



# **O desempenho económico-financeiro dos hotéis face à evolução do turismo em Portugal**

Mestrado em Gestão e Direção Hoteleira

Isa da Silva Vieira

Peniche, abril de 2020

Página propositadamente deixada em branco

**O desempenho económico-financeiro dos hotéis face à  
evolução do turismo em Portugal**

Isa da Silva Vieira

Dissertação elaborada para a obtenção do grau de mestre em Gestão e  
Direção Hoteleira

Orientação do Professor Doutor Luís Lima Santos

Peniche, abril de 2020

Página propositadamente deixada em branco

## **O desempenho económico-financeiro dos hotéis face à evolução do turismo em Portugal**

Isa da Silva Vieira

### ***COPYRIGHT***

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou em formato digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Página propositadamente deixada em branco

## **Dedicatória**

Enfrentamos um desafio crítico para a humanidade e para as atividades socioeconómicas – designadamente as relacionadas com o turismo – em resultado dos efeitos da pandemia do COVID-19; no momento em que termino a minha dissertação, espera-nos um futuro pleno de incertezas, pelo que gostaria de dedicar a dissertação a todos os profissionais de turismo que se viram forçados a encerrar temporariamente os seus negócios pela quebra abrupta da sua faturação; tenho esperança de que, num futuro próximo, o turismo possa dar continuidade à grande evolução dos últimos anos.

Página propositadamente deixada em branco

## **Agradecimentos**

Quero agradecer a todos aqueles que fazem parte da minha vida e que diariamente sempre me apoiaram e motivaram para a realização deste trabalho, nomeadamente à minha família, ao meu companheiro Diogo Cordeiro e aos meus incríveis colegas da empresa Quasetudo.

Quero também agradecer a todos os professores da licenciatura de Gestão Turística e Hoteleira e do mestrado de Gestão e Direção Hoteleira pela transmissão de conhecimentos de extrema relevância para a realização da presente dissertação.

Por fim, quero deixar um agradecimento especial ao meu orientador Professor Doutor Luís Lima Santos por toda a orientação, conselhos, apoio e disponibilidade.

Página propositadamente deixada em branco

**Resumo**

O turismo é uma das atividades que apresentou maior evolução nos últimos anos. Face ao elevado aumento da procura turística houve um crescimento exponencial da oferta turística, gerando uma saturação do mercado turístico e, conseqüentemente, um elevado grau de competitividade entre as empresas do turismo.

Neste quadro de extrema agressividade comercial, para as empresas se manterem competitivas é essencial que procedam à análise e avaliação do seu desempenho económico-financeiro, podendo, para tal, recorrer à análise dos principais rácios económico-financeiros – considerado por vários autores como o método mais adequado de análise do desempenho empresarial.

A presente dissertação apresenta um estudo sobre a relação entre a evolução da oferta turística dos hotéis em Portugal, entre 2014 e 2018, e o desempenho económico-financeiro no mesmo período; o estudo incide sobre os hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014.

Na obtenção de informações para a realização do estudo recorreu-se a três bases de dados distintas: ao Pordata, ao SABI e ao Registo Nacional de Turismo; os dados foram recolhidos em fevereiro de 2020 e foi selecionada e estudada uma amostra de 373 hotéis de Portugal.

Para a análise dos dados utilizou-se o *IBM SPSS Statistics*, sendo o teste escolhido para a análise das hipóteses o teste de correlação de *Pearson*. Foram testados os rácios de liquidez, de estrutura, de rendibilidade e de funcionamento; apenas se verificou a existência de correlação nos rácios de rendibilidade.

As conclusões evidenciam que o aumento da oferta turística contribuiu para uma maior rendibilidade dos hotéis, designadamente daqueles que já operavam no mercado há mais tempo.

**Palavras-chave:** Hotéis; Evolução do turismo; Desempenho; Rácios económico-financeiros.

Página propositadamente deixada em branco

**Abstract**

*Tourism is one of the activities that has evolved the most in recent times. In view of the high increase in tourist demand, there was an exponential growth in the tourist offer, generating a saturation of the tourist market and, consequently, a high degree of competitiveness among tourism companies.*

*In this scenario of extreme commercial aggressiveness, for companies to remain competitive, it is essential that they carry out the analysis and evaluation of their economic-financial performance, for this they can resort to the economic and financial ratios – considered by several authors as the most adequate method of performance analysis.*

*This dissertation presents a study on the relationship between the evolution of the tourism offer of hotels in Portugal, between 2014 and 2018, and the economic and financial performance in the same period; the study focuses on hotels that opened before 2014.*

*To carry out the study, three different databases were used: Pordata, SABI and the National Tourism Registry; the data was collected in February 2020 and a sample of 373 hotels in Portugal was selected and studied.*

*For data analysis, IBM SPSS Statistics was used, the Pearson correlation test being the test chosen for the analysis of the hypotheses. The liquidity, structure, profitability and activity ratios were tested; only a correlation was found in the profitability ratios.*

*The conclusions show that the increase in the tourist offer contributed to a higher profitability of the hotels that had been operating in the market for longer.*

**Keywords:** *Hotels; Tourism Evolution; Performance; Economic and Financial Ratios.*

Página propositadamente deixada em branco

## Índice

Dedicatória .....	VI
Agradecimentos.....	VIII
Resumo .....	X
<i>Abstract</i> .....	XII
1. Introdução.....	1
1.1. Relevância do tema .....	1
1.2. Motivações para a realização do estudo .....	2
1.3. Objetivo do estudo .....	3
1.4. Estrutura do trabalho .....	3
2. A evolução do Turismo.....	7
2.1. Conceitos básicos do turismo .....	7
2.2. A evolução do turismo .....	13
2.2.1. O início do turismo .....	14
2.2.2. Evolução do turismo mundial.....	19
2.2.3. Evolução do turismo em Portugal .....	24
2.2.3.1. Análise da procura turística .....	24
2.2.3.2. Análise de oferta turística .....	27
2.3. A importância do turismo para a economia portuguesa.....	30
3. Análise do desempenho económico-financeiro dos hotéis.....	35
3.1. A importância da análise do desempenho económico-financeiro na hotelaria .....	35
3.2. As demonstrações financeiras como ponto de partida.....	36
3.2.1. O balanço .....	37
3.2.2. Demonstração dos resultados.....	38
3.3. Os rácios económico-financeiros como método de análise.....	39
3.3.1. Rácios de liquidez .....	40

3.3.2.	Rácios de estrutura.....	41
3.3.3.	Rácios de rendibilidade .....	43
3.3.4.	Rácios de funcionamento .....	43
4.	Apresentação e análise dos resultados do estudo .....	47
4.1.	Formulação das hipóteses .....	47
4.2.	Metodologia de investigação e seleção da amostra .....	48
4.3.	Análise dos dados e interpretação dos resultados.....	52
5.	Conclusões.....	69
5.1.	Conclusões do estudo e resposta aos objetivos iniciais .....	69
5.2.	Limitações do estudo.....	70
5.3.	Sugestões para investigações futuras.....	71
6.	Referências bibliográficas .....	73

**Índice de Figuras**

<b>Figura 1</b> – Estrutura da dissertação.....	3
<b>Figura 2</b> – Classificação dos viajantes.....	8
<b>Figura 3</b> – Etapas da evolução do Turismo segundo diversos autores. ....	14
<b>Figura 4</b> – A história do turismo. ....	15
<b>Figura 5</b> – Chegadas de turistas internacionais por região (em milhões).....	19
<b>Figura 6</b> – Receitas internacionais do turismo em 2017 por regiões.....	20
<b>Figura 7</b> – Receita média por chegada internacional de turistas por regiões. ....	21
<b>Figura 8</b> – Despesas turísticas (em milhões) por país membro da UE. ....	23
<b>Figura 9</b> – Número de hóspedes nos alojamentos turísticos por país de residência. ...	24
<b>Figura 10</b> – Número de viagens dos residentes por duração da viagem.....	25
<b>Figura 11</b> – Proveitos (em milhões de euros) dos estabelecimentos hoteleiros.....	26
<b>Figura 12</b> – Número de empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local .....	27
<b>Figura 13</b> – Número de empreendimentos turísticos por tipologia. ....	28
<b>Figura 14</b> – Agências de viagens e empresas de animação turística em Portugal.....	29
<b>Figura 15</b> – Balança de viagens e turismo (em milhões de euros).....	30
<b>Figura 16</b> – Conjunto das demonstrações financeiras. ....	36
<b>Figura 17</b> – Evolução do número de hotéis em Portugal.....	52
<b>Figura 18</b> – Evolução da Liquidez geral face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	54
<b>Figura 19</b> – Evolução da Liquidez reduzida face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	54
<b>Figura 20</b> – Evolução da Liquidez imediata face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	55

<b>Figura 21</b> – Evolução da Cobertura do investimento por capitais próprios face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	56
<b>Figura 22</b> – Evolução da Cobertura do ativo fixo por capitais permanentes face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	57
<b>Figura 23</b> – Evolução da Autonomia financeira face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	58
<b>Figura 24</b> – Evolução da Solvabilidade face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	59
<b>Figura 25</b> – Evolução da Rendibilidade do capital próprio face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	61
<b>Figura 26</b> – Evolução da Rendibilidade do ativo face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	62
<b>Figura 27</b> – Evolução da Rendibilidade do negócio face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	62
<b>Figura 28</b> – Evolução da Prazo médio de pagamentos face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	64
<b>Figura 29</b> – Evolução da Prazo médio de recebimentos face ao crescimento do número de hotéis em Portugal. ....	65
<b>Figura 30</b> – Evolução da Prazo médio de rotação de stocks face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.....	66

**Índice de Quadros**

<b>Quadro 1</b> – Evolução do conceito de Turismo. ....	10
<b>Quadro 2</b> – Definição dos elementos do Balanço. ....	37
<b>Quadro 3</b> – Definição dos elementos da Demonstração de Resultados. ....	38
<b>Quadro 4</b> – Rácios de Liquidez. ....	41
<b>Quadro 5</b> – Rácios de Estrutura. ....	42
<b>Quadro 6</b> – Rácios de Rendibilidade. ....	43
<b>Quadro 7</b> – Rácios de Funcionamento. ....	44
<b>Quadro 8</b> – Levantamento de estudos da análise económico-financeira no turismo... 47	
<b>Quadro 9</b> – Amostra do estudo por classificação e NUTS II.....	51
<b>Quadro 10</b> – Correlação entre o número de hotéis em Portugal e os anos. ....	52
<b>Quadro 11</b> – Correlação entre o número de hotéis por NUTS II e os anos. ....	53
<b>Quadro 12</b> – Teste de correlação para os rácios de liquidez. ....	55
<b>Quadro 13</b> – Teste de correlação para os rácios de estrutura.....	59
<b>Quadro 14</b> – Teste de correlação para os rácios de rendibilidade. ....	63
<b>Quadro 15</b> – Teste de correlação para os rácios de funcionamento.....	66
<b>Quadro 16</b> – Hipóteses para resposta aos objetivos. ....	69

Página propositadamente deixada em branco

# **CAPÍTULO 1**

## **Introdução**

Página propositadamente deixada em branco

## 1. Introdução

Neste primeiro capítulo é explicada a relevância do tema da presente dissertação, o porquê da realização deste estudo e os seus principais objetivos. Seguidamente referem-se as motivações que levaram à execução deste trabalho bem como a descrição da sua estrutura.

### 1.1. Relevância do tema

O turismo pode ser considerado um “fenómeno socioeconómico específico da civilização moderna” (Minciu *et al.*, 1991 *apud* Arionesei *et al.*, 2014, p.240) com impacto sobre as comunidades, ambientes e economias, constituindo um pilar fundamental para o desenvolvimento e crescimento económico de muitas regiões (Barbacena, 2012).

Segundo António Guterres, Secretário-Geral das Nações Unidas, o turismo tornou-se um pilar das economias capaz de melhorar milhões de vidas humanas (Organização Mundial do Turismo, 2018a). Em conformidade, o Turismo de Portugal afirma que, nos últimos cinco anos, “o contexto e a dinâmica do turismo transformaram radicalmente a atividade e por sua vez a economia portuguesa” (Turismo de Portugal, 2019, p.1).

Face ao crescimento exponencial que se tem vindo a verificar no turismo onde os clientes têm poder negocial para escolher, comparar e comprar serviços (Compete 2020, s.d.), surge uma maior competitividade das empresas de turismo (Organização Mundial do Turismo, 2001 *apud* Mendes, 2013).

O ambiente de extrema competitividade exige que as empresas se adaptem à realidade, respondendo e reagindo às mudanças que ocorrem no mercado (Handa, 2014) no sentido de obterem e manterem as suas vantagens competitivas (Martins, 2013). Neste sentido, “o mercado atual exige que os gestores se comportem e pensem estrategicamente” (Ricci e Filho, 2008, p. 11) pois apenas com uma atitude proativa é que uma empresa do turismo é capaz de fazer frente à crescente competitividade.

Assim, é importante que as empresas analisem e avaliem o desempenho da sua operação e daqueles que competem consigo no mercado para que possam evoluir e

manter-se competitivas perante novos desafios e serviços cada vez mais diferenciados e de maior qualidade. Estas razões determinam a relevância de estudar o desempenho das empresas do turismo face ao crescimento da atividade em Portugal.

## **1.2. Motivações para a realização do estudo**

Sendo licenciada em Gestão Turística e Hoteleira, estudante no mestrado em Gestão e Direção Hoteleira e colaboradora há quase três anos numa empresa especialista em contabilidade hoteleira é com especial interesse que acompanho o crescimento da procura e da oferta turística e o seu impacto na perspetiva dos hotéis, genuínos prestadores de serviços que vão ao encontro das necessidades e desejos dos seus clientes, mas que têm um forte contributo para a prosperidade do país.

Acompanhando as notícias sobre o turismo, percebe-se que os meios de comunicação social dão particular ênfase ao crescente número de viagens realizadas, ao maior número de turistas e à abertura de novos empreendimentos turísticos em várias regiões de Portugal. Além disso, são diversas as notícias que mostram que os clientes são mais exigentes nas suas escolhas, procuram experiências novas e singulares, pelo que é certo que se as empresas que já permaneciam no mercado não se ajustarem a esta nova realidade, correm riscos de redução ou mesmo cessação das suas atividades.

Ao seguir esta linha de pensamento, são pertinentes as seguintes questões:

- Será que o aumento da procura apenas influencia positivamente os hotéis abertos recentemente?
- Estarão todos os hotéis, antigos e mais recentes, a beneficiar do aumento da procura turística?
- Será que existem hotéis a encerrar ou a ver o seu desempenho piorar ano após ano face ao aumento de uma oferta turística com novos conceitos e mais direcionada para o que os clientes atualmente desejam?

Para obter respostas às questões enunciadas, o presente estudo foi desenvolvido para perceber se existe relação entre o aumento da oferta turística e a evolução do desempenho económico-financeiro dos hotéis que já permaneciam no mercado do turismo.

### 1.3. Objetivo do estudo

Este estudo tem como principal objetivo perceber se o aumento da oferta turística, nomeadamente a abertura de novos hotéis em Portugal, está a beneficiar o desempenho económico-financeiro dos hotéis que já estavam no mercado.

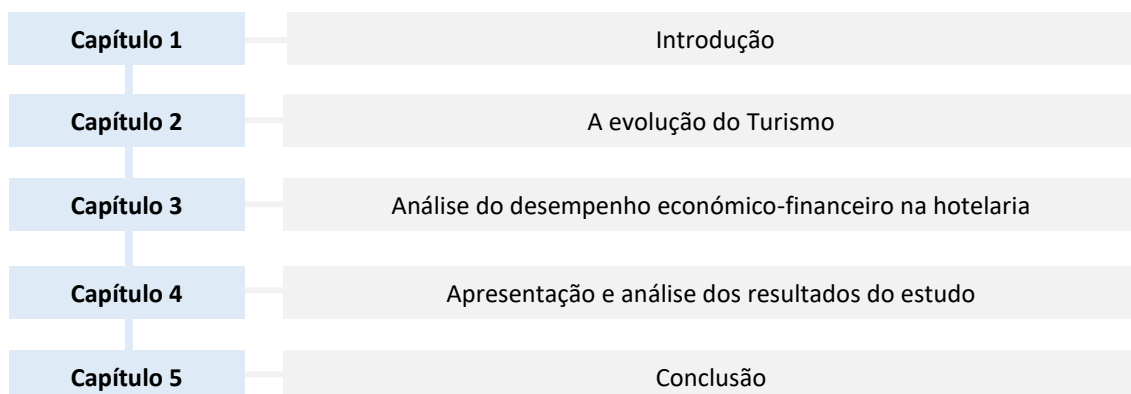
Este objetivo principal é composto por quatro objetivos secundários, nomeadamente avaliar o impacto do crescente número de hotéis no desempenho a nível de liquidez (1), de solvabilidade (2), de rentabilidade (3) e dos rácios de funcionamento (4) dos hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014.

Neste sentido, a pergunta de partida para o presente estudo é se “estarão os hotéis mais antigos a beneficiar financeira e economicamente do aumento significativo da oferta turística em Portugal? “

### 1.4. Estrutura do trabalho

A presente dissertação está organizada em cinco capítulos, conforme é possível observar na **figura 1**.

**Figura 1** – Estrutura da dissertação.



Elaboração Própria

O primeiro capítulo é a convencional introdução, onde é dada a conhecer a relevância do tema, as motivações que levaram à elaboração do estudo e seus objetivos assim como a estrutura da dissertação.

Dado que este trabalho é sobre o turismo faz todo o sentido começar por dar a conhecer alguns conceitos básicos do turismo que serão utilizados ao longo do trabalho

e, seguidamente, tratando-se de um estudo baseado na evolução do turismo, considerou-se relevante abordar o surgimento desta tão relevante atividade socioeconómica.

Assim, no segundo capítulo é possível perceber como surgiu o turismo no mundo de acordo com diversos autores e como tem sido a sua evolução a nível nacional e internacional nos últimos anos. No final deste capítulo é feita referência à importância que o turismo tem para a economia portuguesa e a necessidade que daí advém de avaliar o desempenho das empresas ligadas a esta atividade.

O terceiro capítulo é reservado para a perceção da importância da análise do desempenho económico-financeiro na hotelaria. Neste capítulo são explicados os meios de informação que as empresas recorrem para a análise do desempenho, nomeadamente as demonstrações financeiras mais comuns e a sua utilização para o cálculo de rácios económico-financeiros. De forma a contribuir para um quadro de indicadores para a gestão (*tableau de bord*), são apresentadas as fórmulas de cada um dos rácios que serão utilizados no estudo bem como a sua explicação.

Após a análise da evolução do turismo, da sua importância para a economia e, portanto, a necessidade de análise e avaliação do seu desempenho económico-financeiro da hotelaria, a parte prática do estudo é apresentada no quarto capítulo. Este capítulo começa pela formulação das hipóteses a que o estudo pretende dar resposta, seguindo-se descrição detalhada da metodologia utilizada no estudo e, finalmente, a análise dos dados e interpretação dos resultados obtidos.

O quinto e último capítulo é reservado ao corolário do estudo, no qual são apresentadas conclusões em função dos resultados obtidos relativamente às perguntas do estudo, em articulação com os objetivos inicialmente propostos; são indicadas as limitações encontradas durante a realização do estudo e, como um processo de investigação é contínuo, são mencionadas algumas sugestões para estudos futuros.

Todas as informações utilizadas ao longo da dissertação foram obtidas através de diversos livros, artigos, plataformas e websites relacionados com a área do turismo, da gestão e da contabilidade, bem como através dos conhecimentos com as unidades curriculares da licenciatura e, em especial, do mestrado.

# **CAPÍTULO 2**

## **A evolução do Turismo**

Página propositadamente deixada em branco

## 2. A evolução do Turismo

Este capítulo começa por definir alguns conceitos básicos do turismo, seguindo-se a análise da evolução do turismo desde a sua origem até à atualidade, bem como a sua importância para a economia portuguesa.

### 2.1. Conceitos básicos do turismo

Ao longo de várias décadas surgiram várias definições de turismo, “tantas quantas os autores que tratam o assunto” (Beni, 2005 *apud* Cunha, 2010a, p.2), até encontrar-se uma definição aceite mundialmente como a correta. Vários autores mencionam nas suas obras esta diversidade de definições e dificuldade em conseguirem definir o que é o turismo dada a complexidade do conceito e multiplicidade dos serviços que envolve (Gilbert, 1990 *apud* Cooper *et al.*, 2008) e pelo facto de há mais de uma década atrás o turismo estar a começar a ser visto como uma atividade socioeconómica (Sancho, 2001) e existirem poucos estudos sobre o tema (Cooper *et al.*, 2005 *apud* Cunha, 2006).

O estudo do turismo evoluiu no século XX (Smith, 1989 *apud* Echtner e Jamal, 1997) e foi nesta período que uma grande diversidade de autores deu o seu contributo para o estudo criando a sua própria definição de turismo.

Antes de analisar a evolução do conceito de turismo serão abordados outros conceitos básicos associados ao turismo.

#### **Os conceitos “deslocar-se”, “viajar” e “fazer turismo”**

Os termos “deslocar-se”, “viajar” e “fazer turismo” são claramente distinguidos por Oliveira (2002, p.37):

*“Por deslocar-se entende-se o ato praticado por pessoas que mudam de cidade, região ou país, que vão morar em outros locais, sem retorno imediato ao de origem. Por outro lado, viajar é o ato de deslocar-se temporariamente de um lugar para outro, sempre com a intenção de retornar, de voltar à origem. Finalmente, fazer turismo pressupõe uma viagem temporária que existe infraestrutura adequada.”*

Analisando o excerto anterior, a diferença entre o termo “deslocar-se” e os dois termos “viajar” e “fazer turismo” reside na duração das viagens, ou seja, o primeiro

implica uma duração da deslocação, possivelmente até sem regresso à origem, comparativamente aos segundos termos. Comparando os termos “viajar” e “fazer turismo” o autor distingue-os apenas dizendo que “fazer turismo” está associado a uma infraestrutura adequada, contudo não é apenas isto que distingue um termo do outro, até é mesmo possível dizer que “fazer turismo” é um conceito pertencente ao termo “viajar” como é possível verificar de seguida analisando os conceitos básicos do turismo e sua definição.

### Os conceitos “viajantes”, “visitantes” e “turistas”

É importante distinguir os termos “viajantes”, “visitantes” e “turistas” pois, embora estejam relacionados entre si, são conceitos diferentes e deve-se ter cuidado ao utilizá-los como sinónimos, como é possível observar na **figura 2**.

**Figura 2** – Classificação dos viajantes.



Fonte: Cunha e Abrantes (2013)

O conceito de viajante refere-se a “qualquer pessoa que viaje entre dois ou mais países ou entre duas ou mais localidades dentro do seu país habitual de residência” e todos os viajantes relacionados com o turismo podem ser definidos como visitantes, “o conceito básico de todo o sistema das estatísticas do turismo” (Lickorish e Jenkins, 1997, p. 54)

De acordo com Cunha e Abrantes (2013, p.5) foi durante a Conferência das Nações Unidas, realizada em Roma em 1963, que se introduziu o termo “visitante”, sendo que este podia ainda ser classificado como “turista” ou “excursionista”. Nesta conferência, os conceitos mencionados anteriormente foram definidos da seguinte forma:

**Visitante** – “toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele em que possui a sua residência habitual, por qualquer razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada.”

