





Muito mais  
que 5 estrelas

## Linha de apoio à qualificação da oferta turística

Em parceria com o Turismo de Portugal

Portugal precisa de projetos turísticos únicos. Inovadores. Crie, requalifique e aposte na qualidade.

- 7 Requalificação e ampliação de empreendimentos turísticos existentes;
- 7 Criação de novos empreendimentos turísticos, desde que:
  - Resultem da adaptação ou reabilitação de património edificado classificado ou intervenções de reabilitação em áreas de interesse turístico;
  - Sejam diferenciadores em relação à oferta na região;
  - Sejam adequados à procura turística e supram carências de oferta;
- 7 Criação e requalificação de empreendimentos, equipamentos ou atividades de animação turística, diferenciadores da oferta existente;
- 7 Criação e requalificação de estabelecimentos de restauração, de interesse turístico e diferenciadores da oferta existente;
- 7 Empreendimentos, equipamentos ou atividades de animação e de restauração de interesse para o turismo (CAE 561, 563, 931 e 932), ou serviços associados.

[pt.santanderadvance.com](http://pt.santanderadvance.com)

 Santander

Advance  
Empresas 

# EDITORIAL



José Manuel Inácio | Diretor Geral

Caros leitores,

Após anos de grandes dificuldades conjunturais, vivemos um novo ciclo económico com clara evidência no setor do turismo.

Nota-se um otimismo geral e aumento do investimento, onde as áreas do alojamento, restauração e animação turística se destacam, e para o que a reabilitação e requalificação urbana se têm assumido como um fator estratégico importante.

Modelos inovadores, preocupação ambiental, qualidade no serviço e aposta nos recursos humanos, estão cada vez mais presentes nos projetos a implementar, alguns com a nossa assessoria.

Tem sido esse percurso a motivação do trabalho que realizamos, desenvolvendo-os como se de nossos se tratem, o que nos orgulha e incentiva a continuar.

Acreditamos que o futuro será promissor, cabendo a todos gerir o muito a fazer no sentido da nossa melhoria enquanto sociedade, e para o que a Financertus certamente contribuirá.

**P**ara nós, Grupocertus, é gratificante verificar que atingimos os objetivos a que nos propusemos, o que nos consolida e gera uma melhor perspetiva para o futuro.

Integra a nossa estrutura três empresas em setores diferenciados mas complementares entre si, permitindo-nos ter uma visão alargada do mercado e reforçar experiências, o que consideramos na base da elaboração dos nossos planos de ação.

Estamos no âmbito da Financertus, Lda. a reforçar as parcerias empresariais e institucionais valorizando os serviços, bem como na assessoria aos empresários na gestão dos seus estabelecimentos, desenvolvimento e implementação de projetos.

Decorrente do crescente aumento de investimento por vezes não devidamente estruturado, consideramos oportuno elaborar uma peça esclarecedora das ações a desenvolver, onde também alertamos para as consequências negativas em caso de fragilidade da iniciativa.

O nosso crescimento na gestão de projeto e assessoria financeira tem sido significativo, contribuindo para o efeito o trabalho realizado e o reconhecimento dos clientes.

Na componente da gestão hoteleira, a Certushotéis, Lda. através do Hotel Real D'Óbidos 4\* obteve um bom desempenho e reforçou a sua consolidação financeira, permitindo-lhe olhar para o futuro com possibilidade de expansão.

Fruto de um plano de ação assente noutro modelo de investimento imobiliário, a Imocertus, Lda. efetuará a aquisição de imóveis para reabilitar e colocar no mercado de arrendamento habitacional, uma vez constatada a dificuldade de compra ou aluguer de casas, procurando criar uma área de negócio de longo prazo e menor risco, bem como estudar e estruturar projetos destinados a revenda.

Continuamos a apostar nas pessoas que conosco trabalham, não as encarando como elementos prescindíveis à organização, mas sim atribuindo-lhes responsabilidades e reforçando os laços de colaboração no seio das equipas de trabalho que integram.

Por tudo isto merece a pena continuar! ■

Pensamento

"A melhor maneira de nos prepararmos para o futuro é concentrar toda a imaginação e entusiasmo na execução perfeita do trabalho de hoje."

(Dale Carnegie)

# ÍNDICE

03	A FINANCERTUS
09	A NOVA LEGISLAÇÃO DA PROTEÇÃO DE DADOS   por Cristina Siza Vieira (AHP)
15	INVESTIDOR CONSCIENTE OU O SONHO DE SER HOTELEIRO?   por José Manuel Inácio
19	A ASSESSORIA JURÍDICA AO INVESTIMENTO TURÍSTICO   por Carlos Ricardo (CRCGS)
21	APOIOS E INCENTIVOS FINANCEIROS
23	INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO
25	QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO
27	INCENTIVOS NO DOMÍNIO DE PEQUENOS NEGÓCIOS (S1ZE)
28	LINHA DE APOIO À QUALIFICAÇÃO DA OFERTA
29	LINHA DE APOIO À VALORIZAÇÃO TURÍSTICA DO INTERIOR
30	LINHA DE APOIO À SUSTENTABILIDADE
31	INSTRUMENTO FINANCEIRO DE REABILITAÇÃO E REVITALIZAÇÕES URBANAS (IFRUU 2020)
32	TENHO O INCENTIVO DO PORTUGAL 2020 CONTRATADO. O QUE SE SEGUE?   por Nuno Veloso
34	BENEFÍCIOS FISCAIS PARA O INVESTIMENTO NO TURISMO   por Marta Silva
37	À CONVERSA COM RAÚL RIBEIRO FERREIRA   Presidente da ADHP
44	A FORÇA DE UMA MARCA   por Cláudia Inácio
46	A IMPORTÂNCIA DA FOTOGRAFIA NA ERA DIGITAL   por DAILY FRAMES
48	INOVAÇÃO E OTIMIZAÇÃO ENERGÉTICA   por Manuel Gonçalves (STERNBLU)
50	À CONVERSA COM PAULO COUTINHO DE CASTRO   Chefe e Fundador de PORTUGUESE TABLE
55	SUNENERGY
58	UMA CEIA MEDIEVAL   Certus Eventos
69	20 ANOS IMOCERTUS

A revista certus é distribuída **gratuitamente** a nível nacional.

Pode consultar a nossa revista **online** através dos sites: [www.grupocertus.pt](http://www.grupocertus.pt) e [www.financertus.pt](http://www.financertus.pt)

## FICHA TÉCNICA

**PROPRIETÁRIA E EDITORA** . Financertus - Consultadoria e Serviços, Lda.

**MORADA DA SEDE E REDAÇÃO** . Alameda Roentgen 2A - 1ºE 1600-759 Lisboa

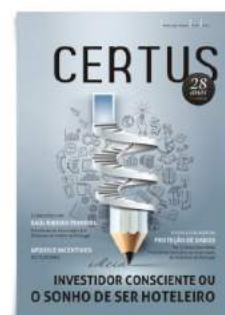
**DIRETOR** . José Manuel Inácio **DIREÇÃO E COORDENAÇÃO** . Dep. de Comunicação e Imagem da Financertus, Lda.

**DESIGN E COORDENAÇÃO GRÁFICA** . Cláudia Inácio

**DEPÓSITO LEGAL** . 261758/07 **TIRAGEM** . 2000 exemplares **GRÁFICA** . 4/4CORES LDA.

Nota: Isento de Registo na ERC ao abrigo do Decreto-Regulamentar 8/99 de 9 de Junho artº 12º nº1 a)

A revista é propriedade e produção exclusiva da Financertus, Lda. para distribuição gratuita não podendo ser total ou parcialmente reproduzida ou vendida a terceiros sem prévia autorização da mesma.



HÁ 28 ANOS AO SERVIÇO DO TURISMO

# FINANCERTUS

CONSULTADORIA E SERVIÇOS, LDA.

"Acreditamos que o sucesso das empresas decorre do reconhecimento dos serviços que presta, o que incentiva à contínua melhoria de desempenho e consequente satisfação de quem a promove."

Constituída em 1990, a Financertus sempre exerceu a atividade ligada ao turismo apoiando há quase três décadas centenas de empresários na concretização dos seus projetos.

Desde o pequeno turismo rural, empreendimentos de animação turística, hotelaria até aos balneários termais e conjuntos turísticos, faz da sua especialização uma mais va-

lia para os clientes, proporcionando-lhe o apoio de equipas com forte conhecimento nas respetivas áreas de atuação.

Acreditamos que o sucesso das empresas decorre do reconhecimento dos serviços que presta, o que incentiva à contínua melhoria de desempenho e consequente satisfação de quem a promove.

Mais do que palavras, a nossa cultura empresarial reflete o que somos e a forma como agimos, o que se tem traduzido num extenso portefólio conquistado com esforço e dedicação.

SERVIÇOS PRESTADOS  
DESDE 1990:



HOTÉIS

323



HOTÉIS RURAIS

51



RESTAURANTES

45



OUTROS PROJETOS

94



HOTÉIS  
APARTAMENTOS

43



APARTAMENTOS  
TURÍSTICOS

29



ALDEAMENTOS  
TURÍSTICOS

10



TURISMO EM  
ESPAÇO RURAL

114



IMOBILIÁRIA

13



ENTIDADES

13



ALOJAMENTO LOCAL

59



ANIMAÇÃO TURÍSTICA

71

## COMO O CONSEGUIMOS?

Desde cedo, percebemos que para um caminho de futuro que pretendíamos consolidar, seria importante aprofundar áreas complementares de atuação, não só por uma questão estratégica na diversificação de atividades, como pelo enriquecimento do conhecimento daí resultante e que certamente iria majorar a prestação da Financertus.

Consultoria de apoio aos negócios no turismo é também imobiliária e atividade operacional.

Surtem assim as duas outras empresas que a integram, mais tarde como Grupo Certus.

financ  
Consulta

Capital Social |

desde  
1998

imocertus  
Investimentos Imobiliários e Turísticos, Lda.

Capital Social | 150.000,00€

- Efetua investimentos imobiliários visando a sua comercialização ou arrendamento.

### ESTUDOS DE MERCADO

#### PLANOS DE NEGÓCIO

#### ASSESSORIA TÉCNICA

- Na organização de processos;
- Acompanhamento institucional;
- Assessoria a advogados e solicitadores;
- Avaliação de antecedentes processuais;
- Otimização funcional de projetos;
- Coordenação de equipas e procedimentos multidisciplinares;
- Elaboração de estudos de equipamento;
- Orçamentação do investimento;
- *Procurement* de fornecedores;



desde  
1990

**ERTUS**  
doria e Serviços, Lda.

224.459,05€

desde  
2001

**CERTUS**hotéis  
Hoteleria e Turismo, Lda.

Capital Social | 250.000,00€

#### BENEFÍCIOS FISCAIS

#### CANDIDATURAS A APOIOS FINANCEIROS

- Acompanhamento financeiro na execução dos projetos;

#### APOIO À GESTÃO HOTELEIRA

- Gestão operacional;
- Análise de rácios;
- Controle de custos;
- Certificação da qualidade e ambiental;
- Marketing.

#### COMUNICAÇÃO E IMAGEM

#### AUDITORIAS DE QUALIDADE E SERVIÇOS

- Explora as unidades do grupo e assessoria na atividade hoteleira de clientes.









COIMBRA TEM CADA VEZ MAIS ENCANTO

# SAPIENTIA BOUTIQUE

## BOOKS & WINE HOTEL ★★★★★

**O** SAPIENTIA BOUTIQUE HOTEL 4\* resulta da recuperação de três imóveis na Alta de Coimbra, fruto da visão e empreendedorismo de dois casais André Sardet/Catarina Mesquita Dutra e José Manuel Portugal/Maria Israel Portugal, que de forma muito interativa partilham e personalizam o projeto.

Único hotel na zona histórica classificada pela Unesco como Património Mundial, além de refletir ilustres figuras de Coimbra através da sua importância em diversas áreas da sociedade, acolhe o batismo de cada unidade de alojamento com o nome de um escritor ligado à cidade ou às suas tertúlias literárias.

Com uma localização de excelência, é envolvido pelo pátio da Universidade, a biblioteca Joanina, o museu da Ciência, museu Machado de Castro, Sé Velha e Sé Nova, e ruas com edifícios históricos constituindo uma malha urbana de extrema beleza e mística.





“Se o Homem é do tamanho do seu sonho, o Sapiencia Boutique Hotel tem a dimensão infinita do nosso querer e da nossa paixão.”

Integram a unidade quartos e apartamentos de várias tipologias, um espaço de tapas e *Wine Bar*, e a *Tasca das Tias Camellas*, procurando recriar uma das mais populares da boémia da cidade no século XIX.

Destaque para o pátio interior e o *rooftop*, onde uma vista 360° nos preenche e enriquece...

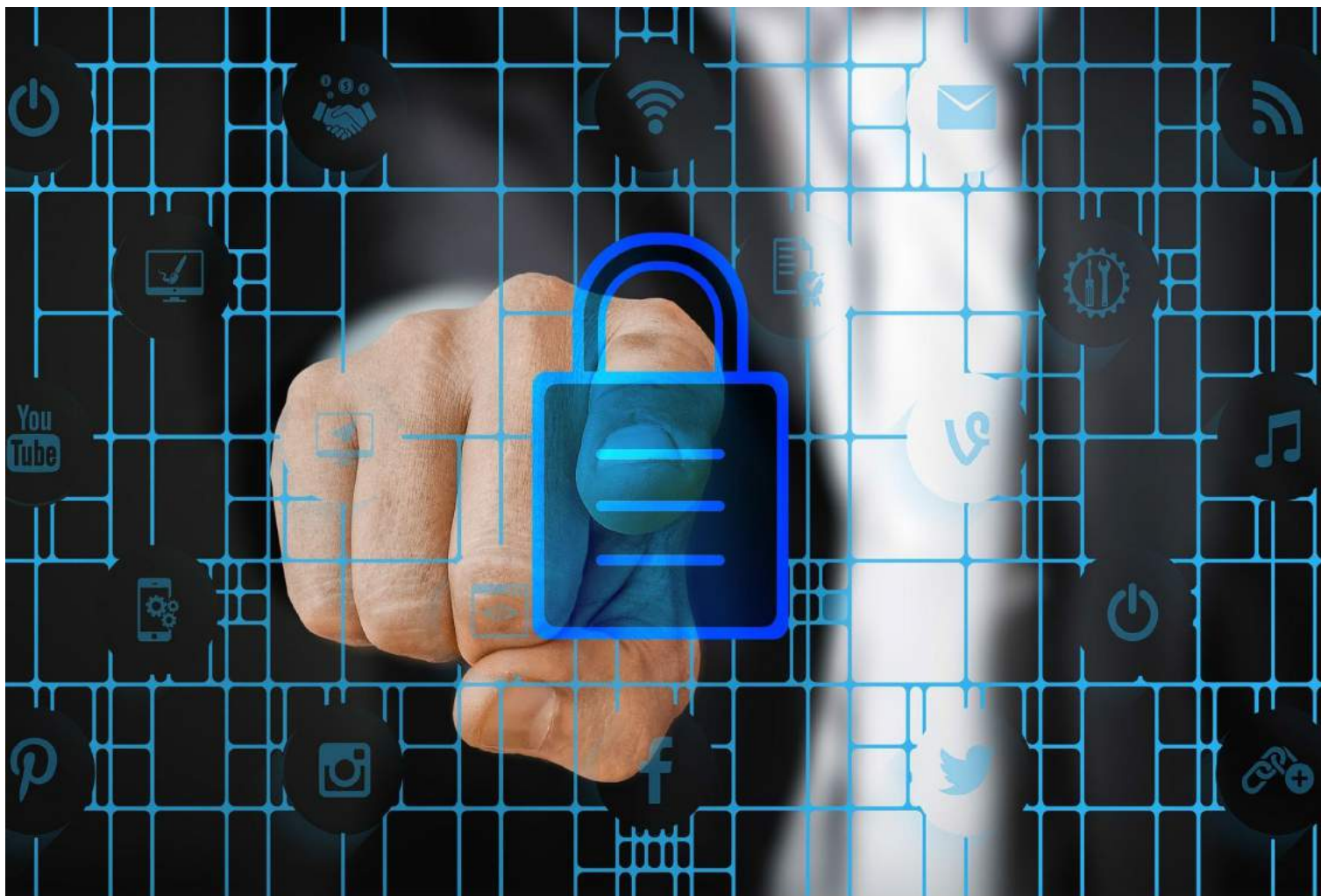
Excelente localização, decoração cuidada e aliada a um serviço simples mas esmerado, uma casa portuguesa em três edifícios de relevo histórico e arquitetónico, elevado nível de conforto e acolhimento personalizado, constituem argumentos fortes de atração.

