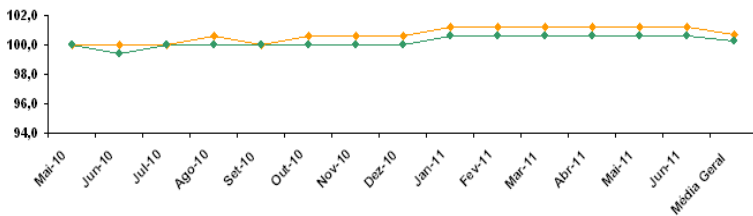


**Evolução do preço médio de venda de uma refeição sem bebidas (Número índice - Base Maio/10 = 100)**



Ao nível regional, Lisboa apresentou um aumento nos seus preços em Dezembro/10, situação semelhante nas Outras Regiões. 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: Maio/10 = 100)**

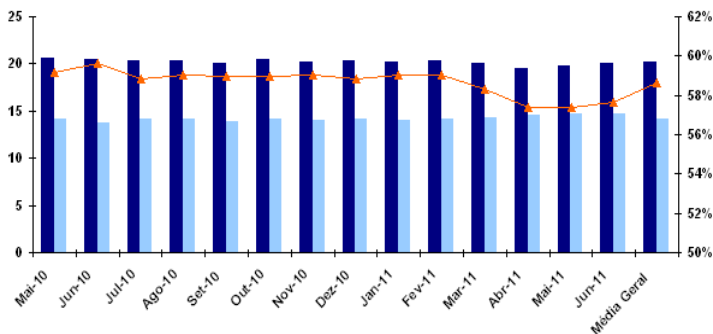


— Lisboa — Outras regiões

## 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 Fevereiro/10 a Março/11, podemos verificar que ocorreu uma manutenção na percentagem de pratos fixos, tendo ocorrido uma diminuição a partir de Abril/11. De referir, que para o período em apreço (Maio/10 até Junho/11), a percentagem de pratos fixos pouco variou (entre 57% e 60%).

**Ementas**

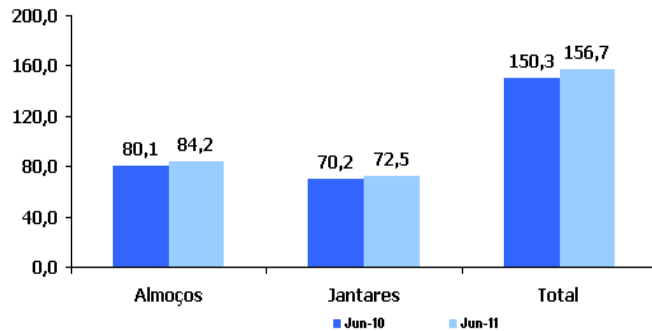


■ Pratos Fixos ■ Pratos Rotativos — % Pratos Fixos

## 2.5. Número Médio e Particularidades dos Clientes

No que se refere ao número médio de clientes por estabelecimento, verifica-se que, comparando Junho/10 e Junho/11, ocorreu um aumento no número médio de clientes. Quando comparados, o número de almoços cresceu 5,1%, enquanto que os jantares cresceram 3,3%. Na média geral, o número de refeições cresceu 4,3%.

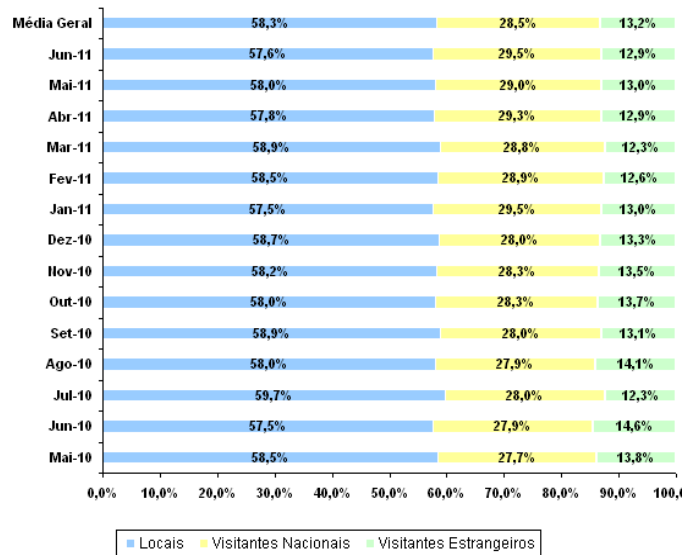
**Número Médio de Clientes por Estabelecimento**