**Turistas** – “os visitantes que permanecem pelo menos 24 horas no país visitado e cujos motivos de viagem podem ser agrupados em lazer, repouso férias, saúde, estudo, religião e desporto e em negócios, família, missões e reuniões.”

**Excursionistas** – “os visitantes temporários que permanecem menos de 24 horas no país visitado, incluindo viajantes em cruzeiros.”

Segundo os mesmos autores (2013, p.7), estas definições deixaram de ser adequadas à realidade e foram adotadas pela Comissão de Estatística da Organização das Nações Unidas em 1993 as definições recomendadas pela Organização Mundial do Turismo aceites em todos os países e organizações internacionais:

**Visitante** – “toda a pessoa que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual durante um período inferior a 12 meses consecutivos e cujo motivo principal da visita é outro que não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado.”

**Turista** – “todo o visitante que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento coletivo ou num alojamento privado no local visitado.”

**Visitante do dia** (em substituição do termo “excursionista”) – “todo o visitante que não passa a noite no local visitado, incluindo os passageiros de cruzeiros e as tripulações de meios de transporte desembarcadas.”

Analisando o levantamento de informação feito pelos referidos autores acerca dos conceitos básicos do turismo, é possível verificar que as principais diferenças entre as definições de visitante residem no facto de:

- Inicialmente apenas eram considerados visitantes todos aqueles que visitavam um país diferente do seu, pelo que aqueles que visitavam locais dentro do seu próprio país não estavam aqui incluídos, daí ter surgido a segunda definição de visitantes;
- A definição inicial exclui todos aqueles que realizam uma atividade remunerada no local visitante, enquanto que a segunda definição permite que esta atividade seja realizada desde que não seja o motivo principal da viagem;

- A primeira definição não contempla um período máximo de viagem, enquanto que a segunda definição considera que são visitantes aqueles que permaneçam menos de doze meses consecutivos no local visitado.

No seguimento do que foi dito anteriormente acerca da origem dos visitantes ser o mesmo ou um país diferente, é possível dizer que “o mercado total de viagens e turismo é composto por três elementos principais: visitas internacionais a um país, visitas internacionais efetuadas por residentes de um país e visitas domésticas.” (*Middleton et al.*, 2009, p. 8)

As visitas internacionais a um país podem-se designar por “turismo emissor”, as visitas internacionais recebidas num país pelos residentes de outro país podem-se designar por “turismo recetor” e, por fim, as visitas domésticas ou o “turismo doméstico” designa as viagens dos residentes realizadas dentro do seu próprio país (Lickorish and Jenkins, 1997).

Em síntese, com a **figura 2** supra apresentada e os conceitos bem definidos, pode dizer-se que todos os turistas são visitantes e que todos os visitantes são viajantes; todavia, parece desajustado referir-se que todos os viajantes são visitantes e que todos os visitantes são turistas.

### O conceito de “turismo”

Na sequência da apresentação de conceitos básicos associados ao turismo, importa conhecer a definição de turismo. No **quadro 1** é possível perceber a evolução do conceito de turismo através do levantamento de definições efetuado por diversos autores.

**Quadro 1** – Evolução do conceito de Turismo.

Ano	Autores e suas definições de turismo
1910	Herman von Schullard – “a soma das operações, especialmente as de natureza económica, diretamente relacionadas com a entrada, permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.” ( <i>apud</i> Oliveira, 2002, p. 35)

1942	<p><b>Hunziker e Krapf</b> – “a soma dos fenómenos das relações resultantes de viagem e permanência de não residentes, à medida que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória.” (<i>apud</i> Oliveira, 2002, p. 35)</p>
1977	<p><b>Wahab</b> – “uma atividade humana intencional que serve como um meio de comunicação e um elo de interação entre os povos, dentro de um país ou mesmo além de suas demarcações geográficas. Envolve o deslocamento temporário de pessoas de uma região para outra, país ou mesmo continente, com o objetivo de satisfazer necessidades e não a realização de atividade remunerada.” (<i>apud</i> Tribe, 2009)</p>
1981	<p><b>Burkart e Medlik</b> – “os deslocamentos curtos e temporárias das pessoas para destinos fora do lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos.” (<i>apud</i> Sancho, 2001, p. 37)</p>
1982	<p><b>Mathison e wall</b> – “turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas.” (<i>apud</i> Sancho, 2001, p. 38)</p>
1990	<p><b>Robert McIntosh</b> – “o turismo é a ciência, arte e atividade capaz de atrair, transportar e alojar visitantes, com o objetivo de satisfazer a suas necessidades e a seus desejos.” (<i>apud</i> Oliveira, 2002, p. 39)</p>
1990	<p><b>Mathieson e Wall</b> – “o movimento temporário de pessoas para locais de destinos turísticos distintos de seus lugares de trabalho e de morada, incluindo também as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino e as facilidades para promover suas necessidades.” (<i>apud</i> Oliveira, 2002, p. 39)</p>
1994	<p><b>Organização Mundial de Turismo</b> – “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outra.” (<i>apud</i> Sancho, 2001, p. 38)</p>

Elaboração Própria

Analisando o **quadro 1**, é possível perceber alguns elementos chave que os autores foram acrescentando às suas definições até se chegar à definição de turismo atualmente aceite como a mais correta e completa, a definição da OMT de 1994:

- Tanto a definição de Herman von Schullard como a definição de Hunziker e Krapf referem-se apenas ao turismo realizado por estrangeiros, ou seja, não contempla o turismo doméstico. A primeira definição destaca as operações de natureza económica relacionadas com a viagem enquanto que a segunda realça as relações

resultantes dessa viagem e cresce ainda, sem especificar um limite, que a permanência no destino não deverá tornar-se permanente assim como não deverá estar associada à realização de atividades remuneratórias.

- A definição de Wahab de 1977 destaca a relação existente entre o visitante e os residentes do destino visitado e passa a contemplar o turismo doméstico dizendo que pode ocorrer dentro ou fora de um país. Além disso é mencionado pela primeira vez o objetivo do turismo de satisfazer necessidades.
- Em 1981, Burkart e Medik introduzem na sua definição o conceito de lugar de residência habitual através da expressão “lugar de residência e de trabalho”, ou seja, estes autores dizem que para fazer turismo é necessário ir para outro local que não aquele com que se contacta frequentemente como o local da casa e do trabalho.
- Mathison e Wall em 1982 limitam o período da viagem para inferior a um ano e mencionam pela primeira vez as facilidades existentes no destino para satisfazer as necessidades dos turistas.
- As duas definições de 1990, tal como as definições mencionadas anteriormente, referem o movimento temporário dos turistas, as atividades por estes realizada e o recurso às facilidades para a satisfação das suas necessidades.
- Finalmente, a definição da Organização Mundial do Turismo de 1994 inclui os elementos chave das definições apresentadas anteriormente, nomeadamente:
  1. Viagem inferior a um ano e para um local diferente da residência habitual;
  2. Compreende as atividades realizadas no destino;
  3. O motivo da viagem pode ser de lazer, negócios ou outra.

### **Turismo enquanto atividade económica**

Na literatura é comum alguns autores referirem-se ao “setor do turismo”, outros referem-se à “indústria do turismo”, enquanto outros abordam o turismo como uma atividade, surgindo uma questão de enorme relevância:

“O turismo é um setor, uma indústria ou uma atividade?”

Neste sentido, importa começar por mencionar que, segundo a classificação de Clark (1940, *apud* Silva, 2007, pp. 43 e 44) existem três setores económicos:

- O setor primário que inclui atividades “associadas à exploração da terra” como, por exemplo, a agricultura e a agropecuária.
- O setor secundário que inclui “atividades de transformação de matérias-primas”, obtidas pelo setor primário” com recurso ao trabalho humano e de máquinas, como, por exemplo, a indústria e a construção civil.
- O setor terciário que “abrange a área total dos prestadores de serviços” como, por exemplo, o comércio, saúde e transportes.

A enunciação dos referidos setores económicos parece deixar perceber que o turismo não deve ser considerado como um setor como um todo, não deve ser considerado como uma indústria do setor secundário, devendo ser considerado como uma atividade que pertence ao setor terciário por tipificar uma prestação de serviços.

Segundo Cunha (2003, p.87) o turismo “é a atividade que melhor reflete as transformações da sociedade”, ou seja, a evolução da sociedade refletir-se-á na atividade turística, seja os locais que visitam, o meio de transporte que utilizam ou o motivo da realização de tal viagem.

Tal como é possível ver no ponto seguinte deste trabalho sobre a evolução do turismo, é através do turismo que “conhecemos a maneira do homem estar no mundo, os seus anseios e os seus valores” (Cunha, 2003, p.88).

## **2.2. A evolução do turismo**

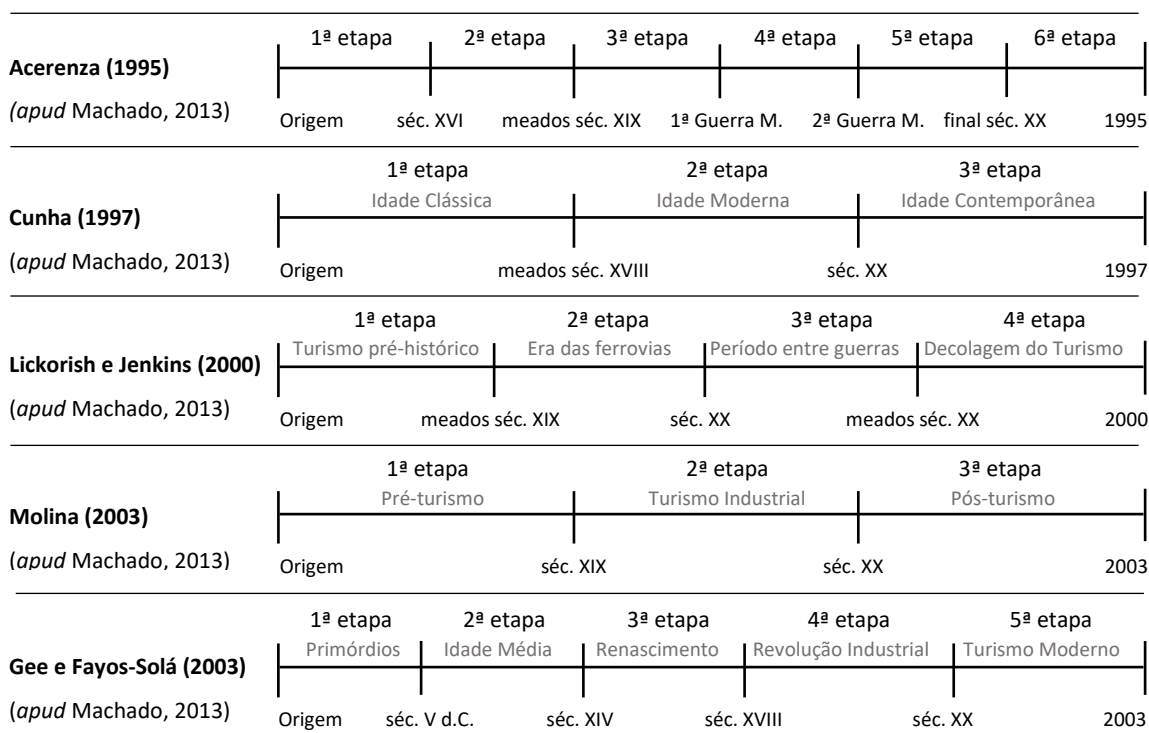
O desejo de viajar, conhecer outros povos e relacionar-se com estes sempre esteve presente na história da humanidade (Cunha, 2006). De acordo com Azevedo ITO (2008), a evolução do turismo está relacionada com as mudanças da sociedade em cada momento histórico.

Seguindo esta linha de pensamento, faz todo o sentido começar por analisar a evolução do turismo até aos dias de hoje.

### 2.2.1. O início do turismo

O início do turismo é ainda uma incerteza pois não se sabe ao certo qual a sua origem. Vários autores criaram a sua própria linha cronológica com diversas etapas na tentativa de explicarem a evolução do turismo desde a origem da humanidade, como é possível constatar na **figura 3** construída através do levantamento de informações efetuado por Machado (2013).

**Figura 3** – Etapas da evolução do Turismo segundo diversos autores.



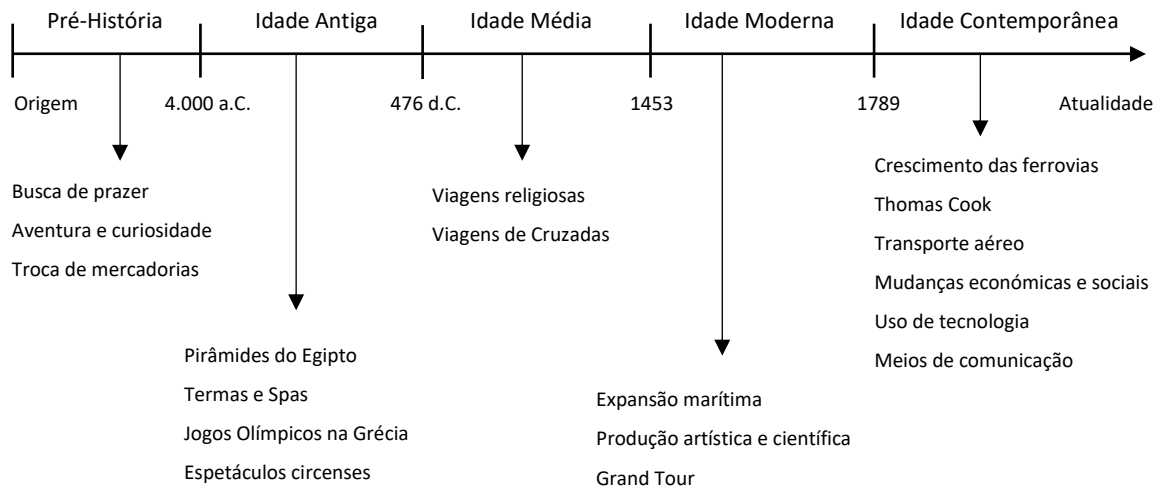
Elaboração Própria

Observando a **figura 3** é possível observar que cada autor definiu as etapas que consideravam que melhor explicavam a evolução do turismo. Alguns autores sugerem mais etapas com menor duração cada em relação a outros como o caso de Acerenza (1995) que sugere a existência de seis etapas enquanto Cunha (1997) e Molina (2003) apenas indicam três etapas. Além disso, cada autor sugere o momento temporal que separa cada fase, não sendo possível fazer uma comparação entre linhas temporais.

Dada esta diversidade de linhas cronológicas e a explicação da evolução do turismo por estes autores faz todo o sentido criar uma linha cronológica e considerar que cada fase do turismo corresponde a uma era histórica real. Assim, a **figura 4** pretende

representar a linha cronológica da história do turismo e será explicada através dos acontecimentos relacionados com o turismo em cada momento histórico.

**Figura 4** – A história do turismo.



Elaboração Própria

A análise da **figura 4** permite verificar que a linha temporal da história do turismo pode dividir-se em cinco épocas distintas: a pré-histórica desde a origem da humanidade até 4.000 a.C.; a Idade Antiga compreendida entre 4.000 a.C. e 476 d.C.; a Idade Média entre 476 d.C. e o ano de 1453; a Idade Moderna situada entre 1453 e 1789; e, por fim, a Idade Contemporânea com início em 1789 até aos dias de hoje. Cada um destes períodos compreende momentos importantes que explicam a história e evolução do turismo como descrito de seguida:

**Pré-História** – Existem muitos poucos relatos do que aconteceu na pré-história no que respeita às viagens realizadas pelos antepassados da humanidade mas é possível dizer que o Homem sempre viajou (Barretto, 2008). Por um lado, é certo que inicialmente os povos das civilizações pré-históricas viajam em busca de abrigo e alimentos pois eram nómades e tal não é possível ser classificado como turismo; por outro lado, é possível considerar que o turismo teve início quando estas civilizações começaram a viajar motivados pela busca do prazer (Gee e Fayos-Solá, 2003 *apud* Machado, 2013), pela aventura e curiosidade de conhecer outras civilizações (Cook *et al.*, 2017) e com a motivação de fazer trocas comerciais com outros povos (Gee e Fayos-Solá, 2003 *apud* Machado, 2013 e Cunha, 2003).

**Idade Antiga** – O Egito teve alguma relevância para a história do turismo pois existem relatos de que em 3.000 a.C. várias pessoas viajavam até ao Egito para contemplar as pirâmides (Ignarra, 2003) por motivos religiosos ou por simples curiosidade e em 1.800 a.C. os Egípcios viajava, para participar em eventos festivos (Junior, 2012 *apud* Nakashima e Calvente, 2016). Contudo, de acordo com Silva (2008) foi a partir das civilizações clássicas como a Grécia e a Roma que as viagens foram crescendo progressivamente: as primeiras olimpíadas realizadas na Grécia “duravam dias e atraíam milhares de pessoas” (Nakashima e Calvente, 2016, p.3) e no império romano os nobres viajam para visitar templos (Ignarra, 2003), para realizar tratamentos de saúde em termas e para assistir a espetáculos circenses (Fratucci, 2008 *apud* Nakashima e Calvente, 2016).

**Idade Média** – Segundo Cruz (2006) as viagens diminuíram durante a idade média pois com a queda do império romano no século V tornou-se perigoso, pelo que, quem viajava neste período eram apenas os cruzados e os peregrinos. Neste sentido, as viagens eram realizadas pelos cristãos que, embora a motivação principal fosse religiosa, também podiam ser consideradas viagens recreativas e sociais (Gee e Fayos-Solá, 2003 *apud* Machado, 2013) e pelos cruzadas que realizavam grandes viagens organizadas com o intuito de visitar centros religiosos (Ignarra, 2003). Barreto, (2001 *apud* Silva, 2008), considera que um dos marcos importantes desta época para as viagens religiosas e, conseqüentemente para o turismo, foi a descoberta da tumba de Santiago de Compostela pois deu origem às primeiras excursões pagas da história do turismo.

**Idade Moderna** – Foi nos séculos XV e XVI que se deu a expansão marítima: as viagens que eram inicialmente terrestres começam a expandir para o mar dando origem a diversos roteiros marítimos (Ignarra, 2003). Foi também neste período que surgiu uma intensa produção artística e científica na Europa e o ato de viajar passou a ser uma oportunidade de obter mais conhecimentos sobre o mundo (Silva, 2008). A Itália era neste momento o líder económico e cultural da Europa, dando origem a um movimento que marcou bastante a história do turismo, a Grand Tour (Jayapalan, 2001). A Grand Tour fazia parte da formação de jovens de elite em que percorriam alguns países da Europa em busca de conhecimento e é considerada por muitos autores como o verdadeiro início do turismo:

*“É a partir dos finais do século XVI que surgem os novos viajantes que percorrem a Europa por instrução, conhecimento, prazer ou simples curiosidade. (...) É em Inglaterra que o movimento se inicia em direção ao continente por parte dos jovens saídos das universidades, mas juntam-se-lhes aristocratas e simples curiosos oriundos de famílias enriquecidas pelo comércio e pela indústria emergente. (...) A viagem é longa e demorada. São, em regra, três anos para percorrer a França, Itália, Suíça e Alemanha, principalmente, que constituem a Grand tour.” (Cunha, 2010b, p.128)*

**Idade Contemporânea** – Além da Grand Tour que começou a idade moderna e avançou para esta época, a Idade Contemporânea engloba os momentos mais importantes da história do turismo como o crescimento das ferrovias, as viagens organizadas de Thomas Cook, o crescimento do transporte aéreo, o desenvolvimento da tecnologia e, por fim, a influência dos meios de comunicação sobre a população:

- No século XIX observou-se o crescimento das ferrovias que possibilitaram aos viajantes percorrerem distâncias maiores em menor tempo. Este crescimento deu origem às viagens em grupos através dos comboios de passageiros (Azevedo ITO, 2008).
- Após o desenvolvimento das ferrovias, surgiram os operadores turísticos e as viagens em massa (Ignarra, 2003). Neste período destacam-se as viagens organizadas por Thomas Cook, considerado por muitos autores como o Pai do Turismo:

*“O ano de 1841 é considerado um marco no desenvolvimento do turismo. (...) Thomas Cook, organizou uma viagem de trem entre Lancaster e Loughboroug - Inglaterra, comprou e revendeu 570 passagens. (...) montou (...) a primeira agência de viagens do mundo. Em 1872 levou um grupo para dar a volta ao mundo, demorando 222 dias.” (Barretto, 1995 apud Azevedo ITO, 2008, p.128)*

- O período entre a primeira guerra mundial e a segunda guerra mundial foi fundamental para o desenvolvimento do turismo: foi neste período que o transporte aéreo se desenvolveu (Ignarra, 2003), tendo sido construídos aeroportos e bases aéreas “em pontos estratégicos da Europa e do Pacífico” (Barretto et al., 2003). O transporte aéreo permitiu, após a guerra, a realização de

viagens em massa e para destinos internacionais que até então estavam limitados pelas ferrovias existentes.

- É nesta época que o turismo surge como atividade económica através de uma série de mudanças económicas e sociais que permitem que toda a população tenha a oportunidade de viajar, nomeadamente o direito ao repouso, ao lazer e às férias (Cunha, 2010b). No século XX são aprovadas as férias remuneradas em vários países, o que veio, sem dúvida, potencial o turismo nacional e internacional:

*“A URSS, em 1922, inscreveu o direito a férias remuneradas em seu Código do Trabalho, a Itália fascista fez o mesmo em 1927 com a Carta do Trabalho. Desde o seu nascimento, a República Espanhola, em 1931, votou uma lei sobre férias remuneradas. Entre 1935 e 1939, houve uma cascata de leis inovadoras: França, países da Europa Central, Escandinávia, Portugal, Brasil, Chile e Venezuela concederam férias pagas.” (Boyer, 2003 apud Azevedo ITO, 2008, p.130)*

- Na segunda metade do século XX ocorre uma revolução tecnológica, permitindo um aumento da riqueza e conseqüentemente um maior poder de compra da população mundial (Ignarra, 2003). O uso da tecnologia aliado ao capital existente permitiu ainda o desenvolvimento de diversos produtos turísticos (Machado, 2013).
- No seguimento da revolução tecnológica, surgem os meios de comunicação que, proporcionando às populações imagens e informações sobre os destinos turísticos, fizeram com que o interesse pelo turismo crescesse significativamente. A transmissão de informações sobre os vários tipos de turismo e adaptadas às várias classes da sociedade deu origem à segmentação do mercado turístico (Mendonça *et al.*, 2003).