A Financertus prestou consultoria de gestão hoteleira no desenvolvimento funcional do projeto, elaborou o plano de negócios e a candidatura a programa comunitário, assessorando também no âmbito fiscal e financeiro a obra. ■

SAPIENTIA BOUTIQUE HOTEL  
Rua José Falcão Nº 4, 3000-062 Coimbra, Portugal  
Tif | +351 239 151 803  
hello@sapienciahotel.com

[www.sapienciahotel.com](http://www.sapienciahotel.com)





## A NOVA LEGISLAÇÃO DA **PROTEÇÃO DE DADOS**

por Cristina Siza Vieira | Associação da Hotelaria de Portugal

“Para estarem preparadas para a entrada em vigor do regulamento, todas as empresas devem desenvolver, ou melhor, já deviam ter encetado, auditorias às políticas, processos, sistemas e aplicações informáticas no sentido de, no mais curto prazo, atingirem a conformidade com o regulamento e, assim, evitem a aplicação de coimas e riscos reputacionais.”

**A** 25 de maio de 2018 *aexquo* em todos os países da União Europeia, em todas as entidades públicas e privadas, incluindo entidades subcontratadas, será aplicado o novo Regulamento de Proteção de Dados (RGPD).

Em todas as entidades?! Sim, em todas as que procedam ao tratamento de dados pessoais de cidadãos europeus, independentemente da sua localização. Ou seja, basicamente quaisquer entidades que procedam à venda de produtos e à prestação de serviços (ainda que de forma gratuita) ou efetuem *profiling*, na UE, estão sujeitas ao novo Regulamento.

O que muda, portanto, é para todos. Os hotéis são apenas uma “pequena” fatia das empresas que vão ter de se adaptar. Uma “pequena/grande” fatia!

**Todos os hotéis processam e armazenam informação pessoal e financeira, necessária à prestação do serviço, mas também informação para personalizar a experiência do Cliente, criar programas de fidelização e ofertas dirigidas, a que se associa a diversidade de acessos para reservas via internet e online, transferência de dados para entidades terceiras e, ainda, a informação dos colaboradores internos.**

Ora, vários estudos publicados recentemente identificam o setor como um dos mais vulneráveis a incidentes de segurança e tentativas de roubo de dados dos Clientes por *hackers*.

É, por isso, ainda mais oportuno reveritar com os nossos Associados a necessidade de assegurarem a conformidade com o novo Regulamento.

### O REGULAMENTO

Em traços muito gerais, este regulamento vem substituir a Lei de Proteção de Dados (LPD) em vigor desde 1998 e teve como principais linhas orientadoras harmonizar a legislação de Proteção de Dados na União Europeia, tornar o regime jurídico mais claro para as organizações e para os titulares dos dados e adaptar as regras de privacidade à nova era digital.

Grande parte das novas obrigações não são tão novas assim, visto que já estavam contempladas na atual LPD, mas há alterações significativas, das quais apenas enunciaremos abaixo algumas, e que devem merecer especial atenção dos nossos Associados.

Uma delas: a maioria das atividades dos hotéis obriga ao consentimento do titular

dos dados. O consentimento deve ser expresso de forma livre, apresentado numa linguagem clara e simples e identificar o propósito do tratamento, isto significa que o consentimento tem de ser dado de forma positiva e para cada finalidade de tratamento. Note-se que o titular pode, a qualquer momento, retirar o consentimento.

E os direitos dos titulares dos dados são reforçados, concretamente, aceder aos seus dados pessoais, solicitar retificação, eliminação e/ou transferência dos dados para outras empresas (portabilidade, etc.).

Vários outros princípios têm impacto direto nas organizações: A proteção dos dados desde a concepção e por defeito obriga as organizações a aplicar as medidas técnicas e organizativas adequadas, garantindo que os dados são tratados para cada fim específico e que são recolhidos apenas os dados necessários ao tratamento.

No caso de violação de dados pessoais, é obrigatório ter processos implementados que permitam informar a autoridade de controlo num prazo de 72 horas, bem como no caso de elevado risco para o titular, comunicar-lhe essa violação sem demora.

Sempre que a especificidade do tratamento implicar um elevado risco (e, por exemplo, uma nova aplicação ou website ou tratamentos massivos é de elevado risco) as organizações devem proceder, antes de iniciar o tratamento, a uma avaliação do impacto sobre proteção de dados (PIA).

De destacar ainda a função de Encarregado de Proteção de Dados, que, quando obrigatória ou recomendada, pode ser exercida por um recurso interno ou em regime de *outsourcing*, cujas funções e responsabilidades são vastas e muito exigentes.

“A maioria das atividades dos hotéis obriga ao consentimento do titular dos dados. O consentimento deve ser expresso de forma livre, apresentado numa linguagem clara e simples e identificar o propósito do tratamento, isto significa que o consentimento tem de ser dado de forma positiva e para cada finalidade de tratamento. Note-se que o titular pode, a qualquer momento, retirar o consentimento.”

Finalmente o conceito de responsabilidade (*accountability*) implica que a organização comprove que são cumpridos todos os princípios relativos ao tratamento de dados pessoais.

#### IMPACTO NA HOTELARIA

Para estarem preparadas para a entrada em vigor do regulamento, todas as empresas devem desenvolver, ou melhor, já deviam ter encetado, auditorias às políticas, processos, sistemas e aplicações informáticas no sentido de, no mais curto prazo, atingirem a conformidade com o regulamento e, assim, evitarem a aplicação de coimas e riscos reputacionais.

A proteção de dados tem de ser claramente assumida pelo setor.

Considerando o volume, diversidade e especificidade dos dados recolhidos e armazenados pelos nossos Associados, aconselhamos começarem por responder internamente às questões devidamente sistematizadas no site\* da AHP.

Temos vindo a enfatizar todo o esforço de recursos humanos e financeiros para desenvolver o trabalho de adoção do RGPD nos nossos hotéis.

Todavia, importa referir que, sendo esta uma necessidade, tem também aspetos positivos quando implementado, de que destacamos: o aumento da confiança dos Clientes e a sensibilização dos colaboradores, especialmente de *frontoffice*, que poderá evitar a ocorrência de situações desagradáveis e reclamações.

Para apoiar os nossos Associados, a AHP desenvolveu uma parceria com a PKF e a ProtectData, especialistas em proteção de dados, já divulgada em várias sessões, e criou um gabinete específico que poderá ser utilizado pelos hotéis associados que pretendam apoio externo para o diagnóstico da situação atual e implementação das medidas necessárias à obtenção da referida conformidade.

Uma mensagem final: na matéria somos todos interessados, quer enquanto titulares de dados, quer enquanto responsáveis em empresas ou entidades obrigadas ao cumprimento do regulamento. ■

**CRISTINA SIZA VIEIRA**  
Presidente Executiva | AHP

\* <http://www.hoteis-portugal.pt/servicos/gabinete-de-protecao-de-dados>



dos dados. O consentimento deve ser expresso de forma livre, apresentado numa linguagem clara e simples e identificar o propósito do tratamento, isto significa que o consentimento tem de ser dado de forma positiva e para cada finalidade de tratamento. Note-se que o titular pode, a qualquer momento, retirar o consentimento.

E os direitos dos titulares dos dados são reforçados, concretamente, aceder aos seus dados pessoais, solicitar retificação, eliminação e/ou transferência dos dados para outras empresas (portabilidade, etc.).

Vários outros princípios têm impacto direto nas organizações: A proteção dos dados desde a concepção e por defeito obriga as organizações a aplicar as medidas técnicas e organizativas adequadas, garantindo que os dados são tratados para cada fim específico e que são recolhidos apenas os dados necessários ao tratamento.

No caso de violação de dados pessoais, é obrigatório ter processos implementados que permitam informar a autoridade de controlo num prazo de 72 horas, bem como no caso de elevado risco para o titular, comunicar-lhe essa violação sem demora.

Sempre que a especificidade do tratamento implicar um elevado risco (e, por exemplo, uma nova aplicação ou website ou tratamentos massivos é de elevado risco) as organizações devem proceder, antes de iniciar o tratamento, a uma avaliação do impacto sobre proteção de dados (PIA).

De destacar ainda a função de Encarregado de Proteção de Dados, que, quando obrigatória ou recomendada, pode ser exercida por um recurso interno ou em regime de *outsourcing*, cujas funções e responsabilidades são vastas e muito exigentes.

“A maioria das atividades dos hotéis obriga ao consentimento do titular dos dados. O consentimento deve ser expresso de forma livre, apresentado numa linguagem clara e simples e identificar o propósito do tratamento, isto significa que o consentimento tem de ser dado de forma positiva e para cada finalidade de tratamento. Note-se que o titular pode, a qualquer momento, retirar o consentimento.”

Finalmente o conceito de responsabilidade (*accountability*) implica que a organização comprove que são cumpridos todos os princípios relativos ao tratamento de dados pessoais.

#### IMPACTO NA HOTELARIA

Para estarem preparadas para a entrada em vigor do regulamento, todas as empresas devem desenvolver, ou melhor, já deviam ter encetado, auditorias às políticas, processos, sistemas e aplicações informáticas no sentido de, no mais curto prazo, atingirem a conformidade com o regulamento e, assim, evitarem a aplicação de coimas e riscos reputacionais.

A proteção de dados tem de ser claramente assumida pelo setor.

Considerando o volume, diversidade e especificidade dos dados recolhidos e armazenados pelos nossos Associados, aconselhamos começarem por responder internamente às questões devidamente sistematizadas no site\* da AHP.

Temos vindo a enfatizar todo o esforço de recursos humanos e financeiros para desenvolver o trabalho de adoção do RGPD nos nossos hotéis.

Todavia, importa referir que, sendo esta uma necessidade, tem também aspetos positivos quando implementado, de que destacamos: o aumento da confiança dos Clientes e a sensibilização dos colaboradores, especialmente de *frontoffice*, que poderá evitar a ocorrência de situações desagradáveis e reclamações.

Para apoiar os nossos Associados, a AHP desenvolveu uma parceria com a PKF e a ProtectData, especialistas em proteção de dados, já divulgada em várias sessões, e criou um gabinete específico que poderá ser utilizado pelos hotéis associados que pretendam apoio externo para o diagnóstico da situação atual e implementação das medidas necessárias à obtenção da referida conformidade.

Uma mensagem final: na matéria somos todos interessados, quer enquanto titulares de dados, quer enquanto responsáveis em empresas ou entidades obrigadas ao cumprimento do regulamento. ■

**CRISTINA SIZA VIEIRA**  
Presidente Executiva | AHP

\* <http://www.hoteis-portugal.pt/servicos/gabinete-de-protecao-de-dados>





WHERE LISBON IS

# BAIRRO ALTO HOTEL ★★★★★

“Com um posicionamento de elevado nível no mercado, a unidade está a aumentar a sua capacidade de alojamento e diversificar serviços.”

**H**á lugares que nos transportam para além da imaginação, da mística que os envolve...

O Bairro Alto Hotel de cinco estrelas é um deles, cujas características arquitetónicas do edifício, localização, qualidade das instalações e serviços representam o que de melhor na oferta hoteleira se disponibiliza em Lisboa.

Com um posicionamento de elevado nível no mercado, a unidade está a aumentar a sua capacidade de alojamento e diversificar serviços. ■

**BAIRRO ALTO HOTEL**  
Praça Luís de Camões, 2 | Bairro Alto  
1200-243 Lisboa  
Tlf | +351 213 408 288

[www.bairroaltohotel.com](http://www.bairroaltohotel.com)





EM CONSTRUÇÃO

# PALÁCIO LUDOVICE

HOTEL ★★★★★



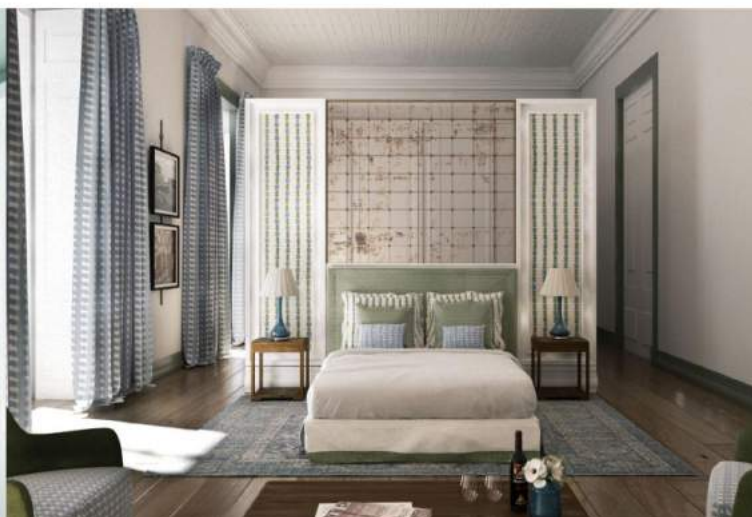


Classificado como monumento nacional, este imóvel sito junto ao Largo de S. Pedro de Alcântara no Bairro Alto em Lisboa, destaca-se pelo seu porte e características arquitetónicas e culturais, estando a ser adaptado a Hotel de 5 estrelas.

Com abertura prevista para o final de 2019 a unidade irá dispor de:

- 62 quartos
- 1 restaurante
- 1 loja Caudalie
- 1 loja (Instituto Vinho do Porto)

A Financertus elaborou as candidaturas aos programas comunitários e assessora neste âmbito a implementação do projeto. Foi ainda responsável pelo plano de *marketing* e assessoria fiscal. ■







HISTÓRIA E MODERNIDADE NO CORAÇÃO DE LISBOA

# CORPO SANTO LISBON HISTORICAL HOTEL

★★★★★



CORPO SANTO LISBON HISTORICAL HOTEL  
Largo do Corpo Santo 25  
1200-129 Lisboa  
Tlf | +351 218-288 000

[www.corposantohotel.com](http://www.corposantohotel.com)

# INVESTIDOR CONSCIENTE <sup>ou</sup> O SONHO DE SER HOTELEIRO?

por José Manuel Inácio

“A realidade é que parte dos promotores continua a não avaliar devidamente o negócio onde se quer posicionar.”

**V**ivemos hoje um período de grande entusiasmo, até euforia, na procura de oportunidades de investimento no setor do turismo, não sejam os bons resultados verificados nos três últimos anos, e a perspetiva de crescimento futuro.

Como amplamente divulgado, a atividade turística tem sido responsável pela criação de dezenas de milhares de postos de trabalho, sendo já o segundo motor mais importante na retoma, cabendo-lhe até final do ano passado uma faturação superior a 3,5 mil milhões de euros, representando 7% do PIB.

Mais de 21 milhões de turistas que nos visitaram em 2017 motivam-nos a um maior crescimento, para o que claramente deveremos prosseguir com a estratégia de re-

configuração do mercado turístico nas diversas áreas que o integram, incorporando novos produtos.

Mas atenção, vivemos atualmente outro paradigma, dizendo-nos a história que não deveremos esquecer os ciclos passados e os ensinamentos colhidos, o que parece não ter grande impacto em parte do tecido empresarial.

No turismo, os últimos anos têm sido férteis na procura, e a grande incidência verifica-se em cidades como Lisboa e Porto com crescimento significativo no número e diversificação de infraestruturas de alojamento.

Os centros históricos e áreas envolventes têm sido foco da intervenção urbana, e temos assistido à requalificação de centenas de edifícios para afetação à atividade turística em modelos desde hotelaria, alojamento local, à restauração e animação entre outros.

A procura tem sido grande, e o valor do imobiliário crescido significativamente atingindo hoje um custo por m2 quase irrealista, mas havendo sempre alguém disposto a pagar, sobretudo mercado internacional que em muito tem influenciado os preços.

Vários fatores têm concorrido para este efeito, não só o “contágio” iniciado há cerca de 8 anos na instalação de hotéis e hostels como apartamentos de curta estadia, cujo resultado do apelidado bom negócio tem influenciado investidores dos mais diversos quadrantes, como as facilidades fiscais na compra de imóveis para habitação por parte de estrangeiros entre outros.



“Nem todos podemos ser empresários hoteleiros mesmo que o setor do turismo brilhe, se não tivermos a capacidade de avaliar os riscos do negócio a desenvolver, pelo que uma análise criteriosa através de um plano de negócios é fundamental.”

Esta tem sido a tendência e a continuar nos próximos anos, não se sabe bem quantos, mas a realidade é que parte dos promotores continua a não avaliar devidamente o negócio onde se quer posicionar.