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:

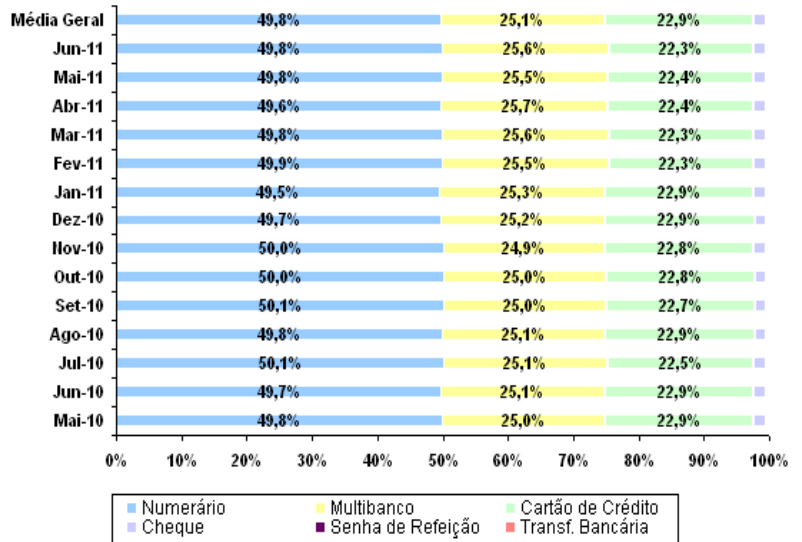
**Distribuição Percentual dos Clientes**



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 58,3% do movimento total. Por sua vez, os visitantes residentes em Portugal (turistas e excursionistas) representaram 28,5% do total, contra 13,2% 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

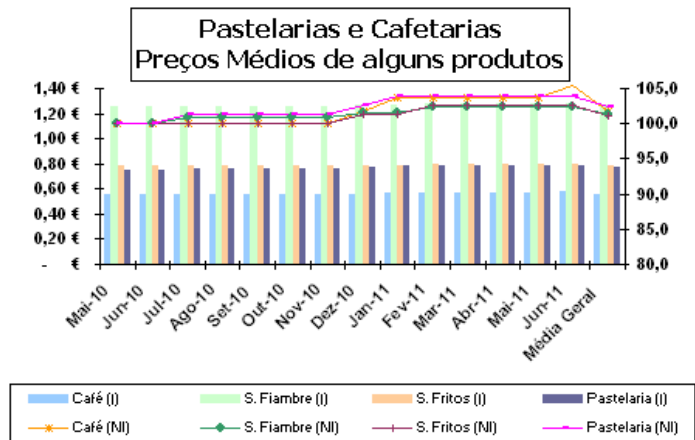
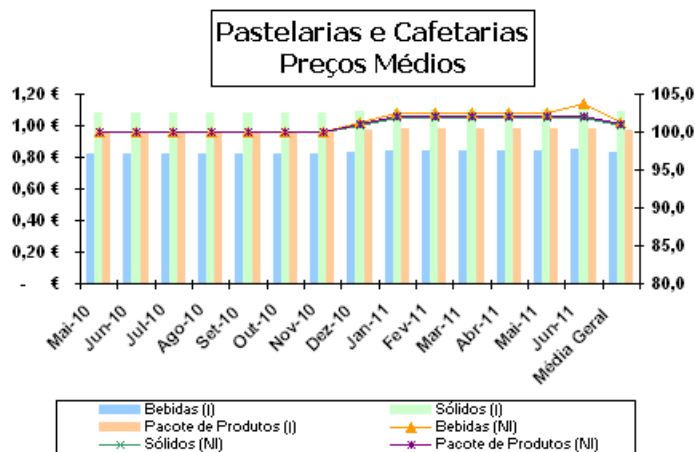


## 3. ESTABELECIMENTOS DE BEBIDAS – EVOLUÇÃO DA PROCURA E DOS PREÇOS

### 3.1. Preços Médios Praticados

Considerando a série compreendida entre Maio/10 e Junho/11, o pacote dos 25 produtos considerados (ver nota metodológica) observa-se uma alteração em Dezembro/10, tendo ocorrido um aumento dos preços, que teve a sua continuação em no primeiro trimestre de 2011.

