

Tema: Empreendimento Bom Sucesso			Área: 108730 mm2		Âmbito: n.a.	
Título: Resorts integrados: um balanço e o futuro					Temática: n.a.	
2007/12/05	IMOBILIÁRIA - ESPECIAL	Pág. 77	Imagem: 1/2		Periodicidade: n.a.	Inv.: n.a.

RESORTS



RESORTS INTEGRADOS: UM BALANÇO E O FUTURO

Os resorts integrados, entendidos como aqueles onde, sob a mesma entidade promotora e/ou gestora, convivem várias valências de desenvolvimento (hotelaria, segundas residências, golfe, marinas,...) têm vindo a assumir um papel preponderante no desenvolvimento turístico nacional. O objectivo dos próximos parágrafos é: fazer um breve balanço sobre a actividade de promoção e operação de resorts integrados em 2007 e, principalmente, antecipar o ano de 2008.

2007

Foi, conforme se previa, um ano de viragem para o sector em Portugal. Entre inaugurações (Westin, Campo Real ou Aquapura, Douro), novos lançamentos (Tróia Resort), início de obras (Costa Terra ou Herdade do Pinheiro) ou aprovação de planos de pormenor — PP (Parque Alqueva ou Herdade do Barrocal ambos no Alentejo), nada será como antes.

Três factos são hoje, se não consensuais, menos fracturantes:

▪ **A importância de marcas:** sendo consolidadas (como o Westin no Campo Real ou a marca Tróia que nunca deixou de existir) sejam novas (como o Aquapura, a quem se deseja nacional e internacionalmente os maiores sucessos), o investimento e a associação a marcas fortes é hoje uma evidência para promotores no sector. Também ao nível de campos de golfe (onde a assinatura do arquitecto pode ter um papel comercial fundamental), ou de valências específicas como centros de estágios desportivos, complexos de ténis, centros hípicas, para citar apenas alguns, se ancoram de forma crescente em marcas que lhes aportem valor.

▪ **A viabilidade/flexibilidade de conceitos:** a fórmula tradicional (um golfe + um hotel de 200Q + 300 residências junto ao mar) já não é suficiente. A gestão de residências por parte do operador hoteleiro, o ancorar do resort em Vinha/Rio/Outras Temáticas, a importância da arquitectura do imóvel na sua comercialização (levada ao extremo no Bom Sucesso) ou o aparente sucesso de empreendimentos *inland*, mesmo no Algarve (ex. Monte Rei Golf & Country Club ou o Amendoeira Golf Resort) são apenas alguns exemplos desta mudança.

▪ **Os PIN:** projectos de Potencial Interesse Nacional, tantas vezes criticados por não serem necessários se tudo funcionasse normalmente, e de forma célere na administração central, são hoje reconhecida-mente um suporte aos principais promotores. Não pelas razões que normalmente surgem nas entrelinhas de intervenções não fundamentadas (ultrapassaram a lei, vão

destruir o ambiente, etc.), mas porque, de facto, não é igual o tratamento de 1000 hectares com várias valências de desenvolvimento ou um prédio de 10 apartamentos T2 no meio de uma cidade.

2008 E O FUTURO...

Para 2008 e futuro podem antecipar-se quatro factos que julgamos irem 'confrontar' os projectos actuais e os que vierem a ser lançados.

▪ **Novos conceitos:** sejam ao nível do desenho do produto, seja ao nível das suas políticas de comercialização e, por último, da sua gestão futura, o ano de 2008 trará com toda a certeza novidades a este nível. Eco-Resorts, a introdução de Private Residence Clubs na oferta nacional ou a entrada de marcas hoteleiras na promoção residencial são apenas alguns dos exemplos que se adivinham.

▪ **Oferta:** mais do que um facto, um desejo. Que o ano de 2008 seja aquele onde

IMPORTÂNCIA DAS MARCAS > PARA A COMPONENTE HOTELEIRA

ESTRATÉGIAS

Presença em resorts imobiliários promovidos nos principais emissores...

... decorrente crescimento do *Brand Awareness* e extensão da marca

Novas localizações onde é difícil a equação económica da hotelaria *stand alone*

OPERACIONAIS

Maior número de pessoas na área de influência

Mais tipologias para venda (ex. Vilas)

Aumento do número de valências de entretenimento e lazer

Diluição de custos relacionados com espaços, equipamentos e recursos humanos

ECONÓMICAS

Aumento das fontes de receita

Sinergias operacionais e economias de escala

Alavancagem financeira na promoção ("...o investimento na 2ª habitação, e o seu retorno torna a operação "bancável")

Tema: Empreendimento Bom Sucesso					Âmbito: n.a.
Título: Resorts integrados: um balanço e o futuro					Temática: n.a.
2007/12/05	IMOBILIÁRIA - ESPECIAL	Pág.78	Imagem: 2/2		Periodicidade: n.a.