Numa ótica meramente economicista, direi que a maioria não será viável, até porque um projeto de investimento deverá ter uma lógica de recuperação do capital no médio prazo, e estar pensado numa rápida transformação e ou saída do mercado onde atua em caso da sua alteração, sem perdas significativas.

Claro que a equação deverá ser efetuada pelos promotores e cada estabelecimento é único, pelo que fatores como alinhamentos internacionais, inserção em cadeias de valor, localização e características específicas de cada uma, conceito e estratégia são fundamentais, fazendo variar as perspetivas de exploração.

A concretização de novos investimentos é importante para o mercado e para o País, mas atenda-se à sua correta definição e estruturação quer no projeto como de procedimentos, além do plano de ação global a estudar a montante.

Nem todos podemos ser empresários hoteleiros mesmo que o setor do turismo brilhe, se não tivermos a capacidade de avaliar os riscos do negócio a desenvolver, pelo que uma análise criteriosa através de um plano de negócios é fundamental.

A ilusão contínua permanente em grande parte dos empresários, pois o custo espetável do investimento face à capacidade produtiva a instalar não deixará antever uma exploração saudável, baseando o seu cálculo na possível valorização do património imobiliário como fator de “conforto” à sua intenção e estratégia estabelecida.

É verdade, mas só uma minoria conseguirá esse efeito.

Recordemos há uns anos atrás o surgimento de hotéis em vários locais na província e cidades que até eram uma referência e hoje a perderam, remetendo-os para um mercado muito sujeito à constante pressão dos preços resultando na sua desvalorização.

Não esqueçamos que o princípio do bom projeto é a boa localização, transversal a todo o território.

No passado assistimos a um forte apelo à criação de várias tipologias de empreendimentos turísticos, onde os hotéis e os denominados “resorts” com golfe e turismo residencial assumiam a liderança e a imagem do país na divulgação da sua oferta, e se efetuarmos hoje o balanço a leitura carecerá de uma análise profunda.

Mais tarde, o modelo de “hotel de charme” com o denominado “spa”, por vezes com uma infraestrutura muito reduzida para honrar o nome, veio a proliferar sobretudo em zonas rurais onde se procurava aliar o

conforto e o conceito “Wellness” num bom produto.

Dezenas de hotéis foram construídos pelo País estando hoje infelizmente em situação difícil, não só por dificuldades financeiras dos seus promotores, como pelas condicionantes do mercado às quais não conseguem escapar, tendo muitos apresentado falência.

Não esqueçamos que todos eles quando iniciaram os seus investimentos se demonstravam (aparentemente) viáveis económica e financeiramente, e com promotores entusiastas e motivados a querer fazer bem e melhor...

É óbvio que existem exceções e ainda bem, pois são eles que nos motivam a trabalhar e nos ensinam boas práticas a uma exploração rentável, existindo alguns hotéis também na província que são rentáveis independentemente de se considerarem destino ou não.

Em regra, este tipo de unidades tem reduzida capacidade e os proprietários são interativos na exploração, assumindo a liderança do negócio e pessoalizando-o.

Para se obter esta relação de causa/efeito é necessário gostar do que se faz, ter capacidade empreendedora, empenho e desempenho e, finalmente, espírito de sacrifício, características nem sempre inerentes ao perfil da maioria dos investidores.



No extremo oposto estão cadeias hoteleiras cujo saber resulta da profissionalização que souberam implementar na sua estratégia de desenvolvimento, e cuja atividade em grupo favorece a operação de cada hotel no individual, estudando à partida de forma ponderada os investimentos a realizar.

No meio destes estão todos os outros, representando uma significativa percentagem dos empreendimentos no país, e a maioria hipotecou a sua vida em resultado de um “sonho” que uma vez teve ao querer ser hoteleiro e ou empresário turístico, sem contudo ter avaliado convenientemente os caminhos a percorrer...

Muitos ficaram numa situação difícil, sendo que a maioria ignorou o que denomino de boas práticas para o investimento no turismo, demonstrando a deceção pela falta de alcance no seu projeto e a forma como esta influenciou a sua vida.

Entusiasmo generalizado, facilidade no financiamento, majoração do estatuto empresarial entre outros, levaram a que privados e entidades oficiais potenciasssem um crescimento exponencial da oferta e em locais sem qualquer apetência turística pelos mercados, independentemente das suas excelentes características ambientais, culturais, gastronómicas ou outras.

Hoje os modelos de negócio estão diferentes, onde o fator qualidade/preço é fundamental na escolha do alojamento, determinando a otimização do investimento e exploração, e onde o tipo de serviços e os recursos humanos são peça fundamental na construção de um produto sustentável e que cada vez mais se pretende certificado.

A globalização, os novos hábitos de consumo, a informação à distância de um “click”, e todos os meios tecnológicos ao dispor garantem desde já a qualquer empresário hoteleiro um dos maiores desafios que alguma vez teve no seu percurso profissional.

A idealização do seu projeto estruturado na perspetiva de alcance de resultados no médio/longo prazo sem alteração de fundo, pelo que soluções de caráter passivo e ativo são fundamentais se conjuguem o melhor possível.

Para o efeito, deverá reunir uma equipa multidisciplinar que coordenadamente possa garantir um conjunto integrado de serviços, cabendo ao gestor de projeto avaliar e estabelecer o planeamento adequado.

Embora com a contração normal que parte dos promotores tem em contratar uma empresa habilitada, este passo é fundamental não só na pré-análise da intenção, estudo dos mercados e eventual plano de negócios, como na abrangência dos projetos.

Usualmente a maioria dos empresários julga saber o que pretende, e está convencido mesmo sem estudo apropriado da sua iniciativa que a mesma irá resultar em sucesso, recorrendo a equipas pouco profissionais na falsa perspetiva de minimização de custos, e que todos estes processos são fáceis...

Como em tudo, e não obstante o sentido colaborativo que a maioria das entidades oficiais instituiu nos seus procedimentos, é imperativo uma avaliação global do projeto a desenvolver, coordenar áreas de atuação e acompanhar devidamente todo o processo, procurando garantir-se antecipada-

mente bons resultados e celeridade de procedimentos.

Aconselho, por isso, o recurso a consultoria especializada, que no setor do turismo é bastante credível e onde existem empresas que certamente poderão contribuir de forma muito significativa para o sucesso do projeto a desenvolver ou, alternativamente, aconselhar à sua não concretização em resultado de prévia avaliação económica e financeira, alertando atempadamente para que o sonho não se torne em pesadelo. ■



**JOSÉ MANUEL INÁCIO**  
Diretor Geral | FINANCERTUS  
jminacio@grupocertus.pt

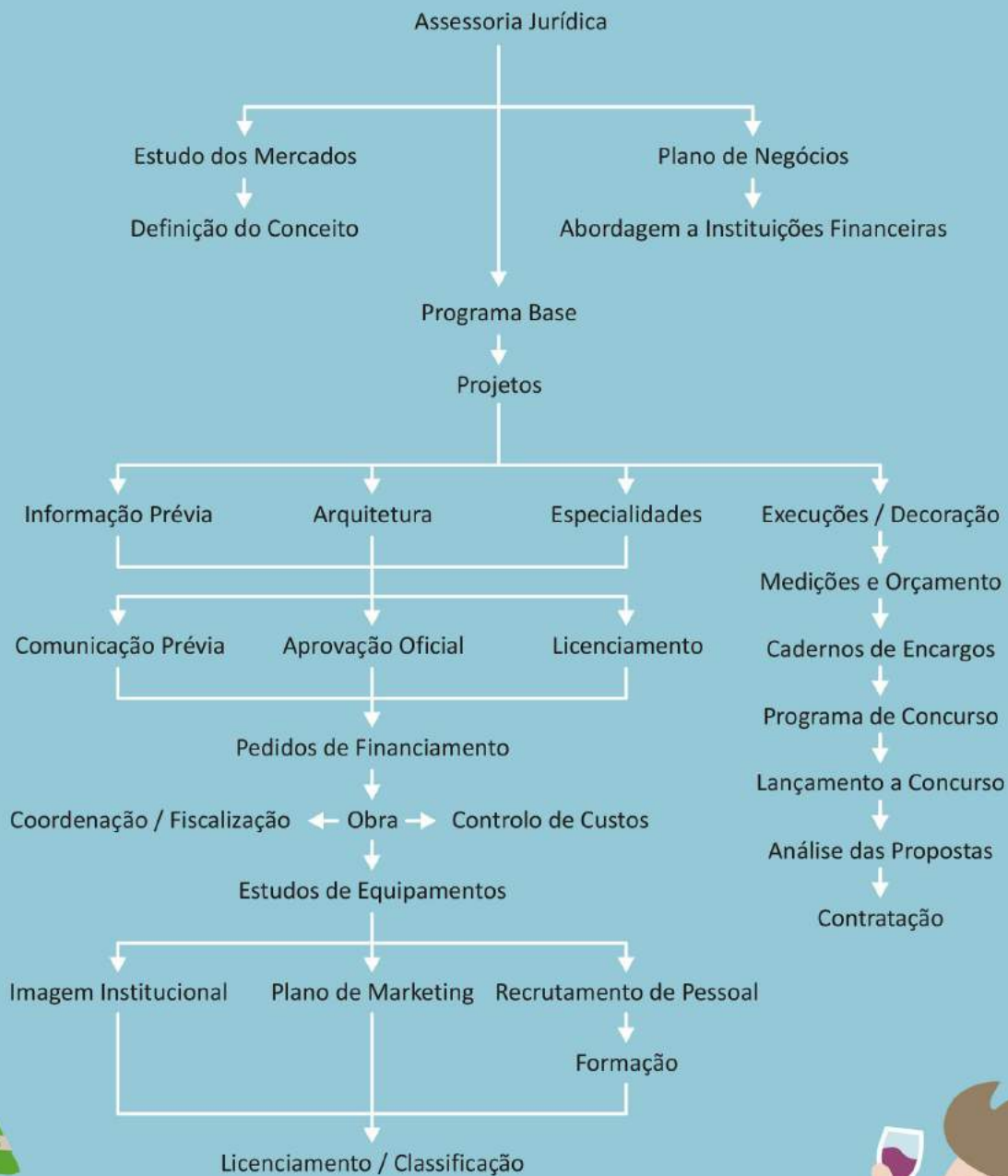
## FUNDAMENTAL TER EM CONTA

- Adequada capacidade financeira.
- Não subavaliar o projeto/investimento.
- Apurar a sua oportunidade para o mercado.
- Inovar no produto nas diversas áreas que o integram.
- Definir estratégias de exploração.
- Contratar técnicos e/ou empresas que aportem valor aos serviços que prestem.
- Efetuar rigoroso controlo de custos e otimização do investimento.
- Apostar em recursos humanos qualificados e motivados.
- Criar uma imagem de marca e estabelecer um bom plano de ação.
- Implementar uma eficaz gestão operacional.
- Não ignorar ou minimizar os procedimentos adequados ao correto desenvolvimento da iniciativa nos vários estágios que a integram.
- Não comprometer o futuro...!



“...é imperativo uma avaliação global do projeto a desenvolver, coordenar áreas de atuação e acompanhar devidamente todo o processo, procurando garantir-se antecipadamente bons resultados e celeridade de procedimentos.”

## CRONOGRAMA DO INVESTIMENTO





# A ASSESSORIA JURÍDICA AO INVESTIMENTO TURÍSTICO

Por Carlos Ricardo | membro de CRCGS\*

\* CARLOS RICARDO | CÁRMEN GREGÓRIO DA SILVA - ADVOGADOS, RL

“O assessor jurídico deverá integrar, desde o início, a equipa de trabalho multi-disciplinar que desenvolverá o conjunto de ações necessárias ao desenvolvimento do investimento...”

Observando as diversas fases da realização do investimento turístico (incluindo, portanto, a instalação de empreendimentos novos ou a reconversão ou requalificação de empreendimentos turísticos), a assessoria jurídica constitui um apoio que se crê ser essencial para o investidor em todas aquelas fases, sendo transversal a todos os procedimentos a realizar em vista da instalação e licenciamento de um empreendimento turístico.

O assessor jurídico deverá, pois, integrar, desde o início, a equipa de trabalho multidisciplinar que desenvolverá o conjunto de ações necessárias ao desenvolvimento do investimento, devendo ser detentor de conhecimentos sólidos e experiência no âmbito da interpretação da legislação turística ergo, Direito do Turismo, ramo especial do Direito Administrativo que vem merecendo cada vez maior acolhimento e cuidado por parte dos juriconsultos.

Verifica-se, assim, um crescimento exponencial deste campo de estudo, projetando-se em matérias com um tratamento recente, em especial, ao nível do licenciamento ou autorização para utilização, em articulação com o regime jurídico da urbanização e edificação.

O investidor (e, posteriormente, o gestor) da área do Turismo devem necessariamente conhecer a legislação turística e, bem assim, toda a demais legislação que, em cada caso, pode ser relevante ou determinante para o investimento em causa, designadamente no âmbito do Direito do Ordenamento do Território e Urbanismo (por exemplo, no que tange ao enquadramento do local do investimento perante os instrumentos de gestão territorial aplicáveis, mormente os planos municipais de ordenamento do território) e no âmbito do Direito Fiscal (por exemplo, em matéria de benefícios fiscais – desde a isenção do IMT, do IMI e a redução

do Imposto do Selo a 1/5), que funcionam como verdadeiros incentivos ao investimento no Turismo, especialmente os benefícios decorrentes da declaração de utilidade turística de que tanto podem beneficiar os empreendimentos novos como os empreendimentos que aumentem a sua capacidade em, pelo menos, 50% ou que sejam objeto de obras de remodelação, beneficiação ou de reequipamento totais ou parciais).

A intervenção do assessor jurídico deve, portanto, ser acutelada desde logo na fase de planificação da realização do investimento, prestando aconselhamento jurídico e suprimindo as usuais dúvidas do investidor sobre o melhor enquadramento que deve ser dado ao seu projeto em vista de obter os seus desideratos.

A intervenção do assessor jurídico poderá ainda tornar-se muito relevante na presta-

ção dos necessários suprimentos ao gestor da área do Turismo, designadamente no que tange ao regime de funcionamento e exploração dos empreendimentos turísticos e, bem assim, em todos os ramos de Direito cuja interpretação e aplicação será impreterivelmente convocada na fase de exploração, por exemplo, o Direito Comercial, o Direito do Trabalho e da Segurança Social e o próprio Direito Civil, designadamente em matéria contratual e na regulação das relações entre titulares de empreendimentos turísticos em regime de propriedade plural.

Destacamos os seguintes tópicos que, em regra ou em princípio, devem ser tomados em consideração, a montante e a jusante da instalação de empreendimentos turísticos:

- O enquadramento da pretensão do investidor face aos instrumentos de gestão territorial aplicáveis (em especial, perante os Planos Municipais de Ordenamento do Território ou PMOT's) e, bem assim, perante eventuais restrições e servidões de utilidade pública, com necessidade de adequação do projeto às diversas condicionantes, algumas delas dinâmicas ou não cartografadas;
- A possível sujeição a avaliação de impacto ambiental do projeto e a sua relação com a avaliação ambiental estratégica;
- A definição das exigências de infraestruturação que recaem sobre o local do investimento;
- O enquadramento da pretensão do investidor perante o Regime Jurídico da Instalação, Exploração e Funcionamento dos Empreendimentos Turísticos e perante o Regime Jurídico da Edificação e Urbanização (tipologia e classificação do empreendimento, regime de propriedade (plural ou singular), determinação dos procedimentos de controlo prévio – licenciamento ou comunicação prévia – a levar a cabo junto da respectiva Câmara Municipal, com solicitação de pareceres e autorização de utilização), verificando a necessidade da realização de operações prévias de loteamento ou outros modos de fracionamento da propriedade como a propriedade horizontal;
- O acesso e a obtenção de apoios financeiros no quadro dos instrumentos de apoio aplicáveis a empresas (QREN/Portugal 2020, PME Investe, fundos imobiliários especiais, fundos de capital de risco, protocolos bancários ou outros similares);
- A obtenção da declaração de utilidade turística a título prévio;
- Classificação do empreendimento turístico como Projeto de Potencial de Interesse Nacional (PIN);
- Em caso de propriedade plural (existência



de lotes ou frações autónomas de um ou mais edifícios), a preparação do título constitutivo do empreendimento turístico, com todas as menções legalmente exigidas, designadamente ao nível da identificação das frações autónomas ou lotes, documento que substitui o título constitutivo da propriedade horizontal quando esta não tenha sido previamente constituída; a elaboração do regulamento de administração do empreendimento que integra aquele título e que deve reger, designadamente, a conservação, a fruição e o funcionamento das unidades de alojamento, das instalações e equipamentos de utilização comum e dos serviços de utilização comum, com definição do critério de determinação da prestação periódica a cargo de cada proprietário;

- A elaboração de contratos-promessa ou contratos de transmissão da propriedade de lotes ou frações autónomas do empreendimento turístico;
- No caso de investimentos com apoios financeiros públicos (i.e., com obras financiadas em mais de 50% por entidades públicas e em que o respetivo valor seja igual ou superior a € 5 548 000), a escolha e realização de procedimentos pré-contratuais de harmonia com o disposto no Código dos Contratos Públicos, para a contratação de empreiteiros, respeitando o denominado “princípio da unidade da despesa”;
- No caso do investidor/promotor imobiliário, a elaboração dos contratos de empreitada ou de fornecimento e aquisição de bens e serviços necessários à instalação e futuro funcionamento do empreendimento turístico;
- A elaboração de contratos com mediadores ou agentes imobiliários, no caso de comercialização de lotes ou frações autónomas de empreendimentos turísticos;
- A elaboração de contratos com agências de viagens ou outros operadores do mercado das viagens organizadas;

- A elaboração de contratos-promessa ou contratos de trabalho relativos ao quadro de pessoal do empreendimento turístico;
- A classificação do empreendimento turístico, mediante a realização obrigatória de auditoria de classificação, respetivas regras (por comparação com as vistorias) e o enfoque da classificação nos serviços prestados pelo empreendimento.

