Alojamento em Portugal 2014

Caraterização dos Principais Grupos Hoteleiros

TURISMO DE PORTUGAL

ÍNDICE

Introdução 3

Grupos hoteleiros portugueses 5

Grupos hoteleiros estrangeiros 46

Introdução

O Turismo de Portugal propôs-se elaborar um relatório que evidenciasse, de forma sumária, os principais grupos hoteleiros portugueses e estrangeiros a atuar no país e sistematizar os seus principais ativos, marcas e estratégias. Para o efeito, selecionou-se 46 grupos hoteleiros, constituídos por 37 grupos nacionais e nove estrangeiros.

Nos 37 grupos hoteleiros nacionais, a seleção foi efetuada em função do seu volume de negócios, número de funcionários, número de estabelecimentos e respetiva capacidade de alojamento. Importa salientar que existem grupos hoteleiros nacionais que são detentores de parcerias com marcas de alguns dos principais grupos hoteleiros mundiais, nomeadamente o InterContinental Hotels Group (1º do ranking), o Choice Hotels International (5º), o Carlson Hotel Group (11º) e o Meliá Hotels International (20º).

No que concerne aos grupos estrangeiros, procedeu-se à seleção das cadeias hoteleiras que se evidenciam pela sua dimensão mundial, tipologia e categoria de estabelecimentos que gerem, e número de funcionários que empregam, ou seja, o Hilton Worlwide (2º do ranking mundial), o Marriott International (3º), o Accor Hotels (6º), o Starwood Hotels & Resorts Worldwide (7º), o RIU Hotels & Resorts (30º), o Four Seasons Hotels and Resorts (60º) e o Hotusa Group (90º).

Pode-se concluir que, em 2013:

- O universo analisado corresponde a 26% do total nacional de estabelecimentos e a 42% ao total de unidades de alojamento (de acordo com o INE, Portugal dispunha de 2.026 estabelecimentos, em 2013, com 132.331 unidades de alojamento e 299.644 camas);
- Os cinco principais grupos hoteleiros, em função do número de unidades de alojamento, são: o Pestana Hotels & Resorts / Pestana Pousadas, o Vila Galé Hotéis, o Accor Hotels, o Tivoli Hotels & Resorts e o Continental Hotels Espanha-Portugal;
- No conjunto, os grupos hoteleiros que disponibilizaram dados, geraram um volume de negócios de 1.272 M€ e empregaram 25.761 funcionários.

Uma das características do alojamento turístico em Portugal, de acordo com o Atlas da Hotelaria 2013 da Deloitte, é a sua forte segmentação, com 63,0% das unidades integradas em grupos hoteleiros e 37,0% a pertencerem a empresários independentes. De acordo com a mesma fonte, os grupos hoteleiros constantes no Top 20 representam 28,3% da oferta nacional de alojamento, e os restantes 71,7% distribuem-se entre 398 estabelecimentos de pequenos grupos hoteleiros e 1.043 estabelecimentos de hotéis independentes.

Segundo a DBK, o volume de negócios agregado dos hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos e outros (estalagens, motéis e pensões) ascendeu a 1.958 M€, em 2013, registando um crescimento de 5,5% face ao ano anterior. A quota de mercado conjunta dos 5 principais Grupos Hoteleiros totalizou 21,4%, e se reportarmos aos 10 maiores, este valor sobe para 32,2% do volume de negócios. A DBK menciona igualmente, que entre 2002 e 2012, o número de estabelecimentos cresceu de 1.645 para 1.788, e o número de camas cresceu de 187.265 para 242.657.

GRUPO HOTELEIROS PORTUGUESES E ESTRANGEIROS EM PORTUGAL

Dados recolhidos em 12/2014

Nacionais	Página		Página	Estrangeiros	Página
Pestana	5	Dorisol Hotels & Resortts	28	Accor Hotels	46
Vila Galé	7	Olissippo Hotels	29	Riu Hotels & Resorts	47
Vip Hotels	8	Heritage	30	JJW Hotels & Resorts	48
Continental Hotels	9	Evidência Hotéis	31	Global Hotels & Resorts	49
Tivoli	10	Natura IMB Hotels	32	Starwood Hotels & Resorts	50
Sana Hotels	11	Oásis Atlântico	33	Marriott	51
Hoti Hotéis	12	Nau Hotels & Resorts	34	Hilton Hotels & Resorts	52
Luna Hotels & Resorts	13	Sonae Turismo	35	Hotusa Hotel	53
Dom Pedro Hotels	14	Belver	37	Four Seasons Hotels & Resort	54
Hotéis Real	16	Onyria Golf Resorts	38		
Porto Bay Hotels & Resorts	17	Ria Park Hotels	39		
Hotéis Fénix	18	MSF Turismo e Imobiliário	40		
Bensaúde	19	Marope Hotéis de Portugal	41		
Turim Hotels & Resorts	20	Inatel Turismo	42		
Barata Hotels & Resorts	21	Hotéis Premium	43		
Enotel Hotels & Resorts	22	Hotéis do Bom Jesus	44		
Altis Hotels	23	Lena	45		
Amorim Turismo	24				
Visabeira	25				
Thema Hotels & Resorts	27				

GRUPO PESTANA

Principais caraterísticas e indicadores

Criado em 1972, o Grupo Pestana é o maior Grupo hoteleiro português, ocupando a 127ª posição no contexto mundial, a 33ª no ranking europeu e a 11ª na Península Ibérica.

A cadeia detém e gere 51 unidades hoteleiras (8.952 unidades de alojamento), distribuídos por 15 países: Portugal, Reino Unido, Alemanha, Espanha, Brasil, Argentina, Venezuela, Colômbia Moçambique, África do Sul, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, EUA, Cuba e Marrocos, empregando atualmente mais de 7.000 colaboradores.

Desde 2003 que o Grupo gere as Pousadas de Portugal (com 36 unidades, 1.391 unidades de alojamento e uma faturação de 30 milhões €).

Em 2013, o Grupo continuou a estratégia de crescimento internacional sustentado com a abertura de 5 novas unidades emblemáticas: Colômbia (Bogotá), Cuba (Cayo Coco), Espanha (Barcelona), EUA (Miami), Marrocos (Casablanca) e assumiu a gestão do Pestana Colombos, no Porto Santo.

Em 2014 destaca-se a abertura da Pousada da Serra da Estrela, com 92 quartos, recuperando um edifício histórico pela mão do Prémio Pritzker, Arq. Souto de Moura e, recentemente, a aquisição do Hotel Bahia Palace, na ilha de S. Miguel nos Açores, com 101 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

A internacionalização do Grupo Pestana, começou no final da década de 90, sendo o resultado de uma estratégia de longo prazo que está atualmente focada em 2 prioridades: afirmação da marca nas principais cidades europeias, consolidação e diversificação na América do Sul;

Em finais de 2015, perspetiva-se a abertura de uma Pousada com 80 quartos, no Terreiro do Paço em Lisboa;

No ano de 2016, tem prevista a abertura de 4 unidades, um hotel de 5 estrelas, com 116 quartos, em Amesterdão, um hotel de 4 estrelas com 76 quartos o Pestana Mar Alvor, um hotel de 5 estrelas com 311 quartos o Pestana Rio Barra (Brasil) e um Hotel Apartamento de 4 estrelas com 150 apartamentos o Pestana Tróia Beach Hotel & Suites.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	320,8
Nº Empregados	7.000

GRUPO PESTANA

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Pestana

http://www.pestana.com/pt/;
http://www.pousadas.pt

GRUPO PESTANA
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Pestana

http://www.pestana.com/pt/; http://www.pousadas.pt

Regiões/ Tipologias	Hotéis								Hotéis Apart.		Pousadas		Ald. Turísticos		Apart. Turísticos	
	5*		4*		3*		2* e 1*									
2013	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos
Porto/ Norte			1	51							9	341				
Centro											9	362				
Lisboa	1	193	3	333							4	196				
Alentejo											9	285				
Algarve	2	391	5	1.220					1	55	3	150				
Madeira	5	1.353	6	1.213					3	226						
Açores											2	57				
SUB-TOTAL PORTUGAL	**8**	**1.937**	**15**	**2.817**					**4**	**281**	**36**	**1.391**				
Alemanha			1	142												
Espanha			1	84												
Reino Unido			1	213												
SUB-TOTAL EUROPA			**3**	**439**												
Argentina			1	133												
Brasil	7	1.304	2	230												
Colômbia			1	84												
Venezuela	1	195														
SUB-TOTAL AMÉRICA SUL	**8**	**1.499**	**3**	**314**												
África do Sul			1	74												
Cabo Verde			1	96												
Marrocos			1	73												
Moçambique			3	309												
São Tomé e Príncipe	1	115	2	152												
SUB-TOTAL ÁFRICA	**1**	**115**	**8**	**704**												
Cuba			1	508												
EUA			1	99												
TOTAL	**17**	**3.551**	**31**	**4.881**					**4**	**281**	**36**	**1.391**				

GRUPO VILA GALÉ HOTÉIS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Vila Galé Hotéis foi constituído em 1986, e é atualmente responsável pela gestão de 24 unidades hoteleiras (18 em Portugal e 6 no Brasil), contando com 5.970 quartos. É o 2º maior Grupo hoteleiro em Portugal em capacidade (11.964 camas), ocupando o 218º lugar do ranking das empresas hoteleiras mundiais.

Os mercados emissores que utilizam as unidades do Grupo Vila Galé integram em Portugal 40% de mercado nacional e 60% de mercados internacionais, com destaque para UK, Alemanha, Espanha Holanda e Brasil. Nas unidades brasileiras, 90% pertencem ao mercado do Brasil, enquanto os restantes 10% dispersam-se por outros mercados emissores, com destaque para Portugal e Argentina.

Algumas das unidades hoteleiras do Grupo Vila Galé integram a componente *timeshare*.

Estratégia de desenvolvimento

Aumentar os investimentos no Brasil (hotel de 4 estrelas no Rio de Janeiro, com 292 quartos, SPA e centro de convenções) e em Portugal (Hotel Vila Galé Évora, de 4 estrelas, com 186 quartos e centro de convenções, resultando num investimento de 15 milhões).

Apostar na diversificação e inovação de produtos para captar diferentes segmentos da procura, integrando a aplicação do conceito de sustentabilidade, proteção e conservação do ambiente.

Associação da sua vocação hoteleira aos recursos enoturísticos da sua exploração vinícola, disponibilizando um conjunto de programas em torno dos vinhos, gastronomia, cultura e história.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	106,3
Nº Empregados	2.000

GRUPO VILA GALÉ HOTÉIS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Vila Galé Hotéis

http://www.vilagale.pt

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte			1	292				
Centro			1	229				
Lisboa	1	76	4	895				
Alentejo			1	81				
Algarve			9	2.080				
Madeira			1	262				
SUB-TOTAL PORTUGAL	**1**	**76**	**17**	**3.839**				
Brasil	5	1.831	1	224				
TOTAL	**6**	**1.907**	**18**	**4.063**				

GRUPO VILA GALÉ HOTÉIS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Vila Galé Hotéis

http://www.vilagale.pt

GRUPO VIP HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo VIP Hotels foi fundado em 1978, operando as marcas Vip Grand, Vip Executive, Vip Executive Suites e Vip Inn, abrangendo os segmentos de categorias de económico ao superior.

Em 2005 o grupo adquiriu os hotéis 3K Hotel Group, todos localizados na cidade de Lisboa (grupo com componente turística e imobiliária).

O Grupo VIP Hotels tem 16 unidades hoteleiras: 11 em Portugal Continental, 1 nos Açores e 4 em Moçambique.

Estratégia de desenvolvimento

Consolidação na internacionalização, através de investimentos em Moçambique.

Em outubro de 2014, o grupo abriu o 4º hotel em Tete (Moçambique), com a categoria de 4 estrelas, 250 quartos e centro de convenções.

Desenvolvimento de projeto de uma nova unidade em Nampula e projeto de uma unidade a ser concebida em Sacavém.

