

hoteleria

PUBLITURIS

Ano 12 • Nº 133 • Fevereiro 2017 • Mensal • Preço de Capa: €10 (Portugal)

A REVISTA DO GESTOR HOTELEIRO

—
DOSSIER
TÊXTEIS



CONRAD ALGARVE
UNIDADE TEM NOVA
DIRECÇÃO

STAR INN LISBON
ABRE PORTAS
ESTE MÊS

133

AMAZING EVOLUTION, UNLOCK BOUTIQUE HOTELS E BLUESHIFT

UMA 'NOVA' GESTÃO

*São cada vez mais os hotéis cuja gestão
é entregue a empresas especializadas.
Fomos falar com alguns players e damos
a conhecer as vantagens do negócio.*

As vantagens da gestão profissionalizada.

As empresas de gestão de activos hoteleiros surgiram como uma necessidade de mercado, por ocasião da crise económica que atingiu fortemente o sector.

Texto **Patrícia Afonso** Fotografia **DR**



HÁ DEZ ANOS a gestão de unidades hoteleiras era feita pelos proprietários ou por marcas de hotéis já estabelecidas, mas esta realidade mudou com a crise económica que assolou o mundo e cujos efeitos impactaram de forma mais preponderante em 2010. A queda nos preços e o difícil acesso ao crédito verificado em Portugal levou ao fim de alguns negócios hoteleiros, enquanto outros estavam ávidos de uma gestão mais eficaz e adaptadas aos novos

tempos. Foi assim que começaram a aparecer, por um lado, os fundos, por norma ligados a entidades bancárias, que compraram diversas unidades com o intuito de revendê-las. Alguns assim o fizeram, outros adequaram o âmbito do negócio às alterações económicas. Paralelamente, surgiram no mercado empresas a oferecer serviços de gestão. É sobre estas que escrevemos as próximas linhas. Qual é, afinal, o negócio destas empresas nos dias de hoje e quais as

HOTEL 1908 LISBOA

A gestão desta nova unidade situada no Intendente está a cargo da Amazing Evolution



tendências nesta área são algumas das questões que fizemos à Amazing Evolution, Unlock Boutique Hotels e à BlueShift.

Amazing Evolution

A Amazing Evolution Management nasceu em 2012, “para responder a uma necessidade de mercado”. “O País estava a atravessar uma crise profunda e alguns projectos turísticos passavam sérias dificuldades financeiras. Desde então, o negócio da Amazing cresceu, desenvolveu-se e, actualmente, não estamos só focados na recuperação de projectos turísticos, como somos convidados para gerir os projectos de raiz, o que mostra o reconhecimento no nosso know how na área”, explica Margarida Almeida.

A administradora conta que “o que caracteriza o negócio da Amazing Evolution e o grande objectivo a que a empresa se propõe é a criação de valor”. “Após a recuperação do projecto, os accionistas estão em condições de colocar no mercado uma unidade saudável, rentável e com perspectivas de futuro. O histórico da Amazing demonstra que, em média, dois anos são suficientes para que estes projectos em dificuldade passem a despertar o interesse de investidores privados”. Nos dias de hoje, a Amazing tem igualmente sido “muito requisitada por parte de investidores privados do sector hoteleiro para gerir os seus projectos, com o objectivo de os posicionar no mercado como ofertas de excelência”. “O nosso rigor na gestão hoteleira é reconhecido e apreciado, o que tem sido um orgulho para mim, tudo fruto de um excelente trabalho realizado pela equipa Amazing.”

A Amazing Evolution tem 12 unidades em carteira, entre as quais o Monte Santo Resort no Algarve; o Aldeia dos Capuchos Hotel, Golf & Spa, em Almada; o Hotel Termas da Curia, na zona centro do país; o Hotel Paul do Mar na

– **BLUESHIFT**
Francisco Nogueira de Sousa, CEO,
e Filipe Santiago,
partner and head of
development and
consulting

Madeira; o Clube Praia Mar em Portimão; o Conrad Algarve (asset management); o Czar em Lisboa; e o Hotel 1908 Lisboa. Neste momento, a empresa tem cinco novidades em pipeline, das quais duas já em fase de concepção, uma em Sintra e outra no Alentejo.

Unlock Boutique

Com menos de um ano no mercado, a Unlock Boutique Hotels nasceu com Miguel Velez, Martinho Fortunato e Adrian Bridge, três profissionais com carreiras reconhecidas no Turismo. Trata-se de “uma ‘hotel management company’ que centra a sua actividade na gestão de boutique hotéis de pequena e média dimensão (até 120 quartos), destacando-se, sobretudo, por oferecer soluções que acrescem as receitas, reduzem os custos e melhoram toda a operação das unidades hoteleiras. O propósito final da Unlock é o de criar um cluster de hotéis de referência em todo o território nacional, incluindo as ilhas da Madeira e dos Açores”.