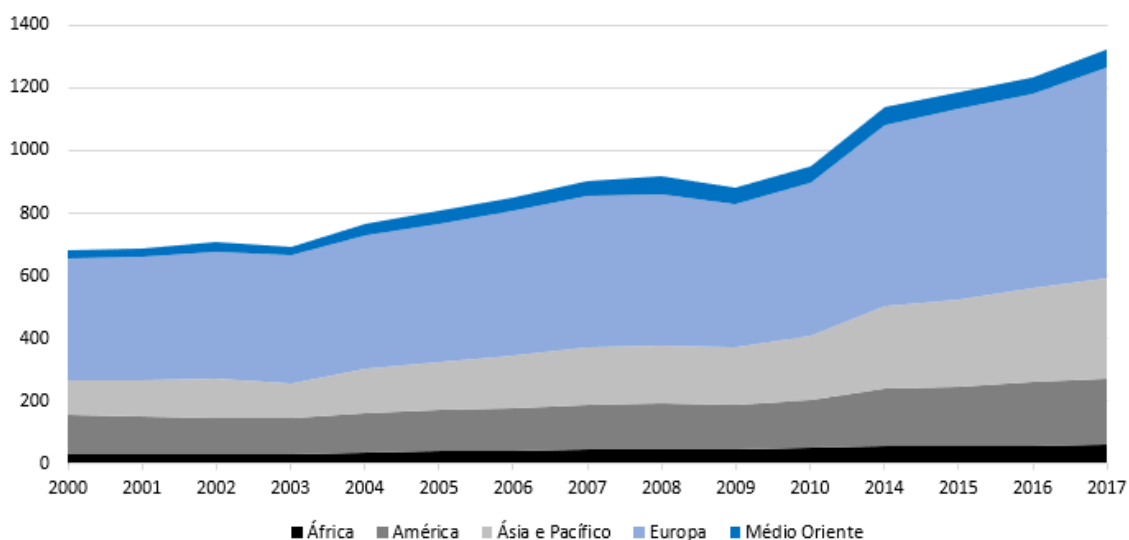
Em face do exposto pode considerar-se que o turismo sempre esteve presente na sociedade, tendo-se desenvolvido significativamente a partir do momento em que passou a existir mais tempo livre, rendimento disponível e meios de transporte acessíveis a todos os amantes de viagens. Contudo, é no século XXI que se assiste ao verdadeiro fenómeno do turismo, como será analisado nos pontos seguintes deste trabalho.

### 2.2.2. Evolução do turismo mundial

Nas últimas décadas as viagens tornaram-se acessíveis a todo o mundo e, como consequência, o turismo tem vindo a crescer progressivamente ao longo dos anos (Statista, 2018). Segundo a Organização Mundial do Turismo (s.d.), o turismo é uma das principais atividades de comércio internacional, representando uma das principais fontes de receita de muitos países em desenvolvimento.

Na **figura 5** é possível observar a evolução das chegadas internacionais de turistas desde o início do século XXI até ao último ano com dados disponíveis, 2017.

**Figura 5** – Chegadas de turistas internacionais por região (em milhões).



Fonte: Organização Mundial do Turismo (s.d.) *apud* Our World in Data (s.d.).

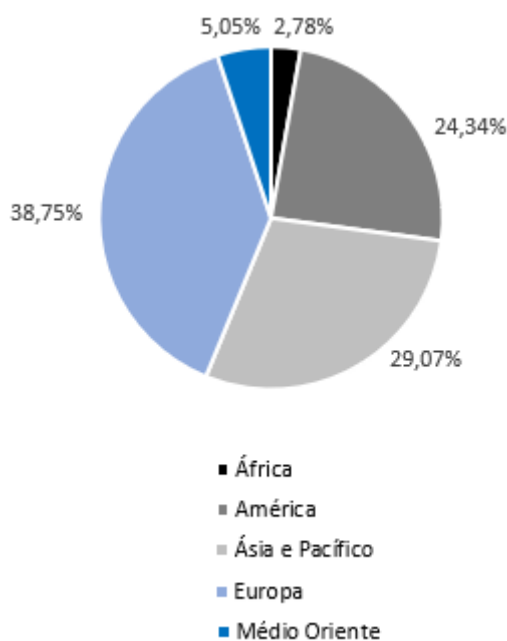
Observando a **figura 5** é visível a evolução do número de chegadas internacionais nas várias regiões, de um modo geral, com um aumento progressivo ao longo dos anos. Uma exceção ao crescimento progressivo mencionado é o decréscimo notório entre 2008 e 2009 do número de chegadas, possivelmente explicado pela crise económica que afetou o mundo neste período.

No ano 2000 as chegadas de turistas internacionais perfaziam um total de 682,1 milhões, ascendendo em dezassete anos para 1.322 milhões de chegadas, um exorbitante aumento correspondente a 93,8%. Relativamente a 2016, o número de chegadas aumentou mais de 86 milhões, correspondendo a um crescimento de 7,0%.

A Europa destaca-se claramente como a região que contou com maior número de chegadas de turistas internacionais: em 2017 este número alcançou os 671 milhões, um aumento de 8,3% relativamente ao ano anterior. Em 2017, comparando com 2016, à Europa segue-se a Ásia e Pacífico com 323 milhões de chegadas (+6,6%), a América com 207 milhões (+3,0%), a África com 63 milhões (+8,2) e, por fim, o Médio Oriente com 58 milhões de chegadas de turistas internacionais (8,2%).

De acordo com o relatório da Organização Mundial do Turismo (2018), “UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition” a nível de receitas tem-se verificado igualmente, de um modo geral, um crescimento progressivo, sendo que em 2017 o montante total de receitas internacionais do turismo foi de 1.186 mil milhões de euros (+5,52% relativamente a 2016). Na **figura 6** é possível observar o contributo de cada região mundial para o volume total de receitas internacionais do turismo.

**Figura 6** – Receitas internacionais do turismo em 2017 por regiões

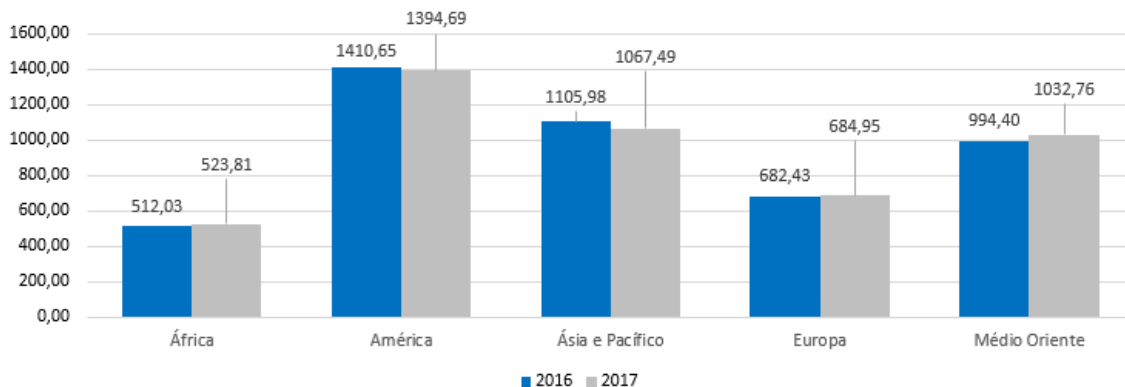


Fonte: UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition, Organização Mundial do Turismo (2018).

Observando a **figura 6** conclui-se que a Europa é a região com maior peso nas receitas internacionais do turismo em 2017 contribuindo com 38,75% das receitas. Seguidamente, encontra-se a Ásia e Pacífico (29,07%), a América (24,34%), o Médio Oriente (5,05%) e finalmente a África (2,78%).

Após analisadas as evoluções tanto das chegadas como das receitas internacionais do turismo, faz todo o sentido perceber qual a receita média por chegada em cada região e a evolução desta nos últimos dois anos disponíveis, como consta na **figura 7**.

**Figura 7** – Receita média por chegada internacional de turistas por regiões.



Fonte: UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition, Organização Mundial do Turismo (2018).

Através da **figura 7** é possível perceber que o aumento das receitas internacionais do turismo tem sido mais ou menos proporcional ao número de chegadas internacionais, na medida em que a variação na receita média por chegada foi de apenas -1,79 euros. Esta variação negativa deve-se à diminuição da receita média das regiões da América (-15,96 euros) e Ásia e Pacífico (-38,49 euros), sendo que o aumento das receitas médias das restantes regiões não foi suficiente para fazer face a estes decréscimos: a receita média da África aumentou em 11,78 euros, a receita da Europa aumentou 2,52 euros e, por fim, o Médio Oriente com a maior variação positiva na receita média por chegada com um valor de 38,36 euros,

É possível concluir que o número de chegadas tem vindo a aumentar acompanhando o valor das receitas internacionais do turismo, contudo a variação observada mostra que os turistas internacionais estão a gastar mais no Médio Oriente, África e Europa e a gastar menos na América e Ásia e Pacífico. Esta variação pode dever-se a vários fatores como a número de noites e o valor dos bens e serviços obtidos no destino turístico.

### **O caso particular da União Europeia**

De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (2018, p.1), os países tendem a dar maior importância ao turismo internacional devido à receita obtida com as exportações, no entanto, revela que o turismo doméstico é a principal forma de

turismo, sendo uma “ferramenta importante para o crescimento económico e desenvolvimento regional”. Segundo a mesma fonte, em 2017 o turismo doméstico representou 73% dos gastos globais do turismo, contribuindo para a economia global com um valor superior a 3,4 triliões de euros.

Analisando o turismo nacional<sup>1</sup> dos residentes da União Europeia<sup>2</sup> entre 2012 e 2017 com os dados disponíveis na base de dados da Eurostat (s.d.), é possível perceber que o número de dormidas realizadas em 2017 é superior em 12,84 milhões ao número de dormidas realizadas em 2012 (+0,25%) com um total de 5,15 mil milhões de noites, tendo as despesas turísticas aumentado em 51,66 mil milhões de euros (+13,12%) perfazendo um total de 393,81 mil milhões de euros em 2017.

No que respeita ao número de noites por tipo de turismo e duração da estadia: por um lado, o turismo doméstico diminuiu em 6,37% (-197,47 milhões de dormidas) enquanto o turismo emissor aumentou em 10,27% (+210,31 milhões de dormidas); por outro lado, as estadias entre uma e três noites aumentaram em 1,52% (+17,11 milhões de dormidas), enquanto as estadias de quatro ou mais noites diminuíram 0,11% (-4,27 milhões de dormidas) no decorrer dos seis anos em análise.

Importa ainda mencionar que a tendência se tem mantido desde 2012: os residentes da EU para estadias entre uma e três noites preferem visitar o seu próprio país (70,57% em 2017 de turismo doméstico), enquanto que para estadias de quatro ou mais noites viajam para fora do seu país de residência (65,40% em 2017 de turismo emissor).

Em 2017 os países da União Europeia cujos seus residentes mais noites passaram fora do seu local de residência habitual foram os seguintes:

- No turismo doméstico destaca-se a França (906,55 milhões de noites), a Alemanha (551,35 milhões de noites), a Espanha (517,50 milhões de noites), a Itália (235,99 milhões de noites) e a Polónia (214,21 milhões de noites).

---

<sup>1</sup> O turismo nacional corresponde à soma do turismo doméstico e do turismo emissor, ou seja, as atividades realizadas pelos visitantes residentes dentro e fora do seu país (Comissão Europeia, 2013).

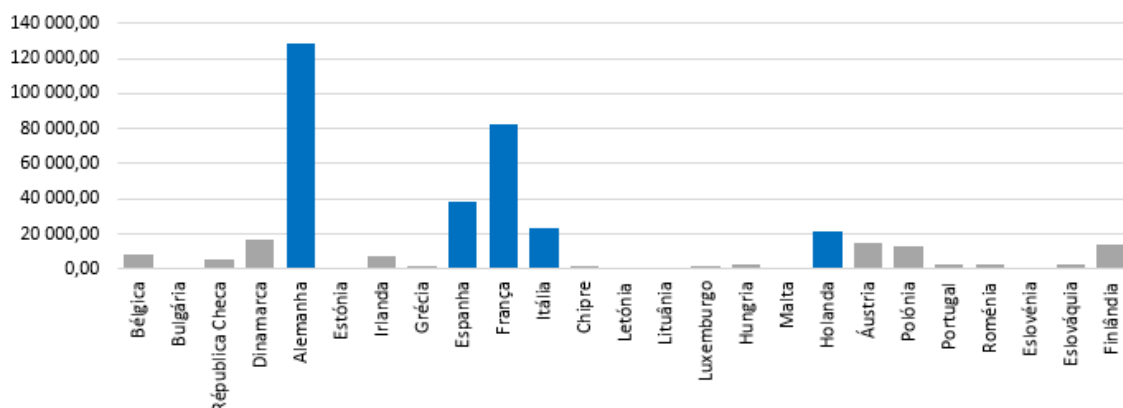
<sup>2</sup> Para as estatísticas apresentadas neste ponto do trabalho apenas são considerados vinte e cinco países da União Europeia, excluindo-se a Croácia por ter aderido à União Europeia apenas em 2013 e o Reino Unido e Suécia por falta de dados estatísticos.

- No turismo emissor destaca-se a Alemanha (798,02 milhões de noites), a França (221,28 milhões de noites), a Holanda (193,98 milhões de noites), a Polónia (119,14 milhões de noites) e a Espanha (112,09 milhões de noites).

Relativamente às despesas turísticas<sup>3</sup> dos residentes da União Europeia, o crescimento entre 2012 e 2017 foi positivo em 7,04% no turismo doméstico e em 17,98% no turismo emissor, o que significa que em 2017 os gastos turísticos foram de 175,08 mil milhões de euros (+12,33 mil milhões de euros que em 2012) e de 218,72 mil milhões de euros (+39,33 mil milhões de euros que em 2012), respetivamente.

Na **figura 8** é possível observar o total de gastos turísticos por cada país membro da União Europeia em 2017, destacando-se aqueles cujos seus residentes mais contribuíram para a economia global.

**Figura 8** – Despesas turísticas (em milhões) por país membro da UE.



Fonte: Eurostat (s.d.).

É perceptível identificar que os cinco países cujos residentes tiveram mais despesas turísticas foram: a Alemanha (128.906,45 milhões de euros), França (82.126,20 milhões de euros), Espanha (38.064,19 milhões de euros), Itália (23.397,92 milhões de euros) e Holanda (21.360,12 milhões de euros). Em termos unitários (despesa turística por noite), destacam-se a Dinamarca (161,88 euros), a Áustria (132,15 euros), a Malta (127,98 euros), a Irlanda (112,16 euros) e o Luxemburgo (108,14 euros).

<sup>3</sup> As despesas de turismo referem-se aos gastos com a aquisição de bens e serviços para e durante as viagens de turismo, incluindo gastos como o transporte, o alojamento, a alimentação e bebidas, itens comprados durante a viagem, entre outros (Comissão Europeia, 2013).

### 2.2.3. Evolução do turismo em Portugal

Portugal, enquanto destino turístico, tem vindo a ganhar notoriedade no mundo, especialmente através da inovação, do desenvolvimento e qualidade dos serviços (Correia e Homem, 2018).

De acordo com Bernier *et al.* (2006), a análise da atividade turística de um destino pode ser abordada em duas perspetivas: na perspetiva da oferta turística ou na perspetiva da procura turística.

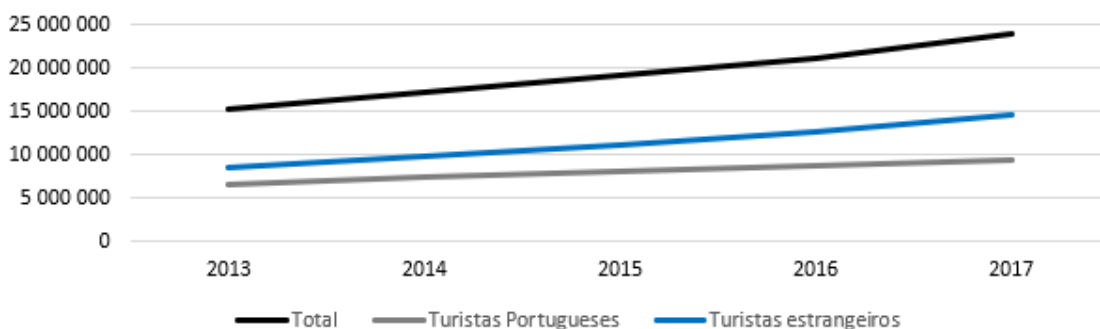
A oferta turística pode ser definida como o conjunto dos elementos destinados a satisfazer as necessidades dos turistas como os recursos turísticos, as infraestruturas, os serviços e os transportes (Pavón, 2014). A procura turística pode ser definida como o total das pessoas que viajam ou desejam visitar um local distinto do seu local de residência habitual para disfrutar dos serviços turísticos do destino (Mathienson y Wall, 1982 *apud* Martín e Palomeque, 2002).

Neste sentido, a melhor forma de analisar a evolução do turismo em Portugal será analisar separadamente a evolução da procura e a evolução da oferta turística, como é feito nos dois pontos seguintes do presente trabalho.

#### 2.2.3.1. Análise da procura turística

Desde 2013 que a procura turística tem vindo a aumentar progressivamente, verificando-se um crescimento muito significativo entre 2013 e 2017 como é possível observar na **figura 9**.

**Figura 9** – Número de hóspedes nos alojamentos turísticos por país de residência.



Fonte: Pordata (s.d.).

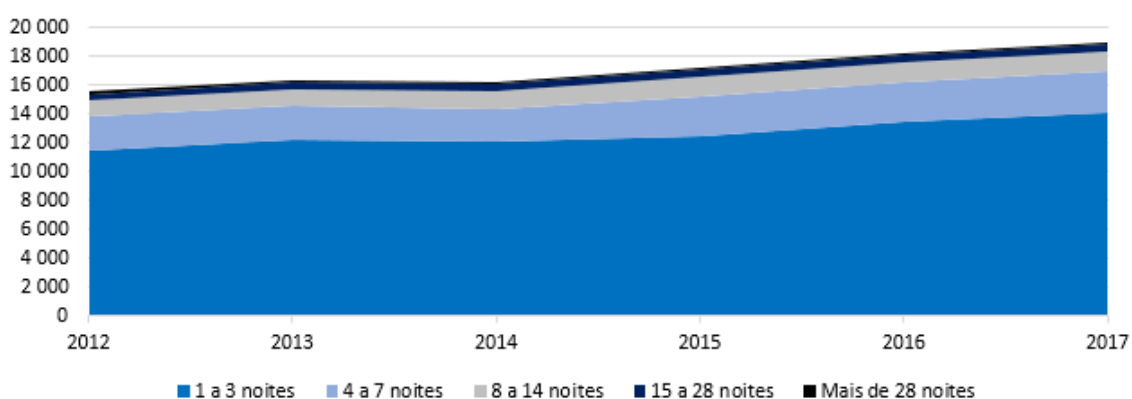
Em 2013 o número de hóspedes nos alojamentos turísticos<sup>4</sup> foi de 15.209.605 e em 2017 aumentou para 23.953.765, um incrível aumento de 57,49%. Relativamente a 2016 o número de hóspedes aumentou em 2.701.140 hóspedes, um crescimento de 12,71%.

Analisando a proporção de hóspedes estrangeiros e portugueses nos alojamentos turísticos em Portugal verifica-se que, apesar do número de hóspedes portugueses e estrangeiros ter vindo a aumentar ao longo dos anos, a proporção de hóspedes estrangeiros tem vindo a tornar-se cada vez maior: em 2013 a proporção de portugueses era de 43,27% e a de estrangeiros de 56,73, percentagens estas que têm vindo a diminuir e a aumentar gradualmente para 39,09% e 60,91% em 2017, respetivamente.

De acordo com a base de dados Pordata (s.d.), desde 2012 que cerca de 90% das viagens realizadas pelos portugueses são realizadas dentro do país, pelo que é importante analisar a evolução da procura turística do turismo doméstico.

Neste sentido, no que respeita ao turismo doméstico em Portugal, o número de viagens tem vindo a aumentar gradualmente desde 2012 até 2017, sendo que em 2012 o número de viagens dos residentes foi de 15.567,1 mil viagens e em 2017 este valor aumentou para 18.993,3 mil viagens, verificando-se assim um aumento de 22,01% durante este período. Do número total de viagens realizadas em 2017, 74,08% dizem respeito a viagens com duração entre uma e três noites como ilustra a **figura 10**.

**Figura 10** – Número de viagens dos residentes por duração da viagem.



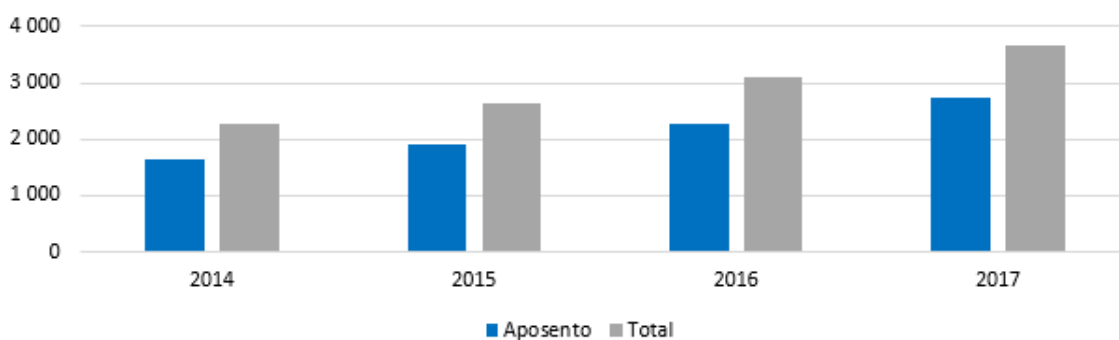
Fonte: Pordata (s.d.).

<sup>4</sup> De acordo com o INE (s.d.), os alojamentos turísticos incluem os hotéis, pensões, pousadas, estalagens, motéis, hotéis-apartamentos, aldeamentos, apartamentos turísticos, turismo de habitação, turismo em espaço rural e desde 2013 inclui também o alojamento local.

Através da **figura 10** é possível chegar à conclusão que o número de viagens tem aumentado ao longo dos anos, mantendo-se sempre de forma mais ou menos constante a proporção da duração da viagem face ao número total de viagens realizadas. Deste modo, no seguimento das 74% das viagens entre uma e três noites, 15% das viagens têm duração entre quatro e sete noites, 7% entre oito e catorze noites, 2% entre quinze e vinte e oito noites e, finalmente, apenas 1% diz respeito a viagens com duração superior a vinte e oito noites.

Segundo o INE (s.d.), os proveitos gerados pela procura turística nos estabelecimentos hoteleiros<sup>5</sup> portugueses têm vindo a aumentar no decorrer dos anos, como é possível observar na **figura 11**.

**Figura 11** – Proveitos (em milhões de euros) dos estabelecimentos hoteleiros.



Fonte: INE (s.d.).

Como mostra a **figura 11**, tanto os proveitos totais como os proveitos de alojamento aumentaram desde 2014 até 2017. Em 2014, o total dos proveitos totais foi de 2.286 milhões de euros e o total dos proveitos de aposento (alojamento) foi de 1.627 milhões de euros e em 2017 o montante de proveitos totais aumentou para 3.681 milhões de euros e o valor de proveitos de alojamento totalizou 2.738 milhões de euros.

Em 2014 o total de proveitos de aposento correspondia a 71,18% do total de proveitos e em 2017 esta percentagem aumentou para 74,38%, um aumento de um ponto percentual por ano. Assim, é possível concluir que o alojamento tem um peso bastante significativo no total dos proveitos turísticos dos estabelecimentos hoteleiros.

<sup>5</sup> De acordo com o INE (s.d.), para fins estatísticos o conceito de estabelecimento hoteleiro inclui os hotéis, pensões, pousadas, estalagens, motéis, hotéis-apartamentos, aldeamentos e apartamentos turísticos.