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



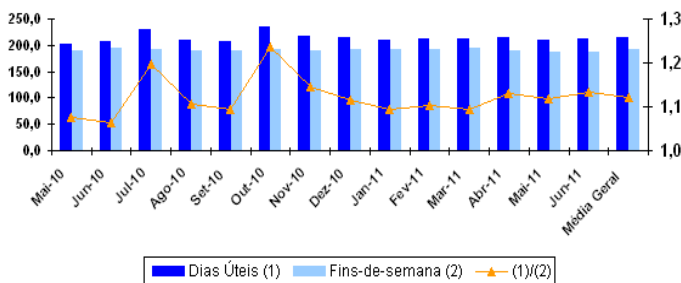
Assinalou-se um aumento dos preços dos produtos em análise em Dezembro/2010. Observou-se um crescimento de 2 cêntimo nos preços médios de Bebidas, Sólidos e Pacote de Produtos. O café após um período de manutenção do preço, também registou um aumento em Dezembro/10.



### 3.2. Número Médio e Particularidades dos Clientes

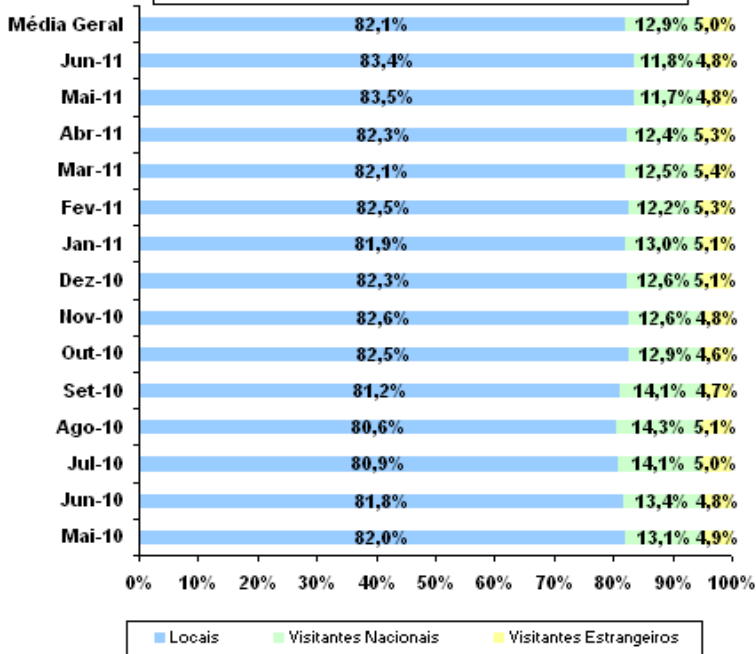
Passando ao número médio de clientes nas pastelarias e cafetarias, os elementos decorrentes do inquérito permitem observar que a média diária de clientes foi de 214,0 clientes para os dias úteis, e de 190,8 clientes para os fins-de-semana. Destaque para o pico de clientes observado em Outubro/10.

Pastelarias e Cafetarias  
Nº Médio de Clientes



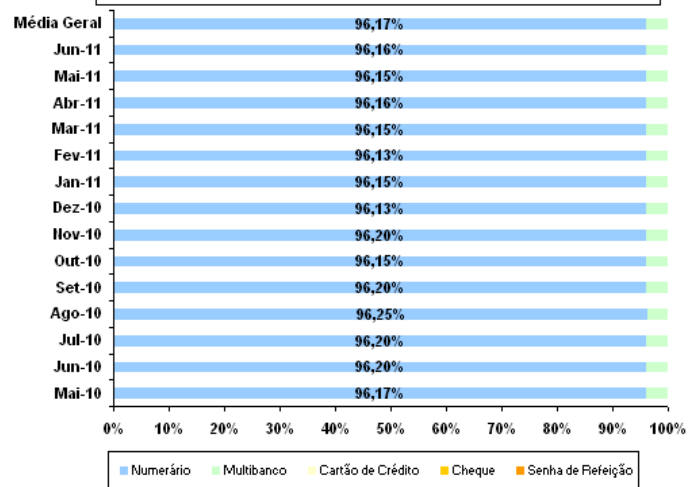
Por outro lado, em termos da distribuição dos clientes por grupos, na média para os meses em questão, a percentagem imputável aos clientes locais fixou-se nos 82,1%, enquanto que os visitantes nacionais e estrangeiros representaram, respectivamente, 12,9% e 5,0% da procura global.