#### Principal legislação aplicável:

- Regime Jurídico de Instalação, Exploração e Funcionamento dos Empreendimentos Turísticos – Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 março, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 80/2017, 30 de junho (que implementou a medida Simplex+ «Licenciamentos Turísticos+ Simples») e toda a sua legislação complementar.
- Regime Jurídico da Urbanização e Edificação – Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de dezembro, com todas as modificações operadas, sendo a última modificação introduzida pelo Decreto-Lei n.º 97/2017, de 10 de agosto e toda a sua legislação complementar.
- Decreto-Lei n.º 423/83, de 5 de dezembro, que define a utilidade turística e enuncia os princípios e requisitos necessários à sua concessão, com as alterações em vigor.
- Decreto-Lei n.º 215/89, de 1 de julho de 1989, que aprovou o Estatuto dos Benefícios Fiscais, com as alterações em vigor.
- Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de setembro, que estabelece o regime jurídico dos instrumentos de gestão territorial, com as alterações em vigor. ■

**CARLOS RICARDO**  
Advogado | CRCGS  
[www.crcgs-advogados.pt](http://www.crcgs-advogados.pt)



# APOIOS E INCENTIVOS

AO INVESTIMENTO NO TURISMO | por Nuno Veloso

O setor empresarial tem hoje ao seu dispor um conjunto de instrumentos financeiros interessantes para apoiar diversas iniciativas, sejam projetos de investimento de grande dimensão ou a criação de um pequeno negócio.

No setor do turismo, de grande relevo no quadro das atividades económicas do país, os apoios são muito abrangentes, reforçando o interesse dos empresários no seu alcance.

Importa assim descrever as várias linhas de financiamento e incentivos fiscais existentes, no sentido de uma prévia avaliação da cobertura financeira das iniciativas, bem como na metodologia das respetivas libertações de verbas.





# INCENTIVOS PT 2020

## DOMÍNIO DA COMPETITIVIDADE E INTERNACIONALIZAÇÃO

O domínio da competitividade e internacionalização é o eixo mais importante para as empresas, dado que concentra os principais incentivos comunitários de apoio ao investimento.

Independentemente das condições específicas de cada sistema, existem condições de enquadramento comuns que destacamos:

### da empresa candidata

- Estar legalmente constituída e dispor de contabilidade organizada;
- Possuir o certificado de PME atualizado;
- Não ser uma empresa em dificuldade (no caso de uma empresa que exista há mais de três anos, se mais de metade do seu capital social tiver desaparecido devido a perdas acumuladas; sempre que a empresa for objeto de um processo coletivo de insolvência). Para mais detalhe ver artigo 2.º do Regulamento (UE) n.º 651/2014, de 16 de Junho;
- Não ter salários em atraso;
- Apresentar uma situação económico-financeira equilibrada (em regra geral, as empresas deverão possuir um mínimo de autonomia financeira de 15%);
- Ter concluído os projetos anteriormente aprovados por sistemas de incentivos idênticos para o mesmo estabelecimento da empresa (se aplicável);
- Não ter apresentado a mesma candidatura no âmbito da qual ainda esteja a decorrer o processo de decisão;
- Possuir a situação regularizada para com a Administração Fiscal e Segurança Social.

### do projeto

- Ter data de candidatura anterior à data de início dos trabalhos;
- Ser sustentado por uma análise estratégica da empresa;
- Demonstrar a viabilidade económico-financeira e que se encontrem asseguradas as fontes de financiamento, incluindo o financiamento mínimo por capitais próprios de 20% da despesa elegível, sendo que o beneficiário deverá assegurar pelo menos 25% dos custos elegíveis com recursos próprios ou alheios, que não incluam qualquer financiamento estatal;
- Para os projetos do setor do turismo encontrar-se o projeto de arquitetura aprovado pela câmara municipal competente nos casos em que seja legalmente exigida a instrução de um procedimento de licença administrativa, ou ter sido apresentada a comunicação prévia na referida edilidade camarária nos casos em que seja legalmente permitido o procedimento de comunicação prévia, ambos à data da candidatura;
- Ter uma duração máxima de execução de 24 meses;
- Iniciar a execução no prazo máximo de seis meses após a comunicação da decisão de financiamento;
- Não ter por objeto empreendimentos turísticos a explorar ou explorados em regime de direito de habitação periódica, de natureza real ou obrigacional;
- Assegurar despesa mínima elegível consoante o sistema de incentivo que a empresa se candidata;
- Despesas não elegíveis: compra de imóveis, incluindo terrenos; aquisição de bens em estado de uso; a aquisição de veículos automóveis, aeronaves e outro material transporte apenas se aplica no setor do turismo e em casos devidamente justificados; fundo de maneiio, estudos de viabilidade, quando realizados antes da data da candidatura; despesas correntes de funcionamento da atividade; juros de financiamentos.



## TIPOS DE SISTEMAS DE INCENTIVOS

# INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

### Objetivos

- **Reforçar o investimento empresarial em atividades inovadoras, promovendo o aumento da produção transacionável e internacionalizável e a alteração do perfil produtivo;**
- **Contribuir para a internacionalização e orientação transacionável da economia portuguesa e para a criação de emprego qualificado, bem como gerar um efeito de arrastamento em PME.**

Este pilar destina-se a apoiar sobretudo investimentos tangíveis, por exemplo investimento em construção civil e equipamentos essenciais para a atividade, visando:

- 1 A criação de um novo estabelecimento;
- 2 O aumento da capacidade de um estabelecimento já existente, devendo representar no mínimo a 20% da capacidade instalada em relação ao ano pré-projeto;
- 3 A diversificação da produção de um estabelecimento para produtos não produzidos anteriormente no estabelecimento, em que os custos elegíveis devem exceder em, pelo menos 200% o valor contabilístico dos ativos que são reutilizados;
- 4 A alteração fundamental do processo global de produção de um estabelecimento

existente, em que os custos elegíveis devem exceder a amortização e depreciação dos ativos associados à atividade a modernizar no decurso dos três exercícios fiscais precedentes.

As despesas com construção de edifícios, obras de remodelação e outras construções são apoiadas para projetos dos setores do turismo, desde que adquiridos a terceiros não relacionados com o adquirente, sujeitos às seguintes limitações:

- Projetos localizados nas regiões Norte, Centro e Alentejo: até 60% das despesas elegíveis totais do projeto;
- Projetos localizados na região de Lisboa: até 40% das despesas elegíveis totais do projeto, no caso de projetos que contribuam para atenuar a sazonalidade; até 30%

no caso dos projetos do setor do turismo natureza, náutico e desporto; até 45% no caso dos projetos do turismo exclusivamente dedicado à saúde;

- Projetos localizados na região do Algarve: na generalidade até 20% das despesas elegíveis totais do projeto; até 50% no caso dos projetos do setor do turismo que contribuam para atenuar a sazonalidade (nomeadamente Turismo acessível/sénior, Autocaravanismo) ou que contribuam para o desenvolvimento dos produtos Gastronomia e Vinhos, *Touring*, Turismo de Saúde, Turismo de Negócios, Turismo de Natureza e Turismo Náutico).

Os projetos deverão ter uma despesa mínima elegível entre 50.000,00€ a 75.000,00€.

## Forma, montante e limites dos incentivos

Assumem a forma reembolsável sem juros, com o seguinte plano de reembolso:

- 10 anos, englobando período de carência de 3 anos, para projetos de criação de novos estabelecimentos hoteleiros e conjuntos turísticos;
- Para os restantes projetos, 8 anos, englobando período de carência de 2 anos.

A taxa de financiamento situa-se no máximo até 75%, sendo que para os projetos localizados na região de Lisboa e do Algarve está limitada até um máximo de 40% e 60% respetivamente.

Em função da avaliação dos resultados do projeto no ano cruzeiro (2º ano completo de exploração após o ano de conclusão do projeto, com exceção dos projetos do setor do turismo que corresponde ao 3º ano completo de exploração), é efetuada uma avaliação sobre o cumprimento dos resultados previstos na candidatura, com vista a aferir da possibilidade de atribuição de uma isenção de reembolso no montante máximo de 60% do incentivo reembolsável.

A avaliação está associada a metas construídas sobre os seguintes indicadores:

- Valor Acrescentado Bruto (VAB), em que o indicador corresponde ao aumento do valor do VAB medido entre o ano pré-projeto e o ano cruzeiro;

- Criação de Emprego Qualificado, em que o indicador corresponde ao aumento do número de trabalhadores com nível de qualificação igual ou superior a 6 (licenciatura) entre o ano pré-projeto e o ano cruzeiro;
- Volume de negócios, em que o indicador

corresponde ao aumento do valor medido entre o ano pré-projeto e o ano cruzeiro.

Há lugar à atribuição de uma isenção de reembolso se o Grau de Cumprimento for superior a 100%, de acordo com os seguintes intervalos de superação:

GC - GRAU DE CUMPRIMENTO APURADO	% DE ISENÇÃO DE REEMBOLSO
> 100% e  < 105%	10%
> 105% e  < 110%	20%
> 110% e  < 115%	30%
> 115% e  < 120%	40%
> 120% e  < 125%	50%
> 125%	60%

No sentido oposto, haverá lugar a restituição antecipada do reembolso se:

GC - GRAU DE CUMPRIMENTO APURADO	% DE ANTECIPAÇÃO DO REEMBOLSO
> 75% e  < 100%	0%
> 50% e  < 75%	0,5% por cada 1% de incumprimento
< 50%	100%





# QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

- Destina-se a apoiar investimentos imateriais (intangíveis) que permitam potenciar a internacionalização e a inovação organizacional das PME.

São suscetíveis de financiamento os projetos que visem:

## Na área da Internacionalização

- O conhecimento de mercados externos;
- A presença na web, através da economia digital, incluindo designadamente o lançamento de catálogos virtuais;
- O desenvolvimento e promoção internacional de marcas;
- A prospeção e presença em mercados internacionais;
- O *marketing* internacional;
- A introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas;
- As certificações específicas para os mercados externos;

## Na área da Qualificação

- Inovação organizacional e gestão, tais como reforço das capacidades de gestão, redesenho e melhorias de *layout*, ações de *benchmarking*, diagnóstico e planeamento;
- Economia digital e tecnologias de informação e comunicação (TIC), que permitam a concretização de processos desmaterializados com clientes e fornecedores;
- Criação de marcas e design;
- Proteção de propriedade industrial;
- Qualidade, englobando certificações no âmbito do sistema português da qualidade (SPQ) ou de sistemas internacionais de certificação;
- Distribuição e logística, através da introdução de sistemas de informação aplicados a novos métodos de distribuição e logística;

- Inovação organizacional e gestão, tais como reforço das capacidades de gestão, redesenho e melhorias de *layout*, ações de *benchmarking*; diagnóstico e planeamento;
- Economia digital e tecnologias de informação e comunicação (TIC), que permitam a concretização de processos desmaterializados com clientes e fornecedores;
- Criação de marcas e design;
- Proteção de propriedade industrial;
- Qualidade, englobando certificações no âmbito do sistema português da qualidade (SPQ) ou de sistemas internacionais de certificação;
- Distribuição e logística, através da introdução de sistemas de informação aplicados a novos métodos de distribuição e logística;
- Ecoinovação, através da incorporação nas empresas dos princípios da ecoeficiência e da economia circular, visando uma utilização mais eficiente dos recursos, redução e reutilização de desperdícios e minimizar a extração e o recurso a matérias-primas. Inclui as certificações de sistemas, serviços e produtos na área do ambiente, obtenção do Rótulo Ecológico e sistema de ecogestão e auditoria (EMAS);
- Formação profissional;
- Contratação de recursos humanos altamente qualificados.

## Forma, montante e limites dos incentivos

Os apoios assumem a forma não reembolsável, sujeitos aos seguintes limites de incentivo:

- 500.000,00€ no caso de projetos individuais;
- 180.000,00€ por empresa para projetos conjuntos.

A despesa mínima elegível corresponde em regra a 25.000,00€.

A taxa máxima de incentivo ascende a 45% das despesas elegíveis, com exceção:

- Para as empresas aderentes a projetos conjuntos: 50%;
- Formação profissional: 50%;
- Contratação de recursos humanos altamente qualificados: 50%.

## Despesas elegíveis

- Aquisições para a aplicação de novos métodos organizacionais: equipamentos e *software*, desde que utilizados no projeto;
- Custo com a contratação de um máximo de 2 novos quadros técnicos por projeto, com nível de qualificação mínimo de licenciatura, pelo período máximo de 24 meses após a submissão da candidatura, incluindo o salário base e os encargos sociais. Os postos de trabalho apoiados no âmbito do projeto deverão ser mantidos na empresa durante 3 anos a partir da data de conclusão do projeto;
- Participação em feiras e exposições no exterior, concretamente os custos relacio-

nados com o arrendamento de espaço, custos com a construção do *stand*, custos de funcionamento do *stand* (incluindo os serviços de deslocação e alojamento dos representantes das empresas);

- Contratação de serviços de consultadoria relacionados com campanhas de *marketing* nos mercados externos, custos com TOC/ROC para validação da despesa dos pedidos de pagamento, assistência técnica, estudos, diagnósticos e auditorias, custos de conceção e registo associados à criação de novas marcas ou coleções, custos iniciais associados à domiciliação de aplicações, adesão inicial a plataformas eletrónicas, criação e publicitação inicial de novos conteúdos ele-

trónicos, bem como a inclusão ou catalogação em diretórios ou motores de busca;

- Obtenção, validação e defesa de patentes;
- Formação de recursos humanos;
- Outras despesas relacionados com a promoção da internacionalização que visem a prospeção e captação de novos clientes, incluindo missões de importadores para conhecimento da oferta do beneficiário e ações de promoção realizadas em mercados externos, tais como assessoria de imprensa, relações públicas, consultadoria de mercado e assistência técnica à preparação de eventos.





## DOMÍNIO DE INCLUSÃO SOCIAL E EMPREGO

# INCENTIVOS NO DOMÍNIO DE PEQUENOS NEGÓCIOS - SIZ E

O Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e ao Emprego (SIZ E) visa apoiar pequenos negócios e a concretização de oportunidades de criação de valor ancoradas nos recursos e ativos endógenos.

Destina-se à criação, expansão ou modernização de micro e pequenas empresas, devendo englobar a criação líquida de emprego.

Os projetos para ser enquadráveis deverão ter um investimento máximo elegível até 235.000,00€.

Para efeitos de investimento físico, as despesas elegíveis englobam máquinas e equipamentos essenciais para a atividade, *software*, serviços de arquitetura e engenharia, estudos, obras de remodelação ou adaptação (sujeitas a limitações a definir nos avisos de candidatura), participação em feiras e exposições no estrangeiro.

Para efeitos de criação de emprego, são elegíveis as despesas com remuneração de postos de trabalho criados, nas seguintes

situações:

- Criação do próprio emprego;
- Criação de postos de trabalho para desempregados inscritos há mais de 6 meses no Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), incluindo desempregados de longa e muito longa duração;
- Criação de postos de trabalho para jovens até 30 anos à procura do primeiro emprego inscritos no IEFP como desempregados há pelo menos 2 meses.

O incentivo assume a forma não reembolsável.