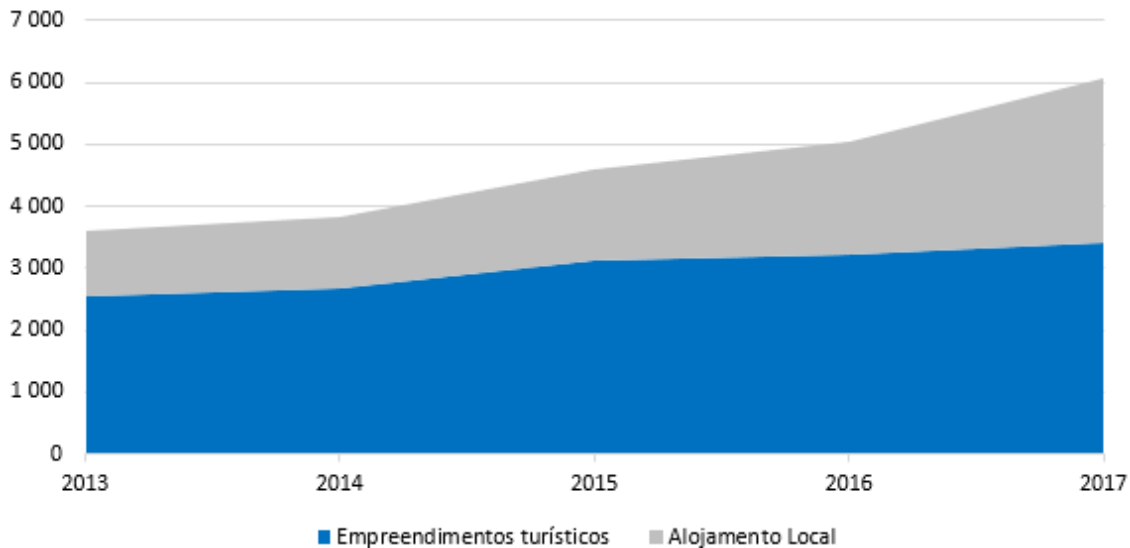
### 2.2.3.2. Análise de oferta turística

De acordo com o Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março (Ministério da Economia e da Inovação, 2008) os empreendimentos turísticos podem ser agrupados em sete tipologias, nomeadamente em estabelecimentos hoteleiros (hotéis, pousadas e hotéis-apartamento), aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, conjuntos turísticos (resorts), empreendimentos de turismo de habitação, empreendimentos de turismo no espaço rural e parques de campismo e de caravanismo.

Segundo a mesma fonte, todos os alojamentos turísticos que não reúnem as condições para ser considerados como empreendimentos turísticos (nomeadamente as pensões, motéis, albergarias e estalagens) passam a ser classificados como estabelecimentos de alojamento local.

Na **figura 12** é possível observar a proporção de empreendimentos turísticos e de estabelecimentos de alojamento local em Portugal entre 2013 e 2017.

**Figura 12** – Número de empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local.



Fonte: Pordata (s.d.).

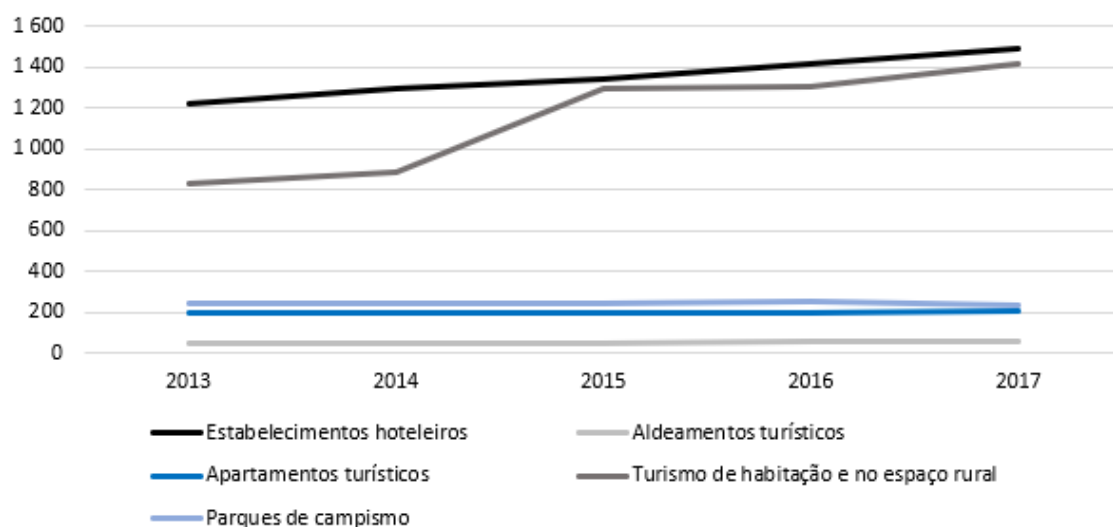
Em 2013, Portugal contava com 2.532 empreendimentos turísticos e 1.058 estabelecimentos de alojamento local, o que correspondia a uma proporção de 70,53% de empreendimentos turísticos. Até 2017 os números destes tipos de estabelecimentos têm vindo a aumentar, embora em proporções diferentes.

Em 2017 o número de empreendimentos turísticos aumentou para 3.397 (+34,16%) e o número de estabelecimentos de alojamento local aumentou para 2.673 (+152,65%), tornando evidente o crescimento significativo em termos percentuais de alojamentos locais em comparação ao número existente em 2013. Neste sentido, em 2017 os empreendimentos turísticos representam 55,96% do total de alojamentos turísticos e os estabelecimentos de alojamento local representam 44,04% deste total, uma diferença de 14,57 pontos percentuais se se comparar com as proporções de 2013.

Em termos de capacidade, em 2017 os empreendimentos turísticos apresentavam uma capacidade para 523.237 hóspedes enquanto que os estabelecimentos de alojamento local permitiam alojar apenas 67.613 hóspedes (Pordata, s.d.). Assim, é possível concluir que em 2017 os empreendimentos turísticos são mais relevantes para a oferta turística do que os alojamentos locais pois representam 55,96% dos alojamentos turísticos e possuem 88,56% da capacidade total dos mesmos.

Analisando apenas a evolução dos empreendimentos turísticos através da **figura 13**, é possível perceber que, de um modo geral, todas as tipologias têm crescido gradualmente ao longo do tempo, excepto os parques de campismo que diminuíram entre 2016 e 2017. Em 2017, mais de 80% dos empreendimentos turísticos é composto pelos estabelecimentos hoteleiros (48,14%) e pelo turismo de habitação e turismo em espaço rural (32,86%).

**Figura 13** – Número de empreendimentos turísticos por tipologia.



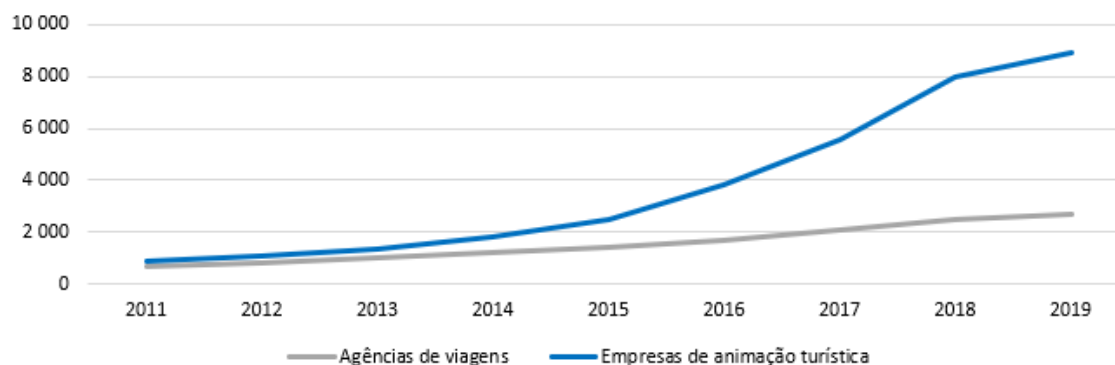
Fonte: Pordata (s.d.).

Observando a **figura 13** é possível observar a grande evolução do número de estabelecimentos de turismo de habitação e no espaço rural, sendo que em 2013 existiam apenas 832 estabelecimentos e em 2017 este número aumentou para 1.419, um crescimento significativo de 70,55%. Relativamente às restantes tipologias, em 2017 existiam 1.490 estabelecimentos hoteleiros (+22,23% que em 2013), 55 aldeamentos turísticos (+25,00% que em 2013), 203 apartamentos turísticos (+5,73% que em 2013) e 230 parques de campismo (-6,12% que em 2013).

O Turismo de Portugal (s.d.) disponibiliza online para consulta a plataforma do Registo Nacional de Turismo onde estão registadas as empresas de turismo atualmente a operar em Portugal, nomeadamente os Agentes de Animação Turística e os Agentes de Viagens e Turismo.

Neste sentido, à data da elaboração do presente trabalho, encontram-se a operar em Portugal 2.717 agências de viagens e 8.926 empresas de animação turística, valores que têm vindo a aumentar ano após ano como esclarece a **figura 14**.

**Figura 14** – Agências de viagens e empresas de animação turística em Portugal.



Fonte: Registo Nacional de Turismo (s.d.).

Do total das empresas que se encontram atualmente a operar em Portugal, apenas 654 agências de viagens e 883 empresas de animação turística já se encontravam operacionais em 2011. Estes números foram aumentando com a abertura de novas empresas e, a partir de 2015 é notório um crescimento bastante acentuado principalmente nas empresas de animação turística, sendo que entre 2015 e 2018 verificou-se um aumento de 70,91% e 224,60% no número de agências de viagens e empresas de animação turística, respetivamente.

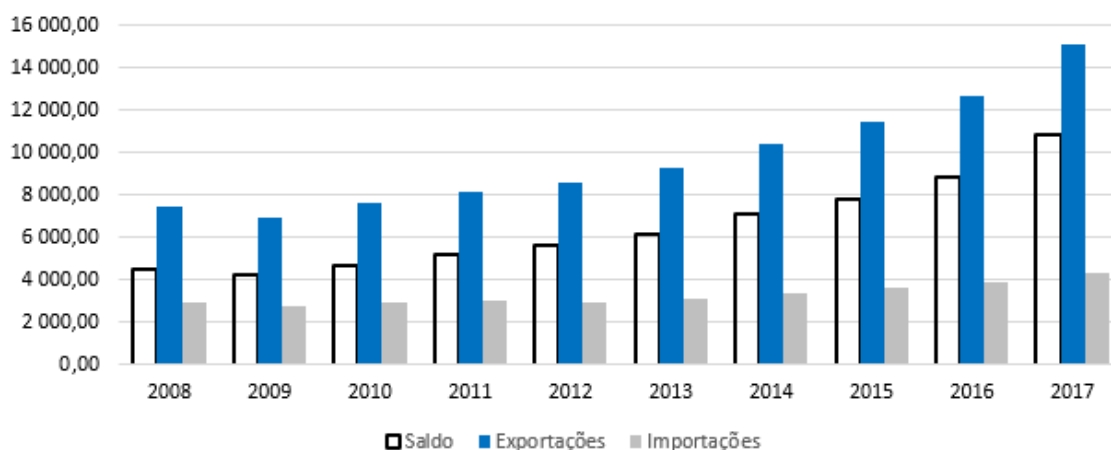
### 2.3. A importância do turismo para a economia portuguesa

A razão pela qual se aposta no turismo como estratégia de desenvolvimento é a sua contribuição positiva para a economia local e nacional (Sharpley e Telfer, 2014). De acordo com Luís (2001 *apud* Luís, 2002, p.142) “o consumo turístico gera um efeito multiplicador, com repercussões económicas (...) em setores relacionados ou não com o turismo”, como por exemplo em atividades como a construção civil e os transportes (Silva e Silva, 1998 *apud* Luís, 2002).

Segundo Brida *et al.* (2011) alguns dos impactos positivos do turismo para a economia de um local são o crescimento de receitas, a geração de emprego, o incentivo à criação de tecnologias e formação de capital humano e o desenvolvimento de oportunidades de negócio.

Na **figura 15** é possível observar a evolução da balança de viagens e turismo, com evidência do total de exportações e importações durante uma década, nomeadamente no período entre 2008 e 2017.

**Figura 15** – Balança de viagens e turismo (em milhões de euros).



Fonte: Pordata (s.d.).

Após a crise mundial em 2008 e 2009, o saldo das exportações e importações das viagens e turismo tem vindo a aumentar progressivamente no decorrer dos anos. De um modo geral, tanto as exportações como as importações têm vindo a crescer, contudo, o aumento das importações tem sido inferior ao aumento das exportações, permitindo que o saldo continue a ser positivo e a crescer ano após ano.

Em 2008 o total de receitas foi de 7.440,10 milhões de euros e o total de despesas foi de 2.938,78 milhões de euros, perfazendo um saldo positivo de 4.501,33 milhões de euros. Em 2017 o saldo apresentava um valor de 10.860,66 milhões de euros (+141,28%), composto por 15.153,36 milhões de euros de receitas (+103,67%) e 4.292,70 milhões de euros de despesas (+46,07%).

O ano de 2017 foi sem dúvida o ano cuja variação do saldo entre as exportações e as importações foi maior, registando-se uma variação de 22,99% relativamente a 2016 resultante do aumento das receitas em 2.472,81 milhões de euros (+19,50%) e do aumento menos expressivo das despesas em 442,78 milhões de euros (+11,50%).

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2013), a Conta Satélite do Turismo permite medir a contribuição económica direta da procura turística na economia nacional o que tem vindo a ser prática dos decisores políticos; com efeito, numa nota à comunicação social, o Gabinete da Secretária de Estado do Turismo (2018) refere que em 2017 o turismo representou 13,7% do Produto Interno Bruto em Portugal, correspondendo a 26,7 mil milhões de euros. Segundo a mesma fonte, relativamente a 2016 verificou-se um aumento de 14,5% dado que nesse ano o turismo representava 12,5% do PIB, evidenciando:

*“Nos últimos anos o Turismo tem evidenciado um forte crescimento, mas ao mesmo tempo um crescimento sustentável, aumentando mais em valor do que em volume de turistas e diminuindo o índice de sazonalidade, o que se tem refletido na criação de postos de trabalho e manutenção de emprego ao longo do ano.”*

Com o crescimento do turismo nos últimos anos e a tendência de crescimento no futuro, torna-se imperioso que as empresas ligadas ao turismo repensem as suas estratégias a longo prazo a fim de se manterem competitivas num mercado global e continuarem a realizar as suas atividades com sucesso e desempenho positivo em termos económico-financeiros.

Neste sentido, as empresas do turismo devem optar por praticar a análise do seu desempenho económico-financeiro e a comparação com empresas semelhantes a fim de perceberem a sua performance.

Página propositadamente deixada em branco

# **CAPÍTULO 3**

**Análise do desempenho económico-  
financeiro da hotelaria**

Página propositadamente deixada em branco

### **3. Análise do desempenho económico-financeiro dos hotéis**

Neste capítulo é explicada a importância de analisar o desempenho económico-financeiro dos hotéis assim como a utilização instrumentos de apoio à decisão para efetuar essa análise. São apresentadas as demonstrações financeiras como elemento primário de análise para o gestor hoteleiro e, em seguida, são apresentados os principais rácios que permitem uma análise mais rigorosa do desempenho económico-financeiro, organizando-os em grupos, adotando as fórmulas de cálculo mais usuais e explicando a sua interpretação para servir de suporte à decisão do gestor.

#### **3.1. A importância da análise do desempenho económico-financeiro na hotelaria**

É um facto que o turismo tem evoluído bastante na última década e à medida que o turismo evolui também as exigências dos clientes aumentam, procurando produtos e serviços hoteleiros inovadores e mais exigentes; neste sentido Quintas (2006, p.16) afirma que:

*“A evolução do mercado não permite que a oferta hoteleira permaneça estática, por fidelidade aos modelos de organização e sistemas de funcionamento provavelmente eficazes no passado ou pela incapacidade de acompanhar as mudanças verificadas no mercado, sobretudo ao nível dos consumidores e da concorrência existente.”*

Desta forma, o turismo revela-se uma atividade cada vez mais competitiva pelo que as organizações empresariais de turismo devem ser capazes de analisar e interpretar todas as informações que têm ao seu dispor a fim de se adaptarem e sobreviverem a esta crescente competitividade (Poon, 1993 *apud* Formica e Kothari, 2008).

Uma das formas das empresas se prepararem para os novos desafios do mercado onde operam e de conseguirem manter-se competitivas é saber avaliar o seu próprio desempenho e o desempenho da concorrência atual e potencial, o que se consegue através de uma adequada gestão financeira.

Para manter uma gestão financeira eficiente é necessário que a avaliação do desempenho tenha por base a análise económico-financeira do negócio, sendo que esta

análise permite avaliar a empresa em vários prismas, como o financeiro, o patrimonial, o operacional e o económico (Padoveze, 2008 *apud* Santos, 2016):

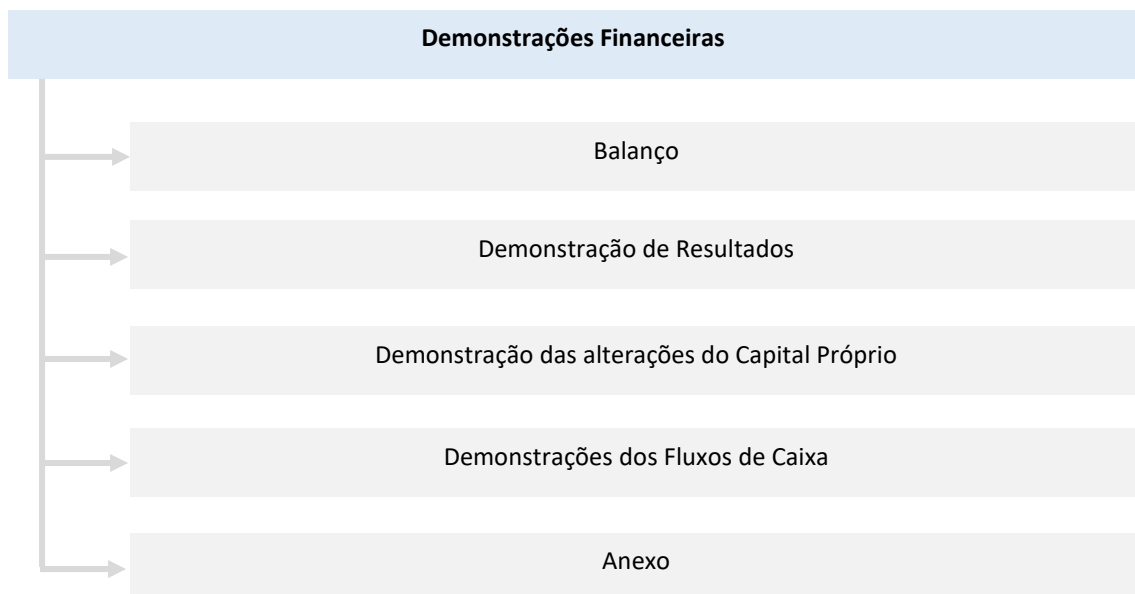
*“A análise económico-financeira tem por objetivo extrair informações das demonstrações financeiras e dos demais relatórios dos últimos anos, a fim de interpretar, em termos quantitativos, o efeito das decisões (investimentos, operações e financiamentos) tomadas pela empresa.” (Costa et al., 2011, p.5)*

A avaliação do desempenho empresarial deve ter por base a análise económico-financeira e esta deve basear-se, tal como menciona o excerto anterior, nas demonstrações financeiras, as quais serão analisadas em seguida.

### 3.2. As demonstrações financeiras como ponto de partida

De acordo com a Estrutura Conceptual do Sistema de Normalização Contabilística (Comissão de Normalização Contabilística, 2018), as demonstrações financeiras têm o objetivo de “proporcionar informação acerca da posição financeira, do desempenho e das alterações na posição financeira de uma entidade”, sendo comum entre os especialistas a definição de um conjunto completo de demonstrações financeiras evidenciados na **figura 16**.

**Figura 16** – Conjunto das demonstrações financeiras.



Elaboração Própria

Do conjunto das demonstrações financeiras mencionadas anteriormente, o Balanço e a Demonstração de Resultados são considerados as mais importantes, pelo que serão apresentadas nos pontos seguintes de modo mais detalhado.

### 3.2.1. O balanço

O Balanço pode ser definido como uma “igualdade entre dois membros, referida a uma determinada data, referente a uma empresa e que nos represente o seu património quer em composição quer em valor” (Monteiro, 2013, p.40), revelando a condição financeira de uma empresa (Jagels e Coltman, 2004).

Em termos de estrutura, o balanço é composto pelo Ativo, seguido do Capital Próprio e, finalmente, pelo Passivo, definidos no **quadro 2**. Tal como a definição indica, é uma “igualdade”, sendo que o total do Ativo (bens e direitos) deverá corresponder à soma do Capital Próprio e do Passivo (obrigações).

**Quadro 2** – Definição dos elementos do Balanço.

Rúbrica	Definição
<b>Ativo</b>	São todos os recursos controlados por uma entidade sob a forma de bens e direitos, a partir dos quais se esperam influxos de caixa no futuro; compreendem ativos correntes e não correntes.
<b>Ativo corrente</b>	Corresponde aos ativos potencialmente realizáveis, vendidos ou consumidos no decurso do ciclo operacional da empresa ou num período não superior a doze meses após a data do balanço.
<b>Ativo não corrente</b>	Compreendem os ativos fixos tangíveis, ativos intangíveis, investimentos financeiros e outros ativos financeiros não correntes.
<b>Capital próprio</b>	Capital próprio é o valor contabilístico da empresa que corresponde ao valor dos seus ativos após a dedução dos seus passivos. Compreende o capital subscrito e outros instrumentos de capital próprio, ações próprias, prémios de emissão, reservas, resultados transitados, ajustamentos em ativos financeiros, excedentes de revalorização, outras variações no capital próprio, o resultado líquido do período e os dividendos antecipados.

<b>Passivo</b>	É uma obrigação presente da entidade, proveniente de acontecimentos passados, cuja liquidação se espera que resulte em saídas de caixa futuras.
<b>Passivo corrente</b>	Corresponde aos passivos potencialmente liquidáveis no decurso do ciclo operacional da empresa ou num período não superior a doze meses após a data do balanço.
<b>Passivo não corrente</b>	Compreendem, assim, os passivos não liquidáveis no decurso do ciclo operacional da empresa ou num período superior a doze meses após a data do balanço.

Fonte: Banco de Portugal (2019).

### 3.2.2. Demonstração dos resultados

A Demonstração de Resultados evidencia a composição do resultado formado num determinado período de tempo, normalmente um ano cuja data de início e de fim coincidem com o ano civil (Ribeiro, 2020), através da diferença entre os rendimentos e os gastos de uma dada empresa.

No **quadro 3**, além dos conceitos de gastos e rendimentos, são ainda enunciados os diferentes resultados obtidos através da elaboração da demonstração de resultados.

**Quadro 3** – Definição dos elementos da Demonstração de Resultados.

<b>Rúbrica</b>	<b>Definição</b>
<b>Gastos</b>	São o total de gastos e perdas respeitantes ao período.
<b>Rendimentos</b>	São o total de réditos e ganhos respeitantes ao período.
<b>Resultado antes de depreciações e amortizações, gastos de financiamento e impostos (EBITDA)</b>	Corresponde ao resultado das atividades de exploração e das atividades financeiras das empresas. Não incluem os gastos relativos às depreciações e amortizações, gastos de financiamento e os impostos sobre o rendimento.
<b>Gastos de depreciação e de amortização</b>	Compreendem os montantes reconhecidos durante o período como gastos relativos à depreciação e amortização dos investimentos não financeiros de longo prazo, respetivamente dos ativos fixos tangíveis e dos ativos intangíveis.