Pastelarias e Cafetarias  
Distribuição Percentual dos Clientes

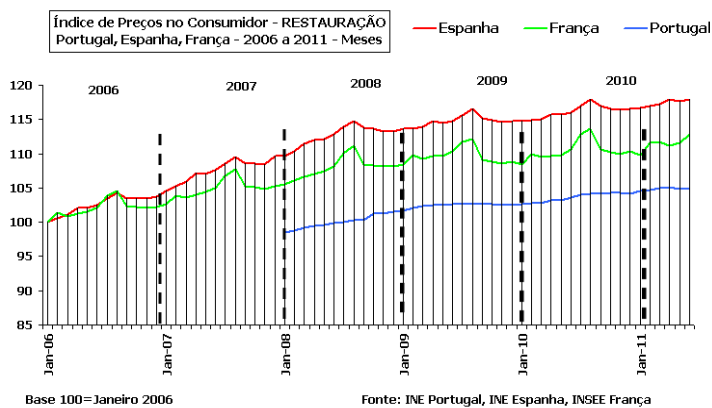


No que concerne às formas de pagamento utilizadas, os pagamentos em numerário continuam a ser o método inquestionavelmente predominante, não ocorrendo alterações na sua predominância. Assim, na média do período de Maio/10 a Junho/10, torna-se evidente a opção pelo pagamento em numerário, o qual representou uns esmagadores 96,17%. De salientar, que ao inverso do que acontece nos restaurantes, o pagamento com cartões de débito e crédito não ultrapassa os 3,73%, havendo ainda percentagens residuais, de 0,06%, para pagamentos com cheques ou com senhas de refeição.

Pastelarias e Cafetarias  
Distribuição Percentual das Formas de Pagamento

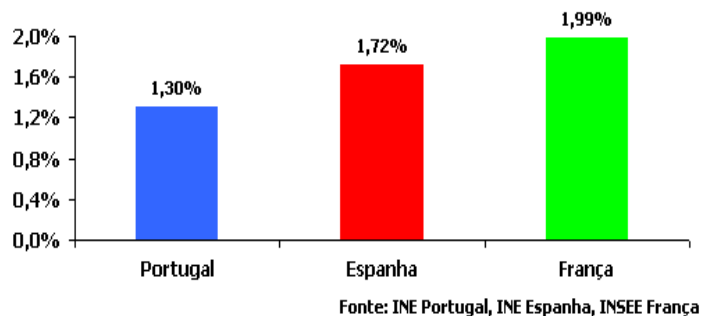


## 4. OS PREÇOS DA ALIMENTAÇÃO CONSUMIDA FORA DE CASA



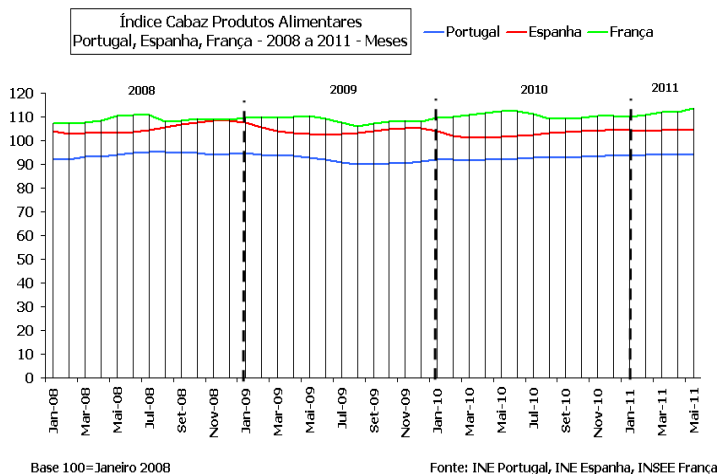
O índice de preços no consumidor, ao nível da alimentação consumida fora de casa, nos últimos três meses analisados vem vindo a registar estagnação em todos os países analisados. No período compreendido entre Janeiro/08 e Junho/11, Espanha foi o país com maior crescimento do índice de preços no consumidor, 7,6%, seguida de França, 6,9%, e Portugal, 6,5%.