Na diversificação do negócio, no segmento de imobiliário de luxo, o grupo juntou-se a dois parceiros, o Hotel Lutécia (em Lisboa) e o Sabir Hotéis na Figueira da Foz.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	617

GRUPO VIP HOTELS

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo VIP Hotels

http://www.viphotels.com/pt/Homepage.aspx

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Lisboa	1	295	6	823	3	583	1	134
Açores			1	229				
SUB-TOTAL PORTUGAL	**1**	**295**	**7**	**1.052**	**3**	**583**	**1**	**134**
Moçambique	1	196	2	129	1	54		
TOTAL	**2**	**491**	**9**	**1.181**	**4**	**637**	**1**	**134**

GRUPO VIP HOTELS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo VIP Hotels

http://www.viphotels.com/pt/Homepage.aspx

GRUPO CONTINENTAL HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Continental Hotels Espanha - Portugal iniciou a sua atividade em 1985.

Estabeleceu parcerias com outras cadeias, destacando-se a Intercontinental Hotels Group, a Carlson Hospitality Worldwide e a Choice Hotels Internacional.

Em 2009 o Grupo iniciou a expansão do seu negócio para Espanha. Conta nesta altura com 11 unidades hoteleiras em Portugal e 14 em Espanha.

O Grupo concentra uma oferta de 1.267 quartos em Portugal correspondendo a cerca de 2.621 camas, compreendendo as seguintes marcas: Holiday Inn; Holiday Inn Express; Radisson BLU; e Choice Hotels (Confort Inn, Quality Inn, Clarion Suites).

Estratégia de desenvolvimento

Para além das parcerias com grupos hoteleiros, o Grupo Continental Hotels Espanha - Portugal trabalha também com outras empresas de vários sectores, entre as quais se destacam: FNAC, ACP, Multicare e Ordem dos Advogados.

A expansão dos seus negócios para o mercado espanhol faz parte da linha estratégica de desenvolvimento do grupo, a qual tem por base o conhecimento profundo das necessidades dos seus hóspedes, cuja satisfação o grupo garante através da preocupação de excelência dos seus profissionais.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	38,0
Nº Empregados	492

GRUPO CONTINENTAL HOTELS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Continental Hotels

http://www.continentalhotels.eu/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte			1	72	3	245		
Lisboa			6	824	1	126		
SUB-TOTAL PORTUGAL			**7**	**896**	**4**	**371**		
Espanha					14	1.590		
TOTAL			**7**	**896**	**18**	**1.961**		

GRUPO CONTINENTAL HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Continental Hotels

http://www.continentalhotels.eu/

GRUPO TIVOLI HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Tivoli Hotels & Resorts, com 12 unidades em Portugal e 2 no Brasil, é uma das principais cadeias hoteleiras em Portugal, oferecendo quase 3.000 quartos, em alojamento de categoria de 4 e 5 estrelas.

Em 2006, o Grupo iniciou um processo de internacionalização no Brasil, onde possui 2 unidades, o Tivoli São Paulo – Mofarrej, e o Tivoli Eco Resort Praia do Forte, que representam cerca de 37% das receitas totais do Grupo.

Em 2013, a Tivoli Hotels & Resorts ultrapassou os 100 milhões de euros de faturação, e contou com cerca de 1.800 colaboradores em Portugal e Brasil.

Estratégia de desenvolvimento

Enfoco nos segmentos superiores do mercado onde opera, quer em termos de hotelaria, quer em termos de restauração e spas.

Compromisso na criação de experiências únicas, em função do destino e do perfil do cliente, através de parcerias locais em cada unidade.

Estratégia de fidelização através do Programa GHA Discovery e da Global Hotel Alliance, uma aliança internacional de mais de 25 marcas de hotéis independentes.

Forte aposta nas parcerias estratégicas com especial enfoque na restauração, com marcas reconhecidas, como o Grupo Flo, Sergi Arola, Luís Baena, entre outros, bem como com players como a Banyan Tree e os clubes Purobeach.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	100,0
Nº Empregados	1.800

GRUPO TIVOLI HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Tivoli Hotels & Resorts

http://www.tivolihotels.com/pt/home.aspx

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Centro			1	100				
Lisboa	2	336	3	474				
Algarve	3	740	3	813				
SUB-TOTAL PORTUGAL	**5**	**1.076**	**7**	**1.387**				
Brasil	2	521						
TOTAL	**7**	**1.597**	**7**	**1.387**				

GRUPO TIVOLI HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Tivoli Hotels & Resorts

http://www.tivolihotels.com/pt/home.aspx

GRUPO SANA HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

A cadeia hoteleira SANA Hotels está integrada no grupo AZINOR (cuja a área hoteleira é o 'core business' do grupo, representando 60,2 M€ de faturação em 2012), e iniciou a sua atividade em 2009.

O grupo possui 14 unidades hoteleiras em Portugal (Lisboa, Estoril, Sesimbra, Algarve e Caldas da Rainha), 1 na Alemanha e 1 em Angola.

Em 2012, inaugurou 1 unidade em Lisboa, o Myriad by SANA HOTELS e em 2013, 2 unidades, o Epic Sana Lisboa e o Epic Sana Algarve.

Em Portugal, os hotéis do grupo são maioritariamente vocacionados para o segmento business, apresentando marcas diferenciadas para cada segmento de mercado: SANA Epic, Excellence, Style, para as categorias de 5, 4 e 3 estrelas, respetivamente, e, ainda, as marcas Evolution com uma forte componente tecnológica e Residence vocacionada para os apartamentos residenciais.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta na expansão pela internacionalização, com especial ênfase no mercado angolano e na consolidação no nosso país.

Evidencia uma forte orientação para o cliente como forma geradora de valor.

Implementação de sistemas de conservação do meio ambiente.

Aposta na formação contínua dos seus colaboradores, criando para o efeito a "Academia SANA Hotels".

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	94,0
Nº Empregados	960

GRUPO SANA HOTELS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo SANA Hotels

http://www.sanahotels.com/pt

GRUPO SANA HOTELS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	2	497	6	1.104	5	388		
Algarve	1	229						
SUB-TOTAL PORTUGAL	**3**	**726**	**6**	**1.104**	**5**	**388**		
Alemanha			1	208				
Angola	1	288						
TOTAL	**4**	**1.014**	**7**	**1.312**	**5**	**388**		

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo SANA Hotels

http://www.sanahotels.com/pt

GRUPO HOTI HOTÉIS

Principais caraterísticas e indicadores

Criada em 1979, a Hoti Hotéis é uma cadeia com capitais 100% portugueses, que presta serviços sob a forma de exploração, gestão ou franquia, através da atividade desenvolvida pela experiência na prestação de serviços a proprietários de hotéis externos ao Grupo.

O desenvolvimento da rede tem estado primordialmente assente na parceria estratégica de quase 20 anos com a cadeia espanhola Meliá Hotels International, 20º grupo do ranking hoteleiro mundial, com mais de 360 hotéis, em 30 países, disponibilizando 93.995 quartos.

A rede de 11 hotéis de 5, 4 e 3 estrelas opera com as marcas Meliá Hotels International (3 unidades), Tryp by Wyndham (5 unidades), e marcas próprias Star inn, Hotel da Música e Soleil Hotels.

Estratégia de desenvolvimento

A celebração do 35º aniversário em 2014 coincide com duas importantes aberturas: o Hotel da Música e o Tryp Lisboa Aeroporto, cimentando a posição da cadeia e dos seus valores, com enfoque no cliente, na solidez, e na procura permanente de respostas para as novas tendências do mercado.

A expansão da cadeia, através da utilização de marcas internacionais, passa pela consolidação da oferta nos principais centros urbanos e na dispersão geográfica em território nacional, reforçando a sua componente de gestão hoteleira. Quanto à expansão através de marcas próprias, a internacionalização passa pelo enfoque nos países lusófonos, com a construção em curso de um hotel em Moçambique, facilitando a multiplicação da rede em mercados primordialmente assentes na qualificação da oferta segundo standards internacionais.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	24,5
Nº Empregados	390

GRUPO HOTI HOTÉIS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hoti Hotéis

http://www.hotihoteis.com/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte	1	182	1	85	3	388		
Centro			2	231	1	102		
Lisboa			2	374				
Madeira	1	220						
TOTAL	**2**	**402**	**5**	**690**	**4**	**490**		

GRUPO HOTI HOTÉIS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hoti Hotéis

http://www.hotihoteis.com/

GRUPO LUNA HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

A marca Luna Hotels & Resorts conta em 2013 com 15 unidades hoteleiras no seu portfolio de atividade.

O Grupo engloba hotéis, hotéis apartamentos e apartamentos turísticos de 4 e 3 estrelas em Portugal (Algarve, Setúbal e Fátima), Angola (Luanda) e Moçambique (Nampula).

Em 2009, iniciou a sua internacionalização em Angola e em 2013 alargou a sua atividade para Moçambique.

As 15 unidades do Grupo concentram uma oferta de 1.602 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta na expansão, através da internacionalização de investimentos em Angola e Moçambique, promovendo a presença nestes mercados.

Consolidação da presença em Portugal, através de novas unidades hoteleiras, bem como na requalificação e modernização das existentes.

A estratégia de desenvolvimento do Grupo passa igualmente pela uniformização dos padrões de serviços e produtos e, na modernização das unidades e da identidade corporativa, apostando no sistema de apoio à gestão e na especialização de recursos humanos.

Diversificação da oferta pela criação de parcerias e novos produtos complementares, captando novos segmentos de mercado.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	22,0
Nº Empregados	634

GRUPO LUNA HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Luna Hotels & Resorts

http://www.lunahoteis.com/pt/Luna-Hotels-Resorts/Homepage.aspx

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 4* Unid.	Hotéis 4* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Hotéis Apart. Quarto	Ald. Turísticos Unid.	Ald. Turísticos Quarto	Apart. Turísticos Unid.	Apart. Turísticos Quarto
Centro	1	85						
Lisboa	1	80						
Algarve			7	773	1	107	2	306
SUB-TOTAL PORTUGAL	**2**	**165**	**7**	**773**	**1**	**107**	**2**	**306**
Angola	2	200						
Moçambique	1	51						
SUB-TOTAL ÁFRICA	**3**	**251**						
TOTAL	**5**	**416**	**7**	**773**	**1**	**107**	**2**	**306**

GRUPO LUNA HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Luna Hotels & Resorts

http://www.lunahoteis.com/pt/Luna-Hotels-Resorts/Homepage.aspx

GRUPO DOM PEDRO HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Dom Pedro Hotels foi criado em 1968 e inaugurou a sua primeira unidade em 1972, o Hotel Dom Pedro Baía, na Ilha da Madeira.

Stefano Saviotti assume a liderança do Grupo e inaugura o seu primeiro hotel em Vilamoura, o Dom Pedro Golf, um marco na história da hotelaria portuguesa.

Durante os anos 80, o grupo abre mais 4 unidades: uma na Madeira, o Dom Pedro Garajau e 3 no Algarve, Dom Pedro Marina, Dom Pedro Portobelo e Dom Pedro Meia Praia.

Em 1998, inaugura o primeiro hotel de 5 estrelas do grupo, o Dom Pedro Palace em Lisboa;

Em 2010,inicia a sua internacionalização e ruma até ao Brasil, onde desenvolve o Eco Resort Aquiraz Riviera, numa das mais belas praias do Ceará, onde constrói o Campo de Golfe do Ceará com 18 buracos e o Hotel Dom Pedro Laguna Beach Villas & Golf Resort.

O Grupo disponibiliza 8 unidades hoteleiras, em Portugal e no Brasil, com uma oferta global de 1.491 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

O desenvolvimento do Grupo passa, neste momento, pelo projeto Aquiraz Riviera no Brasil.

A Dom Pedro Hotels está associada ao lifestyle, aos grandes eventos nacionais e internacionais (Rock-in-Rio, NOS Alive, Moda Lisboa, Ano do Brasil em Portugal, etc…), estratégia fundamental na consolidação do grupo.