<b>Resultado antes de gastos de financiamento e impostos (EBIT)</b>	É determinado após o EBITDA, correspondendo assim ao resultado das atividades de exploração e das atividades financeiras das empresas, tendo ainda em consideração o efeito dos gastos de depreciação e de amortização.
<b>Gastos de financiamento</b>	Compreendem todos os custos suportados pela empresa associados aos seus financiamentos obtidos.
<b>Resultado antes de impostos (EBT)</b>	Corresponde ao resultado das atividades das empresas antes do impacto relativo ao imposto sobre o rendimento do período.
<b>Imposto sobre o rendimento do período</b>	Evidencia o montante dos gastos líquidos com o imposto incidente sobre o resultado líquido da empresa, após as deduções e correções previstas na legislação fiscal.
<b>Resultado líquido do período</b>	Corresponde à diferença entre o total de rendimentos e o total de gastos da empresa reconhecidos durante o período.

Fonte: Banco de Portugal (2019).

### 3.3. Os rácios económico-financeiros como método de análise

De acordo com Poldrugovac *et al.* (2016), as informações obtidas através destas demonstrações devem ser a base de orientação da tomada de decisões de todos os gestores de hotéis, com a finalidade de aumentarem a eficiência da sua operação. Contudo, ler simplesmente os números apresentados nas demonstrações financeiras não dará informações suficientes para uma tomada de decisão, pelo que a melhor forma de utilizar os valores apresentados é calculando rácios que permitam auferir a situação económico-financeira da empresa.

Neste sentido, o método mais utilizado para a avaliação do desempenho de uma empresa é a análise de rácios e indicadores económico-financeiros, calculados através das diferentes rúbricas das demonstrações financeiras e cuja utilização na avaliação das empresas remota ao início da disciplina financeira (Lawder, 1989, *apud* Kim e Ayoun, 2005).

De acordo com Perez e Begalli (1999, *apud* Kaneriso, 2008), os rácios económico-financeiros representam uma das principais ferramentas para a avaliação do desempenho e apoio no processo de tomada de decisões. Os gestores das empresas ao acompanharem a evolução de um número limitado de rácios ao longo do tempo

conseguem precisar bastante melhor a eficácia e eficiência das suas operações do que aqueles que não apostam neste tipo de análise (Schmidgall e Damitio, 2006).

Segundo Schmidgall e Damitio (2006), um rácio por si só não é possível de ter classificado como bom ou não, aceitável ou inaceitável pois para que o valor obtido seja útil é necessário ser comparado a um valor padrão. Assim, os mesmos autores identificam três padrões diferentes que podem ser usados para avaliar os rácios calculados:

- Comparação de um rácio com o mesmo rácio calculado para o ano anterior, a fim de avaliar alterações significativas;
- Comparação de um rácio com o mesmo rácio para empresas semelhantes no mesmo mercado onde esta se insere;
- Comparação de um rácio com a média do setor, a fim de avaliar a capacidade da empresa para competir com outras no mercado.

Os rácios económico-financeiros podem ser divididos em quatro grupos, nomeadamente:

- rácios de liquidez;
- rácios de estrutura;
- rácios de rendibilidade;
- rácios de funcionamento.

Estes rácios são apresentados de modo mais detalhado no ponto seguinte.

### **3.3.1. Rácios de liquidez**

Os rácios de liquidez permitem avaliar a capacidade de uma empresa em cumprir os seus compromissos de curto prazo (Quintas, 2006), sendo possível perceber quão rapidamente os ativos correntes podem ser convertidos em dinheiro e quantos passivos correntes poderiam ser liquidados com esse valor (Dopson e Hayes, 2009). Neste grupo incluem-se os rácios de liquidez geral, liquidez imediata e liquidez reduzida cujas fórmulas estão representadas no **quadro 4**.

**Quadro 4** – Rácios de Liquidez.

Rácio	Fórmula
Liquidez geral	$\frac{\text{Ativo corrente}}{\text{Passivo corrente}}$
Liquidez reduzida	$\frac{\text{Ativo maneável}}{\text{Passivo corrente}}$
Liquidez imediata	$\frac{\text{Meios financeiros líquidos}}{\text{Passivo corrente}}$

Elaboração Própria

- O rácio de liquidez geral é o quociente entre o ativo corrente e passivo corrente e indica qual o valor que a empresa possui de ativo circulante por cada euro de passivo circulante (Schmidgall e Damitio, 2006). Caso o valor do rácio seja inferior a um, revela que a empresa possui problemas de liquidez (Amat e Campa, 2011) dado que o ativo corrente não é suficiente para pagar o seu passivo de curto prazo.
- O rácio de liquidez reduzida é o quociente entre o ativo maneável e o passivo corrente, diferenciando-se do rácio anteriormente apresentado por excluir do seu cálculo o valor dos inventários, isto é, em vez de o numerador do rácio ser o ativo corrente, passa a ser o ativo maneável (ativo corrente subtraindo os inventários). Este rácio é também conhecido liquidez seca ou prova amarga no sentido em que é um rácio mais rigoroso pois os inventários podem inflacionar o rácio de liquidez geral, indicando que a empresa não possui problemas de liquidez enquanto que basta excluir esta rúbrica do cálculo para o problema torna-se evidente.
- O rácio de liquidez imediata é o quociente entre os meios financeiros líquidos (caixa e depósitos bancários) e o passivo corrente e tal como a fórmula indica tem apenas em consideração os itens de maior liquidez do balanço. Este rácio permite medir a capacidade em termos de recursos financeiros, ou seja, imediata, que a empresa dispõe para cumprir as suas obrigações de curto prazo (Lunkes, 2004).

### 3.3.2. Rácios de estrutura

Os rácios de estrutura relacionam elementos do financiamento e do investimento e permitem avaliar a capacidade de uma empresa de cumprir as suas obrigações de longo prazo (Quintas, 2006). Quanto maior for a percentagem de dívidas com terceiros sobre ativos, maior o risco da empresa não conseguir fazer face à exigibilidade do seu passivo

(Lunkes, 2004). Neste grupo incluem-se os rácios de cobertura do investimento por capitais próprios, cobertura do ativo fixo por capitais permanentes, autonomia financeira e solvabilidade, cujas fórmulas estão representadas no **quadro 5**.

**Quadro 5** – Rácios de Estrutura.

Rácio	Fórmula
Cobertura do investimento por capitais próprios	$\frac{\text{Capital próprio}}{\text{Ativos fixos tangíveis} + \text{Ativos intangíveis}}$
Cobertura do ativo fixo por capitais permanentes	$\frac{\text{Capital permanente}}{\text{Ativo não corrente}}$
Autonomia financeira	$\frac{\text{Capital próprio}}{\text{Ativo}}$
Solvabilidade	$\frac{\text{Capital próprio}}{\text{Passivo}}$

Elaboração Própria

- O rácio de cobertura do investimento por capitais próprios é o quociente entre o capital próprio e a soma dos ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis. Este rácio permite perceber qual a capacidade que a empresa possui para cobrir os investimentos em ativos fixos tangíveis e intangíveis sem recorrer a capital alheio, pelo que o ideal seria este rácio aproximar-se de 1.
- O rácio de cobertura do ativo fixo por capitais permanentes é o quociente entre o capital permanente e o ativo não corrente. Através deste rácio é possível perceber a parte do ativo não corrente que está a ser financiada por capital permanente, isto é, a parte que é financiada por capital próprio e passivo não corrente. Para que exista equilíbrio financeiro, este rácio deverá ser igual ou superior a 1.
- O rácio da autonomia financeira é o quociente entre o capital próprio e o ativo e permite perceber em que medida é que a empresa consegue investir e realizar a sua operação sem recorrer a capitais alheios.
- O rácio da solvabilidade é o quociente entre o capital próprio e o passivo. Com este rácio é possível perceber a independência da empresa em relação aos seus credores. Quanto maior for o valor deste rácio, maior é a independência da empresa, servindo como uma garantia de que o capital em dívida será amortizado no prazo devido.

### 3.3.3. Rácios de rendibilidade

Os rácios de rendibilidade permitem medir o sucesso operacional de uma empresa num determinado período de tempo (Lunkes, 2004). Os investidores e os credores têm particular interesse neste grupo de rácios pois quanto maior for a rendibilidade da empresa, mais rapidamente poderão ter o retorno do que investiram, nomeadamente através da distribuição de lucros – os dividendos. Neste grupo incluem-se os rácios de rendibilidade do capital próprio, do ativo e do negócio, evidenciados no **quadro 6**.

**Quadro 6** – Rácios de Rendibilidade.

Rácio	Fórmula
Rendibilidade do capital próprio	$\frac{\text{Resultado líquido}}{\text{Capital próprio}} \times 100$
Rendibilidade do ativo	$\frac{\text{Resultado líquido} + \text{Encargos financeiros}}{\text{Ativo}} \times 100$
Rendibilidade do negócio	$\frac{\text{Resultado líquido}}{\text{Volume de negócios}} \times 100$

Elaboração Própria

- O rácio de rendibilidade do capital próprio é o quociente entre o resultado líquido e o capital próprio. Este rácio permite saber qual a receita da empresa por cada euro de capital próprio investido (Schmidgall e Damitio, 2006), sendo que quanto maior for o rácio, maior a probabilidade de distribuir lucro aos sócios ou dividendos aos acionistas.
- O rácio de rendibilidade do ativo é o quociente entre a soma do resultado líquido com os encargos financeiros da empresa e o seu ativo, mostrando a capacidade da empresa em utilizar o seu ativo para gerar lucro (Dopson e Hayes, 2009).
- O rácio de rendibilidade do negócio é o quociente entre o resultado líquido e o volume de negócios. Este rácio dá a conhecer a rendibilidade das vendas de uma empresa num determinado ano, sendo que quanto maior for este rácio mais rentável será o negócio.

### 3.3.4. Rácios de funcionamento

Os rácios de funcionamento, também designados rácios de atividade, permitem avaliar a eficiência com que uma empresa utiliza os recursos de que dispõe. Neste grupo

incluem-se os rácios de prazo médio de pagamentos, prazo médio de recebimentos e tempo médio de rotação de inventários, como é possível observar no **quadro 7**.

**Quadro 7** – Rácios de Funcionamento.

Rácio	Fórmula
Prazo médio de pagamentos (dias)	$\frac{\overline{\text{Fornecedores}}}{\overline{\text{Compras de bens e serviços}}} \times 365 \text{ dias}$
Prazo médio de recebimentos (dias)	$\frac{\overline{\text{Clientes}}}{\overline{\text{Vendas de bens e serviços}}} \times 365 \text{ dias}$
Tempo médio de rotação de inventários (dias)	$\frac{\overline{\text{Inventários}}}{\overline{CMVMC}} \times 365 \text{ dias}$

Elaboração Própria

- O rácio do prazo médio de pagamentos é o quociente entre os fornecedores e as compras de bens e serviços multiplicado por 365, dando origem a um valor em dias. Este rácio indica o número médio de dias que a empresa demora para pagar aos seus fornecedores. Em princípio, quanto maior for este rácio melhor, desde que as condições acordadas com os fornecedores sejam cumpridas.
- O rácio do prazo médio de recebimentos é o quociente entre os clientes e as vendas de bens e serviços multiplicado por 365, resultando num valor em dias. Este rácio indica o valor médio de dias que a empresa tem de esperar para receber dos seus clientes. Quanto menor for o valor deste rácio melhor, sendo que este rácio deve ser, pelo menos, inferior ao prazo médio de pagamentos pois, desta forma, a empresa consegue receber primeiro dos seus clientes antes de ter de cumprir as suas obrigações perante os fornecedores.
- O rácio do tempo médio de rotação de inventários é o quociente entre a média dos inventários do ano atual e do ano anterior da empresa e o custo médio das mercadorias vendidas e matérias consumidas multiplicado por 365, originando um valor em dias. Este rácio mede a rotação dos inventários dentro da empresa, isto é, durante quanto tempo estas permanecem no economato. Quanto menor for o valor deste rácio, mais eficientemente a empresa está a gerir os seus stocks, pois stock com pouca rotatividade não só indica que não está a ser vendido, como pode querer dizer que se está a comprar quantidades inadequadas e a ter custos de aprovisionamento desnecessários.

# **CAPÍTULO 4**

**Apresentação e análise dos resultados  
do estudo**

Página propositadamente deixada em branco

#### 4. Apresentação e análise dos resultados do estudo

Neste capítulo procede-se à apresentação e análise dos resultados, começando pela formulação das hipóteses, seguida da explicação da metodologia e do processo de seleção da amostra e, conclui-se com a análise dos dados e interpretação dos resultados.

##### 4.1. Formulação das hipóteses

Existem vários estudos sobre a utilização dos rácios na análise económico-financeira de empresas de serviços relacionados com o turismo, onde são comparados a evolução dos rácios entre diferentes hotéis ou entre hotéis e outras empresas de turismo, constando no **quadro 8** alguns exemplos. Sob diversos pontos de vista, os rácios são considerados fundamentais porque ajudam os gestores na tomada de decisões.

**Quadro 8** – Levantamento de estudos da análise económico-financeira no turismo.

Título e autores	Estudo
<i>Performance Measurement Through Cash Flow Ratios and Traditional Ratios: A Comparison of Commercial and Casino Hotel Companies</i> - (Ryu e Jang, 2004)	Analisar o desempenho económico-financeiro de hotéis comerciais e hotéis casino.
<i>Ratio Analysis for the Hospitality Industry: A cross Sector Comparison of Financial Trends in the Lodging, Restaurant, Airline and Amusement Sectors</i> - (Kim e Ayoun, 2005)	Comparar os rácios económico-financeiros entre hotéis e motéis, restaurantes, serviços recreativos e companhias aéreas.
<i>A Comparative Study on Financial Performance of Hotel Industry in Pakistan (Sarena Hotel &amp; Marriott Hotel)</i> - (Asdullah e Rehman, 2015)	Analisar e comparar o desempenho de dois grandes hotéis do Paquistão.
<i>Financial Statement and Competitiveness Analysis: A Study on Tourism &amp; Hospitality Industry in Bangladesh</i> - (Arif et al., 2016)	Analisar o desempenho e viabilidade da hotelaria em Bangladesh, comparando os rácios financeiros de cinco hotéis locais.
<i>Performance analysis of the restaurant and hotel industry: Evidence from Borsa Istanbul</i> - (Turegun, 2019)	Comparar os rácios económico-financeiros entre hotéis e restaurantes de Istanbul.
<i>A comparative study of financial ratios between hotels and restaurants</i> - (Kim, 2015)	Comparar os rácios económico-financeiros entre hotéis e restaurantes.

Elaboração Própria

Os estudos mencionados anteriormente foram analisados e verificou-se que, apesar de na revisão da literatura mencionarem a significativa evolução que se tem vindo a verificar no turismo ao longo dos anos, no momento do estudo propriamente dito apenas analisam e comparam rácios de diferentes hotéis ou serviços de turismo sem ter em conta se estão ou não em linha com a evolução destes serviços e aspetos como se se tratam de empresas recentes ou não no mercado.

Neste sentido, o estudo procura avaliar a evolução do desempenho económico-financeiro dos hotéis presentes no mercado há mais de sete anos, isto é, com ano de abertura anterior ou igual a 2013, face à evolução da oferta turística em Portugal.

Considerada a não existência de estudos que afirmem que o aumento da oferta de um serviço hoteleiro beneficia ou prejudica o desempenho daqueles que já permanecem no mercado há mais anos, neste estudo serão testadas as hipóteses nulas, isto é, comprovar se se rejeita a hipótese em que não há relação entre a oferta turística e o desempenho económico-financeiro:

- **H1:** Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de liquidez.
- **H2:** Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de estrutura.
- **H3:** Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de rendibilidade.
- **H4:** Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de funcionamento.

#### **4.2. Metodologia de investigação e seleção da amostra**

Os autores Jagels e Coltman (2004) afirmam que olhar para os resultados durante um maior número de períodos é mais útil para indicar em que sentido um negócio está a evoluir. Neste seguimento, este estudo incide sobre o período compreendido entre 2014 e 2018; a escolha deste período é defendido pela Ordem dos Contabilistas Certificados (2019, p.27) a qual, acerca da análise financeira, menciona que:

*“A análise deverá ser sempre feita para um período mínimo de 3 e máximo de 5 anos, de forma a ser possível efetuar uma análise da evolução do negócio e das várias situações a analisar, numa lógica evolutiva.”*

O *software* utilizado para a análise estatística foi o *IBM SPSS Statistics 2* e a recolha de dados para o presente estudo foi realizada durante o mês de fevereiro de 2020 e foi dividida em cinco etapas distintas:

### **1ª Etapa – Base de dados PORDATA**

Em primeiro lugar recorreu-se à base de dados PORDATA para obter a informação sobre a evolução do número de hotéis por NUTS II para o período em estudo.

### **2ª Etapa – Base de dados SABI**

Em segundo lugar recorreu-se à plataforma SABI, uma base de dados que contém as demonstrações financeiras detalhadas de várias empresas de Portugal e Espanha. Nesta base de dados foram aplicados vários filtros até se obter um primeiro conjunto de empresas a estudar, nomeadamente:

- A empresa estar sediada em Portugal – **696.581 resultados**;
- O estado ser “Ativa” – **365.030 resultados**;
- Ter como CAE principal o 55111 (hotéis com restaurante) – **1.271 resultados**;
- Apresentar valores para todos os anos compreendidos entre 2014 e 2018 para todos os rácios mencionados no ponto 3.3. – **814 resultados**.

Importa referir que entre todas as tipologias de empreendimentos turísticos optou-se por escolher para o estudo apenas os hotéis com restaurante para ter um conjunto de dados o mais homogéneo possível.

Neste sentido, à medida que foram adicionados filtros, o conjunto de empresas a estudar foi diminuindo, sendo que no final a lista de resultados apresentava 814 hotéis.

Contudo existem aspetos relevantes que foram considerados relativamente a esta base de dados nomeadamente:

- O ano da constituição da empresa pode não coincidir com a data da abertura do hotel ao público;
- A morada que consta na base de dados refere-se à morada fiscal, pelo que pode não coincidir com o local onde o hotel se encontra;
- Uma entidade empresarial pode explorar mais do que um hotel.

Seguindo esta coerência, foi fundamental recorrer a outra base de dados que possuísse mais informações sobre os hotéis, surgindo desta forma a necessidade de consultar o Registo Nacional de Turismo.

### **3ª Etapa – Base de dados do Registo Nacional de Turismo**

Em terceiro lugar recorreu-se ao Registo Nacional de Turismo, mais especificamente ao Registo Nacional dos Empreendimentos Turísticos, de onde se retirou uma lista de todos os hotéis registados à data da recolha da informação (**1.515 resultados**).

A única informação conciliável que se encontrava nas duas bases de dados era a entidade empresarial – designada por “Entidade Exploradora” – pelo que foi através desta que ocorreu a compilação das duas bases. A compilação envolveu vários passos, nomeadamente:

**1º passo** – Criar um ficheiro composto pelas duas bases de dados;

**2º passo** – Identificar todos os hotéis cuja entidade exploradora constava na base de dados do SABI;

**3º passo** – Excluir todas as entidades que exploravam mais do que um hotel, pois se uma entidade explorar dois hotéis em diferentes áreas do país torna-se impossível de fazer um estudo por localização.

**4º passo** – Excluir todos os hotéis com ano de abertura desconhecido;

**5º passo** – Excluir todos os hotéis cuja data de abertura ocorreu em 2014 ou posterior, pois o estudo incide sobre todos os hotéis que já estavam a operar no mercado antes de 2014.

#### 4ª Etapa – Criação da base de dados de trabalho

Através dos dois passos anteriores construiu-se uma nova base de dados com os valores dos rácios entre 2014 e 2018 obtidos da base de dados do SABI e com a informação acerca do número de estrelas, localização por NUT II e ano de abertura obtidas através do Registo Nacional dos Empreendimentos Turísticos, resultando numa amostra de 373 hotéis para realizar o presente estudo (**quadro 9**).

**Quadro 9** – Amostra do estudo por classificação e NUTS II.

NUTS II	Estrelas					Total
	1	2	3	4	5	
Alentejo	0	2	9	11	2	<b>24</b>
Algarve	0	4	13	21	9	<b>47</b>
Área Metropolitana de Lisboa	3	11	20	28	15	<b>77</b>
Centro	1	16	44	36	1	<b>98</b>
Norte	3	19	23	38	5	<b>89</b>
Região Autónoma da Madeira	1	5	7	12	7	<b>32</b>
Região Autónoma dos Açores	0	0	2	5	0	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>57</b>	<b>118</b>	<b>151</b>	<b>39</b>	<b>373</b>

Elaboração Própria

Tal como mostra o **quadro 9** foram estudados 373 hotéis de diferentes regiões de Portugal e com classificações diversas, sendo o Centro, o Norte e a Área Metropolitana de Lisboa as regiões com mais hotéis em estudo (71%) e os hotéis de 3 e 4 estrelas os que dominam a amostra (72%).

Esta primeira base de dados possui todos os elementos para a análise da evolução dos rácios no decorrer dos anos, contudo não possui a informação que permite relacionar a evolução dos rácios à evolução da oferta turística, surgindo desta forma a necessidade de criar uma segunda base de dados.

#### 5ª Etapa – Criação da base de dados final

Esta última base de dados surge da compilação da informação da base de dados mencionada na 4ª etapa e da informação contida na base de dados do Pordata.

Em primeiro lugar recorreu-se à base de dados dos 373 hotéis e calculou-se a média de cada rácio em cada ano<sup>6</sup>. De seguida, através da ferramenta *Split File* foi possível agrupar os hotéis por NUTS II e obter novamente as médias dos rácios por ano tendo em conta esta divisão.

Em segundo lugar acrescentou-se os dados do número de hotéis por ano, surgindo assim a base de dados para a realização do estudo composta por dezasseis variáveis nomeadamente: o ano, a NUT II, o número de hotéis para esse ano e NUT II e os valores médios para cada um dos treze rácios em análise para o ano e NUT II em questão.

### 4.3. Análise dos dados e interpretação dos resultados

Começando por analisar a evolução do número de hotéis ao longo dos anos em estudo, verifica-se que existe uma correlação positiva forte ( $R=0,993$ ,  $p<0,01$ ) entre o número de hotéis e os anos em estudo (**quadro 10**), tornando-se claramente evidente quando representado graficamente (**figura 17**).

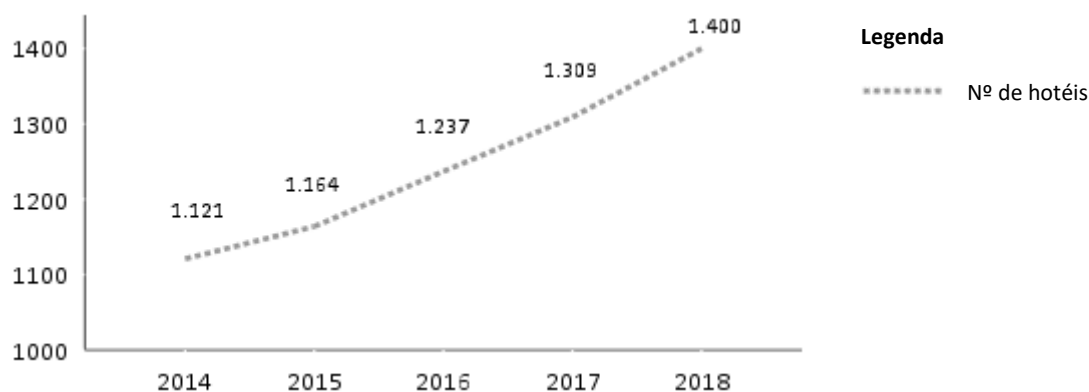
**Quadro 10** – Correlação entre o número de hotéis em Portugal e os anos.

