

DHM vai avançar com dois novos projetos no Vale do Tejo e no Algarve

23 de Março, 2023

A **Discovery Hotel Management (DHM)** vai ter duas novas unidades para arrancar este ano. Além do investimento em expansões no portfólio das 18 unidades hoteleiras que já explora - no qual o [Crowne Plaza Caparica Lisbon foi o mais recente a abrir](#), totalmente remodelado -, até porque na DHM “apostamos na constante melhoria dos nossos hotéis”, **Luís Mexia Alves**, CEO da empresa, explicou hoje, num encontro com a imprensa, que irão avançar com mais dois novos projetos. O investimento no próximo ano deverá rondar os 30 milhões de euros, adiantou.

Os novos projetos, que não estão ainda 100% fechados, surgirão na região do Vale do Tejo e do Algarve. Dentro de um mês será também lançado um novo investimento de uma unidade no Algarve, que já está operacional, e que integra outro cluster da DHM. O objetivo será lançar novas tipologias de alojamento, “muito especiais”, explica o responsável.

Aproveitando para fazer um balanço de 2022, Luís Mexia Alves explicou que foi **“um ano de vendas recorde”**, tendo corrido “muito bem” em todos os segmentos de negócio. Embora o arranque do ano tenha sido mais lento, a verdade é que no que diz respeito ao portfólio de hotéis urbanos tudo acelerou a partir de abril. E o responsável refere que, no que diz respeito aos Octant Hotels, depois do seu lançamento, em maio de 2022, a “performance foi muito boa, quer a nível da ocupação como dos preços médios”. No que se refere aos resorts all inclusive no Algarve, a performance foi “incrível”. O CEO da DHM sublinha mesmo que **“estes all inclusive vão ter um ano recorde muito acima do ano passado”** em 2023.

Por isso, afirma, **“estamos moderadamente otimistas”**, apesar de sempre atentos aos sinais que o mercado vai dando. Luís Mexia Alves admite que o aumento das taxas de juro terá impacto mas lembra que, se houve algo que a pandemia de Covid-19 nos ensinou foi que “as pessoas consideram as férias bens essenciais”. O que significa, explica, que mais facilmente reduzem despesas noutras atividades semanais ou diárias, do que nas suas férias. **“O meu otimismo é que as pessoas não vão deixar de fazer férias”**, resume.

Em 2022, o hotel que mais contribuiu para os bons resultados da DHM foi o Ramada Lisbon que, embora tenha tido um mau início de ano, acabou por ter resultados recorde, quer a nível de vendas, quer de margem e de valor absoluto.

Por Inês Gromicho