O espírito de inovação é marcante no grupo, quer pela criação do 1º Package de Golf em Portugal, quer pela introdução do conceito de Buffet e All Inclusive em Portugal.

O Grupo revela a sua vocação para o desporto, com a constituição de uma equipa de regatas de competição.

O slogan “Venha conhecer o que aprendemos com mais de 40 anos de experiência” reflete bem o espírito do grupo.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	25,0
Nº Empregados	490

GRUPO DOM PEDRO HOTELS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Dom Pedro Hotels

http://www.dompedro.com/

GRUPO DOM PEDRO HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos a 12/2014

Regiões/ Tipologias	Hotéis								Hotéis Apart.		Pousadas		Ald. Turísticos		Apart. Turísticos	
	5*		4*		3*		2* e 1*									
2013	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos
Lisboa	1	263														
Algarve			2	421					1	138					1	77
Madeira			1	218					1	72						
Açores																
SUB-TOTAL PORTUGAL	**1**	**263**	**3**	**639**					**2**	**210**					**1**	**77**
Brasil	1	102														
África do Sul																
TOTAL	**2**	**365**	**3**	**639**					**2**	**210**					**1**	**77**

Fonte: Grupo Dom Pedro Hotels

http://www.dompedro.com/

GRUPO HOTÉIS REAL

Principais caraterísticas e indicadores

Hotéis Real é um Grupo português de hotelaria tradicional fundado em 1994 com a abertura do Real Parque em Lisboa. Possui atualmente 9 unidades hoteleiras, que representam uma oferta de 1.311 unidades de alojamento, pertencentes ao segmento superior e de luxo localizadas nas regiões de Lisboa e Algarve.

Este Grupo aposta fortemente nos segmentos de Bem-estar, Corporate, Golf, Lazer e Reuniões & Eventos.

Destaque para o Real Marina Hotel & Spa do Algarve que apresentou as melhores taxas de ocupações.

Estratégia de desenvolvimento

Apresenta uma estratégia de polivalência na oferta de serviços, conciliando os interesses das empresas com os do turista de lazer.

As unidades são diferenciadas pelas suas características de charme, sendo este um dos principais atributos em que a marca aposta para o futuro.

É preocupação do Grupo o desenvolvimento local e a formação especializada, evidenciada com a colaboração com a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, através de uma pós-graduação que concilia os conhecimentos dos colaboradores com uma forte componente prática.

O Grupo vai construir uma nova unidade em Lisboa, bem como proceder ao lançamento de uma marca vocacionada para a gestão hoteleira, a Real Management.

	2012
Volume de Negócios (milhões €)	33,0
Nº Empregados	745

GRUPO HOTÉIS REAL

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Real

http://www.realhotelsgroup.com/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Apart. Turísticos Unid.	Apart. Turísticos Quarto
Lisboa	2	271	2	253			1	24
Algarve	2	488	1	195			1	83
TOTAL	**4**	**759**	**3**	**448**			**2**	**107**

GRUPO HOTÉIS REAL
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Real

http://www.realhotelsgroup.com/

GRUPO PORTO BAY HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Porto Bay Hotels & Resorts abriu o primeiro hotel em 1988, no Funchal e internacionalizou-se em 2007, com a abertura de uma unidade no Brasil.

O Porto Bay Hotels & Resorts é detido por dois acionistas maioritários: Ocean Islands (45%); e Blandy (45%), estando os restantes 10% distribuídos por vários investidores locais.

O Grupo possui 10 unidades hoteleiras das quais se destaca o Hotel Cliff Bay que integra o restaurante Il Gallo D'Oro, galardoado com uma estrela Michelin - único na Região Autónoma da Madeira.

O Porto Bay Hotels & Resorts tem atualmente 1.343 unidades de alojamento correspondendo a cerca de 2.600 camas, nos segmentos de quatro e cinco estrelas.

Estratégia de desenvolvimento

Promover o crescimento e o desenvolvimento através da abordagem a novos mercados – como foi o caso do Brasil, e também através da criação de parcerias com empresas de vários setores de atividade.

Tem como objetivo a expansão da sua atividade no Continente, com a inauguração de uma unidade hoteleira de 5 estrelas em Lisboa, com 98 quartos.

A estratégia do grupo assenta em três pilares: produto, promoção e pessoas.

Lançou o projeto Associate Members, dando apoio logístico aos membros associados, os quais oferecem produtos complementares aos hotéis Porto Bay.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	61,3
Nº Empregados	932

GRUPO PORTO BAY HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Porto Bay Hotéis & Resorts

http://www.portobay.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotel Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Algarve			1	310				
Madeira	1	202	4	511			1	99
SUB-TOTAL PORTUGAL	**1**	**202**	**5**	**821**			**1**	**99**
Brasil	1	83	2	138				
TOTAL	**2**	**285**	**7**	**959**			**1**	**99**

GRUPO PORTO BAY HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Porto Bay Hotéis & Resorts

http://www.portobay.com/

GRUPO HOTÉIS FÉNIX

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hotéis Fénix iniciou a sua atividade com a compra do Hotel Fénix Lisboa em 1986.

Possui atualmente 8 unidades hoteleiras com um total de 1.253 quartos, sendo 5 no Porto (HF Ipanema Park, HF Ipanema Porto, HF Fénix Porto, HF Tuela Porto, HF Tuela Ala Sul) e 3 em Lisboa (HF Fénix Lisboa, HF Fénix Urban e HF Fénix Garden).

O Grupo tem várias parcerias com empresas de outros setores, como sejam o Automóvel Clube de Portugal, TAP, Seguradora Victoria ou a empresa Clerverbuild, que lhe permite disponibilizar carros elétricos aos hóspedes do Porto.

Estratégia de desenvolvimento

Os Hotéis Fénix fazem parte do Grupo Imorey, o qual se divide por 3 setores: hotelaria (Hotéis Fénix), transportes de passageiros (Vimeca, Lda.) e imobiliário (GO, S.A.).

Desde 2007 a estratégia do Grupo passa pela uniformização dos padrões de serviço e de qualidade, com a modernizar os seus hotéis e da sua identidade.

Em 2014, os HF Hotéis Fénix celebram o seu 10º aniversário com a abertura do HF Fénix Music em Lisboa, com a categoria de 3 estrelas e uma capacidade de 110 quartos.

Tem adotado uma nova estratégia de comunicação, passando para o exterior uma imagem de união e de grupo, ao contrário da situação anterior em que existiam diferentes designações para as várias unidades hoteleiras.

GRUPO HOTÉIS FÉNIX

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	22,7
Nº Empregados	280

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Fénix

http://www.hfhotels.com

GRUPO HOTÉIS FÉNIX
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa			2	340	1	94		
Porto	1	281	2	298	2	240		
TOTAL	**1**	**281**	**4**	**638**	**3**	**334**		

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Fénix

http://www.hfhotels.com

GRUPO BENSAÚDE

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Bensaúde foi pioneiro na área do turismo com a criação da Sociedade Terra Nostra, em 1933 e a aquisição do Parque Botânico, bem como a construção do Campo de Golfe Terra Nostra, em 1939.

Em 1965, inaugurou o Hotel São Pedro, unidade hoteleira de charme em Ponta Delgada, resultante da transformação de uma antiga residência senhorial.

A Bensaúde Turismo dispõe de uma oferta hoteleira de qualidade, distribuída pelas 3 principais ilhas do arquipélago dos Açores – São Miguel, Terceira e Faial – contribuindo para o desenvolvimento sustentável do turismo na região.

O Grupo gere atualmente 7 unidades hoteleiras, com uma capacidade total de 1.861 camas, bem como a Agência Açoreana de Viagens e a Varela Rent-a-Car.

Em termos consolidados, está estruturada em 3 holdings: a Bensaúde Participações, a Bensaúde Marítima, e a Bensaúde Turismo.

Estratégia de desenvolvimento

Iniciou a sua atividade comercial em 1820, contribuindo para a integração dos Açores na economia continental. Grupo 100% familiar, empregando cerca de 2.400 pessoas, no qual é patente a valorização dos conhecimentos e experiência dos seus colaboradores.

A sua estratégia de diversificação passa por diferentes setores tais como: Distribuição, Energia, Marítima e Transportes e Turismo e Serviços, evidenciando neste último setor as parecerias com marcas locais, como é o caso da operadora aérea SATA.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	20,0
Nº Empregados	435

GRUPO BENSAÚDE

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Bensaúde

http://www.bensaude.pt/pt/

GRUPO BENSAÚDE
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa			1	128				
Algarve			6	815				
TOTAL			**7**	**943**				

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Bensaúde

http://www.bensaude.pt/pt/

GRUPO TURIM HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Turim Hotels & Resorts foi fundado em 1992 com a abertura do Hotel Presidente no Algarve.

Trabalha com três marcas distintas para os diferentes segmentos: cidade, campo e praia.

O Luxe Hotel em Lisboa, no qual introduziram um novo conceito de design, foi o primeiro 2 estrelas do Grupo, vocacionado sobretudo para unidades de quatro estrelas.

Atualmente possui 11 unidades, com uma oferta de 1.063 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

O grupo Turim atua em duas áreas: construção e promoção imobiliária (Turim Imobiliária) e na hotelaria (Turim Hotels & Resorts).

A estratégia de atuação da marca Turim Hotéis depende do local onde opera, com especial incidência na hotelaria pura em Lisboa, enquanto que no Algarve, pela sua sazonalidade, a aposta incide nos hotéis apartamentos.

A aposta do grupo, assenta igualmente na expansão dos investimentos em Sesimbra (apartamentos).

O Grupo Turim perspetiva inaugurar um novo hotel de 4 estrelas, o Turim Oporto Hotel, com 115 quartos e suites.

GRUPO TURIM HOTELS & RESORTS

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	n.d.

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Turim Hotels & Resorts

http://www.turim-hotels.com/

GRUPO TURIM HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis 2 e 1*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	6	524	1	100	1	50		
Algarve	2	277					1	112
TOTAL	**8**	**801**	**1**	**100**	**1**	**50**	**1**	**112**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Turim Hotels & Resorts

http://www.turim-hotels.com/

GRUPO BARATA HOTELS & RESORTS

TURISMO DE PORTUGAL

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hoteleiro Fernando Barata iniciou a sua atividade em 1966 na Região do Algarve.

Em 2006 implementou uma nova imagem corporativa, adotando a designação Barata Hotels & Resorts.

Atualmente conta com 6 unidades turísticas de 3 e 4 estrelas, no Alentejo e no Algarve, com uma oferta de 893 unidades de alojamento, a que corresponde cerca de 1.800 camas, contando com 500 colaboradores.

Estratégia de desenvolvimento

Desde 2006 que o Grupo tem vindo a apostar na requalificação e atualização da sua identidade, de modo a produzir uma imagem mais forte, moderna e coerente.

A estratégia de desenvolvimento passa por diferentes acordos de parceria, com diferentes associações profissionais.

O Grupo perspetiva a promoção da Região do Algarve em Espanha.

Os próximos investimentos contemplam o projeto de um aldeamento com campo de golfe, em Castelo de Vide, no Alentejo.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	500

GRUPO BARATA HOTELS & RESORTS

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Barata Hotels & Resorts

http://www.grupofbarata.com/barata-hotels-amp-resorts.html

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Alentejo					1	83		
Algarve			1	74	2	189	2	547
TOTAL			**1**	**74**	**3**	**272**	**2**	**547**

GRUPO BARATA HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Barata Hotels & Resorts

http://www.grupofbarata.com/barata-hotels-amp-resorts.html

GRUPO ENOTEL HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Estêvão Neves da Madeira, foi fundado em 1982, no segmento da distribuição.

Em 1998, lançou a marca Enotel Hotels & Resorts com a aquisição do Hotel Enotel Quinta do Sol, e em 2006 internacionalizou-se com o Enotel Resort & Spa de Porto de Galinhas, no Brasil.