Restauração - Variação Homóloga  
Junho 2010 / Junho 2011

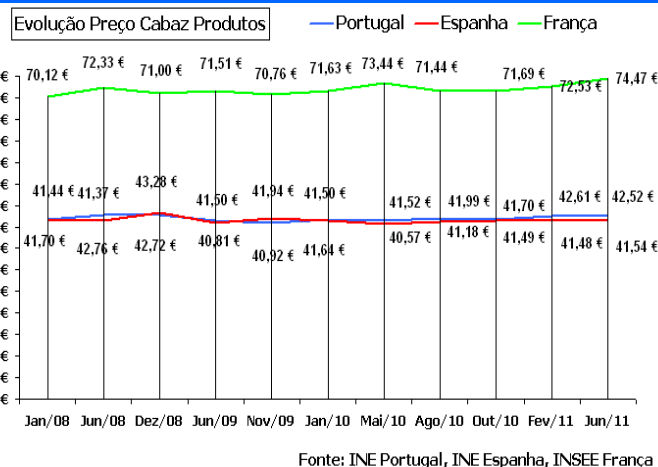


No que diz respeito às variações homólogas entre Junho/10 e Junho/11, os países em análise registaram variações homólogas positivas muito semelhantes. França é o país que apresenta a maior variação, com 1,99%, seguida por Espanha com 1,72%. França, por seu lado, registou uma variação quase semelhante na comparação com os restantes países, com 1,30%.

## 5. OS PREÇOS DOS PRODUTOS ALIMENTARES



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 Junho/11, existe uma tendência de crescimento (1,97%) em Portugal, tendência seguida em Espanha cujo índice subiu 0,24%. Em França o índice aumentou em 6,2%. Desde Fevereiro/11 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.

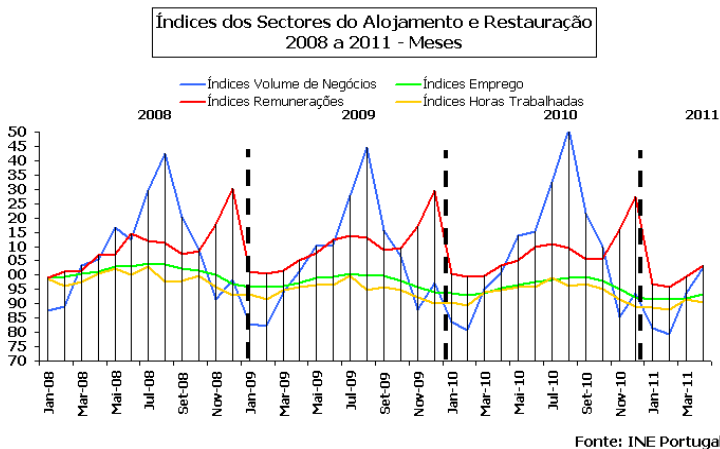


No que respeita ao custo efectivo do cabaz de produtos, França continua a ser o país com o preço do cabaz mais elevado, com o valor de 74,47€. Ao contrário do que se tinha vindo a verificar, o valor do cabaz em Portugal (42,52€) foi mais caro do que em Espanha (41,54€), sendo a diferença, que aumentou, entre os preços dos cabazes de 0,98€.

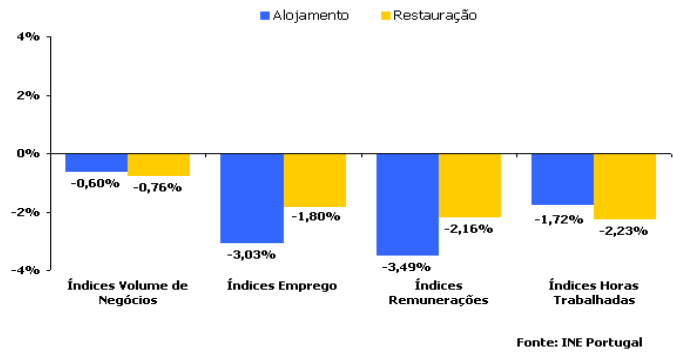
No período em estudo, de Janeiro de 2008 a Fevereiro de 2011, Espanha assinala um crescimento do preço do cabaz de produtos de 0,24%. França apresenta um crescimento de 6,20% no preço do cabaz de produtos.