Miguel Velez, que desempenha as funções de CEO, explica, ainda, que a empresa, “de base tecnológica, surgiu após se identificar que em Portugal existem cerca de 1.500 hotéis independentes, sendo que num número alargado de unidades a gestão, vendas, marketing, promoção, tecnologia, logísticas, etc. poderiam ser optimizadas se incluídas numa rede específica para hotéis boutique”

Esta empresa oferece três modelos diferentes de gestão: através de um contrato de arrendamento; mediante o pagamento de uma avença de gestão; ou em regime de soft services brand partner, “que se destina a hotéis que se querem manter independentes na gestão, mas usufruir de um conjunto de tecnologias exclusivas Unlock.

Com oito meses de actividade, a Unlock conta no seu portefólio com quatro hotéis em gestão integral, separados de forma equitativa entre modelo de renda e fee de gestão e dois hotéis em soft brand, estando a negociar novas unidades para gestão e em soft brand. Destacam-se nomes como Casa Melo Alvim (Viana do Castelo), Hotel da Estrela (Lisboa), Marina Club Lagos Resort (Algarve) e Monverde Wine Experience Hotel (Amarante).

BlueShift

A BlueShift – Achievers Make the Change está no mercado também desde 2012 e conta com sete unidades em carteira, entre hotéis grandes e boutique, cidade e resort, marca própria e franchise. Esta empresa surgiu “com a ambição de ser um agente activo no ganho de competi-

>>>



>>>

tividade do sector, apoiando investidores e operadores hoteleiros na abordagem aos desafios e oportunidades gerados num contexto de forte dinâmica de transformação”, começa por explicar Filipe Santiago, Partner & Head of Development and Consulting.

“Oferecemos uma solução 360° para investidores e operadores do sector, com um portefólio de serviços que vai, desde a consultoria nas mais diversas áreas, à gestão integrada ou de áreas específicas de um hotel, estendendo-se ainda ao asset management para investidores não hoteleiros. A BlueShift assenta numa organização por “Achievement Centers”, liderados por especialistas com elevada experiência e competência em cada área do negócio, como Rooms Operations, F&B Operations, Revenue Management, Sales Management ou Finance and Control, num total de nove unidades especializadas.”

Vantagens

Mas quais as vantagens deste negócio para as partes? Margarida Almeida, da Amazing, explica que a empresa que fundou “faz uma avaliação criteriosa dos projectos que aceita para o seu portefólio”, ficando com a “certeza que temos as condições adequadas para atingirmos os objectivos exigentes a que nos propomos”. “Para nós, os clientes são parceiros e quando nos comprometemos com a transformação de negócio temos que garantir que estamos todos a trabalhar para o mesmo objectivo. Cinco anos depois de termos começado a nossa actividade, temos o orgulho de dizer que todos os nossos projectos estão recuperados ou prestes a atingir os objectivos”, diz. Margarida Almeida não quer falar pelos proprietários, “mas quero acreditar que nos vêem como parceiros credíveis e os nossos números também lhes trazem a

– **MONVERDE WINE EXPERIENCE HOTEL**

Esta unidade integra o portefólio da **Unlock Boutique**

tranquilidade de saber que o que prometemos cumprimos”.

Na Unlock, os boutique hotéis “beneficiam da possibilidade de se promoverem e gerirem de forma otimizada, deixando de estar “sozinhos” no mercado para passarem a fazer parte de uma rede integrada de hotéis”. “Além disso, têm inúmeras vantagens na esfera comercial, já que a Unlock oferece serviços de comparação de preços, canais de distribuição, optimização de tarifas e ferramentas para medição da reputação da marca. Por outro lado, obtêm acompanhamento também ao nível da contratação com operadores on e off-line, marketing, compras, controlo de gestão, entre outros.”

Já a BlueShift apresenta como vantagem para o proprietário “a garantia de um aconselhamento e apoio profissional e conhecedor do negócio, quer a nível estratégico, quer a nível operacional”. Do lado da gestão ou da marca, “posso dizer que, apesar da maior exigência que vem associada, há também uma vantagem grande em ter, do lado de cá, um interlocutor com maior expertise, que compreende bem os problemas e desafios associados à operação e é próactivo na busca de soluções”, indica Filipe Santiago, E exemplifica com a experiência nas duas unidades que a BlueShift gere, sob franchise de marcas internacionais: “A nossa relação com a marca não podia ser melhor, e os resultados não deixam margem para dúvidas. E, como sabemos, mais receita, mais GOP e mais EBITDA significa que todos terão boas notícias para dar aos respectivos ‘boards’.”

Onde investir

Lisboa, Porto, Algarve e Madeira são as principais regiões turísticas em Portugal. Os números não enganam. Mas tem-se assistido a uma dispersão dos turistas por outras regiões, e a vontade e esforço destas para que tal aconteça.