Para o investimento físico, a taxa máxima de apoio pode ir até 60% das despesas elegíveis.

Para o investimento relacionado com a criação de emprego, o incentivo é atribuído através da comparticipação total das remunerações de postos de trabalho criados e tem como limite mensal o valor correspondente ao Indexante de Apoio Social (IAS) que é de 421,32€, observando períodos máximos de comparticipação por tipo de contrato e majorações previstos nos avisos de candidatura.

# TURISMO PORTUGAL - IFRRU

## APOIOS TURISMO DE PORTUGAL

**A**tualmente, existem um conjunto de mecanismos financeiros com vantagens sobre as soluções comerciais das instituições bancárias, que permitem apoiar o investidor de acordo com as especificidades do projeto.

## LINHA DE APOIO À QUALIFICAÇÃO DA OFERTA

- Esta linha de apoio tem como finalidade apoiar projetos que visem reposicionar o turismo numa vertente diferenciadora, competitiva, adaptável ao património existente e em áreas de interesse para o turismo. Estão englobados projetos de requalificação, ampliação, e criação de empreendimentos turísticos, de animação, e de restauração e bebidas; projetos de empreendedorismo com um investimento elegível máximo de 500.000,00€, promovidos por PME no máximo com 2 anos de atividade completos.

As candidaturas são entregues à entidade bancária, responsável pela avaliação do projeto, submetendo-o ao TP - Turismo de Portugal.

### Condições de financiamento:

- **Valor Máximo por Projeto:** 75% do investimento elegível. A participação do Turismo de Portugal tem o limite de 2 milhões de euros;

#### • Estrutura de Financiamento:

PME	NÃO PME	PROJETOS ESPECIAIS
60% TP	40% TP	750% TP
40% Banco	60% Banco	25% Banco

- **Taxa de Juro:** A parcela do TP não vence juros, exceção para os projetos de criação de alojamento turístico que não se traduzam na recuperação de património classificado. A parcela da instituição bancária resulta da análise de risco;

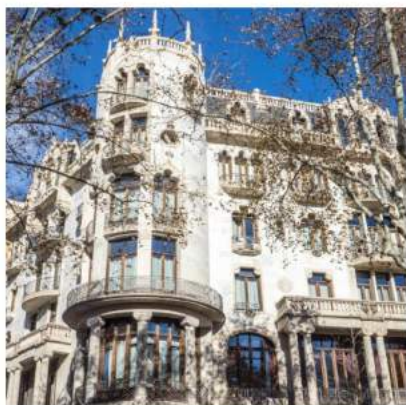
- **Prazos da operação:** Máximo de 15 anos (carência máxima de 4 anos).

- **Prémio de Desempenho:** Destinado somente aos projetos sujeitos a taxa de juro do TP e implementados no interior do país. Parte da componente atribuída ao TP pode ser convertido em incentivo não reembolsável (20% micro e pequenas empresas e 10% empresas médias).

O investimento elegível engloba despesas de investimento corpóreas e incorpóreas, exceção para aquisição de edifícios e terrenos, material circulante, estudos e projetos, entre outros.

Para além das condições habituais de acesso das empresas, no âmbito de uma candidatura a esta linha de apoio, o promotor deve ter o projeto de arquitetura aprovado

pelos entes competentes, se for o caso, e assegurar o financiamento elegível de, pelo menos, 25% de capitais próprios.





# LINHA DE APOIO À VALORIZAÇÃO TURÍSTICA DO INTERIOR

- Visa promover a contínua qualificação dos destinos, através da regeneração, requalificação e reabilitação dos espaços públicos com interesse turístico e da valorização do património cultural e natural do interior do país.

Engloba as seguintes tipologias de projetos:

- *Cycling & Walking*, percursos cicláveis, pedonais e de fruição espiritual;
- Valorização do património e dos recursos endógenos das regiões;
- Valorização e qualificação das aldeias portuguesas;
- Programas de visitação turística em destinos do interior;
- Desenvolvimento de calendários de eventos com impacto turístico e internacional.

**Entidades beneficiárias:** entidades públicas, empresas e outras entidades privadas.

**Estrutura de financiamento:** 90% das despesas elegíveis, não reembolsável, exceção para as empresas e outras entidades com fins lucrativos, sem juros e com reembolso a 7 anos (carência de 2 anos). Para estes casos, existe o pr mio de desempenho que converte 50% do financiamento reembolsável em não reembolsável.

## LIMITES DO APOIO FINANCEIRO

150.000,00€ no caso de empresas
250.000,00€ no caso dos eventos
400.000,00€ para as entidades públicas e privadas sem fins lucrativos

O investimento elegível engloba construção civil, equipamentos, suportes informáticos e digitais, ações de promoção nacional e internacional, ferramentas de monitorização e organização de calendários de eventos.





# LINHA DE APOIO À SUSTENTABILIDADE

- Visa apoiar iniciativas e projetos que promovam a sustentabilidade ambiental e social no turismo.

São enquadráveis os seguintes projetos:

- Integração entre turistas e população acolhedora;
- Dinamização económica dos espaços urbanos;
- Promoção do consumo de produtos locais por parte dos visitantes;
- Projetos e ações de sensibilização ambiental e social no turismo;
- Iniciativas e projetos que fomentam a valorização dos territórios e das comunidades.

**Entidades beneficiárias:** entidades públicas, associações de comércio ou de moradores, empresas de qualquer dimensão e natureza.

**Estrutura de financiamento:** 80% do valor das despesas elegíveis dos projetos, com os seguintes limites:

## ENTIDADES PÚBLICAS E ASSOCIAÇÕES

Limite máximo: 300.000,00€, não reembolsável

## EMPRESAS

Limite máximo: 100.000,00€, reembolsável, sem juros  
Prémio de desempenho: 50% do financiamento

As condições de elegibilidade dos promotores e projetos são em tudo semelhantes às das restantes linhas de apoio ao investimento.

# IFRRU 2020

## INSTRUMENTO FINANCEIRO DE REABILITAÇÃO E REVITALIZAÇÕES URBANAS

- O IFRRU 2020 é um mecanismo que disponibiliza empréstimos em condições mais favoráveis face às existentes no mercado. Destina-se a qualquer entidade singular ou coletiva, pública ou privada, que deve cumprir os critérios gerais de elegibilidade do instrumento.

### Composição dos apoios disponíveis:

**1) Empréstimos:** máx. 50% fundos públicos + min. 50% fundos do banco. A cobertura pode atingir os 100% do valor do investimento.

**2) Garantias:** destina-se a projetos que não dispõem de garantias suficientes para viabilizar a concessão de empréstimos por parte dos bancos. Neste caso pode cobrir até 70% do valor do empréstimo.

### Operações que podem ser apoiadas:

- Reabilitação integral de edifícios com idade igual ou superior a 30 anos;
- Reabilitação de espaços e unidades industriais abandonadas;
- Intervenções em edifícios de habitação social que sejam alvo de reabilitação integral;
- Implementação de soluções que visam melhorias de eficiência energética.

### Territórios abrangidos:

Apenas as áreas definidas por cada município:

- **PARU (Plano de Ação de Regeneração Urbana):** zoneamento onde os edifícios destinados à habitação podem concorrer;
- **ARU (Área de Reabilitação Urbana):** engloba o PARU e está reservado a edifícios que não se destinam à habitação.

### Processo de candidatura:



**Entidades Bancárias (montante da linha – fundos públicos):** Santander Totta (255M€), BPI (186M€), Millenium BCP (117M€), Popular (83M€).

Deverá ter-se em atenção que no caso de empreendimentos turísticos, o investimento com instalações técnicas especiais, mobiliário e decoração, entre outras, não são apoiadas.





# TENHO O INCENTIVO DO PORTUGAL 2020 CONTRATADO. O QUE SE SEGUE?

Em várias publicações da atividade turística, imobiliária, serviços e outras, por vezes comentam-se a complexidade e demora na apreciação de projetos, respetivos licenciamentos, etc.

**A** fase de realização material e financeira dos projetos apoiados pelo Portugal 2020 exige que os pedidos de pagamento sejam devidamente instruídos, de forma a minimizar atrasos e constrangimentos de tesouraria.

É ainda imprescindível que haja uma boa coordenação entre o dono da obra, empreiteiros, fornecedores e TOC/ROC (responsável pela certificação dos pedidos de pagamento), com o intuito de todos serem informados devidamente das obrigações decorrentes dos projetos que recorram a fundos comunitários.

Assim, de uma forma cronológica passamos a elucidar os procedimentos e práticas que devem estar presentes:

## Primeiro Pedido de Pagamento

É determinante para os que se seguirão, pois exige desde logo a comprovação de condicionantes previstas no contrato de incentivos, designadamente:

- Familiarização com os formulários de pedido de pagamento (são complexos e exigem conhecimento prévio para uma correta inserção das faturas);
- Comprovação do início do investimento no prazo de 6 meses após a notificação final de aprovação da candidatura;
- Verificação do prazo efetivo do início do investimento (o investimento não pode ter sido iniciado antes da submissão da candidatura);
- Realização no mínimo de 25% dos capitais próprios previstos na candidatura;
- Serem demonstrados/comprovados os procedimentos de contratação pública (caso seja aplicável);
- Demonstrar a aprovação do financiamento bancário, se previsto na candidatura;
- Apresentar a licença de obras (caso aplicável);
- Colocar no local de implementação do projeto o painel informativo da publicitação do apoio Portugal 2020;
- São também exigidos nesta fase os contratos de fornecimentos (obras, bens e serviços), por exemplo, contratos de empreitada, autos de medição, entre outros;
- Criação de um registo contabilístico próprio (contas específicas) afeto ao investimento participado;
- As faturas devem estar carimbadas por modelos próprios definidos por cada programa operacional;

## Fase Intermédia

Durante a fase intermédia, ou seja até ao pedido de pagamento final, atenção a:

- Prazo de finalização contratado: a empresa promotora deverá cumprir o prazo previsto no termo de aceitação, pois em caso de prorrogação estão previstas pena-

lizações, que consiste na redução do incentivo em função do número de meses que excederem o término contratual;

- Rubricas de investimento: com a aprovação da candidatura ficam alocados valores de investimento para cada grupo de intervenção (construção civil, equipamentos, despesas intangíveis), pelo que eventuais desvios verificados durante a fase de implementação do projeto só serão compensados aquando da sua conclusão. Por outro lado, se a empresa promotora realizar um valor de investimento real acima do contratado não irá receber mais incentivo, assim como o inverso tem o efeito proporcional, ou seja, o apoio será pago em função do valor efetivamente faturado e pago. Como tal, a cuidada estruturação inicial do projeto e a sua posterior boa monitorização e controlo do investimento são essenciais para se evitarem contratempus na tesouraria e derrapagens no prazo;
- A empresa promotora deve possuir e organizar o dossier do projeto segundo um guia extenso determinado pelos organismos intermédios. Este dossier deve ser permanente atualizado em função de cada estágio, sendo um elemento de consulta nas vistorias de acompanhamento do projeto, bem como no pedido de pagamento final. A título de exemplo, o dossier exige que o investimento apresentado em candidatura deve ser sustentado numa consulta efetuada ao mercado (consulta a pelo menos 3 fornecedores autónomos);
- Durante a fase intermédia de implementação do projeto normalmente ocorre pelo menos uma vistoria de verificação da realização efetiva da obra, bens e serviços cofinanciados;

## CONCLUSÃO

Os programas comunitários/financiamentos em vigor constituem uma mais-valia para as empresas, desde que as mesmas estejam conscientes das metas a que se propõem alcançar.

Há que fazer bem as contas, pois os incentivos que existem diferem bastante entre si em diversos aspetos, destacando: prazo de reembolso, taxa de juro, capitais próprios, garantias, metas a atingir, penalizações no caso de incumprimento, criação de postos de trabalho...

Portanto, o promotor deve estar atento e ler bem nas entrelinhas.

### Pedido de Pagamento Final

No ato da conclusão material e financeira, há a observar:

- A comprovação da realização da totalidade dos capitais próprios previstos na candidatura;
- A validação das restantes fontes de financiamento utilizadas para suportar o investimento (suprimentos, financiamento bancário, autofinanciamento, registo contabilístico adequado do incentivo efetivamente pago);
- Verificação do cumprimento das normas de publicitação do apoio concedido, nomeadamente a presença dos logotipos específicos no website, a criação de ficha informativa do projeto, a colocação do painel definitivo de divulgação do projeto cofinanciado, entre outras;
- O cumprimento das obrigações previstas no termo de aceitação (contrato), sobretudo o registo no RNT, a licença de utilização turística e a demonstração das ações de marketing previstas;
- A realização de relatório/memorando do investimento, sobretudo dar conta e justificar as variações das rubricas de investimento. Este documento é importante para que os organismos intermédios possam proceder a compensações entre rubricas;
- A avaliação do cumprimento da legislação ambiental;
- A avaliação da integração da igualdade de géneros e oportunidades.

O promotor deve ainda estar ciente que poderão existir atrasos na libertação das verbas, pelo que no seu planeamento deverá contar com algum fundo de maneo para evitar a interrupção do investimento e o comprometimento de prazos.

Deve ainda ser elucidado de que existem modalidades de pedidos de pagamento que poderão ser mais adequadas em detrimento de outras. Neste particular, destaca-se o pagamento a título de adiantamento contra fatura, que permite o pagamento do incentivo contra a apresentação de despesas de investimento elegíveis faturadas e não liquidadas.

Em regra, o “fecho” do dossier verifica-se entre 60 a 120 dias após a correta instrução do pedido final, ficando retido 5% sobre o incentivo contratado até a sua verificação final. ■

**NUNO VELOSO**

Economista | FINANCERTUS  
nveloso@financertus.pt





# BENEFÍCIOS FISCAIS

## PARA O INVESTIMENTO NO TURISMO | por Marta Silva

“... esta qualificação é atribuída aos empreendimentos turísticos que satisfaçam um conjunto de requisitos de localização, construção, equipamentos e serviços que se adequem aos objetivos e linhas estratégicas de desenvolvimento do mercado turístico a nível nacional...”

O setor do turismo tem mecanismos de reconhecimento específico para os empreendimentos que se destaquem pela qualidade e diferenciação da oferta, contribuindo de forma inequívoca para o aumento e dinamização da atividade e que, por esses factos, se refletem em determinados benefícios fiscais associados à sua instalação e funcionamento.

O reconhecimento destes benefícios fiscais específicos da atividade turística advém da atribuição de Utilidade Turística (UT) e incluem a isenção do IMT (Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis), aplicável à aquisição do imóvel para instalação do empreendimento turístico, ou frações que se destinem à sua ampliação, sendo o imposto de selo reduzido a um quinto. O reconhecimento prevê igualmente a isenção durante um período até 7 anos do IMI (Imposto Municipal sobre os Imóveis) e ainda redução das taxas devidas à Inspeção Geral das Atividades Culturais.

Este instrumento é aplicável à instalação de empreendimentos turísticos, em imóveis a

adquirir para o efeito, inseridos ou não em Zonas de Reabilitação Urbana, e a sua apreciação não assenta em critérios como os estabelecidos pelo Regime Jurídico da Reabilitação Urbana que, em termos de conceito apenas abrange remodelações e requalificações de edifícios, excluindo intervenções que, por exemplo, contemplem demolição e construção. No caso da utilidade turística o tipo de intervenção construtiva não tem especial influência na sua atribuição.

Sob a tutela do Ministro da Economia através da Secretaria de Estado do Turismo, esta qualificação é atribuída aos empreendimentos turísticos que satisfaçam um conjunto de requisitos de localização, construção, equipamentos e serviços que se adequem aos objetivos e linhas estratégicas de desenvolvimento do mercado turístico a nível nacional, incluindo as obras de melhoramentos promovidos em empreendimentos existentes, com vista à sua valorização ou aumento de categoria, além da melhoria ou aumento da qualidade dos serviços nele prestado.

A Utilidade Turística pode ser atribuída a título prévio, logo após a aprovação do projeto de arquitetura ou, a título definitivo, até 6 meses após a abertura ao público do empreendimento. ■

**MARTA SILVA**

Dep. Assessoria Técnica | FINANCERTUS  
msilva@financertus.pt





ALFAMA ESTÁ CADA VEZ MAIS BONITA

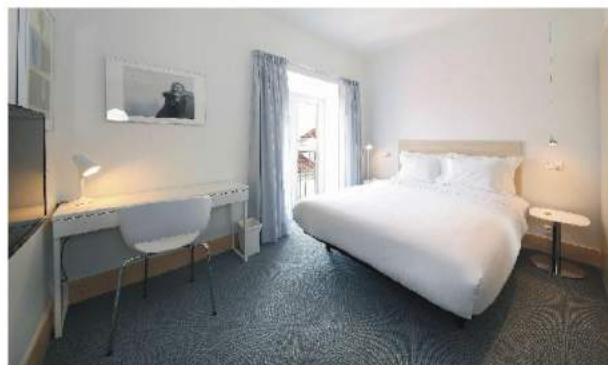
# CONVENTO DO SALVADOR

## HOTEL ★★★

Instalado em edifício classificado e propriedade da Câmara Municipal de Lisboa, este “Boutique Hotel” constitui-se como um projeto inovador e de ampla atividade social de apoio a jovens e crianças.