Portugal, por seu lado, apresenta um crescimento de 1,97% para o período em análise.

## 6. ÍNDICES DOS SECTORES DO ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO



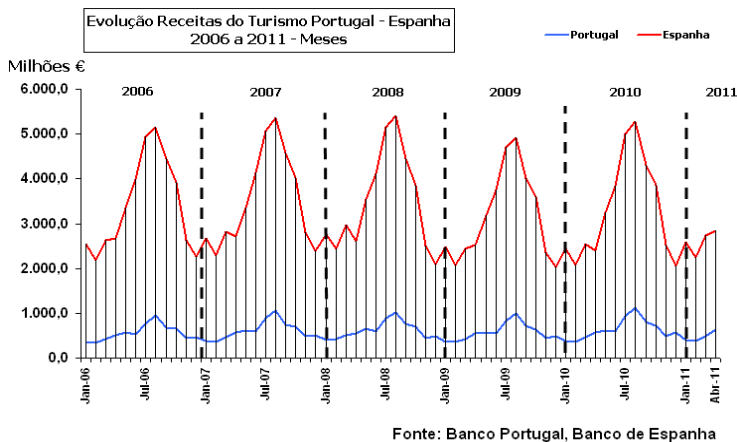
Alojamento e Restauração - Variação Homóloga Acumulado Janeiro - Março 2010/2011



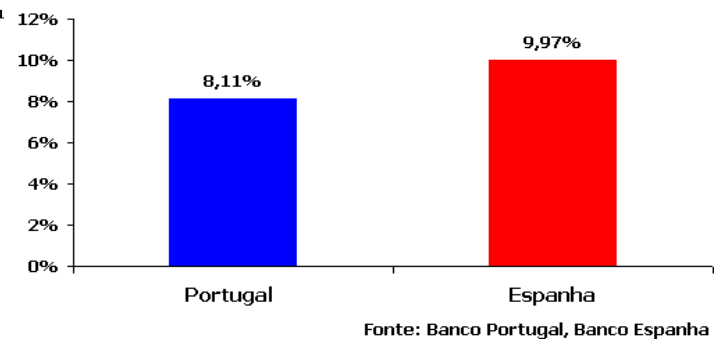
Nesta edição do Barómetro, o período em análise é de Janeiro/08 a Abril/11. O índice de Emprego registou grandes oscilações, variando negativamente 7,98%, na variação homóloga com Janeiro a Abril/08. O Índice de Volume de Negócios apresentou a segunda variação negativa, cerca de -7,26%. O Índice de Remunerações foi o único a apresentar a variação mais suave, com uma variação de -3,19%.

Em termos de variação homóloga de Jan-Mar10/Jan-Mar11, fazemos a desagregação dos sectores e podemos observar que a Hotelaria registou variações homólogas negativas em todos os Índices apresentados. O Índice de Volume de Negócios, na Hotelaria e na Restauração, registou a menor variação homóloga negativa, -0,60% e -0,76%, respectivamente. Destaque para o facto de todas as categorias analisadas apresentarem valores negativos.

## 7. OS DADOS DO TURISMO



Variação Homóloga - Receitas do Turismo Acumulado Abril 10 / Abril 11

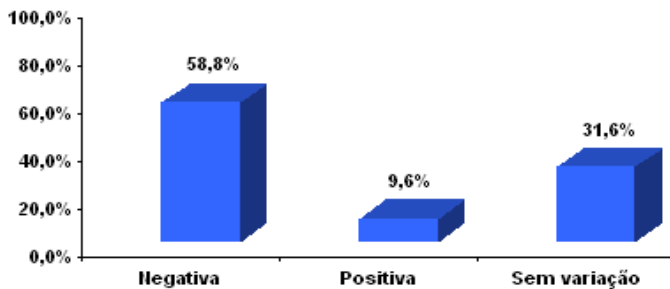


As receitas do turismo, indicador económico que decorre da leitura da respectiva rubrica ao nível da balança de pagamentos, para o período em análise (de Janeiro/06 a Abril/11), evidenciam que Espanha regista receitas consideravelmente mais elevadas que Portugal. Em Portugal durante o ano de 2010, registaram-se receitas superiores às verificadas nos mesmos meses de 2009. O ano de 2010 apresenta uma recuperação nas receitas turísticas, na comparação com 2009, sendo o valor deste período superior em 10% relativamente ao mesmo período do ano anterior.