– **MARGARIDA ALMEIDA**

A empresária fundou a **Amazing Evolution** em 2012



>>>



Jobs

UNIFORMS
1988



PORTO
RUA FARIA GUIMARÃES, 31
4000-206 PORTO | PORTUGAL
T.+351 22 551 94 00
jobs@jobs.co.pt

LISBOA
AV. INFANTE SANTO, 43-B
1350-179 LISBOA | PORTUGAL
T.+351 21 393 33 50
jobs@jobs.co.pt

www.jobs.co.pt

>>>

Haverá um mapa de rentabilidade na gestão de activos? A BlueShift define claramente regiões, enquanto a Amazing e a Unlock preferem falar em projectos.

“Na nossa visão não existem regiões mais ou menos rentáveis, existem projectos viáveis e projectos inviáveis. É claro que as principais regiões turísticas do País criam condições para um negócio mais próspero, mas uma unidade numa região mais pequena poderá ser igualmente rentável se for ajustado à realidade e gerido com rigor e com objectivos realistas”, diz a administrador da Amazing. “É difícil destacarmos uma região específica. Portugal está a passar uma óptima fase em termos turísticos, o que permite desenvolver projectos sustentáveis, respondendo às necessidades de mercado. E, ao contrário do que acontecia noutros tempos, os investidores de projectos hoteleiros vêm empresas como a Amazing como parceiros, com o objectivo de atingir os melhores resultados possíveis”, precisa.

Por sua vez, Miguel Velez explica que a “Unlock tem sido abordada por hotéis em todas as regiões, não existindo uma região significativamente mais forte. A Madeira e os Açores são as duas regiões com menos projectos em análise, embora estas localizações também estejam contempladas no nosso plano de expansão”.

O CEO esclarece, ainda, que a empresa “analisa o mercado não só na perspectiva da rentabilidade imediata, mas também a médio e a longo prazo, nomeadamente através de uma selecção muito criteriosa das unidades”. “Temos definido algumas localizações com elevado potencial, como Guimarães, Viana do Castelo, Amarante, Douro, Óbidos, Évora, Algarve, Funchal, São Miguel, entre outras, mas também acreditamos que bons projectos fazem o destino e por isso estamos a analisar unidades noutros locais.”

Na BlueShift “acreditamos a oportunidade de profissionalização da gestão de activo hoteleiros é generalizada no mercado. Logicamente, os mercados com maior massa crítica e rentabilidade – como Lisboa, Porto, Algarve e Madeira – são os que apresentam volumes mais interessantes, mas a nossa experiência diz-nos que há enormes oportunidades de optimização e aumento de rentabilidade em destinos secundários, desde que o activo tenha alguma qualidade”, defende Filipe Santiago, acrescentando que, “nestes casos, as soluções têm que ser mais pragmáticas”.

Tendências

Embora recente, este negócio em Portugal está consolidado e o seu sucesso à vista. Poderá já



–
**UNLOCK
BOUTIQUE**
Martinho Fortunato
(à esquerda)
e Miguel Velez são
dois dos fundadores
desta empresa, no
mercado há apenas
oito meses

falar-se de tendências?

A administradora da Amazing começa por salientar que “o sector do turismo em Portugal está a crescer, voltamos a ouvir falar de novos projectos, novos hotéis, novos investimentos”. “Acredito que aprendemos com a crise para podemos desenvolver projectos sustentáveis, com rentabilidade para os seus proprietários e não voltarmos a cometer os erros do passado. No final do dia ficarão no mercado os players com visão de longo prazo e com uma estratégia adequada. E como alguém que me merece muito respeito disse, e eu subscrevo, Portugal não deve ter um turismo para massas, mas antes um turismo para gente com massa!”

Miguel Velez opina, por seu lado, que “os hotéis independentes têm, na nossa opinião, a necessidade de se juntarem e de fazerem parte de um grupo que os alavanque”. “Na hotelaria, tal como na grande maioria dos sectores, ter escala é fundamental e a Unlock serve exactamente esse propósito – e esta é uma tendência que se vai manter por muito tempo. No entanto, isto não significa que estes hotéis percam a característica que os torna únicos e cada vez mais procurados, isto é o facto de serem Boutique Hotéis.”

Por fim, Filipe Santiago indica que “Portugal não tem uma grande tradição de Asset Management profissional, até porque a maioria dos investidores não tem, realmente, uma estratégia de portefólio a longo prazo”. Porém, diz, “as mudanças estruturais que ocorreram a partir de 2008, aumentaram o grau de segregação entre propriedade do activo e gestão, gerando novas oportunidades, em particular junto de detentores de activos que não têm expertise hoteleiro e percebem o potencial de criação de valor por essa via”. **h**