O Grupo criou a empresa Enotel Hotels Management com o objetivo de ampliar o conceito da sua gestão a terceiros.

Concentra uma oferta de 1.347 unidades de alojamento e gere atualmente um total de cerca de 2.700 camas hoteleiras.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo detém a expertise em hotéis que operam em All Inclusive, com manifesto sucesso.

Em 2013, o Grupo realizou um forte investimento na remodelação do Enotel Quinta do Sol e, prevê iniciar em 2016 a remodelação do Enotel Golf, ambas as unidades situadas na Ilha da Madeira.

Em dezembro 2017, o Grupo prevê concluir a última fase do Complexo Enotel em Porto Galinhas, no Recife (Brasil), com um volume de investimento de 250 M€, disponibilizando 1.002 quartos, parque aquático com 45.000 m^2 e um centro de convenções com 10.000 m^2.

Em 2018, o Grupo prevê iniciar a construção de um novo empreendimento na Madeira, denominado Enotel Monumental Club, com 456 quartos, o qual será um resort com sistema All Inclusive.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	34,4
Nº Empregados	810

GRUPO ENOTEL HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Enotel Hotels & Resorts

http://www.enotel.com.br/default-en.html

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Madeira	1	317	3	315				
Brasil	2	715						
TOTAL	**3**	**1.032**	**3**	**315**				

GRUPO ENOTEL HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Enotel Hotels & Resorts

http://www.enotel.com.br/default-en.html

GRUPO ALTIS HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo iniciou a sua atividade em 1973, com a abertura do Hotel Altis, em Lisboa.

O Grupo detém e faz a gestão da totalidade dos seus empreendimentos, localizados em Lisboa, os quais concentram uma oferta de 1.330 camas, em 832 unidades de alojamento;

Em 2013, o Grupo registou um crescimento de 11% nos seus resultados operacionais, para cerca de 5,5 M€, desempenho positivo que permitiu um crescimento da sua quota de mercado.

Em 2014, o Grupo Altis Hotels concretizou uma parceria com o Grupo Amorim Turismo com vista a melhorar as sinergias comerciais nas suas atividades de marketing, promoção e vendas.

Estratégia de desenvolvimento

Para diversificar a oferta, o Grupo acrescentou novos hotéis com identidades e posicionamentos distintos, considerando como estratégicos para os seus objetivos, os hotéis Altis Belém, Altis Avenida e Altis Prime, apresentando ainda uma nova imagem, com a simplificação do web site, esperando que 40% das reservas *on-line* sejam feitas através deste canal.

No caso do Altis Belém, a intenção é captar uma clientela que procura uma hotelaria moderna e de qualidade, com uma oferta gastronómica distintiva num ambiente informal.

Constitui também um objetivo de desenvolvimento, a realização do management de outras unidades hoteleiras, com base no vasto "know how" que o Grupo detém.

GRUPO ALTIS HOTELS

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	22,3
Nº Empregados	420

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Altis Hotels

http://www.altishotels.com/

GRUPO ALTIS HOTELS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	3	420	1	300			2	112
TOTAL	**3**	**420**	**1**	**300**			**2**	**112**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Altis Hotels

http://www.altishotels.com/

GRUPO AMORIM TURISMO

Principais caraterísticas e indicadores

A Amorim Turismo foi criada em 1997 como subsidiária da Amorim Investimentos e Participações, S.G.P.S, S.A. Em meados de 2005, e na sequência da reorganização dos negócios do Grupo Amorim, a Amorim Turismo ganhou um estatuto de autonomia adequado à especificidade da sua atividade.

Posteriormente, foi criado o Grupo Blue & Green que resultou de uma operação que envolveu o Grupo Amorim Turismo.

O Grupo Blue & Green é composto por três Resorts de Luxo localizados em Portugal, o Casino de Tróia e um hotel em Moçambique, concentrando 867 unidades de alojamento.

Com unidades reconhecidas com prémios nacionais e internacionais, o Grupo conta com uma equipa de gestão com vasta experiência neste setor de atividade.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta focalizada no segmento dos Resorts, através do Vilalara Thalassa Resort, do The Lake Spa Resort e do Tróia Design Hotel, apostando no desenvolvimento e crescimento sustentado e na especialização no segmento Luxo.

A Amorim Turismo concretizou em 2014, uma parceria com o Grupo Altis Hotels tendo em vista a obtenção de sinergias comerciais nas suas atividades de marketing, promoção e vendas, com o objetivo de alargamento da oferta aos clientes dos dois grupos e fidelização dos mesmos através do cartão “Attitude Card”.

GRUPO AMORIM TURISMO

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	23,4
Nº Empregados	460

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Amorim Turismo

http://www.amorimturismo.pt/; www.blueandgreenhotels.com

GRUPO AMORIM TURISMO Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Alentejo	1	236						
Algarve	2	466						
SUB-TOTAL PORTUGAL	**3**	**702**						
Moçambique					1	165		
TOTAL	**3**	**702**			**1**	**165**		

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Amorim Turismo

http://www.amorimturismo.pt/; www.blueandgreenhotels.com

GRUPO VISABEIRA TURISMO

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Visabeira Turismo atua em diferentes segmentos do turismo, nomeadamente em unidades hoteleiras, restauração, espaços de desporto, golfe e bem-estar, entre outros.

O Grupo conta com 11 unidades hoteleiras, concentrando 724 unidades de alojamento entre quartos e apartamentos.

É detentor da marca Montebelo Hotels & Resorts que integra as unidades hoteleiras em Portugal, enquanto que em Moçambique é representado pela marca Girassol.

Em 2013, o volume de negócios consolidado na área do turismo, representou 33,6 milhões de euros (quota de 6,0% na faturação global do Grupo nas cinco sub-holdings), tendo as unidades moçambicanas registado uma quota de 30 % em termos de volume de faturação, reportada à holding turismo.

Estratégia de desenvolvimento

Este Grupo integra o Grupo Visabeira, SGPS, SA, o qual nasceu em 1980 em Viseu, focado no sector das telecomunicações. É hoje uma holding multinacional organizada em cinco sub-holdings (Visabeira Global, Visabeira Indústria, Visabeira Imobiliária, Visabeira Participações e Visabeira Turismo).

Está prevista para o 2º semestre de 2015, a construção de um hotel de 5 estrelas, no Palácio da Vista Alegre em Ílhavo, e em 2016, um Hotel Boutique de 5 estrelas, no Chiado em Lisboa.

A internacionalização na área do turismo tem sido uma aposta do Grupo, nomeadamente em Moçambique e Angola.

Aposta na consolidação do mercado moçambicano, com requalificação da oferta existente e eventuais aberturas de novos hotéis.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	33,6
Nº Empregados	847

GRUPO VISABEIRA TURISMO

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Visabeira Turismo

http://www.visabeiraturismo.pt/

GRUPO VISABEIRA TURISMO Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Regiões/ Tipologias	Hotéis								Hotéis Apart.		Pousadas		Ald. Turísticos		Apart. Turísticos	
	5*		4*		3*		2* e 1*									
2013	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos
Centro	5	196	2	70									1	157		
SUB-TOTAL PORTUGAL	**5**	**196**	**2**	**70**									**1**	**157**		
Moçambique			2	106	2	107									2	88
TOTAL	**5**	**196**	**4**	**176**	**2**	**107**							**1**	**157**	**2**	**88**

Fonte: Grupo Visabeira Turismo

http://www.visabeiraturismo.pt/

GRUPO THEMA HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hotéis Alexandre de Almeida (6 hotéis e 481 quartos) é o mais antigo grupo hoteleiro português, com cerca de 100 anos de atividade.

O Grupo Lágrimas Hotels (3 hotéis e 143 quartos) é um grupo mais recente, tendo iniciado a sua atividade em 1995.

Da fusão destes 2 grupos resulta o Grupo Thema Hotels & Resorts, dando origem a um grupo hoteleiro 100% português, com participação igualitária, dispondo de 624 quartos distribuídos por 9 Hotéis.

Os hotéis e restaurantes da marca estão divididos em duas seleções: SLH - Small Luxury Hotels (Infante Sagres Palace, Quinta das Lágrimas Palace, Hotel da Estrela e Restaurante Eleven) e a segunda, constituída pelas restantes unidades (Bussaco Palace, Curia Palace Hotel, Spa & Golf, Hotel Astória Coimbra, Hotel Metrópole, Jerónimos 8 e Hotel Praia Mar).

Estratégia de desenvolvimento

A estratégia da marca passa por modernizar as suas unidades hoteleiras, tentando preservar o seu carácter singular que lhe confere uma diferenciação na qual assenta a sua estratégia de desenvolvimento vocacionada para o segmento de mercado de charme.

A parceria visa um forte posicionamento no mercado e consequentemente uma oferta mais diversificada, permitindo a criação de um conjunto de unidades mais fortes, mais sólidas e com maior capacidade de crescimento, proporcionando um aumento de quota de mercado.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	15,3
Nº Empregados	290

GRUPO THEMA HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Thema Hotels & Resorts

http://www.themahotels.pt/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte	1	70						
Centro	1	64	2	154	1	62		
Lisboa			3	238	1	36		
TOTAL	**2**	**134**	**5**	**392**	**2**	**98**		

GRUPO THEMA HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Thema Hotels & Resorts

http://www.themahotels.pt/

GRUPO DORISOL HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Dorisol foi fundado em dezembro de 1969 pela família Jardim Fernandes, com o hotel Buganvília no Funchal, onde está sediado.

A sua atividade hoteleira passa pela diversificação da oferta hoteleira, compreendendo hotéis de 4 e 3 estrelas e a Pousada dos Vinháticos.

Conta com 6 unidades hoteleiras, com uma oferta global de cerca de 676 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo Dorisol tornou-se uma marca reconhecida no setor turístico, em práticas de desenvolvimento sustentável e comportamento ético, elaborando um plano de gestão de sustentabilidade com objetivos traçados a 5 anos e metas de redução nos consumos de energia, água e resíduos.

A aposta na internacionalização surgiu em 2003, com a aquisição do Hotel Petribu (ex-Sheraton), atual Grand Hotel Dorisol Recife, no Brasil.

O Grupo prevê a expansão no Brasil através de contratos de "franchising", estando neste momento em negociação com um parceiro interessado num contrato de "master franchising" da marca Dorisol.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	10,0
Nº Empregados	305

GRUPO DORISOL HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Dorisol Hotels & Resorts

http://www.dorisol.com/pt/index.html

Regiões/ Tipologias	Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.		Pousadas	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Madeira			1	148	3	309	1	21
Brasil	1	198						
TOTAL	**1**	**198**	**1**	**148**	**3**	**309**	**1**	**21**

GRUPO DORISOL HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Dorisol Hotels & Resorts

http://www.dorisol.com/pt/index.html

GRUPO OLISSIPPO HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

A marca Olissippo foi registada em 1996 e enquanto Grupo Hoteleiro é lançado no mercado em 2003.

Atualmente explora sob gestão própria 5 Hotéis na cidade de Lisboa, propriedade da empresa, dispondo de 4 projetos para construção de hotéis de 5 e 4 estrelas.

O Olissippo Lapa Palace, unidade de 5 estrelas de luxo, localizado no bairro da Lapa, é a unidade mais emblemática do universo dos Hotéis Olissipo.

Estratégia de desenvolvimento

Como prioridade do Grupo Olissippo foi definida a consolidação da posição da empresa na cidade de Lisboa, construindo hotéis de 5 e 4 estrelas em locais estratégicos.

Manter o objetivo de construção de unidades hoteleiras que se possam complementar, enquanto oferta e proceder à sua orientação para determinados nichos de consumidores.

Apostar fortemente na promoção externa, com o estabelecimento de parcerias internacionais, exploração dos canais de distribuição clássicos e *"online",* com vista a potenciar as vendas.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	17,0
Nº Empregados	255

GRUPO OLISSIPPO HOTELS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Olissippo Hotels

http://www.olissippohotels.com/pt/Utilidades/Homepage.aspx?