Promovido pela Associação para a Promoção Cultural da Criança, sem fins lucrativos, a unidade integra um conjunto de valências que embora distintas se complementam entre si, com o objetivo do enriquecimento cultural dos mais jovens.

O complexo composto por hotel e centro de juventude ocupa o antigo Convento de São Salvador, com origens numa casa conventual feminina de 1391, cujas alterações ao longo dos séculos lhe





permitiu vir a integrar uma ordem religiosa e acolher mais de duas centenas de devotas que ali permaneceram até à sua extinção em 1884.

O místico conjunto urbano consegue refletir aos hóspedes a vivência de tempos passados, e proporcionar uma estadia diferente, não só pela beleza do edifício e localização, como pela importância histórica que assume.

Disponibiliza espaços para eventos e reuniões, além de quartos e suites, expondo nas zonas públicas e privadas obras de muitos artistas portugueses conceituados.

As instalações e o serviço são de elevada qualidade, o que lhe confere o reconhecimento do mercado.

A Finacertus assessorou o desenvolvimento do projeto de arquitetura na componente de otimização funcional hoteleira, elaborou o plano de negócios e candidaturas a apoios financeiros e apoiou a gestão quanto à avaliação dos indicadores de exploração visando a melhoria dos rácios de produtividade e eficiência. ■

HOTEL CONVENTO DO SALVADOR  
Rua do Salvador 2B, 1100-465 Lisboa  
Tif | +351 218 872 565

[www.conventosalvador.pt](http://www.conventosalvador.pt)





À CONVERSA COM

## RAUL RIBEIRO FERREIRA

Presidente da Associação dos Directores de Hotéis de Portugal | ADHP

“Deveremos estar conscientes que as nuvens negras que se vêm no horizonte ainda não desapareceram, as épocas baixas, em muitas unidades, ainda são vendidas a preços de subsistência e o serviço de dívida de muitas empresas é extremamente alto e, se tivermos alguma subida na taxa de juro, a tempestade pode voltar, e com efeitos de tornado.”

*Portugal tem assistido a uma crescente procura, o que tem incentivado o investimento nos vários setores de atividade, com particular relevo para o turismo. O que pensa deste movimento, e de que forma tem influído na classe profissional que representa?*

**RRF** | É inegável que o número de turistas que visitam o nosso país tem aumentado de forma significativa, superando, mesmo, os dados mais otimistas que tínhamos. Esta procura é normal que tenha um efeito no aumento da atividade turística, com particular relevância para os investimentos em novas unidades e em novas tipologias/conceitos que tentam responder a uma procura cada vez mais exigente e diversificada.

No caso dos Directores de Hotéis, a abertura de novas unidades é, para nós, uma oportu-

nidade. A contratação de um Director, atempadamente, é uma forma de garantir a sustentabilidade e qualidade destas unidades.

*O país está hoje dotado de excelentes empreendimentos turísticos, realçando-se a qualidade e número de hotéis cuja implementação continua a um ritmo acelerado. Em sua opinião, acha sustentável no futuro a médio e longo prazo a continuidade do desempenho até agora verificado, e qual o reflexo que possíveis alterações de mercado terão nas unidades?*

**RRF** | Analisando os dados do Banco de Portugal sobre o retorno de capital investido nas empresas do nosso sector, vamos perceber que a dimensão das empresas é fundamental para a sua rentabilidade. É verdade que temos assistido ao aparecimento de

algumas unidades que, apesar da sua pequena dimensão, aparentemente, são um sucesso, mas, na generalidade, assim não acontece. O problema da dimensão poderá ser mais visível com uma diminuição da procura em época baixa, o que obrigará os hotéis a ter capacidade de faturar em períodos de tempo mais curtos, e resultante da sua pequena escala, isso poderá ser um problema, no entanto e face ao panorama atual e à captação de novos mercados, penso que não será esse o nosso problema imediato.

*Essencialmente, a grande procura continua a assentar no Porto, Lisboa, Algarve e Madeira, sendo que hotéis noutras zonas do país, apesar do esforço conjunto com os órgãos institucionais, continuam a ter grande dificuldade na sua viabilização económica e financeira.*



“Um destino não se cria com a construção de uma unidade hoteleira, mas sim com uma série de serviços e hotéis que se complementem uns aos outros.”

*Perante esta certeza, como vê que se continuam a querer instalar unidades no interior, e que mensagem gostaria de transmitir a quem lá pretende desenvolver a sua atividade?*

**RRF** | O nosso país é muito bonito e é normal que todos achem que a pedra ou o monte que têm em frente à sua janela mereça ser um destino turístico, no entanto, é preciso que se reconheça que há zonas que não têm tanta atratividade para a atividade hoteleira. Para além disso, em alguns destinos que são interessantes, é fundamental criar dimensão e animação em conjunto com os agentes locais de forma a que os turistas, quando se deslocam ao interior ou a zonas com menos procura, não deparem com os restaurantes, museus e outras atividades encerradas durante grande parte do ano. Temos de perceber que um destino não se cria com a construção de uma unidade hoteleira, mas sim com uma série de serviços e hotéis que se complementem uns aos outros.

*Todos sabemos que a operação hoteleira é muito exigente, pelo que convirá que a gestão seja entregue a profissionais. Como se justifica que seja difícil contratar alguém para trabalhar em pequenas unidades no interior, e quando tal se verifica seja por reduzidos períodos?*

**RRF** | A maior ameaça que o sector terá de confrontar, a curto prazo, será a falta de mão de obra qualificada. Em muitas zonas do país, já nem há, disponível, qualquer tipo de mão de obra. Na verdade, este problema só apanhou de surpresa quem andava distraído, pois a desregulamentação e o fim das profissões, na hotelaria e restauração, junto aos baixos vencimentos pagos, era um problema anunciado. Existe formação profissional na nossa área desde 1957 e tenho chamado a atenção, inúmeras vezes, para a taxa de abandono das profissões no sector. Não é preciso ser um grande entendido na matéria para perceber que se andamos a formar pessoas há 60 anos, devíamos ter um sector com um nível de qualificação elevado, no entanto, segundo os dados publicados na "Estratégia 2027", temos, na área da hotelaria mais de 50% das pessoas com formação indiferenciada e, na área da restauração, 63%. Este problema não se resolverá enquanto não houver uma reabilitação das profissões, mas também uma reabilitação dos vencimentos. No caso dos

Directores não é perceptível como é que a tutela acredita que um investimento de vários milhões de euros não necessita de alguém especializado a tomar conta deles.

*A ADHP tem vindo a reforçar a sua ação no mercado, promovendo cursos de formação, parcerias diversas, colocação de quadros etc., e nos últimos anos distinguindo o desempenho anual dos diretores hoteleiros, profissionais de hotelaria e empresas no setor.*

“O nosso país é muito bonito e é normal que todos achem que a pedra ou o monte que têm em frente à sua janela mereça ser um destino turístico, no entanto, é preciso que se reconheça que há zonas que não têm tanta atratividade para a atividade hoteleira.”

*Como vê hoje o posicionamento da vossa associação não só no setor e classe que representa como junto dos órgãos institucionais com tutela no turismo?*

**RRF** | A ADHP passou por uma fase mais complicada, com o fim da regulamentação do Director de Hotel, mas, sendo esta uma associação representativa de uma classe profissional que não se amedronta e que está habituada a trabalhar com dificuldades, reorganizamo-nos e passamos para uma posição ativa, junto às escolas superiores que diariamente e, de forma muito competente, trabalham para formar os profissionais de amanhã, e junto ao Governo, apresentamos medidas que permitam que os Recursos Humanos na Hotelaria tenham cada vez mais visibilidade e que seja um

sector mais atraente para trabalhar. Esta nossa posição já vem espelhada na "Estratégia 2027", quando se refere às "iniciativas de promoção e valorização das profissões do turismo". Também a criação dos "Prémios Xénios – Excelência na Hotelaria", já na sexta edição, que o ano passado teve mais de 65000 votos, é um reconhecimento do trabalho que todos fazem diariamente, nos hotéis. E que todo os profissionais do setor se sentiram reconhecidos.

*Que mensagem pretende transmitir aos empresários e profissionais, que só com muito esforço conjunto continuam a contribuir de forma significativa para o desenvolvimento do país?*

**RRF** | Representar este sector enche-nos de orgulho, pelos números que têm sido divulgados, onde a classe dos Directores de Hotéis é responsável por parte desse sucesso, dado que é o garante da qualidade e rentabilidade das unidades e, assim, dar motivo para os políticos poderem fazer o discurso do fim da crise. No entanto, deveremos estar conscientes que as nuvens negras que se vêm no horizonte ainda não desapareceram, as épocas baixas, em muitas unidades, ainda são vendidas a preços de subsistência e o serviço de dívida de muitas empresas é extremamente alto e, se tivermos alguma subida na taxa de juro, a tempestade pode voltar, e com efeitos de tornado. Os investimentos deverão ser cada vez mais pensados e a sua rentabilidade deverá ser uma prioridade. ■

**RAÚL RIBEIRO FERREIRA**  
Presidente | ADHP  
[www.adhp.org](http://www.adhp.org)



“Os investimentos deverão ser cada vez mais pensados e a sua rentabilidade deverá ser uma prioridade.”

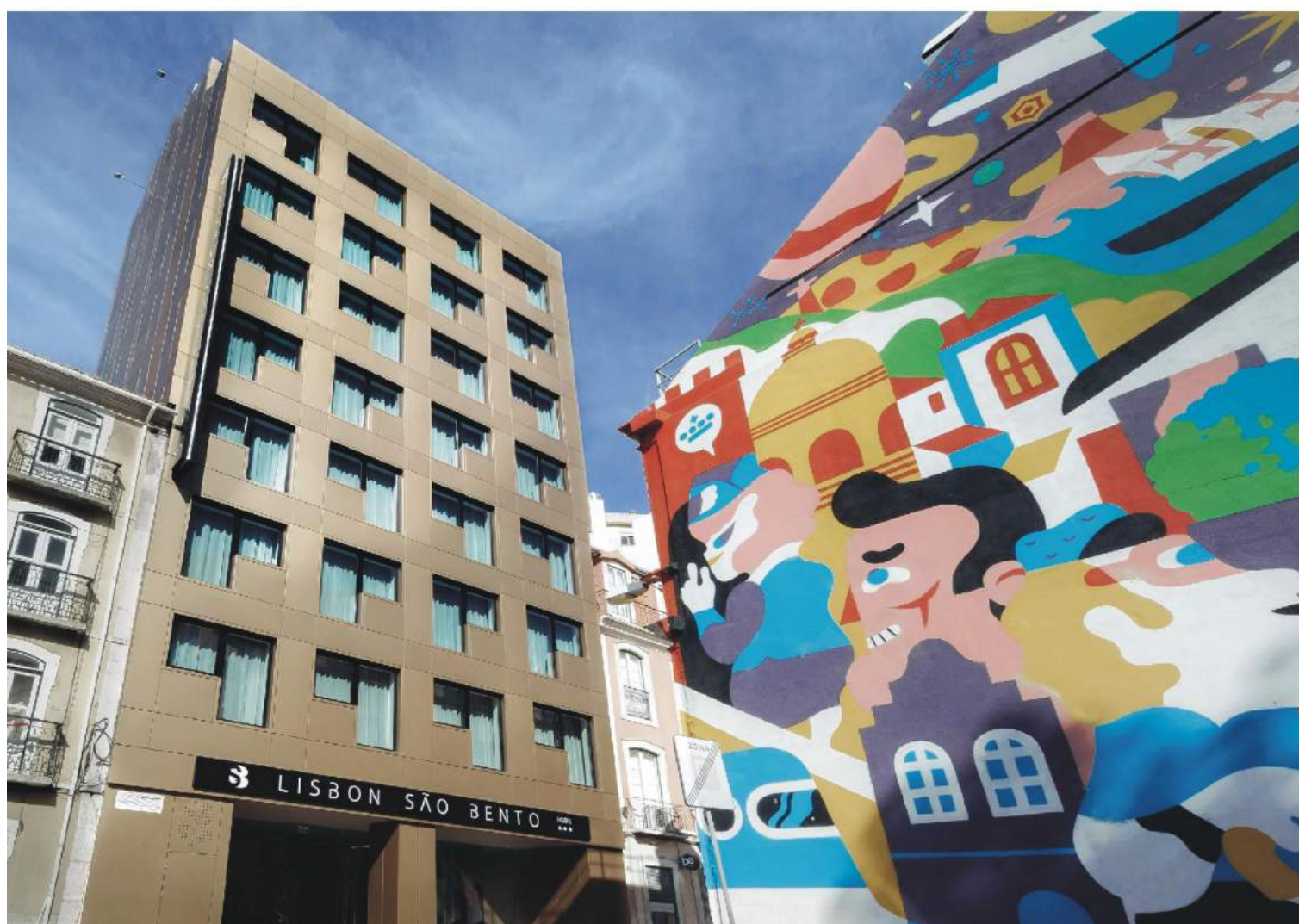


# LISBON SÃO BENTO HOTEL ★★★

Localizado a poucos minutos do centro histórico, o Lisbon São Bento Hotel, de 3 estrelas, é resultado da adaptação de um edifício público na Rua de São Bento em Lisboa.

Com uma decoração moderna e elegante tem como temática a água e a monumentalidade a ela associada.

Expõe fotografias do Aqueduto das Águas Livres e de 52 chafarizes e fontes da capital, aludindo na decoração dos seus quartos e zonas públicas a esse bem precioso.





