



INSTITUTO DE TURISMO
DE PORTUGAL

Seminário Retorno de Investimentos em Activos Turísticos

Lisboa, 25 de Outubro de 2005

Intervenção do Presidente do ITP - Instituto de Turismo de Portugal

Todos sabemos a importância do sector do turismo como factor dinamizador e multiplicador da economia, pelos diversos contributos que induz em todos os indicadores.

Não vos vou maçar com isso.

O panorama do sector a nível mundial caracteriza-se

- Evolução rápida dos mercados e tendências
- Proliferação dos destinos
- Segmentação da procura

E os diversos intervenientes da cadeia de valor devem responder diária e sistematicamente à sua evolução, ao comportamento dos mercados, principalmente os emissores e às exigências dos consumidores percebendo as oportunidades e as ameaças e agindo antecipadamente.

Uma das preocupações que mais pesa na estratégia de qualquer investidor passa certamente pela conciliação do investimento com o tipo de mercado em que pretende operar.

Já bem basta muitas vezes a constatação da existência de factores exógenos à tomada de decisão dos promotores:

- A demora e atraso das autorizações por parte das entidades públicas
- Os entraves de natureza burocrático-legal
- As alterações de conjuntura da política financeira ao nível. P.e., das finanças públicas e da legislação do trabalho
- Enfim toda uma panóplia de incidências, não mensuráveis quando da decisão de investir, mas que têm efeitos, a maior parte negativos, sobre a rentabilidade e retorno dos investimentos

Por isso mesmo, nos factores que dependem directamente do promotor, haverá que estar muito atento para que não haja desvios na fase de investimento e para que, durante a operação, os factores críticos, nomeadamente em termos de custos, sejam controlados o mais eficazmente possível, no sentido de permitir um adequado **ROI**.

Torna-se portanto fundamental definir qual o mercado alvo e como nos vamos posicionar, bem como, e talvez mais importante, identificar o produto a operar.

A **matriz de produto**, considerando a concorrência, as potencialidades de crescimento, o custo de investimento associado e a capacidade de negociação sobre a procura, constitui hoje em dia um dos principais factores críticos de sucesso de qualquer decisão de investimento.

O actual ITP resultou, como todos sabem, da fusão da componente financeira herdada do antigo fundo de turismo e depois do IFT, com a área de promoção do turismo do ICEP e, nesse âmbito desempenhou, ao longo da sua história um papel de grande relevo no apoio ao investimento do sector, quer por via directa, quer indirecta, e também por via das sociedades financeiras em que detém a maioria do capital. Posso mesmo dizer que, se não existisse, possivelmente não estaríamos hoje aqui todos reunidos a discutir este tema.

Tenho para mim que o sector financeiro português teve sempre uma menor apetência pelo sector do turismo, nomeadamente o segmento hoteleiro e especialmente no que respeita à componente investimento e, para além disso, não entendeu, ou não quis entender, as características da geração de cash flows associadas à actividade e adaptá-los à tipologia do serviço de dívida, mormente quanto ao seu horizonte temporal associado.

E como certamente os senhores saberão melhor que eu, muitos dos problemas decorrentes das dificuldades financeiras das empresas deste sector e de alguns fracassos em investimentos realizados passam ou passaram, muitas das vezes, por problemas originados na falta de reciprocidade entre a capacidade de criação de tesouraria e os serviços de dívida associados e na consequente falta de capacidade de negociação dos promotores.

Apenas como exemplo, mesmo agora não há um único fundo imobiliário a operar no mercado, com excepção do que é operacionalizado pelo ITP, cujas condições sejam compatíveis com as características do sector do turismo.

Especificamente ao tema que aqui nos trouxe e de acordo com uma amostragem realizada no itp chegámos a alguns indicadores que poderão ser interessantes, assim:

| Tipologia | Custo médio/# | TIR | Pay back | ML Totais/Vendas |
|----------------|---------------|-----------|----------|------------------|
| 5 ***** | 130/140 mil | 15 a 16% | 15 anos | 42 % |
| 4 ***** | 90/100 mil | 19 a 21% | 13 | 46 % |
| 3 *** | 63 mil | 14% a 16% | 16 | 49 % |
| Hotéis/apartam | | | | |
| 3/4/5 ***** | 100 mil | 18% a 19% | 13 | 51 % |

Por último, queria apenas referir que os apoios ao investimento se caracterizam cada vez mais pela sua transversalidade, apostando na selectividade e caminhando progressivamente para a diminuição dos incentivos à designada componente corpórea.

O Conselho Europeu de Lisboa, a que se decidiu designar ***Estratégia de Lisboa***, fixou o objectivo estratégico de investir nas pessoas e no conhecimento, por forma a preparar a transição para uma economia mais competitiva.

Por isso é de crer que o novo pacote de fundos para o período 2007/13, deverá contemplar as directivas da comissão sobre esta matéria, nomeadamente quanto ao novo modelo de implementação dos apoios comunitários em consequência também do alargamento a 25.

Embora o modelo ainda não se encontre totalmente definido, será lícito concluir que os níveis de selecção irão aumentar, sendo certo que serão privilegiados os factores de natureza imaterial que contribuam decisivamente para o aumento da competitividade.

Caros colegas de ofício

Estou certo, pelo elenco dos oradores dos diversos painéis, que este seminário será um sucesso e que contribuirá para o esclarecimento de todos os que, trabalhando no sector do turismo, esperam sempre melhorar os seus conhecimentos no sentido de também melhor se posicionarem no âmbito do mercado global em que todos nos situamos.

Estrutura actual de incentivos assenta em 3

Níveis: ■ protocolos

■ Incentivos de aplicação geral (SIPIE; SIME)

■ Apoios vocacionados para produtos ou territórios prioritários para a política de turismo (PITER; SIVETUR)



INSTITUTO DE TURISMO
DE PORTUGAL

Obrigado

Orlando Carrasco