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	2	133	3	395				
TOTAL	**2**	**133**	**3**	**395**				

GRUPO OLISSIPPO HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Olissippo Hotels

http://www.olissippohotels.com/pt/Utilidades/Homepage.aspx?

GRUPO HERITAGE

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Heritage possui atualmente 5 unidades hoteleiras, com um total de 236 quartos.

Constituem unidades de charme localizadas em zonas centrais e de referência histórica, em Lisboa.

Todos as unidades são edifícios restaurados, alguns originários do século XVIII (As Janelas Verdes, Heritage Av. Liberdade Hotel, Hotel Britânia, Hotel Lisboa Plaza e Solar do Castelo).

A cadeia estabeleceu parcerias com várias marcas internacionais como são o caso da Historic Hotels Europe, Historic Hotels of America e Epoque Hotels.

Estratégia de desenvolvimento

Está em vista a aquisição de um novo hotel, numa zona com vista para o rio, completando assim a distribuição da oferta de hotéis em Lisboa, procurando aumentar a inovação das unidades com produtos novos, mantendo a mesma imagem e características que representam a cadeia.

O objetivo principal do Grupo Heritage é cobrir o centro histórico de Lisboa com unidades marcadamente portuguesas, quer na sua arquitetura, quer na sua decoração e forma de receber.

As unidades são diferenciadas pelas suas caraterísticas de charme e de dimensão reduzida, permitindo oferecer um ambiente mais intimista e personalizado, onde se conjuga a tradição local com a comodidade da época atual.

GRUPO HERITAGE

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	7,5
Nº Empregados	95

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Heritage

http://www.heritage.pt/pt/home

GRUPO HERITAGE
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa			5	236				
TOTAL			**5**	**236**				

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Heritage

http://www.heritage.pt/pt/home

GRUPO EVIDÊNCIA HOTÉIS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Evidência Hotéis possui 4 unidades hoteleiras: o Evidência Astoria Creative, de 3 estrelas, o Hotel Light Santa Catarina de 2 estrelas (ambas em Lisboa), o Evidência Belverde Atitude Hotel, de 4 estrelas, e o luxuoso 5 estrelas Sublime Ailleurs, localizado no coração do Palmeraie, em Marrakech.

A Evidência Hotéis é a uma empresa do Grupo Evidência vocacionada para a criação, implementação e administração de empreendimentos turísticos de grande qualidade. Apresenta um conceito inovador baseado no turismo sustentável, sem comprometer a qualidade do serviço.

O Grupo disponibiliza uma oferta de 212 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Especializada na criação, desenvolvimento e implementação de formas de apresentação e exibição, nomeadamente em feiras, eventos e stands, através da entrega de soluções finais ao cliente, a nível nacional e mundial, a Evidência Display atua em diversas áreas, como Turismo, Saúde e Ambiente.

Evidência Hotéis destaca-se por apresentar uma oferta de alojamento com unidades segmentadas nas categorias Light (2 estrelas), Creative (3 estrelas), Atitude (4 estrelas) e Sublime (5 estrelas superior), cada uma com o seu habitat autêntico e diferenciado, com um novo modelo de gestão, baseado no conceito de charme aliado às características locais.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	2,4
Nº Empregados	72

GRUPO EVIDÊNCIA HOTÉIS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Evidência Hotéis

http://evidenciahoteis.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis							
	5*		4*		3*		2*	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa			1	71	1	118	1	17
Marrocos	1	6						
TOTAL	**1**	**6**	**1**	**71**	**1**	**118**	**1**	**17**

GRUPO EVIDÊNCIA HOTÉIS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Evidência Hotéis

http://evidenciahoteis.com/

GRUPO NATURA IMB HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O maior Grupo hoteleiro da região da Serra da Estrela, o Grupo Natura IMB apostou forte neste destino com os seus cinco hotéis: H2otel, Hotel Lusitânia, Hotel Turismo da Covilhã, Hotel Vanguarda e Hotel Covilhã Parque.

Destaca-se o H2otel – Congress & Medicinal SPA, complexo hoteleiro e térmio-lúdico inovador localizado em Unhais da Serra e reconhecido como referência de marca do grupo.

O Grupo lidera o destino com hotéis na Covilhã, Unhais da Serra e Guarda, detendo 1.000 camas no total, sendo o maior da região Centro em termos de oferta diferenciada.

Estratégia de desenvolvimento

Estratégia fortemente assente no turismo associado à área da saúde e bem-estar, para além de uma aposta forte no turismo de natureza.

Na vertente de saúde e bem-estar destacam-se os três Spa's associados aos Hotéis, e o recente projeto de turismo médico, envolvendo o Hospital Universitário da Covilhã, a Faculdade de Ciências da Saúde e o H2otel.

O Grupo detém um country club denominado Clube de Campo da Covilhã, uma referência nacional na oferta gastronómica e desportiva.

O Grupo Natura IMB Hotels pondera atualmente uma expansão para Lisboa e para o Porto, em projetos que acrescentem valor à marca.

GRUPO NATURA IMB HOTELS

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	8,5
Nº Empregados	196

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Natura IMB Hotels

http://www.naturaimbhotels.com/

GRUPO NATURA IMB HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis							
	5*		4*		3*		2*	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Centro			2	153	2	186	1	130
TOTAL			**2**	**153**	**2**	**186**	**1**	**130**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Natura IMB Hotels

http://www.naturaimbhotels.com/

GRUPO OÁSIS ATLÂNTICO HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

A Oásis Atlântico é um grupo português nascido em Cabo Verde na década de 90 e conta já com mais de 25 anos de crescimento na área de turismo e imobiliário – turística.

Com abertura de hotéis em Cabo Verde, o Grupo deu o salto para o Brasil em 2000, assumindo como missão prioritária o investimento em países de língua portuguesa.

Dispõe de 6 Hotéis, 4 em Cabo Verde, 2 no Nordeste do Brasil, e vários projetos imobiliário - turísticos nestes destinos, com uma oferta de 1132 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

A estratégia do Grupo passa pela consolidação do negócio hoteleiro existente e por concentrar o core business no turismo orientado para os países de expressão portuguesa.

Abriu recentemente o Hotel Oásis Atlântico Salinas Sea Resort, de 5estrelas, na ilha do Sal em Cabo Verde.

Pretendem aumentar nos próximos anos a sua dimensão hoteleira nas várias ilhas de Cabo Verde e noutros Estados Brasileiros com novos investimentos.

Integra a sua estratégia, a promoção do desenvolvimento turístico sustentado em relação às vertentes social, cultural e ambiental, em países de língua oficial portuguesa.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	n.d.

GRUPO OÁSIS ATLÂNTICO HOTELS & RESORTS

n.d. – não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Oásis Atlântico Hotels & Resorts

http://www.oasisatlantico.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Brasil	1	136	1	131				
Cabo Verde	1	337	3	528				
TOTAL	**2**	**473**	**4**	**659**				

GRUPO OÁSIS ATLÂNTICO HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Oásis Atlântico Hotels & Resorts

http://www.oasisatlantico.com/

GRUPO NAU HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Nau Hotels & Resorts é um novo grupo hoteleiro português que tem como acionista o Fundo de Recuperação Turismo, sob gestão da ECS Capital, o qual passou a deter as ações e imóveis que integravam o património da Hotéis CS.

O Grupo detém 10 hotéis localizados no Algarve, Alentejo, Douro e Lisboa, 3 campos de golfe e um leque alargado de outras facilidades, nomeadamente, o Palácio de Congressos do Algarve.

O conjunto de ativos inclui os projetos The Vintage House, no Douro, Lago Montargil & Villas, The Vintage House, em Lisboa, São Rafael Atlântico, São Rafael Suites, Salgados Palace, Salgados Palm Village, Salgados Dunas Suites, Salgados Vila das Lagoas Apartments e Morgado Golf & Country Club, que disponibilizam 1.359 quartos com cerca de 3.300 camas.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo iniciou a sua atividade em finais de 2014, com um conjunto de hotéis de elevada qualidade, cuja oferta disponibilizada está concentrada em unidades de 5 e 4 estrelas.

Sob a assinatura "Leading Guest Happiness", o Grupo Nau Hotels & Resorts distingue-se pela diversidade de localizações, pelo posicionamento no segmento superior e pela qualidade das instalações.

Na sua senda de desenvolvimento, o Grupo tem prevista a abertura de um hotel de 5 estrelas em Lisboa, o Palace Lisboa, com 69 quartos, e um hotel no Porto com 150 quartos.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	16,0
Nº Empregados	537

GRUPO NAU HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Nau Hotels & Resorts

http://www.nauhotels.com

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Apart. Turísticos Unid.	Apart. Turísticos Quarto
Porto/ Norte	1	43						
Lisboa	1	56						
Alentejo	1	116						
Algarve	4	633	1	98			2	413
TOTAL	**7**	**848**	**1**	**98**			**2**	**413**

GRUPO NAU HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Nau Hotels & Resorts

http://www.nauhotels.com

GRUPO SONAE TURISMO

Principais caraterísticas e indicadores

A Sonae Turismo foi constituída em 1994 e integra o universo da Sonae Capital desde meados do ano 2006.

Na área de resorts, a grande referência da Sonae Turismo é o projeto de desenvolvimento turístico da Península de Tróia, o Troia Resort, inaugurado em 8 de Setembro de 2008.

O Troia Resort tem uma ampla oferta imobiliária-turística, englobando os apartamentos turísticos (Marina, Praia e Ácala, Ocean Village, Praia, Lago e Golfe), aliada a uma oferta de lazer, nomeadamente uma marina, um campo de golfe de 18 buracos, um centro de eventos, um centro de espetáculos, restaurantes e um casino.

Na hotelaria, a Sonae Turismo explora o Porto Palácio Congress Hotel & SPA de 5 estrelas, o The Artist Porto Hotel & Bistrô, o Aqualuz Lagos - Suite Hotel Apartamentos de 4 estrelas e as 3 unidades do Aqualuz Troia – Suite Hotel Apartamentos, correspondendo a uma oferta de 937 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

A Sonae Turismo detém a gestão de hotéis complementada com uma ampla oferta de serviços integrados nas áreas do lazer, saúde e bem-estar, para além de prosseguir o desenvolvimento de negócios nas áreas de resorts, hotelaria e health & fitness.

O Troia Resort tem ainda projetos em carteira para futura expansão, num total de 480 hectares e cerca de 5.800 camas.

O Tróia Resort revela desde o seu início um comprometimento com a salvaguarda e valorização do património ambiental, o qual culmina com a implementação de um sistema de gestão ambiental.

A estratégia de crescimento da Sonae Turismo na área de hotelaria, consubstancia-se na identificação de oportunidades para exploração de ativos de terceiros.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	14,2
Nº Empregados	232

GRUPO SONAE TURISMO

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Sonae Turismo

http://www.sonaecapital.pt/PresentationLayer/homepage.aspx?menuid=698&exmenuid=676

GRUPO SONAE TURISMO Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis 2* e 1*		Hotéis Apart.		Pousadas		Ald. Turísticos		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos	Unid.	Quartos
Porto/ Norte	1	251	1	17												
Alentejo									3	506						
Algarve									1	163						
TOTAL	**1**	**251**	**1**	**17**					**4**	**669**						

Fonte: Grupo Sonae Turismo

http://www.sonaecapital.pt/PresentationLayer/homepage.aspx?menuid=698&exmenuid=676

GRUPO BELVER

Principais caraterísticas e indicadores

Os Hotéis Belver são um Grupo nacional com a sua sede em Albufeira, possuindo unidades hoteleiras de diversas categorias, localizadas de norte a sul de Portugal.