Quando se analisa a variação homóloga referente ao acumulado de Janeiro a Abril de 2010 e 2011, podemos verificar que Portugal e Espanha apresentam variações homólogas positivas. Portugal registou uma variação homóloga de 8,11% e Espanha teve uma variação homóloga positiva de 9,97%. 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.

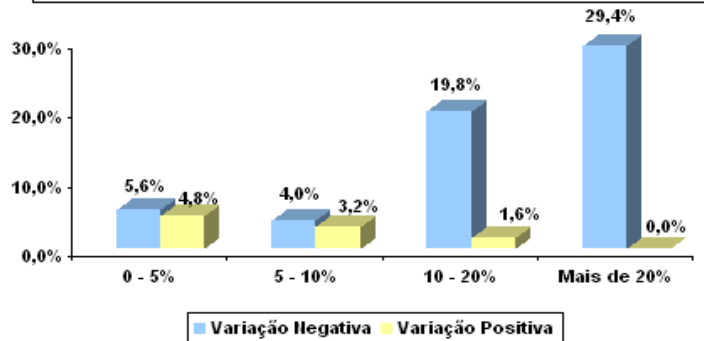
## 8. VOLUME DE NEGÓCIOS SECTOR DA RESTAURAÇÃO E BEBIDAS

Variação Volume de Negócios - 2º Trimestre 2011



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 1º trimestre de 2011, 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 - 2º Trimestre 2011

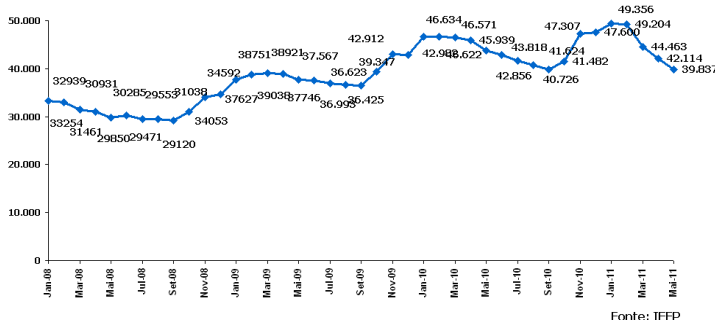


Relativamente ao Volume de Negócios, no 1º trimestre de 2011, 29,4% dos estabelecimentos inquiridos (amostragem é a mesma para o inquérito da Evolução dos Preços) afirmam que o seu volume de negócios registou uma contracção superior a 20% no seu volume de negócios.

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%.

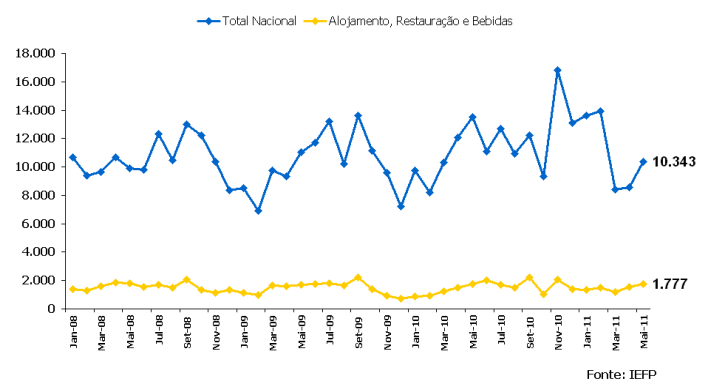
## 9. MERCADO DE EMPREGO – ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO

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



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. Desde Outubro/10, observam-se aumentos continuados no número de desempregados até Dezembro/10. A partir de Janeiro/11, a metodologia foi alterada. Assim, as análises posteriores terão como referência Janeiro/11.

Ofertas de emprego



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 Maio de 2011. Como referido anteriormente, a metodologia foi alterada a partir de Janeiro/11, pelo que a análise terá como referência esta data. Assim, verifica-se que em Maio/11 houve um crescimento nas ofertas de emprego, revelador do efeito sazonal que o sector do Turismo tem nas ofertas de emprego, com o aproximar da época alta.