		Ano	
Portugal	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,993**
		Sig. (bilateral)	0,001

\*\*  $p < 0,01$

Elaboração Própria

**Figura 17** – Evolução do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

<sup>6</sup> As médias calculadas para cada rácio por cada ano são estatisticamente significantes ( $p<0,05$ ).

Como é possível observar na **figura 17**, o número de hotéis em Portugal tem crescido significativamente, sendo que no espaço de cinco anos passou-se de 1.121 hotéis para 1.400 hotéis, verificando-se assim um crescimento de 24,89%.

A nível das regiões de Portugal, nomeadamente das NUTS II, verifica-se igualmente uma correlação positiva forte ( $R > 0,94$ ,  $p < 0,05$ ) entre o número de hotéis e os anos (**quadro 11**).

**Quadro 11** – Correlação entre o número de hotéis por NUTS II e os anos.

NUTS II		Ano	
Alentejo	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,940*
		Sig. (bilateral)	0,017
Algarve	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,974**
		Sig. (bilateral)	0,005
Área Metropolitana de Lisboa	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,991**
		Sig. (bilateral)	0,001
Centro	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,978**
		Sig. (bilateral)	0,004
Norte	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,983**
		Sig. (bilateral)	0,003
Região Autónoma da Madeira	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,972**
		Sig. (bilateral)	0,006
Região Autónoma dos Açores	Número de hotéis	Correlação de Pearson	0,965**
		Sig. (bilateral)	0,008

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

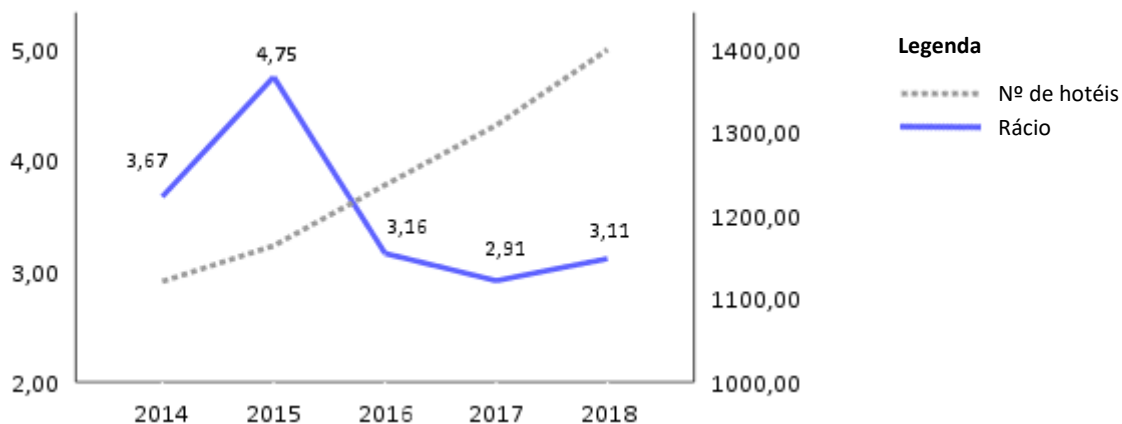
Elaboração Própria

Para estudar a relação entre o desempenho dos hotéis e a evolução do turismo utilizou-se o teste da correlação de *Pearson* e para a análise dos valores dos rácios no decorrer dos anos recorreu-se a gráficos de eixo duplo compostos pela linha que representa a evolução do número de hotéis em Portugal e pela linha da evolução do rácio em causa.

Começando pela análise dos rácios de liquidez, nomeadamente o rácio de liquidez geral (**figura 18**) é possível verificar que o valor médio deste rácio aumentou de 2014 para 2015, contudo, este valor diminuiu até 2017, sendo que após este ano aumentou ligeiramente.

Tendo em conta que os valores permanecem sempre superiores a um, parece que os hotéis que permanecem há mais tempo no mercado não apresentam dificuldades em cumprir com as suas dívidas de curto prazo.

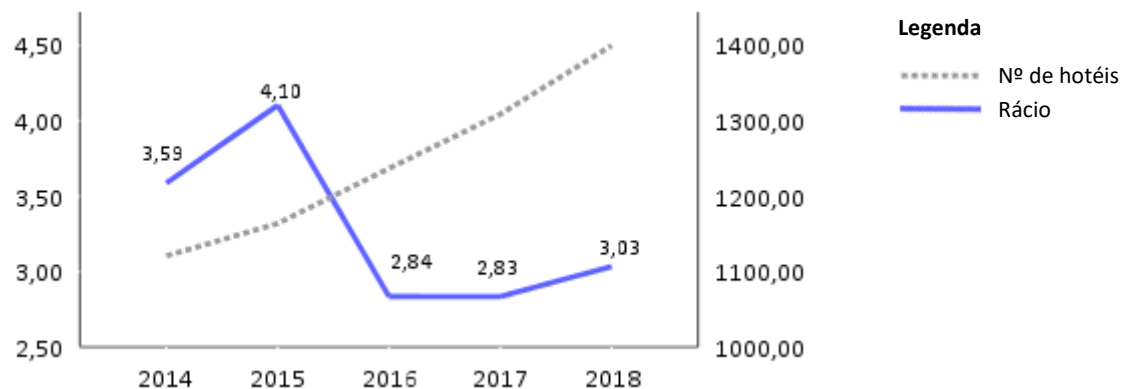
**Figura 18** – Evolução da Liquidez geral face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

Para uma análise mais precisa da liquidez dos hotéis é necessário excluir os inventários da análise, dado que nem sempre são facilmente convertidas em meios financeiros líquidos, influenciando o rácio anterior. Assim, deve analisar-se o rácio de liquidez reduzida, representado na **figura 19**.

**Figura 19** – Evolução da Liquidez reduzida face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



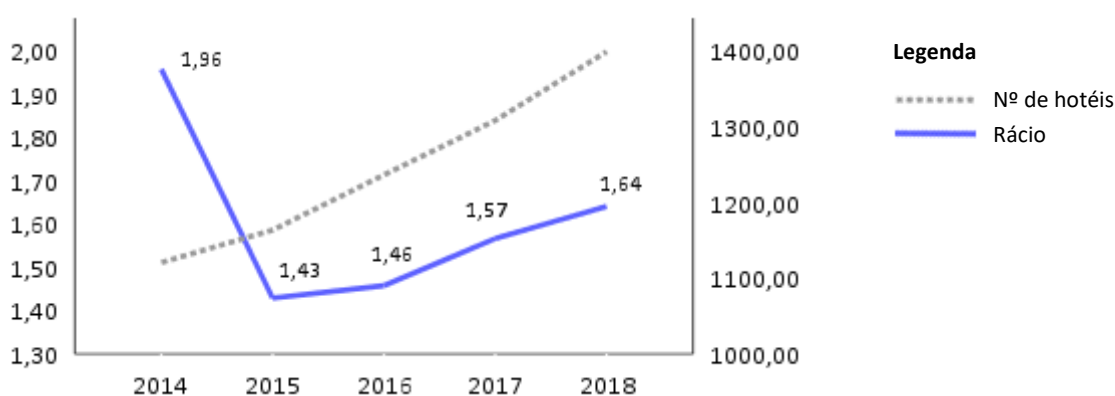
Elaboração Própria

Tal como seria expectável todos os valores diminuíram um pouco, contudo o valor continua acima de 1, o que indica que, mesmo sem ter em conta o valor dos inventários, os hotéis continuam a conseguir fazer face às suas dívidas na ótica do curto prazo. Naturalmente, o valor dos inventários apresenta um valor com expressão reduzida. É

também visível que a evolução deste rácio segue a linha da evolução do rácio anterior, isto é, há um aumento no primeiro ano em análise, diminuindo nos dois seguintes e aumentando de 2017 para 2018.

Finalmente, se analisar-se apenas a capacidade imediata dos hotéis para cumprir com as obrigações correntes (**figura 20**) é possível ver que em 2015 e adiante tem havido um incremento ano após ano, mantendo sempre um rácio superior a um, sugerindo que os hotéis possuem cada vez mais capacidade de pagarem as suas dívidas no imediato.

**Figura 20** – Evolução da Liquidez imediata face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

De um modo geral, os hotéis portugueses analisados não parecem apresentar problemas de tesouraria, sendo até notório algum progresso no decorrer dos anos, contudo esta evolução não está em linha com a evolução do número de hotéis e, portanto, não é possível dizer que estes rácios têm aumentado devido ao aumento da oferta turística, como evidencia o teste de correlação apresentado no **quadro 12**.

**Quadro 12** – Teste de correlação para os rácios de liquidez.

		Liquidez geral	Liquidez imediata	Liquidez reduzida
Nº hotéis	Correlação de Pearson	-0,655	-0,266	-0,676
	Sig. (bilateral)	0,230	0,665	0,210

Elaboração Própria

Uma vez que não existe correlação ( $p > 0,05$ ) entre o crescente número de hotéis e os rácios de liquidez geral, liquidez imediata e liquidez reduzida, então aceita-se a hipótese nula, ou seja, aceita-se a hipótese que indica que não existe relação entre estas duas variáveis. Assim, é possível afirmar que a abertura de novos hotéis não contribui nem

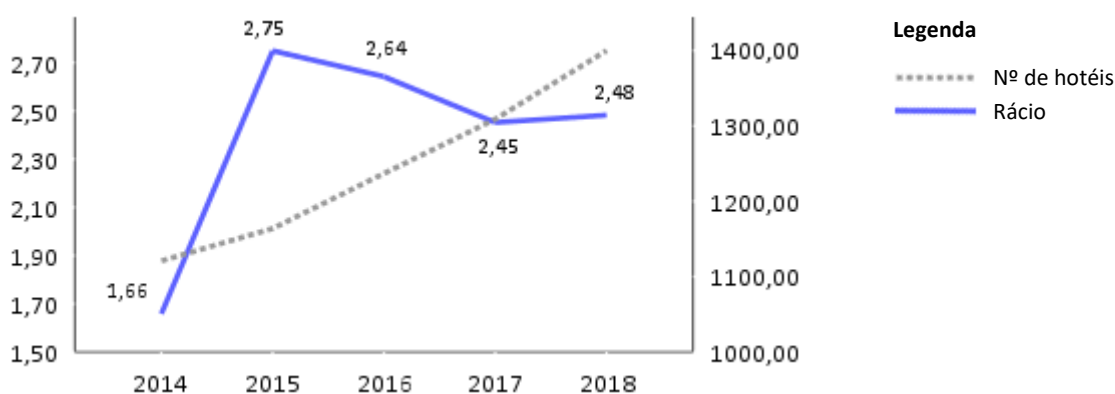
positiva nem negativamente para o desempenho económico-financeiro dos hotéis que permanecem há mais tempo no mercado ao nível dos rácios de liquidez.

A nível regional, existem algumas regiões cuja evolução se destaca nomeadamente:

- **O Alentejo** – apresenta uma correlação negativa forte ( $R = -0,890$ ,  $p < 0,05$ ) no rácio de liquidez geral assim como no rácio de liquidez reduzida ( $R = -0,892$ ,  $p < 0,05$ ), o que sugere que a evolução do número de hotéis nesta região afetou negativamente o desempenho económico-financeiro em termos de liquidez dos hotéis que já permaneciam no local antes de 2014.
- **O Centro** – apresenta uma correlação positiva forte ( $R = 0,922$ ,  $p < 0,05$ ) no que respeita ao rácio de liquidez imediata, o que indica que o crescimento do número de hotéis na região afetou positivamente o desempenho dos hotéis mais antigos.
- **A Região Autónoma dos Açores** – apresenta uma correlação positiva forte tanto para a liquidez geral ( $R = 0,966$ ,  $p < 0,01$ ), como para a liquidez reduzida ( $R = 0,967$ ,  $p < 0,01$ ) e liquidez imediata ( $R = 0,978$ ,  $p < 0,01$ ), indicando que os hotéis mais antigos estão a beneficiar com a abertura de novos hotéis na região.

Seguindo para a análise dos rácios de estrutura e começando especificamente pela análise do rácio de cobertura do investimento por capitais próprios (**figura 21**), é possível perceber que entre 2014 e 2015 houve um aumento significativo no valor deste rácio que foi diminuindo ligeiramente durante os dois anos seguintes, voltando a verificar-se um aumento muito ligeiro no último ano em análise.

**Figura 21** – Evolução da Cobertura do investimento por capitais próprios face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



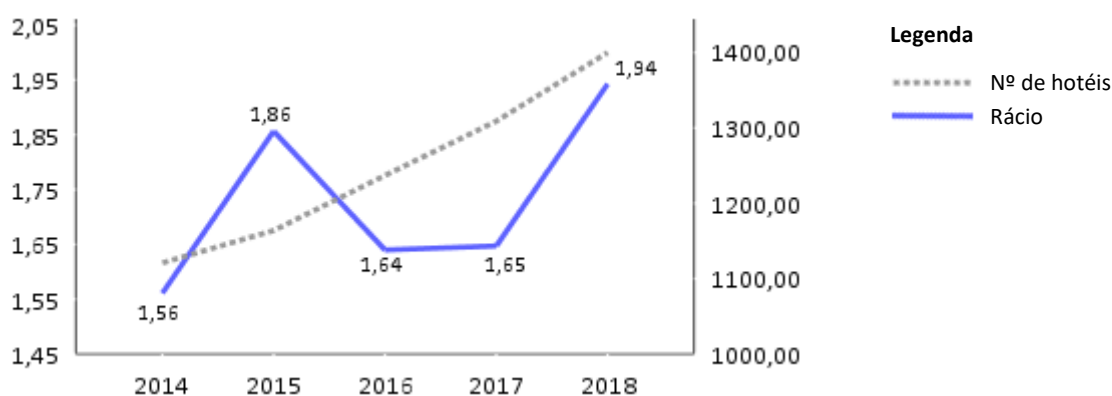
Elaboração Própria

Observando a **figura 21** constatasse que durante todo o período do estudo o valor médio do rácio da cobertura do investimento por capitais próprios dos hotéis portugueses em estudo mantém-se sempre superior a 1, o que significa que os capitais próprios são suficientes para cobrir todo o investimento em ativos fixos tangíveis e intangíveis.

Importa ainda referir que em 2014 o rácio apresentava um valor de 1,66 aumentando para 2,75 em 2015, valor este que foi diminuindo até 2017 para 2,45 e aumentou 0,03 pontos percentuais no ano seguinte. Isto pode ter diferentes interpretações nomeadamente ou os aumentos dos ativos fixos tangíveis e dos ativos intangíveis foram superiores ao aumento dos capitais próprios ou o valor dos ativos fixos tangíveis e dos ativos intangíveis manteve-se inalterado e o valor do capital próprio diminui no período em causa.

Se em vez de se analisar apenas a cobertura do investimento por capitais próprios somar-se os capitais alheios que permanecem na empresa por um período superior a um ano e relacionar em que medida estes cobrem todo o ativo não corrente obtém-se o rácio de cobertura do ativo fixo por capitais permanentes (**figura 22**).

**Figura 22** – Evolução da Cobertura do ativo fixo por capitais permanentes face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



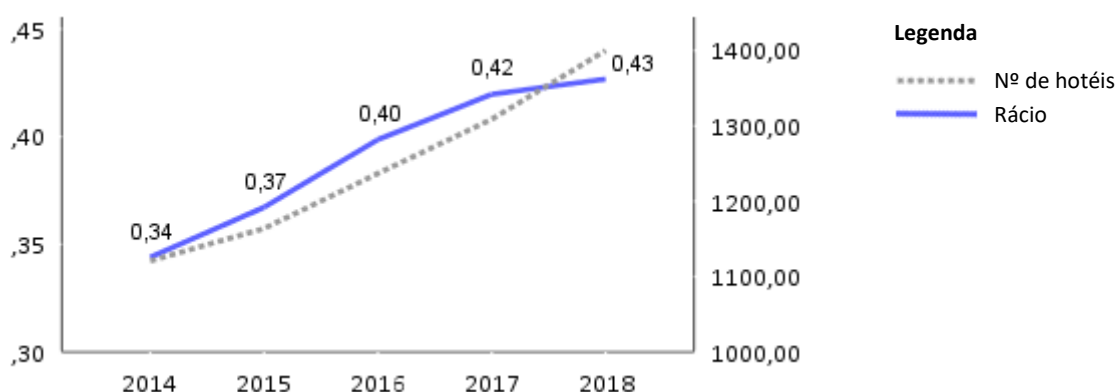
Elaboração Própria

Observando a **figura 22** é possível perceber que a evolução deste rácio é bastante semelhante à evolução do rácio anterior pois entre 2014 e 2015 e entre 2017 e 2018 há um aumento do valor da cobertura do ativo fixo por capitais permanentes enquanto que entre 2015 e 2016 houve uma diminuição. Em todos os períodos em análise o rácio

mantém-se superior a um, o que significa que todos os ativos que permanecem mais do que um ano na empresa são financiados por capitais com um elevado prazo de exigibilidade.

Analisando de seguida a autonomia financeira, isto é, a parte do ativo total que é financiada apenas pelos capitais próprios da empresa, é possível perceber que este rácio vai aumentando ligeiramente ano após ano (**figura 23**).

**Figura 23** – Evolução da Autonomia financeira face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

Em 2014 a autonomia financeira dos hotéis portugueses em análise era de 0,34 o que significa que 34% do ativo é financiado pelos capitais próprios, pelo que a empresa necessita de recorrer a capitais alheios para financiar os restantes 66% do ativo. O valor deste rácio foi aumentando gradualmente, sendo que em 2018 apresenta um valor de 0,43, ou seja, as empresas passaram a ter capital próprio para financiar 43% do seu ativo, reduzindo a necessidade de recorrer ao seu passivo.

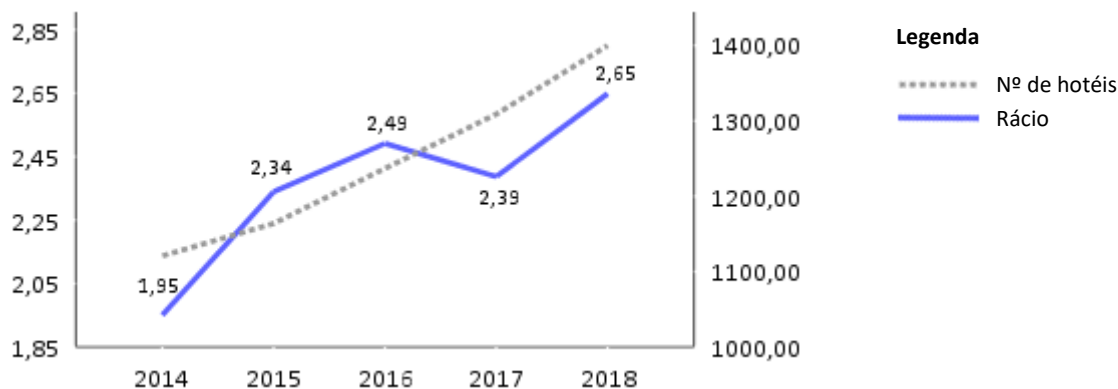
Assim, a evolução do rácio de autonomia financeira mostra que os hotéis estão a melhorar a sua independência financeira possuindo uma maior capacidade de endividamento e conseqüente facilidade de acesso a créditos.

De modo a analisar a capacidade dos hotéis em solver os seus compromissos financeiros, segue a análise do rácio da solvabilidade, ou seja, a relação entre os capitais próprios e os capitais alheios (**figura 24**).

A **figura 24** mostra que a solvabilidade se mantém em todos os momentos superior a um, pelo que é possível afirmar que os hotéis portugueses são capazes de cumprir com as suas obrigações, independentemente da sua exigibilidade. Analisando ano a ano

verificou-se um aumento gradual entre 2014 e 2016, seguido de uma ligeira diminuição em 2017, voltando a aumentar em 2018.

**Figura 24** – Evolução da Solvabilidade face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

Em 2018 o rácio da solvabilidade apresentava um valor de 2,65 o que significa que o capital próprio cobre 100% passivo e possui ainda uma margem de segurança de 165%, o rácio bastante positivo que transmite confiança a qualquer credor da empresa.

De forma clara, é notório que os valores de todos os rácios de estrutura em 2018 são superiores aos valores de 2014, contudo, à exceção da autonomia financeira, a evolução destes rácios no decorrer dos anos compreendidos neste período não está em linha com a evolução do número de hotéis, como evidencia o teste da correlação apresentado no **quadro 13**.

**Quadro 13** – Teste de correlação para os rácios de estrutura.

		Cobert. Invest. por C. Próprios	Cobert. AF por C. Perm.	Autonomia financeira	Solvabilidade
Nº hotéis	Correlação de Pearson	0,404	0,539	0,958*	0,842
	Sig. (bilateral)	0,500	0,348	0,010	0,074

\*\* p < 0,01

Elaboração Própria

O teste de correlação dos rácios de estrutura revela que existe uma correlação positiva forte (R=0,958, p<0,01) entre o rácio da autonomia financeira e o número de hotéis, tal como já era expectável após a representação gráfica deste rácio onde é notória a semelhança da evolução das duas variáveis. Relativamente aos restantes três

rácios em análise, dado que não se verifica existência de correlação ( $p > 0,05$ ) então aceita-se a hipótese nula, isto é, afirma-se que não existe relação entre o aumento do número de hotéis e a evolução dos rácios de estrutura entre 2014 e 2018 e, portanto, este aumento não contribui para o melhor ou pior desempenho dos hotéis com mais de sete anos no mercado no que respeita a estes rácios.