O Grupo concentra a sua oferta global em 6 unidades hoteleiras, três no Algarve (Belver Dona Maria Resort Golf de 4 estrelas, Hotel Boa Vista de 4 estrelas e Hotel da Aldeia de 3 estrelas), uma no Porto (Belver Beta de 4 estrelas), uma unidade na Curia (Grande Hotel da Curia Golf & Spa de 3 estrelas) e uma unidade em Lisboa (Belver Príncipe Real de 4 estrelas), constituídas por 527 unidades de alojamento, correspondentes a cerca de 1.200 camas.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo Belver Hotéis tem vindo a renovar grande parte das suas unidades hoteleiras com o objetivo de proceder à sua atualização num mercado em constante mutação, e criar um produto diferenciador de concorrência.

Pretende ainda aumentar a visibilidade das suas unidades hoteleiras com especial incidência no mercado externo, para assim atrair um maior número de clientes.

Constitui também o seu propósito, prosseguir o objetivo de criar novas facilidades, o que permitirá trabalhar com clientes de diferentes segmentos, oferecendo um produto diferenciado e potenciando a oferta local.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	4,5
Nº Empregados	84

GRUPO BELVER

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Belver

http://www.belverhotels.com

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte			1	126				
Centro					1	85		
Lisboa			1	18				
Algarve			1	84	1	133	1	81
TOTAL			**3**	**228**	**2**	**218**	**1**	**81**

GRUPO BELVER
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Belver

http://www.belverhotels.com

GRUPO ONYRIA GOLF RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Onyria Golf Resorts faz a gestão integrada de resorts, villas, hotéis, campos de golfe e restaurantes.

Construído com base numa estrutura familiar, o Onyria Golf Resorts começou em 1988 com a aquisição de uma parcela da Quinta da Marinha, em Cascais, constituindo o 1º projeto na área da gestão hoteleira.

O Onyria Golf Resorts conta ainda com projetos orientados para o golfe, negócios e puro lazer (SPA & Wellness), em Cascais (Hotel Quinta da Marinha Resort e Onyria Marinha Edition Hotel & Thalasso), no Algarve (Onyria Palmares Beach & Golf Resort) na Turquia (Onyria Claros Beach & Spa Resort), totalizando uma oferta de 1044 unidades de alojamento.

O turismo de negócios representou 45% das vendas do Resort na Quinta da Marinha, sendo de destacar o contributo do boutique hotel, Onyria Marinha Edition Hotel & Thalasso.

Estratégia de desenvolvimento

O grupo Onyria acaba de investir cerca de 1 M€ no restyling do Hotel Quinta da Marinha, proporcionando assim uma oferta de soluções aos clientes em todos os espaços do hotel, restaurantes, tornando o hotel mais contemporâneo e acolhedor.

Na faturação global do Grupo, o resort na Turquia foi responsável por 8 M€, o Palmares por 2M€, e a Quinta da Marinha por 13 M€.

Tem previsto a construção de um hotel de 5 estrelas no Onyria Palmares Beach & Golf Resort, em Lagos.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	23,0
Nº Empregados	n.d.

GRUPO ONYRIA GOLF RESORTS

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Onyria Golf Resorts

http://www.onyriaresorts.com/pt/Onyria-Golf-Resorts.aspx

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	2	314						
Turquia	1	730						
TOTAL	**3**	**1.044**						

GRUPO ONYRIA GOLF RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Onyria Golf Resorts

http://www.onyriaresorts.com/pt/Onyria-Golf-Resorts.aspx

GRUPO RIA PARK HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Ria Park Hotels, tem as suas unidades hoteleiras situadas entre os resorts Quinta do Lago e Vale do Lobo, junto à orla costeira do Parque Natural da Ria Formosa, as quais dispõem de uma localização privilegiada, com grande proximidade a reconhecidos campos de golfe e a praias exclusivas.

O Hotel Quinta do Lago, propriedade da GRAMPIAN – Investimentos Hoteleiros, SA, cuja estrutura societária tem fortes ligações ao Grupo Ria Park Hotels, é considerado um dos mais prestigiados 5 estrelas de luxo do país, localizando-se no Resort da Quinta do Lago no Algarve, dispondo de 132 quartos e 9 suites.

Engloba um universo de 3 unidades de 5 e 4 estrelas, que representam uma oferta total de 306 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta na qualidade dos hotéis Ria Park (Ria Park Hotel & SPA, Ria Park Garden Hotel e Villas Vale do Garrão) e Quinta do Lago, complementados por famosos campos de golfe circundantes e por tratamentos e programas oferecidos nos seus Spas.

Os Ria Park Hotels oferecem um excecional centro de treinos, que integra um campo relvado de futebol com medidas oficiais FIFA, sendo escolha frequente de seleções e equipas de topo da Europa para os respetivos estágios.

Ênfase no segmento MICE, um importante target desta cadeia hoteleira.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	n.d.

GRUPO RIA PARK HOTELS

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Ria Park Hotels

http://riaparkhotels.com/riaparkgardenhotel/; http://www.hotelquintadolago.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis						Apart. Turísticos	
	5*		4*		3*			
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Algarve	1	175	1	109			1	22
TOTAL	**1**	**175**	**1**	**109**			**1**	**22**

GRUPO RIA PARK HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Ria Park Hotels

http://riaparkhotels.com/riaparkgardenhotel/; http://www.hotelquintadolago.com/

GRUPO MSF TURISMO E IMOBILIÁRIO

Principais caraterísticas e indicadores

A MSF TUR.IM, SGPS, SA é a holding do Grupo MSF para as áreas do Turismo e Imobiliário.

As empresas do universo da MSF TUR.IM gerem, desenvolvem e promovem vários projetos, essencialmente no mercado nacional, dos quais se destacam a exploração da concessão referente à Marina de Lagos e áreas adjacentes, na qual se incluem a unidade hoteleira Marina Club Lagos Resort, os projetos A Fábrica - Marina Lofts & Apartments e o Condomínio do Infante. Para além destes, incluem-se o investimento no Royal Óbidos Spa & Golf Resort, o Centro Náutico de Algés e a Columbia Hospitality International, empresa de consultoria em projetos turísticos e hoteleiros.

Inauguração em 2015 do Evolutee Hotel de 5 estrelas, integrado no Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf, em Óbidos.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo, tem vindo a diversificar a sua atividade, dividindo as suas participações nas áreas de imobiliário e turismo, construção e obras públicas, concessões, consultoria, organização e sistemas de informação e participações financeiras.

Atua em Portugal, Angola, Bulgária, Cabo Verde, Gana, Guiné Equatorial, Polónia e Senegal, seguindo os seus princípios fundamentais: credibilidade, solidez económica e financeira e competência técnica.

O Grupo, em conjunto com a norte americana Columbia Hospitality, Inc. e Luís Silvério, criaram a Columbia Hospitality Internacional (CHI), empresa de consultoria em projetos turísticos e hoteleiros.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	7,9
Nº Empregados	131

GRUPO MSF TURISMO E IMOBILIÁRIO

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo MSF Turismo e Imobiliário

http://www.msf-turim.pt/

GRUPO MSF TURISMO E IMOBILIÁRIO Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotel Apart.		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	1	40					1	96
Algarve					1	88	1	53
TOTAL	**1**	**40**			**1**	**88**	**2**	**149**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo MSF Turismo e Imobiliário

http://www.msf-turim.pt/

GRUPO MAROPE HOTÉIS DE PORTUGAL

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Marope Hotéis de Portugal, S.A é proprietário de 3 hotéis de 5 estrelas, o Sheraton Porto Hotel & Spa, o Sheraton Lisboa Hotel & Spa e o Crowne Plaza Vilamoura, cuja gestão foi entregue às cadeias internacionais Starwood (7º classificado no ranking mundial de grupos hoteleiros) e IHG.

O Crowne Plaza Vilamoura é explorado pela prestigiada cadeia hoteleira Crowne Plaza, que pertence ao grupo InterContinental Hotels Group PLC (1.º classificado no ranking mundial de grupos hoteleiros).

O grupo disponibiliza uma oferta de 960 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta fortemente na valorização ambiental e patrimonial dos locais escolhidos.

Desenvolve-se apostando na diversidade e complementaridade da oferta turística, o que permite o seu posicionamento de forma consistente nos vários segmentos de mercado e épocas do ano.

Os seus hotéis proporcionam excelentes facilidades para os segmentos de reuniões e bem estar, prestando um serviço de elevada qualidade e excelência.

No Porto e em Lisboa, os hotéis dirigem-se maioritariamente para os segmentos de negócios e incentivos, sem descurar o segmento de lazer, enquanto que no Algarve o hotel direciona-se maioritariamente para os segmentos de lazer e incentivos.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	35,0
Nº Empregados	520

GRUPO MAROPE HOTÉIS DE PORTUGAL

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Marope Hotéis de Portugal

http://www.sheratonporto.com/; http://www.sheratonlisboa.com/; http://www.crowneplazavilamoura.com/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	Hotéis 4* Unid.	4* Quarto	Hotéis 3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte	1	266						
Lisboa	1	369						
Algarve	1	325						
TOTAL	**3**	**960**						

GRUPO MAROPE HOTÉIS DE PORTUGAL
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Marope Hotéis de Portugal

http://www.sheratonporto.com/; http://www.sheratonlisboa.com/; http://www.crowneplazavilamoura.com/

GRUPO INATEL TURISMO

Principais caraterísticas e indicadores

A Fundação INATEL foi fundada em 1935, como uma Instituição Pública nacional com o objetivo de desenvolver atividades de lazer para os trabalhadores.

Oferece serviços nas áreas de turismo, cultura, desporto e intervenção social.

No que diz respeito ao turismo, opera através da marca INATEL TURISMO que oferece serviços de turismo recetivo em todo o país, incluindo as Regiões Autónomas, a preços competitivos.

INATEL TURISMO é membro da OITS (Organização Internacional do Turismo Social) e da OMT (Organização Mundial de Turismo).

Oferece 730 unidades de alojamento para as suas 10 unidades hoteleiras classificadas, no entanto, o grupo disponibiliza ainda, 566 quartos para as suas 9 unidades não classificadas.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta numa ampla gama de produtos e serviços para satisfazer as necessidades da indústria de turismo, nomeadamente grupos de lazer, programas com diferentes motivações (religiosas, gastronómicas ou culturais), programas de natureza (passeios a pé e em bicicleta, observação de espécies e atividades desportivas), viagens individuais, reuniões e incentivos ou programas de responsabilidade social.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	8,8
Nº Empregados	158

GRUPO INATEL TURISMO

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Inatel Turismo

http://www.inatel.pt/turismohome.aspx?menuid=2

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	4* Unid.	4* Quarto	3* Unid.	3* Quarto	2 e 1* Unid.	2 e 1* Quarto
Porto/ Norte			1	100				
Centro			3	136				
Lisboa					1	95		
Alentejo					1	21	1	16
Algarve					2	327		
Madeira					1	35		
TOTAL			**4**	**236**	**5**	**478**	**1**	**16**

GRUPO INATEL TURISMO Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Inatel Turismo

http://www.inatel.pt/turismohome.aspx?menuid=2

GRUPO HOTÉIS PREMIUM

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hotéis Premium iniciou a sua atividade em setembro 2010, com o Hotel Premium Porto-Centro, de 3 estrelas.

Em maio 2011, o Grupo inaugurou a sua segunda unidade, o Hotel Premium Aeroporto, de 4 estrelas, junto ao Aeroporto Sá Carneiro.

Em 2013, o Grupo Hotéis Premium inicia a exploração do Hotel Aquae Flaviae, de 3 estrelas, em Chaves, a qual passou a designar-se como Hotel Aquae Flaviae - Premium Chaves. Também neste ano, o grupo inicia a exploração do Hotel Premium Setúbal, de 4 estrelas.

No início de 2014, inicia a exploração do antigo Easy Hotel, de 2 estrelas, no centro do Porto, passando a designar-se iStay Hotel;

Em Maio de 2014, o Grupo cessou o contrato de exploração do Hotel Meia Lua, em Ovar.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo Hotéis Premium assenta no conceito de hotelaria à medida do cliente, tendo como principal objetivo a oferta de um serviço que supere as suas expetativas.

