

## Investidores apostam em força na hotelaria

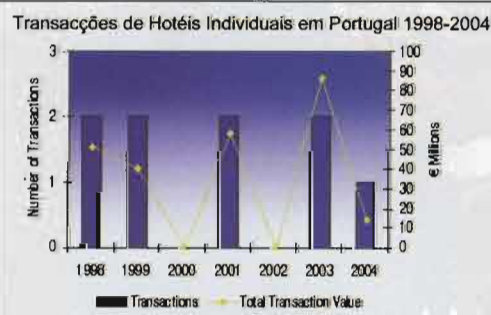
O mercado de investimento em hotéis esteve em alta em 2004, segundo a HVS International, com a actividade a registar transacções de 8,9 mil milhões de euros.

Investir em hotéis é cada vez mais uma opção para quem procura rentabilizar o seu capital e, segundo o estudo "Transacções de Hotéis na Europa" da HVS International, o ano de 2004 registou um aumento superior a 30% nesta actividade para os 8,9 mil milhões de euros. O sector mostrou-se atractivo para os investidores, com um crescimento do RevPar o ano passado em vários mercados europeus. E muitos fugiram à turbulência bolsista para apostarem em força nos hotéis como activo imobiliário.

No que se refere às transacções de activos individuais, a HVS observou 137 operações todas elas superiores a 75 milhões de euros, o que fez com que 2004 fosse um ano record nesta categoria de investimento, ao alcançar

os quatro mil milhões de euros (mais 21% do que em 2003). Espanha foi o mercado mais activo, com 40 transacções que representaram 8.100 quartos e mais de 1.000 milhões de euros (cerca de 25% do total da actividade), seguida pelo Reino Unido com uma forte liquidez e 980 milhões de euros movimentados em 33 transacções. A Alemanha também esteve dinâmica, representando 9% da actividade de investimento em hotéis individuais, e os mercados francês, irlandês, italiano e holandês também registaram crescimentos significativos.

Na componente de transacções de carteiras de hotéis, o ano de 2004 foi muito forte, com 22 operações num total de 4,9 mil milhões de euros (mais 39% do que em 2003). Para este ano, a HVS prevê que esta actividade se mantenha em crescimento, com a tendência cada vez maior dos operadores hoteleiros se posicionarem menos como compradores, algo que já se vem a verificar com marcas como a Whitbread e a Inter-Continental. ■



### Hotéis portugueses com preços elevados

O mercado de investimento hoteleiro em Portugal restringe-se a Lisboa e ao Algarve. De acordo com a HVS, existem neste momento várias unidades à venda, não só no Algarve como também na Madeira, mas com uma grande disparidade de valores entre as ofertas e o preço de venda, uma situação que já adiou muitas transacções em 2004 e que, segundo a consultora, deverá continuar a caracterizar o mercado este ano. O estudo da HVS regista apenas uma transacção a nível de unidades individuais em 2004: a venda do Portimão Marina Hotel, no Algarve, ao Grupo Espírito Santo por cerca de 14 milhões de euros (71 mil euros por quarto). Mas adianta que o Tivoli Tejo Hotel, em Lisboa, também foi adquirido pelo GES, por uma quantia desconhecida. Quanto à actividade de investimento em portfólios, o estudo refere a operação de "sale & leaseback" do Grupo Amorim em relação aos hotéis Accor ao promotor espanhol Pontegadea Inmobiliaria.

## A análise dos projectos considerados estratégicos na área turística

\*João Cristóvão



O Sector Turístico em Portugal deverá ser considerado como um sector de actividade estratégica para o País, não só pela sua contribuição para o PIB (Produto Interno Bruto), mas também pelo investimento que gera. Este investimento sendo privado, dinamiza a economia do País, pelos empregos directos e indirectos a que dá origem na fase de construção, assim como em regime de exploração, contribuindo por conseguinte para um crescimento económico devidamente sustentado do País, uma vez que não contribui para o agravamento do deficit geral do estado, contribuindo no entanto para a redução deste.

Não se compreende portanto o "tratamento" que os governantes do país dão ao sector turístico. Aprovar um projecto turístico é na maioria dos casos, um quebra-cabeças pelo que, há promotores que preferem adiar *sine die* os seus investimentos esperando por melhores dias.

O posicionamento estratégico de alguns produtos turísticos, nem sempre se pode considerar como mais adequado, pelo que, no futuro se irá assistir a alguns fiascos técnico-económicos.

Os produtos turísticos que no futuro serão considerados estratégicos, são os ligados ao agro-turismo, assim como a complexos que integrem uma componente ambiental forte, nomeadamente os associados a actividades de lazer no domínio do golfe, caça, aventura, e ainda produtos denominados de segunda habitação.

O produto turístico que tenha como base de apoio somente a componente "sol e praia", salvo raras excepções, será um produto de baixo valor acrescentado, sendo necessário dinamizar outras áreas de actividade, nomeadamente o incremento das actividades das companhias aéreas "Low Cost", para o seu sucesso.

A resolução de uma parte do problema, deveria passar pela criação de grupos inter-ministeriais por forma a que qualquer projecto e/ou complexo turístico, ao dar entrada numa Câmara Municipal, fosse aprovado e/ou reprovado, por exemplo em 90 dias e que não se arrastasse pelas várias repartições/comissões/ministérios, vários anos. Infelizmente esta é a

imagem da burocracia e ineficiência do Estado.

O critério de análise dos projectos considerados estratégicos na área turística, deveriam ser balizados por critérios de rigor técnico-económico.

Na componente técnica, não mais se podem deixar construir equipamentos turísticos que não sejam equipados com sistemas de gestão técnica, uma vez que é através destes que se consegue otimizar os consumos energéticos em regime de exploração, assim como desagregar os consumos de energia e água, por centro de custos.

A economia de energia não passa só por ligar/desligar sistemas, é necessário projectar estes por forma a identificar os principais centros de custos/consumos nos domínios dos sistemas de climatização e ventilação, dos sistemas de transportes verticais – elevadores, dos sistemas das redes de águas de consumo e rega, assim como dos sistemas energéticos e de segurança.

Em resumo os projectos turísticos para terem sucesso devem respeitar os seguintes critérios:

- QUALIDADE DO PROMOTOR
- QUALIDADE DO PROJECTO – ARQUITECTURA/INSTALAÇÕES ESPECIAIS
- QUALIDADE DOS RECURSOS HUMANOS
- QUALIDADE AMBIENTAL

Caso se cumpram estes critérios, então o projecto terá sucesso, contribuindo de forma activa para a redução do deficit público e da taxa de desemprego. Aos governantes do País que saibam aproveitar a "janela de oportunidade" que se abre no domínio turístico, criando medidas que incentivem os investidores, porque só assim no futuro se poderão equilibrar as contas públicas. ■

\*Director Técnico da EACE (Grupo Engenheiros Associados)