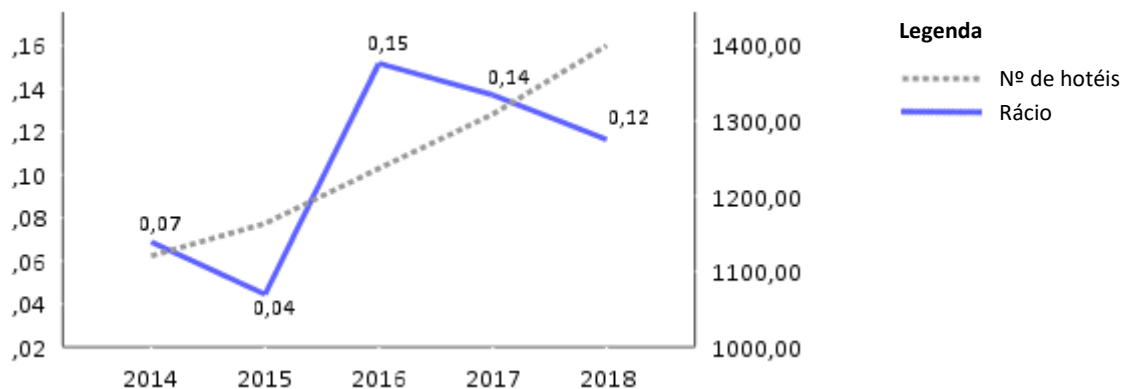
A nível regional, destacam-se as seguintes relações:

- **A Área Metropolitana de Lisboa** – apresenta uma correlação positiva forte ( $R=0,918$ ,  $p < 0,05$ ) no que respeita ao rácio de autonomia financeira, o que sugere que esta região está a melhorar a sua capacidade de endividamento face ao aumento do número de hotéis na área.
- **O Centro** – apresenta uma correlação positiva forte nos rácios de cobertura do investimento por capitais próprios ( $R=0,882$ ,  $p < 0,05$ ), cobertura do ativo fixo por capitais permanentes ( $R=0,899$ ,  $p < 0,05$ ) e solvabilidade ( $R=0,966$ ,  $p < 0,01$ ). Neste sentido, admite-se que o aumento do número de hotéis na região centro contribuiu para um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de estrutura dos hotéis que permanecem há mais tempo no mercado, na medida em que as empresas necessitam de recorrer cada vez menos a capitais alheios para os seus investimentos.
- **O Norte** – apresenta uma correlação positiva forte nos rácios de cobertura do investimento por capitais próprios ( $R=0,996$ ,  $p < 0,001$ ) e autonomia financeira ( $R=0,934$ ,  $p < 0,055$ ), o que significa que metade dos rácios de estrutura evidenciam uma forte relação entre o número de hotéis e os rácios em causa e, portanto, contribuem para o melhor desempenho dos hotéis.
- **A Região Autónoma da Madeira** – apresenta uma correlação positiva nos rácios de autonomia financeira ( $R=0,996$ ,  $p < 0,001$ ) e solvabilidade ( $R=0,916$ ,  $p < 0,05$ ), pelo que se admite que o aumento de hotéis contribuíram para um maior grau de endividamento e solvência dos que operam há mais tempo no mercado.
- **A Região Autónoma dos Açores** – apresenta uma correlação positiva nos rácios de cobertura do investimento por capitais próprios ( $R=0,998$ ,  $p < 0,001$ ), cobertura

do ativo fixo por capitais permanentes ( $R=0,970$ ,  $p<0,01$ ) e autonomia financeira ( $R=0,910$ ,  $p<0,05$ ). Sendo que três dos quatro rácios em análise apresentam uma relação forte entre as duas variáveis em causa, então efetivamente os hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014 vieram a beneficiar do aumento crescente no número de hotéis entre 2014 e 2018, melhorando o seu desempenho económico-financeiro no que respeita aos rácios de estrutura.

Após a análise dos rácios de liquidez e de estrutura, segue a análise dos rácios de rentabilidade. Começando pela evolução do rácio de rentabilidade do capital próprio face à evolução do crescente número de hotéis, parece não existir relação entre estas duas variáveis (**figura 25**).

**Figura 25** – Evolução da Rentabilidade do capital próprio face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.

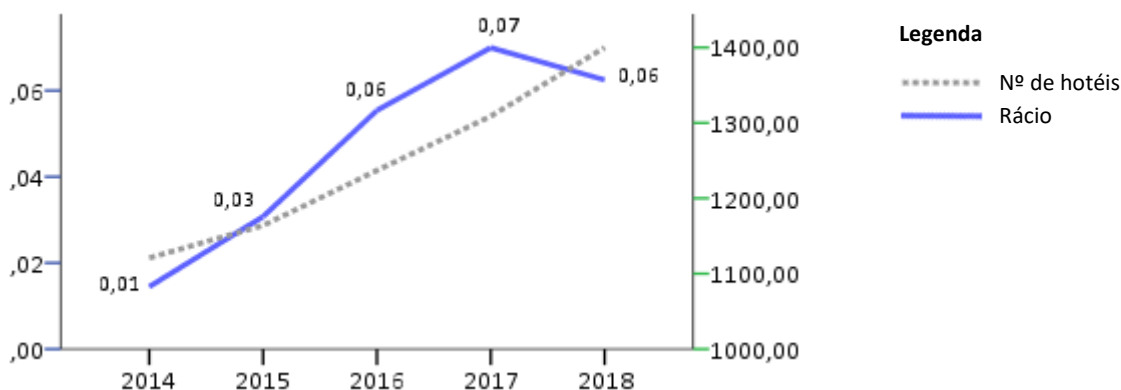


Elaboração Própria

Em 2014 a média da rentabilidade dos capitais próprios dos hotéis era de 0,07, valor este que diminui para 0,04 em 2015 e atingiu o seu valor máximo do período em estudo em 2016 com 0,15. Entre 2015 e 2018 este valor foi diminuindo, sendo no último ano em estudo de 0,12, o que significa que desde 2015 que a capacidade dos capitais próprios em gerar retorno financeiro tem vindo a diminuir e que, enquanto em 2015 por cada euro de investimento dos proprietários obteve-se quinze cêntimos de resultado líquido, em 2018 este valor baixou para doze cêntimos.

Analisando de seguida a rentabilidade do ativo, isto é, a rentabilidade dos capitais totais investidos na empresa independentemente da sua origem (capital próprio e capital alheio) é possível perceber que a evolução deste rácio está muito mais em linha com a evolução do número de hotéis (**figura 26**) do que o rácio anteriormente estudado.

**Figura 26** – Evolução da Rendibilidade do ativo face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.

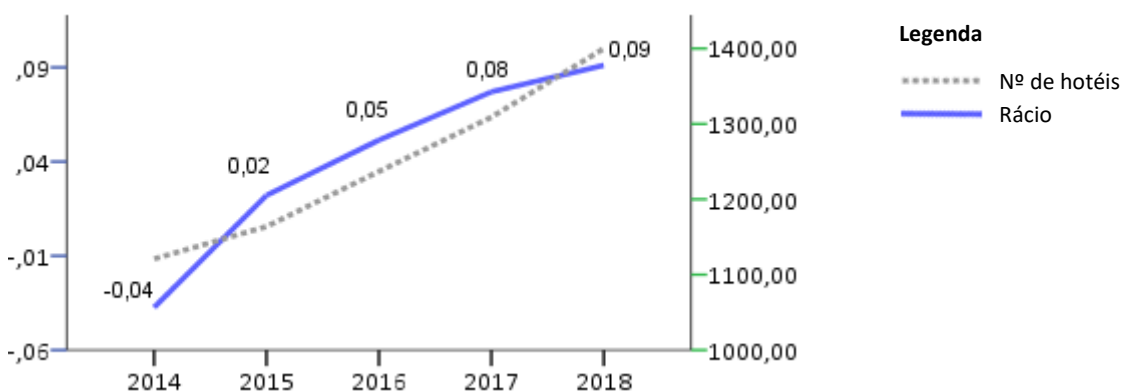


Elaboração Própria

Observando a **figura 26** entende-se que em 2014 o rácio de rendibilidade do ativo apresentava um valor médio de 0,01, valor este que foi aumentando gradualmente para 0,07 em 2017 e diminuiu para 0,06 em 2018. Assim, pode-se admitir que a evolução do número de hotéis em Portugal tem vindo a contribuir para que os hotéis mais antigos possuam uma maior capacidade de gerar resultados através do seu investimento em ativos.

Por fim, importa analisar a evolução do rácio da rendibilidade do negócio, isto é, a rendibilidade das vendas (**figura 27**).

**Figura 27** – Evolução da Rendibilidade do negócio face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

Em 2014 este rácio apresentava-se negativo (-0,04) pelo que é possível concluir que neste ano os hotéis em estudo apresentaram prejuízo. Este rácio passou a assumir um valor positivo logo no ano seguinte em análise e aumentou gradualmente até atingir o seu valor máximo em 2018 com 0,09, indicando que por cada unidade monetária vendida o lucro obtido era de nove cêntimos.

Em síntese, os gráficos dos rácios de rendibilidade apresentados evidenciam que não existe relação entre o crescente número de hotéis e a rendibilidade dos capitais próprios, ao contrário do que acontece com a rendibilidade do ativo e com a rendibilidade do negócio onde essa relação parece existir e que é comprovada através do teste de correlação no **quadro 14**.

**Quadro 14** –Teste de correlação para os rácios de rendibilidade.

		Rendibilidade do capital próprio	Rendibilidade do ativo	Rendibilidade do negócio
Nº hotéis	Correlação de Pearson	0,629	0,880*	0,930*
	Sig. (bilateral)	0,255	0,049	0,022

\*  $p < 0,05$

Elaboração Própria

Tal como já era expectável pela análise individual dos gráficos dos rácios de rendibilidade, por um lado não existe relação entre a rendibilidade do capital próprio e o número de hotéis ( $p > 0,05$ ) e, por outro lado, existe uma correlação positiva forte entre esta última variável e a rendibilidade do ativo ( $R=0,880$ ,  $p < 0,05$ ) e a rendibilidade do negócio ( $R=0,930$ ,  $p < 0,05$ ). Assim, dado que dois dos três rácios de rendibilidade apresentam um valor válido de correlação, então rejeita-se a hipótese nula, ou seja, afirma-se que existe relação entre a evolução dos rácios de rendibilidade e a evolução do número de hotéis.

A nível regional, existem algumas regiões cuja evolução se destaca nomeadamente:

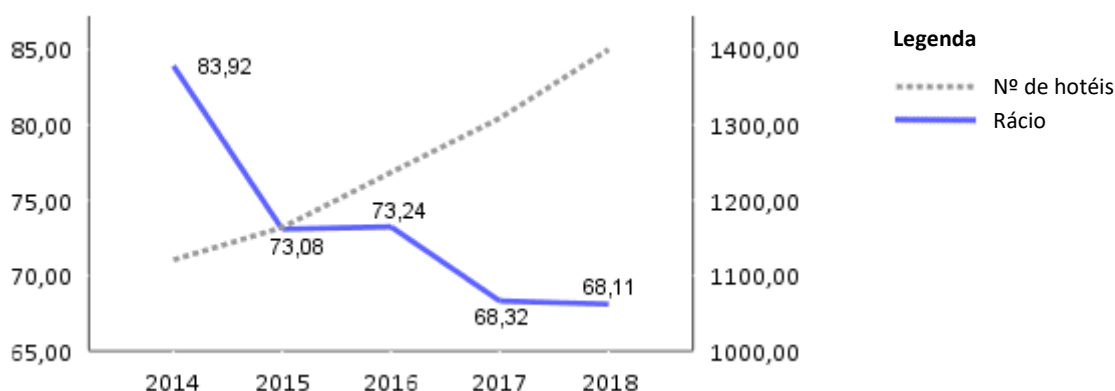
- **O Alentejo** – apresenta uma correlação negativa forte ( $R= -0,888$ ,  $p < 0,05$ ) entre o número de hotéis e a rendibilidade do capital próprio pelo que se afirma que a evolução do número de hotéis piorou o rácio em causa dos hotéis com abertura anterior a 2014.
- **A Área Metropolitana de Lisboa** – apresenta uma correlação positiva forte entre o número de hotéis e a rendibilidade do ativo ( $R=0,998$ ,  $p < 0,01$ ) e entre a primeira variável mencionada e a rendibilidade do negócio ( $R=0,998$ ,  $p < 0,001$ ). Assim, o lucro gerado por cada euro investido e por cada euro de vendas tem vindo a aumentar face ao aumento do número de hotéis na região.

- **O Norte** – apresenta uma correlação positiva forte no que respeita à rentabilidade do negócio ( $R=0,924$ ,  $p<0,05$ ), o que significa que o aumento do número dos hotéis está a contribuir para que o lucro por cada euro vendido por parte dos hotéis mais antigos aumente.
- **A Região Autónoma da Madeira** – apresenta uma correlação positiva forte relativamente à rentabilidade do capital próprio ( $R=0,909$ ,  $p<0,05$ ) e à rentabilidade do ativo ( $R=0,936$ ,  $p<0,05$ ), logo o capital investido nos hotéis anteriores a 2014, quer seja próprio ou alheio, está a gerar cada vez melhores resultados.
- **A Região Autónoma dos Açores** – apresenta uma correlação positiva forte no que diz respeito à rentabilidade do capital próprio ( $R=0,905$ ,  $p<0,05$ ), pelo que o capital investido pelos sócios dos hotéis mais antigos tem estado a gerar mais resultados ano após ano face ao crescimento no número de hotéis na região.

Finalmente, segue-se a análise dos rácios de funcionamento, de acordo com os quais um melhor desempenho deverá corresponder à diminuição dos prazos de pagamentos e de recebimentos e à maior rotação dos inventários.

Começando pela análise do prazo médio de pagamentos, de um modo geral observa-se uma diminuição de aproximadamente 84 dias para 68 dias, o que indica que em 2018 os hotéis conseguiram pagar aos seus fornecedores em menos dezasseis dias do que em 2014 (**figura 28**).

**Figura 28** – Evolução da Prazo médio de pagamentos face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.

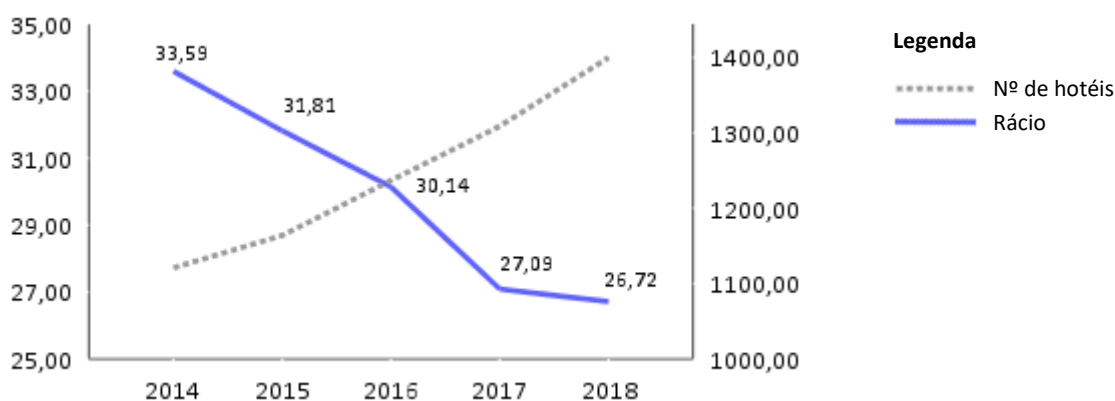


Elaboração Própria

Observando a **figura 28** é possível perceber que em 2014 o pagamento aos fornecedores era feito em cerca de 84 dias, prazo este que diminuiu e manteve-se dos 73 dias durante os anos de 2015 e 2016, diminuindo em 2017 para cerca de 68 dias e mantendo-se neste número de dias em 2018. O facto de o prazo médio de pagamentos ter vindo a diminuir significa que as empresas estão a melhorar a sua capacidade em cumprir as suas obrigações perante os seus fornecedores.

Relativamente ao prazo médio de recebimentos verifica-se uma diminuição neste prazo ano após ano, sendo que em 2014 rondava os 34 dias e em 2018 não atingia os 27 dias (**figura 29**).

**Figura 29** – Evolução da Prazo médio de recebimentos face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



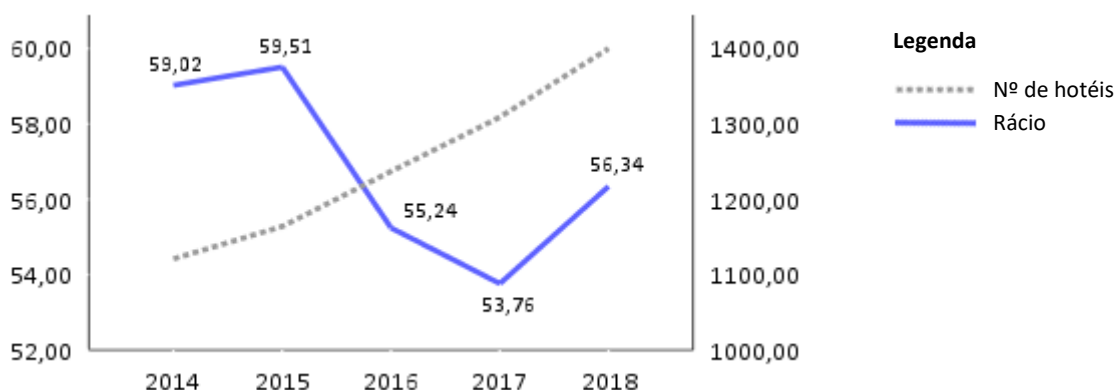
Elaboração Própria

O facto de o prazo médio de recebimentos ter vindo a diminuir ao longo do tempo evidencia uma maior eficiência na cobrança de valores a receber dos clientes. Esta evolução revela ainda equilíbrio da tesouraria dos hotéis por este prazo ser, em todos os anos de análise, inferior ao prazo médio de pagamentos, o que significa que os hotéis recebem dos seus clientes antes de pagarem aos seus fornecedores.

Por fim, analisando o prazo médio de rotação de stocks, parece não existir relação entre o crescente número de hotéis em Portugal e a evolução deste rácio (**figura 30**). Em 2014 e em 2015, este prazo rondava os 59 dias, diminuindo para 55 dias em 2016 e para cerca de 54 dias em 2017, aumentando em 2018 para 56 dias.

O valor de 56 dias, em 2018, indica o período de tempo que, em média, os inventários permaneceram no economato dos hotéis em estudo, revelando uma menor rotação de stocks face aos dois anos anteriores e, portanto, uma diminuição no seu grau de liquidez.

Figura 30 – Evolução da Prazo médio de rotação de stocks face ao crescimento do número de hotéis em Portugal.



Elaboração Própria

Resumindo e tal como seria expectável pela análise dos rácios de funcionamento, o prazo médio de recebimentos é o único rácio onde se verifica uma relação com a evolução do número de hotéis (**quadro 15**), mais especificamente uma correlação negativa forte entre estas duas variáveis ( $R = -0,967$ ,  $p < 0,01$ ). Assim, aceita-se a hipótese nula, isto é, admite-se que não existe relação entre a evolução dos rácios de funcionamento e a evolução do número de hotéis entre 2014 e 2018.

Quadro 15 – Teste de correlação para os rácios de funcionamento.

		Prazo médio de pagamentos	Prazo médio de recebimentos	Prazo médio de rotação de stocks
Nº hotéis	Correlação de Pearson	-0,843	-0,967*	-0,680
	Sig. (bilateral)	0,073	0,007	0,207

\*  $p < 0,01$

Elaboração Própria

A nível regional destaca-se a evolução de alguns rácios, nomeadamente:

- **O Algarve** – apresenta uma correlação negativa forte entre a evolução do número de hotéis e a evolução do prazo médio de recebimentos ( $R = -0,913$ ,  $p < 0,05$ ).
- **A Região Autónoma da Madeira** – apresenta uma correlação negativa forte entre o crescente número de hotéis e o rácio do prazo médio de recebimentos ( $R = -0,891$ ,  $p < 0,05$ ).
- **A Região Autónoma dos Açores** – apresenta uma correlação negativa entre a evolução do número de hotéis tanto com o prazo médio de pagamentos ( $R = -0,891$ ,  $p < 0,05$ ) como com o prazo médio de rotação de stocks ( $R = -0,997$ ,  $p < 0,001$ ).

# **CAPÍTULO 5**

## **Conclusões**

Página propositadamente deixada em branco

## 5. Conclusões

Este último capítulo é reservado às conclusões do estudo delineadas em face da resposta aos objetivos inicialmente definidos, às limitações encontradas e ainda à indicação de sugestões para investigações futuras.

### 5.1. Conclusões do estudo e resposta aos objetivos iniciais

O objetivo principal do presente estudo consistia em perceber se existe alguma relação entre a evolução da oferta turística em Portugal entre 2014 e 2018 e o desempenho económico-financeiro dos hotéis que estavam a operar antes de 2014.

Este objetivo principal foi dividido em quatro objetivos secundários que originaram as hipóteses a estudar (**quadro 16**).

**Quadro 16** – Hipóteses para resposta aos objetivos.

Objetivos	Hipóteses
Avaliar o impacto do crescente número de hotéis no desempenho a nível de liquidez dos hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014	<b>H1:</b> Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de liquidez.
Avaliar o impacto do crescente número de hotéis no desempenho a nível de solvabilidade dos hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014	<b>H2:</b> Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de estrutura.
Avaliar o impacto do crescente número de hotéis no desempenho a nível de rendibilidade dos hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014	<b>H3:</b> Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de rendibilidade.
Avaliar o impacto do crescente número de hotéis no desempenho a nível de funcionamento dos hotéis cuja abertura ocorreu antes de 2014	<b>H4:</b> Não existe relação entre o aumento da oferta turística e um melhor desempenho económico-financeiro a nível dos rácios de funcionamento.

Elaboração Própria

Para testar as hipóteses e, conseqüentemente responder aos objetivos definidos, recorreu-se ao teste da correlação de Pearson através do *IBM SPSS Statistics*.

Dos treze rácios em estudo apenas se verificou a existência de correlação em quatro, nomeadamente nos rácios de autonomia financeira ( $R=0,958$ ,  $p<0,01$ ), rendibilidade do

ativo ( $R=0,880$ ,  $p<0,05$ ), rentabilidade do negócio ( $R=0,930$ ,  $p<0,05$ ) e prazo médio de recebimentos ( $R= -0,967$ ,  $p<0,01$ ). Para os restantes nove rácios, constata-se que não existe relação entre a evolução do rácio e a evolução do número de hotéis.

Para corroborar ou rejeitar as hipóteses optou-se pelo critério de se comprovar a existência de correlação em pelo menos 50% dos rácios pertencentes ao mesmo conjunto de rácios pelo que:

- **Rácios de liquidez** – não se tendo verificado correlação em nenhum dos rácios em estudo aceita-se a hipótese nula **H1**.
- **Rácios de estrutura** – verificando-se apenas uma correlação entre os quatro rácios em estudo, portanto 25%, aceita-se a hipótese nula **H2**.
- **Rácios de rentabilidade** – verificou-se a existência de correlação de dois dos três rácios de estrutura estudados (66,67%), rejeitando-se assim a hipótese nula **H3**.
- **Rácios de funcionamento** – apenas existe correlação de um entre os três rácios de funcionamento (33,33%), aceitando-se a hipótese nula **H4**.

Portanto é possível concluir que o aumento do número de hotéis entre 2014 e 2018 veio contribuir para a rentabilidade dos hotéis que já estavam no mercado em 2014, revelando que estas empresas melhoraram a sua capacidade em utilizar o seu ativo para gerar lucro e este lucro cada vez representa uma maior percentagem do seu volume total de negócios.

O presente estudo pretende contribuir para um melhor conhecimento sobre o desempenho económico-financeiro dos hotéis portugueses, permitindo que os gestores tenham maior perceção dos rácios dos hotéis e, desta forma, definirem políticas adequadas para alcançarem ou superarem a média do mercado. É relevante que os gestores estejam a par da evolução da procura e da oferta turística e procedam, de forma contínua, à análise e avaliação do seu desempenho económico-financeiro de modo a se manterem competitivos.

## 5.2. Limitações do estudo

Foram encontradas algumas limitações durante a realização deste estudo, nomeadamente a redução significativa da amostra por conta da conciliação que foi feita

das duas bases de dados de trabalho. O facto da primeira base de dados não possuir todas as informações necessárias e ser necessário recorrer a uma segunda para obter as informações necessárias para o estudo, a amostra reduziu desde logo de 813 para 373.

Além disso, não foi possível distinguir para todos os hotéis em estudo se se tratava de hotéis independentes ou pertencentes a cadeias nacionais ou internacionais e estudar estes grupos em separado, sendo que neste caso possivelmente obter-se-iam resultados diferentes dado que diferentes tipos de gestão podem afetar o desempenho económico-financeiro dos hotéis.