A sua identidade corporativa exterioriza a procura pela adequação às necessidades do cliente, em que a excelência é um requisito mínimo e basilar, auscultando para tal todas as necessidades do cliente, numa perspetiva de proximidade e envolvimento.

Para 2015, está prevista a abertura de mais uma unidade hoteleira, o Porto Downtown de 4 estrelas, com capacidade de 60 quartos.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	2,5
Nº Empregados	85

GRUPO HOTÉIS PREMIUM

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Premium

http://www.hoteispremium.com/pt/Mobile/Homepage.aspx

Regiões/ Tipologias	Hotéis					
	5*		4*		3*		2 e 1*	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte			1	88	2	260	1	56
Lisboa			1	112				
TOTAL			**2**	**200**	**2**	**260**	**1**	**56**

GRUPO HOTÉIS PREMIUM Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis Premium

http://www.hoteispremium.com/pt/Mobile/Homepage.aspx

GRUPO HOTÉIS DO BOM JESUS

Principais caraterísticas e indicadores

A sociedade Hotéis do Bom Jesus, foi constituída em 1985 e possui a concessão de 6 unidades hoteleiras situadas no Monte do Bom Jesus em Braga, que alia paisagens magníficas a uma vasta gama de instalações e serviços, desde um prestigiado restaurante de cozinha regional, a um elegante Spa e Health Club, complementados por acomodações confortáveis e arquitetura romântica.

O Grupo concentra uma oferta global de 258 unidades de alojamento, correspondentes a 4 e 3 estrelas, todas no distrito de Braga: Hotel do Parque, Hotel do Elevador, Hotel do Templo, Hotel do Lago, Hotel João Paulo II, Hotel Convento de Tibães e a Colunata de Eventos.

Na região do Minho, o Santuário do Bom Jesus do Monte, é um importante destino internacional de peregrinação, aliada a inúmeros monumentos históricos.

O Grupo realizou recentemente um investimento na ordem de 3 M€ com a remodelação do histórico Hotel do Parque.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo perspetiva investir cerca de 8 M€, em 5 novas unidades hoteleiras em Portugal (Guimarães, Fátima e Lisboa), e em Santiago de Compostela, bem como conquistar os mercados emergentes, como a Europa de Leste, a Coreia do Sul e o Brasil, aproveitando ao máximo o seu produto estrela que é o turismo religioso.

A estratégia de desenvolvimento passa por uma consolidação do mercado nacional e o reforço da comercialização nos mercados internacionais.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	2,5
Nº Empregados	75

GRUPO HOTÉIS DO BOM JESUS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis do Bom Jesus

http://www.hoteisbomjesus.pt/

Regiões/ Tipologias 2013	Hotéis 5* Unid.	5* Quarto	4* Unid.	4* Quarto	3* Unid.	3* Quarto	Hotéis Apart. Unid.	Apart. Quarto
Porto/ Norte			3	108	3	150		
TOTAL			**3**	**108**	**3**	**150**		

GRUPO HOTÉIS DO BOM JESUS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotéis do Bom Jesus

http://www.hoteisbomjesus.pt/

GRUPO LENA

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Lena é um grupo privado português com mais de 60 empresas em diversas áreas de atuação (engenharia e construções, concessões, indústria, imobiliária, automóveis, comunicação, ambiente e energia e turismo), presente em vários mercados internacionais (Argélia, Angola, Brasil, Marrocos, Moçambique, Roménia, Bulgária Venezuela, Colômbia e México).

Através da sua participada Lena Hotéis e Turismo, o Grupo Lena conta com uma rede de 5 unidades da cadeia Hotéis Eurosol em Portugal, e 2 no Brasil (o Eurosol Tibau Resort e a Pousada das Canoas), a que corresponde uma oferta de 457 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo Lena Turismo destaca-se por proporcionar serviços de elevada qualidade e profissionalismo nas vertentes de alojamento, de restauração, eventos e de saúde e bem-estar, procurando proporcionar momentos únicos a todos os clientes.

Vendeu recentemente o Resort Termal de Monte Real (Hotel, Termas e Spa) e a unidade Eurosol Estarreja.

O Grupo deixou também de operar nas unidades que detinha no Algarve, finalizando o contrato de exploração das unidades Vitor's Village e Vitor's Plaza, em Ferragudo e Alvor.

GRUPO LENA

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	7,1
Nº Empregados	131

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Lena

http://www.lenaturismo.pt/

GRUPO LENA Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.		Pousada	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Centro			3	262	1	58		
Lisboa			1	36				
SUB-TOTAL Portugal			**4**	**298**	**1**	**58**		
Brasil	1	87					1	14
TOTAL	**1**	**87**	**4**	**298**	**1**	**58**	**1**	**14**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Lena

http://www.lenaturismo.pt/

GRUPO ACCOR HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Accor Hotels, de origem francesa, constitui o 6º maior grupo hoteleiro mundial, com os seus 450.199 quartos em 3.515 hotéis, localizados em 92 países.

O extenso portfólio do grupo, que engloba as marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, Ibis, Ibis Styles, Ibis Budget e HotelF1, fornece uma ampla gama de opções desde o luxo até ao económico, com mais de 160.000 pessoas que trabalham para as marcas Accor em todo o mundo.

Em Portugal, o Grupo detém 31 unidades hoteleiras correspondendo a 3.249 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Aposta no segmento de alta gama (marca Sofitel), média (Mercure, Novotel) e económico (Ibis e F1).

A estratégia do Grupo para Portugal visa o reforço da cobertura do território nacional e do posicionamento da oferta hoteleira, por forma a satisfazer todo o espectro de necessidades do cliente, do lazer aos negócios e das 2 às 5 estrelas.

A marca Íbis aposta em contratos de gestão e franchising para a sua expansão em Portugal.

A estratégia internacional do Grupo, passa pela divisão em duas áreas de negócio, uma orientada para a operação de hotéis e franqueadora, e outra proprietária de hotéis e investidora.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	465

GRUPO ACCOR HOTELS

n.d. não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Accor Hotels

http://www.accorhotels.com/pt/portugal/index.shtml

GRUPO ACCOR HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis							
	5*		4*		3*		2 e1*	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte			4	470	1	70	8	664
Centro			1	102	1	47	2	166
Lisboa	1	163	3	458	1	112	7	814
Alentejo					1	87		
Algarve							1	81
TOTAL	**1**	**163**	**8**	**1.030**	**4**	**316**	**18**	**1.725**

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Accor Hotels

http://www.accorhotels.com/pt/portugal/index.shtml

GRUPO RIU HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

A RIU Hotels & Resorts foi fundada em Maiorca, Espanha, em 1953, como pequeno negócio de férias da família Riu, fundadora e atual proprietária, através da terceira geração.

Com a inauguração do seu primeiro hotel de cidade, em 2010, a RIU ampliou a gama de produtos com a sua própria linha de hotéis urbanos chamada RIU Plaza. A RIU Hotels & Resorts, constitui o 30º grupo mundial, com 103 hotéis em 17 países, dispondo de 44.710 quartos, com 25.125 empregados que rececionaram 3,3 milhões de clientes.

Em Portugal disponibiliza 3 unidades hoteleiras, o Hotel Riu Palace Algarve e o Club Hotel Riu Guaraná, ambos de 4 estrelas sediados no Algarve, e o Hotel Riu Palace Madeira, de 4 estrelas, os quais no seu conjunto oferecem 1.177 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

Assente em padrões de alta qualidade com tratamento personalizado aos seus clientes, o Grupo aposta permanentemente em hotéis com excelentes localizações nos melhores destinos de praia, complementados por uma oferta gastronómica de qualidade, à qual acresce reuniões, incentivos e eventos sociais.

A empresa centra-se na hotelaria de férias e mais de 60% dos seus estabelecimentos oferecem o conhecido serviço All Inclusive by RIU.

Dispõe de um produto ideal para desfrutar em família, oferecendo serviços e atividades para os mais pequenos, assim como espetáculos e spas completos para os adultos.

GRUPO RIU HOTELS & RESORTS

	2012
Volume de Negócios (milhões €)	20,0
Nº Empregados	289

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Riu Hotels & Resorts

http://www.riu.com/pt/Paises/macro_hoteles_pais.jsp

GRUPO RIU HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Algarve			2	850				
Madeira			1	327				
TOTAL			**3**	**1.177**				

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Riu Hotels & Resorts

http://www.riu.com/pt/Paises/macro_hoteles_pais.jsp

GRUPO JJW HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

Desde que foi fundada no final de 1980, a JJW Hotels & Resorts, promove o desenvolvimento e operação de hotéis e resorts em toda a Europa e no Médio Oriente, constituindo todos os seus ativos de património do Grupo.

O Grupo opera a partir de escritórios em Londres, Paris, Algarve, Viena e Cairo, tendo construído um portfólio de marcas de hotéis económicos, de média dimensão e de luxo.

Concentra em Portugal, uma oferta global de 403 unidades de alojamento correspondente às suas 4 unidades, o Penina Hotel & Golf Resort e o Dona Filipa Hotel, ambos de 5 estrelas, e o Formosa Park Hotel de 4 estrelas. É também proprietária do Pinheiros Altos Golf Resort, exclusivamente de imobiliária e três campos de golfe.

Estratégia de desenvolvimento

JJW Hotels & Resorts Europeia gere um portfólio de hotéis e resorts de Luxo na Áustria, Reino Unido e França.

Além desses hotéis e resorts, o Grupo gere as marcas Amarante Hotéis (Paris , Cannes, Sainte Maxime e Egito), Mediana Hotéis (Aeroportos de Genebra e Paris), e a Cadeia Budget Hotel em França.

Tem previsto abrir em 2016 um novo hotel de 5 estrelas, o Real Algarve Hotel com 144 quartos e 38 Apartamentos.

A JJW Hotels & Resorts aposta na sua expansão em Portugal através da compra de novas unidades hoteleiras, e/ou através de contratos de gestão de unidades existentes.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	28,0
Nº Empregados	600

GRUPO JJW HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo JJW Hotels & Resorts

http://www.jjwhotels.com/portugal

Regiões/ Tipologias	Hotéis						Hotel Apart.	
	5*		4*		3*			
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Algarve	2	342					1	61
TOTAL	**2**	**342**					**1**	**61**

GRUPO JJW HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo JJW Hotels & Resorts

http://www.jjwhotels.com/portugal

GRUPO GLOBAL HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

A Global Hotels & Resorts é uma empresa especializada no mercado de hotelaria e lazer, presente com dezenas de unidades em diversos pontos do globo.

"Tiara" é uma das marcas mais emblemáticas da Global Hotels & Resorts, propriedade do Sheik Mohammed Youssef El-Khereij.

A marca Tiara Hotels & Resorts detém 8 hotéis distribuídos por França, Bélgica, Portugal e Cabo Verde.

Em Portugal explora 2 unidades de 5 estrelas, propriedade da HOTELGAL – Sociedade de Hotéis de Portugal, detida pela empresa suíça DITCO e pela PETROGAL – Petróleos de Portugal.

Estratégia de desenvolvimento

Nos hotéis Tiara, a aposta no segmento de luxo, marcada pela sofisticação, promove o encontro com a elegância e o glamour.

A gestão operacional de espaços do Grupo Tiara norteia-se por 2 objetivos: desenvolver e gerir um portfolio diversificado de marcas próprias e orientar e potenciar as respetivas infraestruturas.

Implementou uma estratégia de marketing digital para a sua rede de hotéis em Portugal e na Europa, que visam aumentar a notoriedade do grupo e estar no topo das preferências do seu público-alvo.

No final de 2014, o Grupo Tiara Hotels cessou o contrato de exploração com a HOTELGAL, passando estes 2 hotéis a ser explorados pelo Grupo IHG (InterContinental), com as denominações de InterContinental Lisbon e Crowne Plaza Porto.

