VIII CONFERÊNCIA ANUAL DO TURISMO

Centro de Congressos da Madeira – Abril 2014

ATRACTIVIDADE DAS CIDADES TURÍSTICAS



A PERSPECTIVA DO INVESTIDOR



OBJECTIVOS





Partilhar experiências



Riscos & lições



Lançar dúvidas e reflexões







LÓGICA ESTRATÉGICA de um PERCURSO



- Há 20 anos, um grupo regional, hoje em 15 países, com aprox 40% do EBITDA gerado no exterior
- Internacionalizar: única via p/ ganho de dimensão & afirmação global da marca
- Diversificação do risco patrimonial, da base de mercados emissores,
 busca de novos modelos de negócio
- Mas, acima de tudo, um processo de aprendizagem corporativa, um irreversível caminho de mudança de paradigmas & mentalidades





OS DESAFIOS DESTE PERCURSO



- Ousar "pensar-grande" mas com humildade...
- Enfrentar os melhores em novos ambientes
- Velocidade vs Segurança no crescimento
- Sentido de timing (ciclos) e flexibilidade de gestão (cultura negocial, posicionamento e estratégia)
- Recomeçar, recomeçar, recomeçar





RISCOS & LIÇÕES



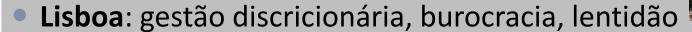
- Precipitação : know before you go...
- "Gula": digestões lentas & difíceis...
- Vaidade corporativa : só porque sim...
- ROE return-on-ego: um dia a factura chega
- Miopia : interpretar ciclos e visão de longo prazo

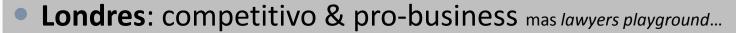


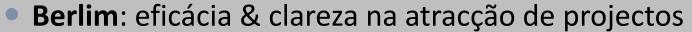


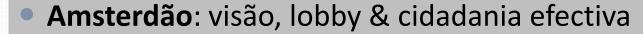
EXPERIÊNCIAS de INVESTIMENTO em AMBIENTES de NEGÓCIO DISTINTOS











Miami: barreiras à entrada & imprevisibilidade latina









EXPERIÊNCIAS de INVESTIMENTO Madrid vs Barcelona : sonho <u>versus</u> pragmatismo



Atracção turismo internacional

Acções contra sazonalidade

Estrutura da oferta / posicionamento

Aposta no segmento MICE (Congressos/Eventos)

Política aérea

Rentabilidade para o investidor





A PERSPECTIVA DO INVESTIDOR



7

CRITÉRIOS-CHAVE para DECISÕES de INVESTIMENTO



- A luta pela terra & pelas localizações
- A saga do licenciamento
- O lobby instalado & o pipeline de projectos
- O ambiente negócios ("doing business")
- Fiscalidade e lei laboral
- A conversão do Revpar em Goppar (da receita ao resultado)





"BEST PRACTICES" das CIDADES de SUCESSO TURÍSTICO



- Conhecer concorrência & modelos de sucesso
- Afirmação pela personalidade & Business Plan LP
- A clareza & estabilidade das regras do jogo
- Acessibilidades & política de transporte aéreo (low cost)
- Estratégia sólida para segmento MICE (Congressos/Eventos)
- Investimento claro & consistente em promoção
- Alinhamento da "oferta alargada"
- Gestão inteligente do stock de quartos





9

OBRIGADO



"E outra vez conquistemos a Distância Do mar ou outra, mas que seja nossa!" Fernando Pessoa