### **5.3. Sugestões para investigações futuras**

Com base nas limitações encontradas surge a primeira sugestão para uma investigação futura no sentido de estudar o desempenho económico-financeiro distinguindo os hotéis que possuem uma gestão independente daqueles que pertencem a cadeias nacionais e internacionais.

Seria ainda interessante comparar a evolução da oferta turística de diferentes empreendimentos turísticos e o respetivo desempenho económico-financeiro, de modo a perceber se o desempenho de algum tipo de empreendimento turístico se destaca face à evolução da oferta.

Por fim, seria também interessante e importante realizar este estudo recorrendo a rácios operacionais como o *RevPar*<sup>7</sup>, o *TrevPar*<sup>8</sup>, o *ADR*<sup>9</sup>, entre outros, de modo a perceber se o desempenho operacional dos hotéis melhorou. Pois, embora não se tenha verificado uma relação a nível dos rácios de liquidez, estrutura e funcionamento, é certo que os hotéis melhoraram a sua rentabilidade, pelo que faz todo o sentido estudar as variáveis operacionais que levaram à geração de maiores lucros.

---

<sup>7</sup> Por *RevPar* - *Revenue per Available Room* - entende-se a receita de alojamento por cada quarto disponível.

<sup>8</sup> Por *TrevPar* - *Total Revenue per Available Room* - entende-se a receita total por cada quarto disponível.

<sup>9</sup> Por *ADR* - *Average Daily Rate* - entende-se o preço médio por quarto ocupado.

Página propositadamente deixada em branco

## 6. Referências bibliográficas

Amat, O. e Campa, F. (2011). *Contabilidad, control de gestion y finanzas de hoteles*. Barcelona: PROFIT editorial.

Arif, T., Noor-E, K. e Anwar, S. (2016). *Financial Statement and Competitiveness Analysis: A Study on Tourism & Hospitality Industry in Bangladesh*. *International Journal of Financial Research*, 7(4). Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/305413314\\_Financial\\_Statement\\_and\\_Compelitiveness\\_Analysis\\_A\\_Study\\_on\\_Tourism\\_Hospitality\\_Industry\\_in\\_Bangladesh](https://www.researchgate.net/publication/305413314_Financial_Statement_and_Compelitiveness_Analysis_A_Study_on_Tourism_Hospitality_Industry_in_Bangladesh)

Arionesei, G., Stanciu, P. e Morosan, A. (2014). *Tourism Today: Why Is It a Global Phenomenon? International Conference Sustainable Development in Conditions of Economic Instability - 3rd Edition*, 240-248. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/267854905\\_Tourism\\_Today\\_Why\\_Is\\_It\\_a\\_Global\\_Phenomenon](https://www.researchgate.net/publication/267854905_Tourism_Today_Why_Is_It_a_Global_Phenomenon)

Asdullah, M. e Rehman, Z. (2015). *A comparative study on Financial Performance of Hotel Industry in Pakistan (Serena Hotel & Marriott Hotel)*. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 8. Disponível em <http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/51062/1/22820-24735-1-PB.pdf>

Azevedo ITO, C. (2008). Evolução histórica do turismo e suas motivações. *Revista Tópos*, 2(1), 123–141. Disponível em <http://revista.fct.unesp.br/index.php/topos/article/view/2208/2021>

Banco de Portugal (2019). Formulários de indicadores e rácios.. Estudos da Central de Balanços . Disponível em [https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/estudo\\_36\\_cb\\_2019\\_ij\\_1.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/estudo_36_cb_2019_ij_1.pdf)

Barbacena, H. (2012). *A globalização do turismo e a competitividade dos destinos turísticos* (Dissertação de mestrado, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa). Disponível em [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6270/1/Tese\\_Mestrado\\_Hugo\\_Barbacena\\_-\\_A\\_globaliza%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_turismo\\_e\\_a\\_competitividade\\_dos\\_destinos\\_tur%C3%ADsticos\\_I\\_SCTE-IUL\\_2012\\_Mestra.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6270/1/Tese_Mestrado_Hugo_Barbacena_-_A_globaliza%C3%A7%C3%A3o_do_turismo_e_a_competitividade_dos_destinos_tur%C3%ADsticos_I_SCTE-IUL_2012_Mestra.pdf)

Barretto, M., Burgos, R. e Frenkel, D. (2003). *Turismo, políticas públicas e relações*

- internacionais. Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=F-Dr98KTHBMC&oi=fnd&pg=PA7&dq=introdução+ao+turismo&ots=vRc7XoHZvh&sig=6i2Ge4HTUxP3CvFegITaSUzP1Ak&redir\\_esc=y#v=onepage&q=introdução ao turismo&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=F-Dr98KTHBMC&oi=fnd&pg=PA7&dq=introdução+ao+turismo&ots=vRc7XoHZvh&sig=6i2Ge4HTUxP3CvFegITaSUzP1Ak&redir_esc=y#v=onepage&q=introdução+ao+turismo&f=false)
- Barretto, M. (2008). Manual de iniciação ao estudo do turismo (17ª Edição). Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=i1aAnj\\_QQPIC&oi=fnd&pg=PA9&dq=conceitos+de+turismo&ots=EHYEQiLUSg&sig=kZi5OeHdMLn7n4-ZHWjsz4XFfqQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=conceitos de turismo&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=i1aAnj_QQPIC&oi=fnd&pg=PA9&dq=conceitos+de+turismo&ots=EHYEQiLUSg&sig=kZi5OeHdMLn7n4-ZHWjsz4XFfqQ&redir_esc=y#v=onepage&q=conceitos+de+turismo&f=false)
- Bernier, E., Secall, R., García, R. e Rojo, M. (2006). Estructura de mercados turísticos. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA77&dq=oferta+turística&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwishZTF16PkAhWnM-wKHU81BII4FBDoAQgyMAI#v=onepage&q=oferta turística&f=false](https://books.google.pt/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA77&dq=oferta+turística&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwishZTF16PkAhWnM-wKHU81BII4FBDoAQgyMAI#v=onepage&q=oferta+turística&f=false)
- Brida, J., Monterubbianesi, P. e Zapata-Aguirre, S. (2011). *Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291–159. Disponível em [http://pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\\_06.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_06.pdf)
- Comissão de Normalização Contabilística (2018). Sistema de Normalização Contabilística - Estrutura Conceptual (EC). Disponível em [http://www.cnc.min-financas.pt/\\_siteantigo/SNC\\_projecto/SNC\\_EC.pdf](http://www.cnc.min-financas.pt/_siteantigo/SNC_projecto/SNC_EC.pdf)
- Comissão Europeia (2013). *Methodological manual for tourism statistics - Version 2.1*. Disponível em <https://doi.org/10.2785/50002>
- Compete 2020 (s.d.). Promoção Internacional Integrada do Destino Portugal - Visit Portugal! Disponível em <https://www.compete2020.gov.pt/destaques/detalhe/Proj26697-Visit-Portugal>
- Concelho Mundial de Viagens e Turismo (2018). *Domestic Tourism - Importance and Economic Impact*. Disponível em <https://wtcc.org/en-gb/>
- Cook, R., Hsu, C., Taylor, L. (2017). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel, Global Edition* (6th Editio). Harlow: Pearson Education Limited.

- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. e Wanhill, S. (2008). Turismo: Princípios e Práticas (3ª Edição). Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=IWz2gBscMKYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=conceitos+de+turismo&ots=jfjHk\\_98wA&sig=ZJNrLXt72ftHmf0AmhZ1bTGyUak&redir\\_esc=y#v=onepage&q=naturezaexcessivamente ampla&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=IWz2gBscMKYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=conceitos+de+turismo&ots=jfjHk_98wA&sig=ZJNrLXt72ftHmf0AmhZ1bTGyUak&redir_esc=y#v=onepage&q=naturezaexcessivamente ampla&f=false)
- Correia, A. e Homem, P. (2018). Turismo no Centro de Portugal: Potencialidades e Tendências. Disponível em <https://books.google.pt/books?id=haZqDwAAQBAJ&pg=PT362&lpg=PT362&dq=destino+turistico+de+portugal&source=bl&ots=VPedWZNI6m&sig=ACfU3U2xb2ygOSHX4hyaylkncZkKuN6MTQ&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwiKzaqv7aPkAhWlYoUKHTJgA3Q4bhDoATAHegQICRAB#v=onepage&q=destino turis>
- Costa, L., Limeira, A., Gonçalves, H. e Carvalho, U. (2011). Análise económico-financeira de empresas (3ª Edição). Disponível em <https://books.google.pt/books?id=bx-HCgAAQBAJ&pg=PT10&dq=análise+economico-financeira&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwj3g76s1OznAhUHBoKHQaBCOEQ6AEIMjAB#v=onepage&q=análise economico-financeira&f=false>
- Cruz, Z. (2006). *Principles of Tourism Part I*. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=6vgVtD6AjHoC&pg=PA18&lpg=PA18&dq=tourism+in+medieval+period&source=bl&ots=WkPYMaEFe5&sig=ACfU3U3KWU5I8INjqpSpzzgO-\\_HafRUww&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjo54OmyozkAhWzUBUIHJwAcA4FBDATALegQICRAB#vonepage&q=tourism in medieva](https://books.google.pt/books?id=6vgVtD6AjHoC&pg=PA18&lpg=PA18&dq=tourism+in+medieval+period&source=bl&ots=WkPYMaEFe5&sig=ACfU3U3KWU5I8INjqpSpzzgO-_HafRUww&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjo54OmyozkAhWzUBUIHJwAcA4FBDATALegQICRAB#vonepage&q=tourism in medieva)
- Cunha, L. e Abrantes, A. (2013). Introdução ao Turismo (5ª Edição). Lisboa: Lidel.
- Cunha, L. (2003). Perspetivas e Tendências do Turismo. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cunha, L. (2006). Economia e Política do Turismo (Nova versão). Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2010a). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário. Disponível em <http://recil.ulusofona.pt/handle/10437/665>
- Cunha, L. (2010b). Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios. *Fluxos &*

- Riscos*, (1), 127–149. Disponível em <https://core.ac.uk/download/pdf/48576342.pdf>
- Dopson, L. e Hayes, D. (2009). *Managerial Accounting for the hospitality industry*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Echtner, C. e Jamal, T. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 868–883. Disponível em <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738397000601>
- Eurostat. (s.d.). *Eurostat Database*. Disponível em <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- Formica, S. e Kothari, T. (2008). *Strategic Destination Planning: Analyzing the Future of Tourism*. *Journal of Travel Research*, 46, 355–367. Disponível em <https://doi.org/0.1177/0047287507312410>
- Gabinete da Secretária de Estado do Turismo (2018). Turismo representa 13,7% do produto interno bruto em Portugal. Disponível em <https://www.portugal.gov.pt/t/gc21/comunicacao/comunicado?i=turismo-representa-137-do-produto-interno-bruto-em-portugal>
- Handa, G. (2014). *Inovação no setor hoteleiro angolano - Estudo aplicado à cidade do Lubango* (Dissertação de mestrado, ISEG - Lisboa School of Economics & Management). Disponível em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/7899/1/DM-GVSH-2014.pdf>
- Ignarra, L. (2003). *Fundamentos do Turismo* (2ª Edição). São Paulo: Thomson.
- INE. (s.d.). Instituto Nacional de Estatísticas. Disponível em <https://www.ine.pt>
- Jagels, M. e Coltman, M. (2004). *Hospitality Management Accounting* (Eight Edit). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Jayapalan, N. (2001). *An Introduction to Tourism*. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=HFWjoeVCLk0C&pg=PA8&lpg=PA8&dq=tourism+in+medieval+period&source=bl&ots=hyoDFzg9xH&sig=ACfU3U0\\_l4sji2nKEgXd8TMCMujPvyEwnQ&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjo54OmyozkAhWzUBUIHZJwAcA4FBDoATAOegQICBAB#v=onepage&q=tourism in medieval](https://books.google.pt/books?id=HFWjoeVCLk0C&pg=PA8&lpg=PA8&dq=tourism+in+medieval+period&source=bl&ots=hyoDFzg9xH&sig=ACfU3U0_l4sji2nKEgXd8TMCMujPvyEwnQ&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjo54OmyozkAhWzUBUIHZJwAcA4FBDoATAOegQICBAB#v=onepage&q=tourism%20in%20medieval)

- Kaneriso, J. (2008). Desempenho Económico-Financeiro e Análise Envoltória de Dados (DEA): um estudo em meios de hospedagem no Brasil (Dissertação de mestrado, Universidade do Vale do Itajaí). Disponível em <http://siaibib01.univali.br/pdf/janaina%20cristina%20kanesiro.pdf>
- Kim, W. e Ayoun, B. (2005). *Ratio Analysis for the Hospitality Industry: A cross Sector Comparison of Financial Trends in the Lodging, Restaurant, Airline and Amusement Sectors*. *Journal of Hospitality Financial Management*, 13(1). Disponível em <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1205&context=jhfm>
- Kim, D. (2015). *A Comparative Study of Financial Ratios between Hotels and Restaurants*. *International Journal of Tourism Sciences*, 6(1). Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/279216410\\_A\\_Comparative\\_Study\\_of\\_Financial\\_Ratios\\_between\\_Hotels\\_and\\_Restaurants](https://www.researchgate.net/publication/279216410_A_Comparative_Study_of_Financial_Ratios_between_Hotels_and_Restaurants)
- Lickorish, L. e Jenkins, C. (1997). *Una introducción al Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Luís, E. (2002). Turismo no espaço rural em Portugal. *GeoNova*, (5), 139–152. Disponível em <http://geoinova.fcsh.unl.pt/revistas/files/n5-5.pdf>
- Lunkes, R. (2004). *Manual de contabilidade hoteleira*. São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Machado, M. (2013). As etapas evolutivas do turismo: Um estudo sobre o Rio de Janeiro (séculos XVIII-XX). *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 105–127. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5322247>
- Martín, B. e Palomeque, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Disponível em <https://books.google.pt/books?id=XnARoli1ZNQC&pg=PA15&dq=demanda+turística&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwiw8O7I2KPKAhUGDewKHWw6CgEQ6AEIVjAH#v=onepage&q=demanda+turística&f=false>
- Martins, A. (2013). A inovação como vantagem competitiva nos hotéis de luxo (Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro). Disponível em <http://hdl.handle.net/10773/12020>
- Mendes, M. (2013). Fatores competitivos dos hotéis de luxo: O caso da cidade de Lisboa (Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro). Disponível em <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/12084/1/Dissertação+Catarina+Mendes.pdf>

- Mendonça, M., Batalha, M. e Santos, A. (2003). A indústria do turismo: história, características e tendências. *Revista Eletrônica de Administração Da UFLA*, 5(1). Disponível em <http://200.131.250.22/revistadae/index.php/ora/article/view/249/246>
- Middleton, V., Fyall, A. e Morgan, M. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (Fourth edi). Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=pCyrmxBav74C&oi=fnd&pg=PR1&dq=tourism+definitions&ots=iPBVm-UpsZ&sig=8iMQOTOW0mjddQgT-\\_7XkQjCDM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tourism definitions&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=pCyrmxBav74C&oi=fnd&pg=PR1&dq=tourism+definitions&ots=iPBVm-UpsZ&sig=8iMQOTOW0mjddQgT-_7XkQjCDM&redir_esc=y#v=onepage&q=tourism%20definitions&f=false)
- Ministério da Economia e da Inovação (2008). Decreto-Lei n.º 39/2008 - Diário da República n.º 48/2008, Série I de 2008-03-07. Disponível em [https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/107610177/201908311556/exportPdf/normal/1/cacheLevelPage?\\_LegislacaoConsolidada\\_WAR\\_drefrontofficeportlet\\_rp=indice](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/107610177/201908311556/exportPdf/normal/1/cacheLevelPage?_LegislacaoConsolidada_WAR_drefrontofficeportlet_rp=indice)
- Monteiro, S. (2013). Manual de Contabilidade Financeira. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=uwopAwAAQBAJ&pg=PA44&dq=definição+de+ativo,+passivo+e+capital+próprio&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwieuqOm-3nAhX4aRUIHWt1Dc8Q6AEIQjAD#v=onepage&q=definição de ativo%2C passivo e capital próprio&f=false](https://books.google.pt/books?id=uwopAwAAQBAJ&pg=PA44&dq=definição+de+ativo,+passivo+e+capital+próprio&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwieuqOm-3nAhX4aRUIHWt1Dc8Q6AEIQjAD#v=onepage&q=definição%20de%20ativo%20passivo%20e%20capital%20próprio&f=false)
- Nakashima, S. e Calvente, M. (2016). A História do Turismo: epítome das mudanças. *Turismo & Sociedade*, 9(2), 1–20. Disponível em <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/43151/30025>
- Oliveira, A. (2002). *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização* (4ª Edição). São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Ordem dos Contabilistas Certificados (2019). *Encerramento de contas de 2019*. s.l.: ACD Print, S.A.
- Organização Mundial do Turismo (s.d.). *Why tourism? Tourism - an economic and social phenomenon*. Disponível em <https://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- Organização Mundial do Turismo (2013). *The Economic Impact of Tourism: Overview and Examples of Macroeconomic Analysis*. Disponível em <http://cf.cdn.unwto.org/sites>

/all/files/IP\_Economic\_Impact\_EN.pdf

Organização Mundial do Turismo (2018a). *UNWTO 2017 Annual Report*. Disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>

Organização Mundial do Turismo (2018b). *UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition*. Disponível em <https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284419876>

Our World in Data. (s.d.). *International arrivals by world region*. Disponível em <https://ourworldindata.org/tourism>

Pavón, C. (2014). *Diseño de productos y servicios locales*. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=tIMCBQAAQBAJ&pg=PT43&dq=oferta+turística&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwiYg\\_PR16PkaHWR5KQKHVDsDSE4HhDoAQhYMAg#v=onepage&q=oferta+turística&f=false](https://books.google.pt/books?id=tIMCBQAAQBAJ&pg=PT43&dq=oferta+turística&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwiYg_PR16PkaHWR5KQKHVDsDSE4HhDoAQhYMAg#v=onepage&q=oferta+turística&f=false)

Poldrugovac, K., Tekavcic, M. e Jankovic, S. (2016). *Efficiency in the hotel industry: an empirical examination of the most influential factors*. *Economic Research*, 29(1). Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1331677X.2016.1177464?needAccess=true>

Pordata. (s.d.). Pordata - Base de Dados Portugal Contemporâneo. Disponível em <https://www.pordata.pt/>

Quintas, M. (2006). *Organização e Gestão Hoteleira - estrutura e financiamento dos empreendimentos hoteleiros Volume I (1ª Edição)*. Alcabideche: Oteltur - Consultores de Hotelaria e Turismo, Lda.

Ribeiro, O. (2020). *Noções de Demonstrações Contábeis - Fundamentos da Contabilidade, Volume 3*. São Paulo: Érica.

Ricci, G. e Filho, E. (2008). *Medição de desempenho como suporte à inovação no turismo: proposta para pequenas empresas hoteleiras*. V *Seminário de Pesquisa Em Turismo Do MERCOSUL*, Rio Grande do Sul. Disponível em [https://www.ucs.br/ucs/tplVseminTur/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_5/trabalhos/arquivos/gt08-02.pdf](https://www.ucs.br/ucs/tplVseminTur/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt08-02.pdf)

Ryu, K. e Jang, S. (2004). *Performance Measurement Through Cash Flow Ratios and*

- Traditional Ratios: A Comparison of Commercial and Casino Hotel Companies. *Journal of Hospitality Financial Management*, 12(1). Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/254693516\\_Performance\\_Measurement\\_Through\\_Cash\\_Flow\\_Ratios\\_and\\_Traditional\\_Ratios\\_A\\_Comparison\\_of\\_Commercial\\_and\\_Casino\\_Hotel\\_Companies](https://www.researchgate.net/publication/254693516_Performance_Measurement_Through_Cash_Flow_Ratios_and_Traditional_Ratios_A_Comparison_of_Commercial_and_Casino_Hotel_Companies)
- Sancho, A. (2001). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Editora Roca.
- Santos, A. (2016). Análise económico-financeira e a sua contribuição para o desempenho da gestão empresarial (Trabalho de licenciatura, Universidade Estadual da Paraíba). Disponível em <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/12349/1/PDF%20-%20Andr%C3%A9ia%20Pereira%20dos%20Santos.pdf>
- Schmidgall, R. e Damitio, J. (2006). *Hospitality industry financial accounting*. Lansing: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Sharpley, R. e Telfer, D. (2014). *Tourism and Development: Concepts and Issues* (2nd Editio). Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=XHIGBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=tourism+concept&ots=\\_JEnTS1IG\\_&sig=vM5kaBVTZtG7GYGgPLcJNLavZs&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tourism+concept&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=XHIGBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=tourism+concept&ots=_JEnTS1IG_&sig=vM5kaBVTZtG7GYGgPLcJNLavZs&redir_esc=y#v=onepage&q=tourism+concept&f=false)
- Silva, O. (2008). A evolução histórica do turismo: da antiguidade clássica à revolução industrial - século XVIII. *Revista Científica de Turismo*, (9). Disponível em [http://faef.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/ICDQdUloe9pbXyB\\_2013-5-22-15-51-11.pdf](http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/ICDQdUloe9pbXyB_2013-5-22-15-51-11.pdf)
- Silva, P. (2007). A Tradução da Economia. Disponível em [https://books.google.pt/books?id=clHH0aev5GcC&pg=PA43&dq=economia+é+composta+por+três+setores&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwuw\\_jW8OvjAhWNUcAKHbaLBIMQ6AEIjAB#v=onepage&q=economia+é+composta+por+três+setores&f=false](https://books.google.pt/books?id=clHH0aev5GcC&pg=PA43&dq=economia+é+composta+por+três+setores&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwuw_jW8OvjAhWNUcAKHbaLBIMQ6AEIjAB#v=onepage&q=economia+é+composta+por+três+setores&f=false)
- Statista. (2018). Global international tourism revenue 2000 to 2017. Disponível em <https://www.statista.com/aboutus/>
- Tribe, J. (2009). *Philosophical Issues in Tourism*. Disponível em [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=3XAHXFpPYSIC&oi=fnd&pg=PA43&dq=definition+of+tourism&ots=a95pDF7j7q&sig=MQRbTrkP6jU6X\\_GDSN5sOB](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=3XAHXFpPYSIC&oi=fnd&pg=PA43&dq=definition+of+tourism&ots=a95pDF7j7q&sig=MQRbTrkP6jU6X_GDSN5sOB)

4eH70&redir\_esc=y#v=onepage&q=definition of tourism&f=false

Turegun, N. (2019). *Performance analysis of the restaurant and hotel industry: Evidence from Borsa Istanbul*. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 6(3). Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/336143290\\_Performance\\_analysisof\\_the\\_restaurant\\_and\\_hotel\\_industry\\_evidence\\_from\\_Borsa\\_Istanbul](https://www.researchgate.net/publication/336143290_Performance_analysisof_the_restaurant_and_hotel_industry_evidence_from_Borsa_Istanbul)

Turismo de Portugal (s.d.). Registo Nacional de Turismo. Disponível em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>

Turismo de Portugal (2019). Evidências sobre o Valor Acrescentado no Turismo. Disponível em [https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo em Portugal/trade\\_value\\_added\\_portugal.pdf](https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo em Portugal/trade_value_added_portugal.pdf)