A Financertus desenvolveu o estudo do conceito e prestou serviços no âmbito da assessoria técnica, económica e financeira, *procurement* de equipamentos, formação de *staff*, assim como na criação da imagem institucional, design gráfico e fotografia. ■

**LISBON SÃO BENTO HOTEL**  
 Rua de São Bento nº347 1269-084 Lisboa  
 Tif | +351 213 823 309

[www.lisbonsaobentohotel.pt](http://www.lisbonsaobentohotel.pt)





**NS**CONTRACT  
WE WORK DETAILS

## *Muito Obrigado!*

*Este é o resultado da confiança depositada em nós.*

**6988**

*Quartos  
fabricados*

**2**

*Continentes*

**15**

*Países*

**117**

*Hotels*

**26**

*Alojamento  
local*

**11**

*Apartamentos  
turísticos*

**06**

*Aparthotels*

**04**

*Hostels*

**22**

*Outros*

**12**

*Residências  
assistidas*

**18**

*Restauração*

**07**

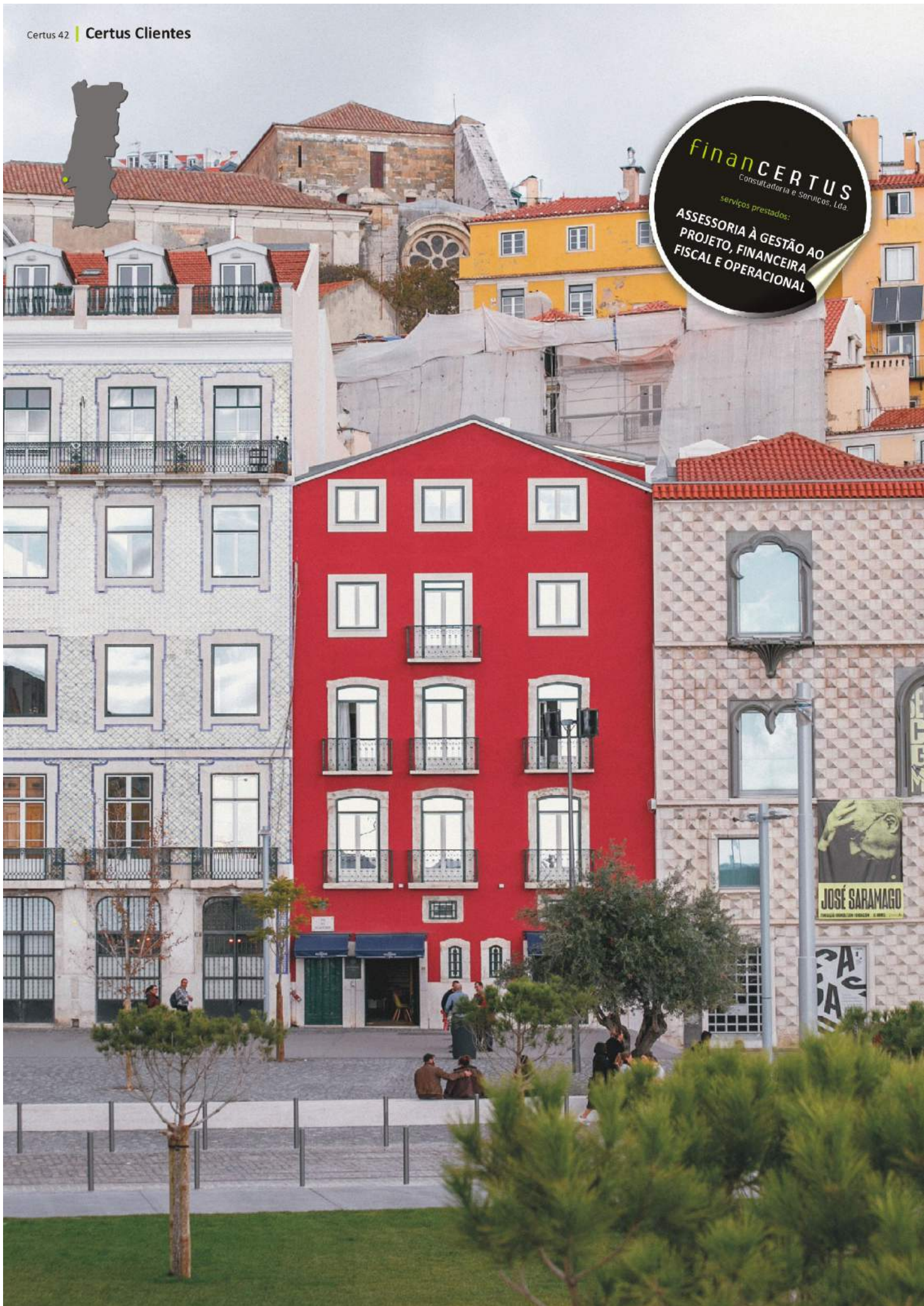
*Seminários*

*continuaremos a crescer juntos...*

*mobiliário e decoração para hotelaria*

**[www.nscontract.com](http://www.nscontract.com)**

T 00 351 244 749 780 · Fátima · Portugal



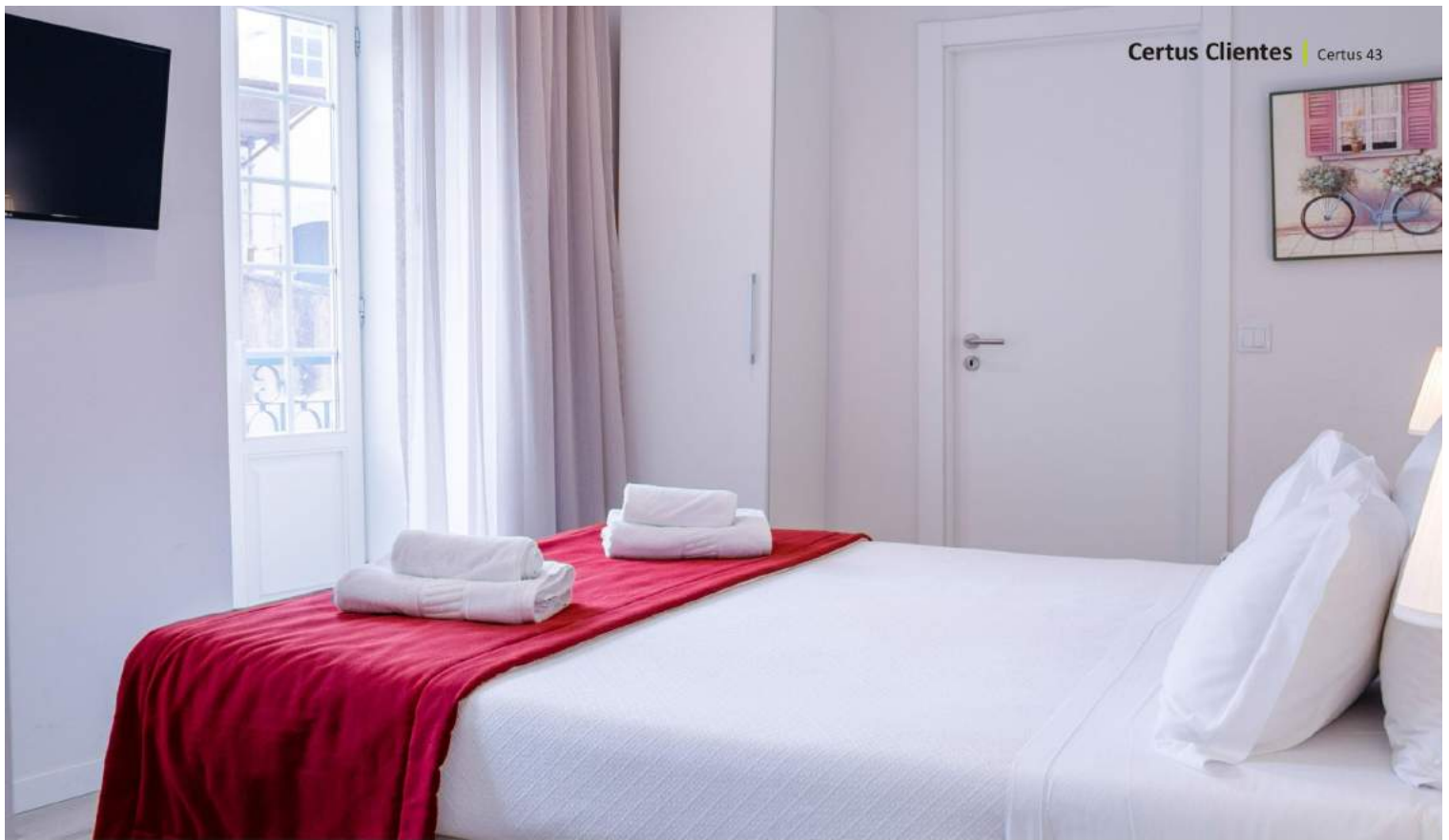
**financERTUS**  
Consultadoria e Serviços, Lda

serviços prestados:

**ASSESSORIA À GESTÃO AO  
PROJETO, FINANCEIRA  
FISCAL E OPERACIONAL**

**JOSÉ SARAMAGO**  
EXIBIÇÃO DE OBRAS DE ARTE

**SA  
DA**



# RIVERSIDE ALFAMA

## HOTEL ★★★

*"Small is beautiful" o que no caso deste hotel se enquadra perfeitamente na expressão.*

**O** utrora uma antiga pensão, restaurante e mais tarde loja de artesanato, o edifício foi demolido interiormente tendo sido instalado um pequeno hotel de cariz familiar.

As obras foram complexas devido às condicionantes do local, pesando ainda o acréscimo de um piso e a solução de estrutura adotada toda em madeira.

Na avaliação do conceito considerou-se importante a azulejaria portuguesa, não só porque na "Loja dos Descobrimentos" que ali funcionava e se reinstalou como parte integrante do hotel se expõem peças de artesanato, painéis de azulejos pintados à mão e outros, como se realizam *workshops* de pintura e produção de obras de arte de grande valor artístico.

Lisboa através dos séculos pode ser vista nas paredes desta unidade hoteleira, onde o bom acolhimento e um serviço personalizado constituem a base da operação.

A Financertus foi responsável pelo plano de negócios, assessoria técnica ao projeto, gestão processual e de equipamentos, imagem institucional, assessoria fiscal e operacional. ■

HOTEL RIVERSIDE ALFAMA  
Rua dos Bacalhoeiros, nº 12 1100-070 Lisboa  
Tlf | +351 218 860 129

[www.hotelriversidealfama.com](http://www.hotelriversidealfama.com)





# A FORÇA DE UMA MARCA

## IMAGEM E COMUNICAÇÃO | por Cláudia Inácio

A imagem institucional dos empreendimentos turísticos independentemente do setor de atividade onde se posicionam, é cada vez mais importante.

**H**oje em dia, já se começa a verificar uma mudança de atitude por parte dos investidores em relação à imagem dos seus empreendimentos turísticos.

Num mercado cada vez mais competitivo, independentemente do setor de atividade onde se posicionam, é fundamental criar-se uma marca credível em torno de uma identidade visual forte e um conceito cada vez mais diferenciador, que com uma comunicação apelativa e de qualidade consiga captar novos clientes e torná-los fiéis à marca.

Engane-se aquele que pense que ao ter um bom produto, não precisa de apostar numa boa imagem. Quem ainda acreditar que não se deve investir numa boa marca, arrisca-se a ficar para trás e até mesmo a perder credibilidade.

Está comprovado que uma marca bem estudada e estruturada, cujo *branding* aliado a uma boa estratégia de *marketing* se consegue destacar mais da sua concorrência e fazer-se notar neste mundo de estímulos visuais, incentivos e oferta do melhor preço.

Perante os mercados alvo e numa área de

negócio tão importante como a do turismo, assume particular relevo para um estabelecimento hoteleiro que se pretende de projeção alargada e internacional, toda a imagem corporativa, pelo que os empresários deverão ter em atenção esta componente do seu projeto de investimento.

O mesmo sucede quando os promotores pretendam divulgar os seus estabelecimentos junto de empresas, agentes económicos e público em geral.

Tenhamos presente que, numa era cada vez mais tecnológica e digital, é fundamental a presença do empreendimento na internet, com um website responsivo e uma página nas redes sociais que mais se adequem à sua estratégia de comunicação.



Atualmente, estas são importantes ferramentas comerciais, e todas as ações de *marketing* que se levem a efeito deverão ser suportadas com uma imagem coerente, forte e com caráter.

Neste âmbito a Financertus presta aos seus clientes um conjunto de serviços ligados à área da imagem e comunicação, desde a elaboração de toda a identidade corporativa do seu empreendimento ou empresa, onde se engloba a definição do conceito, criação da identidade visual (logotipo e/ou logomarca), estacionário, brochuras, folhetos, website, *newsletters*, *merchandising*, *packaging*, design para publicidade/anúncios para a imprensa (revistas e jornais) ou para a web, convites, *outdoors*, *muppis*, criação de páginas em redes sociais, fotografia, entre outros...

Complementando esta área, promove também através dos seus parceiros nesta componente de negócio, os devidos registos junto das entidades competentes com particular destaque para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, garantindo-se exclusividade de utilização.



Potencia assim cada vez mais o conceito de gestão integrada de procedimentos e soluções, sendo exemplo da dinâmica implementada, esta revista, exclusivamente composta por nós, bem como os sites das empresas que integram o grupo.

Dos vários trabalhos que temos vindo a desenvolver nesta área, fazemos referência ao Lisbon São Bento Hotel e ao Hotel Riverside Alfama, cuja definição do conceito, criação da identidade visual, material gráfico e de comunicação (estacionário, manual de A-Z, key-pass, documentação interna, website, etc.) foi da nossa responsabilidade.

A localização do Lisbon São Bento Hotel reflete a forma como a água foi distribuída em Lisboa, no período em que a Rua de São Bento era uma das principais artérias da cidade. Contar a história da água e de como a sua distribuição era feita em Lisboa, realçando a importância que este recurso natural tem nos dias de hoje fortalece o posicionamento do Hotel no mercado turístico de Lisboa e de uma forma simples e moderna foi a nossa inspiração para a sua identidade visual. Um agradecimento especial à Ana Beatriz, da ABC Hospitality, que conosco colaborou.

Geminado a um edifício de referência, criou-se uma identidade muito própria para o

Hotel Riverside Alfama. Com inspirações associadas à fachada muito peculiar da Casa dos Bicos e a uma arte muito característica de Portugal, a azulejaria, desenhou-se um logotipo com uma imagem simples mas ao mesmo tempo requintada, em tons de azuis e branco. Não há como não pensar nos azulejos portugueses quando falamos de Portugal, tanto que em termos de azulejos pintados à mão, é considerado o melhor que há no mundo e na loja de *souvenirs* e *workshops* do Riverside Alfama pode-se comprovar isso mesmo!

Localizado num vila pitoresca e medieval, deparámo-nos com um edifício histórico, repleto de tesouros de outrora enterrados, nomeadamente o espelho da porta da entrada principal do edifício com mais de dois séculos. Foram estas as bases de inspiração que nos levaram a criar a identidade visual do Hotel Real D'Óbidos.

Com um conceito diferenciador este é um exemplo, na vertente do *marketing*, gestão

Engane-se aquele que pense que ao ter um bom produto, não precisa de apostar numa boa imagem.

e criação de conteúdos nas redes sociais (facebook, instagram, twitter, youtube, etc.) que a Financertus tem prestado serviços, assim como a criação da marca e respetiva comunicação.

Se necessita de apoio nesta área, contacte-nos para avaliar em conjunto o estudo da melhor solução para o seu caso. ■

**CLÁUDIA INÁCIO**

Dep. Imagem e Comunicação | GRUPOCERTUS  
claudiainacio@grupocertus.pt





# INOVAÇÃO E OTIMIZAÇÃO ENERGÉTICA

Por Manuel Gonçalves | STERNBLU

## ECONOMIA DE ENERGIA E RECUPERAÇÃO DE CALOR

**A** STERNBLU, para além da preocupação de realizar instalações de elevada qualidade e fiabilidade assume como importante missão a proteção, defesa do ambiente, conforto e ergonomia de trabalho dos operadores.

Temos desenvolvido para algumas unidades hoteleiras de quatro e cinco estrelas, sistemas de refrigeração remotos, utilizando Centrais Frigoríficas de elevada performance que permitem níveis de economia de energia na ordem dos 30 a 40% relativamente aos convencionais sistemas com unidades de condensação à distância.

Os sistemas de condensação remotos, para além de diminuir drasticamente a poluição sonora no interior das cozinhas, transferem as fontes de calor para fora das zonas de trabalho/operação onde podemos de forma mais simples e eficaz, implementar sistemas de recuperação e aproveitamento de energia designadamente no circuito de AQS.

A inaugurar brevemente, o cinco estrelas BAIRRO ALTO HOTEL no coração da capital marcará a sua remodelação e ampliação

pela grande preocupação com as questões ambientais, ao nível das técnicas de construção, na qualidade dos isolamentos e também nos sistemas de produção frigorífica e condensação.

O fornecimento e instalação dos Equipamentos Hoteleiros e Refrigeração foi entregue à STERNBLU.

Os quarenta e nove serviços incluindo cinco câmaras frigoríficas (produtos refrigerados e produtos congelados), cinco salas de preparação climatizadas e trinta e nove bancadas e armários (temperaturas positivas e negativas) estão interligados através de redes de cobre a várias Centrais Frigoríficas que por sua vez dissipam a energia térmica através de uma rede de condensação.



(sistemas de refrigeração remotos)

No Inverno, grande parte da energia térmica transferida dos diversos serviços, armazéns, cozinhas, bares, etc. é aproveitada no aquecimento do sistema AQS (Águas Quentes Sanitárias) através de uma rede de condensação criteriosamente dimensionada.

No Verão, a energia em excesso, é rejeitada na atmosfera através de um Arrefecedor adiabático de Líquido (DRY-COOLER) equipado com ventiladores controlados eletronicamente.



Com a temperatura exterior ambiente baixa, o equipamento opera como um arrefecedor de líquido tradicional com alhetas secas (operação seca). Quando a temperatura exterior ambiente se eleva, entra automaticamente em funcionamento um sistema adiabático especial (PADS), que consiste na circulação de água em quantidade controlada através de um painel humidificador com alto poder de absorção

impregnado com agentes biocidas e antibacterianos sobre as alhetas (operação húmida). O processo de evaporação aumenta significativamente a capacidade térmica da unidade, permitindo dissipar o calor em excesso e manter o serviço nas condições de projeto, assegurando a otimização do consumo de energia de toda a instalação.

A rede de condensação é totalmente rea-

lizada em tubagem termoplástica inovativa do tipo polipropileno (PP-R) fabricado na Alemanha por AQUATHERM.

Totalmente não tóxico e reciclável, o PP-R AQUATHERM apresenta excelentes características de soldagem, maneabilidade e resistência mecânica, configurando-se como o material ideal para o tipo de instalação desenvolvida.