ANÁLISE SECTORIAL

IMPORTÂNCIA DAS MARCAS

> PARA A COMPONENTE DO IMOBILIÁRIO TURÍSTICO

ESTRATÉGIAS	OPERACIONAIS	ECONÓMICAS
Reconhecimento/Exposição global de uma marca	Menor necessidade (ou partilha) de investimentos em equipamentos e serviços	Aumento do valor e velocidade de vendas
Percepção de valor acrescentado - com <i>premium</i> por m2	Clientes hoteleiros sustentam operacionalmente investimentos 'necessários' à valorização do imobiliário (ex. golf)	Utilização de rede de hotéis como <i>stands</i> de vendas...
'Garantia' de manutenção da envolvente /qualidade do empreendimento	Partilha de RH na área de manutenção ou serviços hoteleiros	Aumento de receitas pela integração de serviços hoteleiros na 2ª habitação
		Sinergias operacionais e economias de escala

não será possível apenas um dia na zona de Lisboa e outro na região do Algarve para perceber qual a oferta de qualidade existente em resorts integrados. A multiplicidade de projectos terá que ser uma realidade. Quatro ou cinco opções no Oeste de Lisboa, outras quatro ou cinco no litoral alentejano, mais do que uma no eixo Évora/Alqueva e 10 no Algarve devem ser os objectivos mínimos de Portugal enquanto destino neste sector.

▪ **Procura:** manutenção da maioria da procura proveniente de três mercados: Reino Unido e Irlanda (embora este último em clara desaceleração após anos de procu-

ra não totalmente racional), Espanha (que encontrou em algumas zonas de Portugal uma boa oportunidade para compra de 2ª residência) e Portugal (sempre importante para lançar e/ou ajudar a compor a procura internacional). Uma reflexão adicional para a necessidade de apresentar a oferta nacional no mercado nórdico e, principalmente, embora com resultados eventualmente mais significativos no médio prazo, o mercado alemão.

▪ **Sustentabilidade ambiental e territorial dos projectos:** será um período de escrutínio sobre os projectos que foram sendo desenvolvidos ou se encontram em

desenvolvimento. O cepticismo normalmente associado à preocupação dos promotores na sustentabilidade ambiental e territorial do nosso país, será durante os próximos meses e anos colocado à prova. Temos — todo o sector — a possibilidade de demonstrar boas práticas e mesmo práticas de referência a nível europeu no desenvolvimento de resorts de grande dimensão. Sejam os elogios pelo menos tão mediatizados como as críticas dos últimos anos.

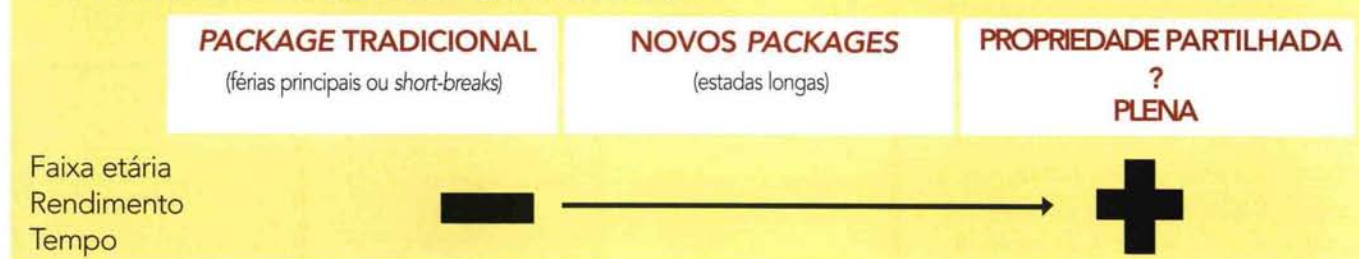
Aguarda-se com muita expectativa o início de desenvolvimento de novos projectos, de onde destacamos o Parque Alqueva, que marcará, sem dúvida, todo este novo destino; assim como a confirmação do Douro como destino com potencial por explorar; e a Madeira — após Porto Santo — como destino onde os resorts integrados podem fazer parte da oferta num futuro próximo.

No Alentejo Litoral o início da comercialização e desenvolvimento de grandes projectos a par da inauguração do complexo de Tróia constituirão marcos importantes no desenvolvimento do destino, sejamos nós capazes de aproveitar, de forma responsável, os 56 km de costa inexplorada que aí existem.

Venha então 2008 ...■

Eduardo Abreu e Nuno Constantino
Sócios da neoturis — consultoria em turismo

FLEXIBILIDADE DE CONCEITOS...HOTELARIA



FLEXIBILIDADE DE CONCEITOS...IMOBILIÁRIA