	2012
Volume de Negócios (milhões €)	17,0
Nº Empregados	319

GRUPO GLOBAL HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Global Hotels & Resorts

http://www.tiara-hotels.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte	1	232						
Lisboa	1	348						
TOTAL	**2**	**580**						

GRUPO GOLBAL HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Global Hotels & Resorts

http://www.tiara-hotels.com/

GRUPO STARWOOD HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

Starwood deu início à sua atividade empresarial nos anos 70, através de uma empresa de investimento imobiliário, e mais tarde, nos anos 80, com a sociedade Starwood Hotels & Resorts Worldwide. Constitui a 7ª cadeia mundial de hotelaria, através de 1.200 hotéis, com uma oferta de 352.738 quartos.

Em Portugal disponibiliza 5 unidades hoteleiras de 5 estrelas, através de contratos de gestão e franchising: o Sheraton Algarve, o Pine Cliffs Residence, ambos no Pine Cliffs Resort pertencentes à Luxury Collection Resort, o Hotel Convento do Espinheiro, em Évora, o Sheraton Lisboa Hotel & SPA e o Sheraton Porto Hotel & SPA, totalizando 1.096 unidades de alojamento.

Os hotéis Sheraton Porto e Lisboa, são propriedade do Grupo Marope, e são geridos através de contratos de gestão.

Estratégia de desenvolvimento

A Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. é a empresa hoteleira de luxo mais global do mundo, com propriedades em quase 100 países e que quase duplicou nos últimos 5 anos a ocupação global no setor de luxo, empregando um total de 181.400 funcionários.

A Starwood, sendo uma das maiores cadeias hoteleiras e de lazer do mundo, opera com as seguintes marcas internacionais: St. Regis®, The Luxury Collection®, W®, Westin®, Le Méridien®, Sheraton®, Four Points® by Sheraton, Aloft®, and Element®.

Para criar a marca global mais bem sucedida na área da hotelaria, formando uma família corporativa com base na confiança e no respeito, a ligação com o cliente traduz-se em algo fundamental.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	28,0
Nº Empregados	357

GRUPO STARWOOD HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Starwood Hotels & Resorts

http://www.starwoodhotels.com/corporate/directory/hotels/europe/pt/index.html

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Apart. Turísticos	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte	1	266						
Lisboa	1	369						
Alentejo	1	92						
Algarve	1	215					1	154
TOTAL	**4**	**942**					**1**	**154**

GRUPO STARWOOD HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Starwood Hotels & Resorts

http://www.starwoodhotels.com/corporate/directory/hotels/europe/pt/index.html

GRUPO MARRIOTT

Principais caraterísticas e indicadores

Marriott International, Inc. é o 3º grupo mundial de hotelaria, sendo detentora de 19 marcas de hotel, englobando no seu universo 3.672 hotéis com 638.793 quartos, em cerca de 73 países.

Fundada por J. Willard e Alice Marriott e orientada pela família Marriott há mais de 80 anos, a empresa tem sede em Maryland, EUA, e registou no exercício de 2012 receitas de quase US$ 12 bilhões, incorporando 325 mil funcionários.

Em Portugal, disponibiliza 5 unidades hoteleiras, o Lisboa Marriott Hotel e o AC Hotel Porto, ambos com a categoria de 4 estrelas, o Penha Longa Resort, o Praia D'El Rey Golf & Beach Resort e o Fontecruz Lisboa Autograph Colletion, todos com a categoria de 5 estrelas, perfazendo um total de 1.205 unidades de alojamento.

A Marriott tem contrato de gestão do Lisboa Marriott Hotel e do Penha Longa Resort. Realiza a exploração do Hotel Praia D'El Rey Golf & Beach Resort e das Holiday Residences, propriedade do Grupo Béltico, em Óbidos.

Estratégia de desenvolvimento

A Marriott é conhecida pela sua cultura em que coloca as pessoas em primeiro lugar, revendo as necessidades dinâmicas dos seus clientes com novas marcas, locais e experiências para o hóspede.

Engloba desde resorts luxuosos a refúgios urbanos, através das seguintes marcas hoteleiras: The Ritz-Carlton, BVLGARI, JW Marriott, EDITION, Autograph Collection, Renaissance Hotels, Marriott Hotels, Courtyard Hotels, SpringHill Suites, Fairfield Inn & Suites, Residence Inn, Towne Place.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	n.d.

GRUPO MARRIOTT

n.d. – não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Marriott

http://www.marriott.com/hotel-search/portugal.hotels/

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte			1	128				
Lisboa	3	500	1	577				
TOTAL	**3**	**500**	**2**	**705**				

GRUPO MARRIOTT
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Marriott

http://www.marriott.com/hotel-search/portugal.hotels/

GRUPO HILTON HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hilton Worldwide é uma rede de hotéis fundada por Conrad Hilton em Cisco, Texas, atualmente sediada em Beverly Hills, Califórnia, constituindo o 2º grupo hoteleiro mundial, com 3.992 hotéis e 652.378 quartos, em mais de 80 países.

O portfólio da Hilton Hotels & Resorts, inclui mais de 550 hotéis em todo o mundo, enquanto que em Portugal disponibiliza 3 unidades hoteleiras, o Hotel Hilton Vilamoura Cascatas Golf Resort & Spa, o Conrad Algarve na Quinta do Lago, ambos de 5 estrelas, e em Lisboa o DoubleTree by Hilton Fontana Park, de 4 estrelas, com uma oferta de 479 unidades de alojamento.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo continua a expandir o seu legado de inovação, criando produtos e serviços para atender as necessidades dos clientes de todo o mundo, cuja equipe de mais de 144.000 funcionários prepara experiências inesquecíveis para os seus hóspedes.

A Cadeia detém as seguintes marcas: Hilton Hotels, Conrad Hotels, Coral by Hilton, DoubleTree, Embassy Suites Hotels, Hampton Inn e Hampton Inn & Suites, Hilton Garden Inn, Hilton Grand Vacations Club, Homewood Suites by Hilton, Scandic Hotels, Shelton Inn, The Waldorf-Astoria Collection, LivingWell Health Clubs, Hilton HHonors e Hotéis Comodor.

A Hilton Worldwide possui em projeto ou construção cerca de 1.200 hotéis em todo o mundo, estando prevista para Portugal, a abertura de um Hilton integrado no Bom Sucesso Design Resort, Leisure & Golf, em Óbidos.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	n.d.
Nº Empregados	300

GRUPO HILTON HOTELS & RESORTS

n.d. – não disponível

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hilton Hotels & Resorts

http://www.hilton-hotels.com.br/pt

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa			1	139				
Algarve	2	340						
TOTAL	**2**	**340**	**1**	**139**				

GRUPO HILTON HOTELS & RESORTS
Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hilton Hotels & Resorts

http://www.hilton-hotels.com.br/pt

GRUPO HOTUSA HOTELS

Principais caraterísticas e indicadores

O Grupo Hotusa foi fundado em 1977 e em 1993 entrou na gestão e exploração direta de estabelecimentos, como complemento do seu negócio tradicional de cadeia de hotéis associados. Ocupando o 90º lugar do ranking mundial de hotelaria, com 158 hotéis dotados de 13.892 quartos, em 20 países.

É detentor das marcas Eurostars Hotels, Exe Hotels, Elysées Hotels, Keytel SA, Restel (operador turísticos e central de reservas), Hotelius (reservas on-line), Europullman (transportes) e IGM web (IT).

Em 2005 com o lançamento da marca Eurostars Hotels, e em 2009 com a marca Exe Hotels, inicia-se a grande expansão do grupo no mercado espanhol e no mercado internacional, disponibilizando 7 unidades hoteleiras, por arrendamento ou gestão, em Portugal.

Estratégia de desenvolvimento

O Grupo Hotusa gere diretamente 158 estabelecimentos hoteleiros, 16 em 7 países da América, 141 em 12 países da Europa e 1 em Marrocos.

Na exploração direta de hotéis, a gestão de estabelecimentos baseia-se tanto no regime de propriedade dos imóveis, como no arrendamento dos mesmos.

O Grupo tem prevista a abertura em 2015 de 2 hotéis de 4 estrelas, um Eurostars com 91 quartos e um Exe em Cascais com 101 quartos, a que corresponde um investimento de 34 M€. Por outro lado, possui projetos para a construção de 2 hotéis em Lisboa, um da marca Exe de 3 estrelas com 200 quartos, e um da marca Eurostars de 4 estrelas com 180 quartos, com um investimento global de 42 M€.

	2013
Volume de Negócios (milhões €)	20,0
Nº Empregados	200

GRUPO HOTUSA HOTELS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotusa Hotels

http://www.hotusahoteis.com.pt/hoteis/portugal/; http://www.eurostarshotels.com.pt/hoteis-em-portugal.html; http://www.exehotels.com/

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Porto/ Norte			3	195				
Centro			2	205				
Lisboa	1	107	1	83				
TOTAL	**1**	**107**	**6**	**483**				

GRUPO HOTUSA HOTELS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Hotusa Hotels

http://www.hotusahoteis.com.pt/hoteis/portugal/; http://www.eurostarshotels.com.pt/hoteis-em-portugal.html; http://www.exehotels.com/

GRUPO FOUR SEASONS HOTELS & RESORTS

Principais caraterísticas e indicadores

O Hotel Ritz Four Seasons, foi concebido pelo Arq. Pardal Monteiro nos anos 50, com a intenção de projetar internacionalmente a cidade de Lisboa e acrescentar prestígio à hotelaria portuguesa. A sua equipa projetista foi integrada por inúmeros artistas plásticos de que resultaram as magníficas obras de arte históricas, com pinturas e esculturas que constituem belos exemplares de uma das maiores coleções de arte privadas.

A Four Seasons Hotels Inc. é uma empresa canadiana, detentora da cadeia Four Seasons Hotels & Resorts, que explora a hotelaria de luxo a nível mundial, ocupa o 60.º lugar no ranking hoteleiro.

Os seus 95 hotéis estão situados em 38 países, na América do Norte (39), na América do Sul & Centro (3), na Europa (15), no Médio Oriente & África (13) e na Ásia & Pacífico (25), possuindo um total de 20.238 quartos. Em Portugal, detém o Four Seasons Hotel Ritz Lisbon.

Estratégia de desenvolvimento

A sua missão é satisfazer, com elevados padrões de qualidade, as necessidades e gostos dos seus clientes, centrando-se no segmento de luxo associado a uma marca de alta gama.

O seu objetivo é ser reconhecido como uma das empresas que gerem os melhores hotéis, resorts e clubes de residência.

Criando propriedades de valor duradouro com design e acabamentos superiores, apoiadas por uma ética profundamente instalada de serviço personalizado.

	2012
Volume de Negócios (milhões €)	19,0
Nº Empregados	253

GRUPO FOUR SEASONS HOTELS & RESORTS

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Four Seasons Hotels & Resorts

http://www.fourseasons.com

Regiões/ Tipologias	Hotéis 5*		Hotéis 4*		Hotéis 3*		Hotéis Apart.	
2013	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto	Unid.	Quarto
Lisboa	1	282						
TOTAL	**1**	**282**						

GRUPO FOUR SEASONS HOTELS & RESORTS Número de unidades por região onde a marca hoteleira possui ativos

Dados recolhidos em 12/2014

Fonte: Grupo Four Seasons Hotels & Resorts

http://www.fourseasons.com

Ficha Técnica

Alojamento em Portugal 2014
Caraterização dos Principais Grupos Hoteleiros

© Turismo de Portugal, IP

Direção de Planeamento Estratégico

Metodologia:

O relatório de caraterização dos principais grupos hoteleiros nacionais e estrangeiros em Portugal, resultou da inquirição entre setembro e dezembro de 2014, a um universo de 46 grupos envolvidos.

A taxa de resposta foi de 85%.

Equipa técnica:

José Parreira, António Mello e Sara Moura

Edição:

Dezembro de 2014

Documento publicado no PROTURISMO GERIR COM CONHECIMENTO em www.turismodeportugal.pt