## ECONOMIA DE ENERGIA E REDUÇÃO DE CONSUMO DE ÁGUA

Em hotelaria, a zona da copa de lavagem assim como a lavagem de trem, são dos maiores consumidores de eletricidade e água.

Para conseguirmos uma otimização significativa de consumos de água, eletricidade e produtos químicos, dispomos de um equipamento de origem sueca, para obter os melhores resultados.

Com a tecnologia GRANULDISK, é possível reduzir até 60% o número de horas de trabalho do pessoal, 90% o consumo de energia e 90% o consumo de água, comparativamente com os sistemas tradicionais.

O ciclo de lavagem totalmente automático dispensa pré-lavagem e baseia na sua eficácia predominantemente na ação mecânica por intermédio de um sistema de circulação

e bombardeamento de grânulos termoplásticos de alta resistência.

O consumo de detergentes é significativamente reduzido, minimizando a pegada ecológica que resulta do funcionamento do equipamento. ■

**MANUEL GONÇALVES**

Administrador | STERNBLU

[www.sternblu.pt](http://www.sternblu.pt)



ANGELO PO Monolithe, concebida por medida ao gosto e necessidades do cliente e fabricada com tampo de 3mm de espessura em aço inox.

É composta por fogão de dois queimadores, quatro focos de indução de alto rendimento, grelhador de chapa lisa em compound, fogão de placa ardente, fritadeira mergulhante elétrica e grelhador de defletores.

Estes elementos assentam sobre estufas com controlo de temperatura digital, bancadas refrigeradas, gavetas e torneira extraível.

LAGOS AVENIDA HOTEL





## À CONVERSA COM Chefe Paulo Coutinho de Castro | fundador da **PORTUGUESE TABLE**

“É uma vivência, onde vamos a casa de um anfitrião que sabe e gosta de receber em sua casa, cozinha com paixão, está de bem com a vida e transforma as 2 ou 3 horas de um jantar numa celebração da Portugalidade: através do vinho que se bebe, da comida que se aprecia, da música que se ouve, das histórias que se contam!”

*Portuguese Table é hoje uma referência no modo de cozinhar, apresentar e tomar uma refeição no âmbito da gastronomia tradicional portuguesa.*

**PCC |** Obrigado pela oportunidade e pelo elogio. Ser uma referência é provavelmente demasiado. É verdade que o queremos ser. E acreditamos que existem os fundamentos: a paixão e a energia com que trabalhamos no desenvolvimento do conceito. Mas ainda temos muito que fazer para sermos considerados uma referência. Muito. Mesmo assim o nosso obrigado.

*Quer-nos descrever o conceito que presidiu ao estudo e desenvolvimento deste projeto?*

**PCC |** Antes de mais pretendemos elevar aquilo que quem nos visita valoriza, como o que melhor temos para oferecer: a nossa gastronomia e a nossa hospitalidade. A par do clima são estes os elementos que lideram o ranking das preferências dos turistas em Portugal.

Estes são os alicerces do nosso projeto. Muito simples, portanto.

Em termos operacionais só tivemos que garantir, e continuar a fazê-lo, para que os anfitriões que se juntam a nós tenham estes mesmos valores. E isso garante-se seguindo um processo que culmina com uma visita a sua casa para simular um evento *Portuguese Table*. E só aí o anfitrião é aprovado; ou não.

Só nesse momento, e passando este último teste, o futuro anfitrião recebe o nosso galo, mascote do projeto *Portuguese Table*, e símbolo da nossa comunidade que tem de estar presente na sala de jantar, em todos os eventos *Portuguese Table*.

*O mercado está cada vez mais dotado de espaços, restaurantes ou outros, que reúnem um conjunto de requisitos capazes de satisfazer as exigências gastronómicas dos clientes, muitos promovidos por chefes de relevo. Em que é que a Portuguese Table se diferencia?*

**PCC |** A *Portuguese Table* não é um restaurante. É evidente que não podemos ter o autismo de considerar que não são a nossa concorrência. Mas um evento *Portuguese Table* é muito mais do que uma refeição. É uma vivência, onde vamos a casa de um

anfitrião que sabe e gosta de receber em sua casa, cozinha com paixão, está de bem com a vida e transforma as 2 ou 3 horas de um jantar numa celebração da Portugalidade: através do vinho que se bebe, da comida que se aprecia, da música que se ouve, das histórias que se contam!

Genuíno e único! Algo que não se pode experimentar num restaurante. Por melhor que ele seja.

*A comunicação social tem divulgado a sua boa prestação na concretização do projeto, bem como os comentários de clientes satisfeitos são uma realidade. Quer-nos falar das experiências por ele vividas, e da motivação que sente em querer fazer mais e melhor?*

**PCC |** A consciência de que somos um povo diferente, com uma capacidade única em receber de uma forma singular e extraordinária, já a tínhamos, mesmo antes de lançarmos a *Portuguese Table*.

Quer eu, quer o meu sócio Jorge Azevedo vivemos fora. E nesse período das nossas vidas fomos confrontados com diferentes episódios de pessoas que encontramos que



tinham vindo a Portugal e que nos diziam: "os portugueses são diferentes. Recebem sempre com um sorriso. Dão-nos abraços. Que povo fantástico!".

E é isso que nós buscamos nos nossos anfitriões: -O sorriso; o abraço.

Encontramos. Invariavelmente!

Temos muitas histórias. Mas temos de destacar uma. Também por ser a primeira. A história dos nossos primeiros *guests*. Um grupo de 5 advogados canadianos que se juntam uma vez por ano para velejar, em ci-

dades à volta do Mundo. O ano passado vieram a Lisboa. Ouviram falar da *Portuguese Table* e quiseram experimentar. Enviaram depois um *email* onde para além de referir que o jantar em casa da nossa anfitriã foi o momento alto da visita a Portugal, também disseram que na véspera tinham ido a um restaurante estrela *Michelin*. Que tinha sido excelente, mas que parecido tinham vários restaurantes no Canadá. Mas que o momento *Portuguese Table* foi único!

E isto logo com o primeiro grupo! Encheunos de alegria! E com a certeza de que estávamos no caminho certo!

*Podemos concluir que a Portuguese Table poderá assegurar praticamente em todo o território nacional casas e anfitriões capazes de assegurar momentos únicos de acolhimento e toma de refeições. Tal só se consegue desde que todos sintam intensamente o serviço que prestam. Quer-nos falar do sentimento e linha condutora da atividade exercida?*

**PCC** | Como disse anteriormente, o processo de seleção é fundamental para alinhar as expectativas dos nossos anfitriões com os nossos objetivos. Esclarecemos que se pretende receber os futuros *guests*, como os amigos que têm frequentemente em casa. O objetivo é manter as tradições. Se se serve emprorado, continuar a servir emprorado. Se serve na panela, continuar a servir na panela. Tudo tem de ser genuíno!

É essa a mensagem: a da genuinidade!

E é uma mensagem que passa muito rápida e facilmente. Só porque estamos rodeados de gente extraordinária: os nossos anfitriões!

"O objetivo é manter as tradições. Se se serve emprorado, continuar a servir emprorado. Se serve na panela, continuar a servir na panela. Tudo tem de ser genuíno!"





“Ir a um restaurante não é diferenciador! A casa de um anfitrião permite uma vivência única.”

*Como caracteriza o seu mercado, e de que forma os clientes tomam conhecimento da estrutura e efetuam as reservas?*

**PCC** | Os nossos *guests* são, principalmente, alemães, anglo-saxónicos, brasileiros e franceses, que nos visitam. Também alguns portugueses, dos 35 aos 65.

Pessoas com curiosidade em viver uma experiência genuína, em casa de um português.

A nossa proposta de valor chega através de diferentes operadores com quem temos andado a trabalhar e com quem estabelecemos contacto nas feiras de Turismo em que estivemos presentes – a última das quais a ITB em Berlim, que se seguiu à BTL.

Nesta estratégia de divulgação é também importante a série de artigos publicados por jornalistas e *bloggers* que viveram um momento *Portuguese Table* aquando de uma visita a Portugal, bem como ações de divulgação que fazemos com alguma frequência no aeroporto do Porto, com o apoio da ATP, que geram sistematicamente reservas em casa dos nossos anfitriões.

*O que pensa do futuro e que influências perspetiva se possam relacionar com o projeto?*

**PCC** | Sou uma pessoa que vê sempre o copo meio cheio.

Entendo também por isso, que o nosso conceito tem tudo para dar certo! Os valores que o suportam, vão perdurar.

Portugal continuará a ser um destino privilegiado. Continuaremos a ter um enorme mercado potencial.

Temos centenas de pessoas inscritas para um dia poderem ser anfitriões. Penso por isso que temos a oferta e a procura alinhadas.

Estamos a dar um passo importante na busca de transformar este projeto mágico num negócio: depois do canal B2B, com o trabalho junto de operadores turísticos, estamos a trabalhar o canal corporativo. Estamos a apresentar o nosso conceito a empresas: o evento *Portuguese Table* como a melhor forma de realizar um almoço ou jantar de trabalho com um agente ou cliente que nos visita, ou mesmo para motivar uma equipa de um departamento.

Ir a um restaurante não é diferenciador! A casa de um anfitrião permite uma vivência única.

*Portuguese Table: good food, great people, amazing experiences!* ■

**PAULO COUTINHO DE CARMO**

Chefe | **PORTUGUESE TABLE**  
hello@portuguesetable.com



**GOOD FOOD,  
GREAT PEOPLE,  
AMAZING EXPERIENCES!**

[www.portuguesetable.com](http://www.portuguesetable.com)





## MH HOTELS BREATHING NATURE

O Grupo MH Hotels detentor de três unidades hoteleiras na região Oeste, destaca-se pelo seu empreendedorismo e saber fazer.

Tendo iniciado o seu projeto empresarial pela requalificação do antigo Hotel Praia Norte 3\*, atual MH Peniche 4\*, concluiu recentemente outra obra emblemática não só pela sua dimensão e complexidade técnica, como pela complementaridade de serviços que ali instalou, o MH Atlântico 4\*.

Ambas as unidades integram tecnologias avançadas, desde os meios de suporte à operação hoteleira e sustentabilidade ambiental, a uma funcionalidade otimizada com claro enfoque nos clientes.

Situadas em Peniche, definiu-se um conceito ligado ao mar refletindo-se este na decoração e equipamentos, criando-se um centro de

interpretação ambiental e do mar onde os hóspedes tomam conhecimento da sua riqueza, importância de manutenção das espécies e biodiversidade, tão necessárias ao planeta.

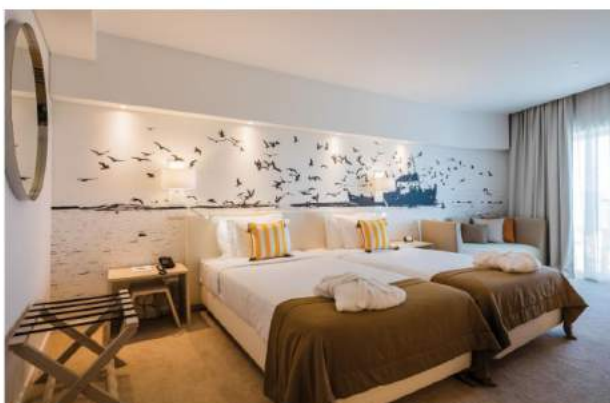
É neste contexto de conduta de sustentabilidade ambiental e enriquecimento de produto que o grupo MH Hotels atua, possuindo orgulhosamente os dois hotéis mais ecológicos de Portugal, tendo ainda como metas o posicionamento de Peniche no roteiro dos congressos nacionais e internacionais.

A Financertus assessorou aos projetos de arquitetura, definiu o conceito e foi responsável pelo desenvolvimento destes investimentos a programas comunitários, bem como ao nível de isenções fiscais.

## MH PENICHE HOTEL ★★★★★

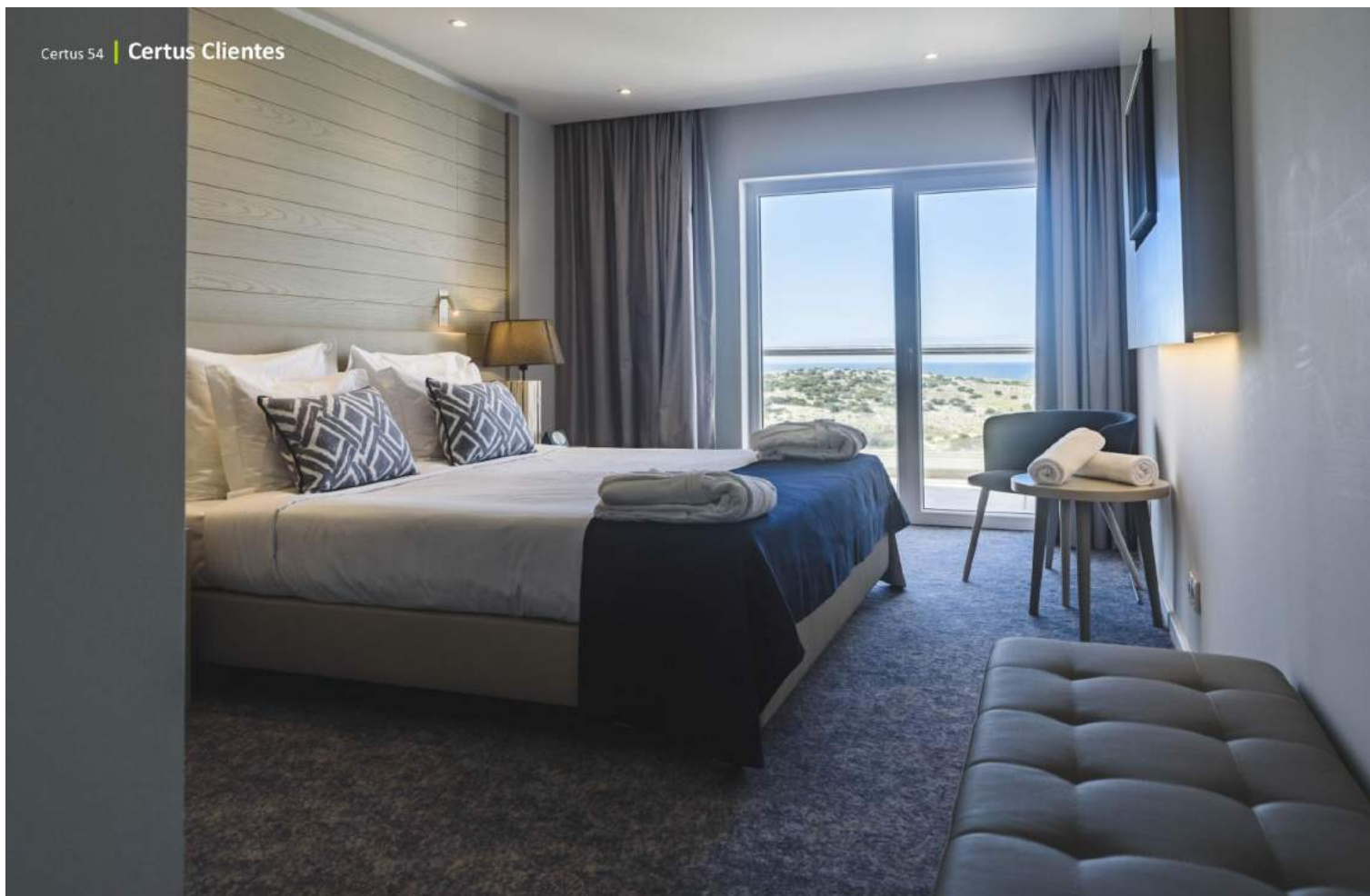
Localizado à entrada de Peniche e junto à estrada para o Baleal, o hotel dispõe de 120 quartos e suites, restaurante e bar panorâmico, spa com piscina interior aquecida, ginásio, 8 salas polivalentes até um total de 400 pessoas, centro interpretativo do mar e área interativa com jogos diversos, prancha simuladora de *surf*, além das demais infraestruturas exteriores de lazer.

Destaque para o *rooftop* onde o entardecer e o pôr do sol nos deslumbram e preenche de forma enriquecedora...



MH HOTEL PENICHE  
Avenida Monsenhor Manuel Bastos, 2520-206 Peniche  
Tif | +351 262 780 500

[www.mh-hotels.pt](http://www.mh-hotels.pt)



## MH ATLÂNTICO HOTEL ★★★★★

Junto à praia da Consolação, esta unidade hoteleira possui 115 quartos e suites, restaurante e bares, spa, ginásio e piscinas interiores e exteriores, estando dotada de um centro de congressos até 700 pessoas integrando 6 salas polivalentes.



“É num contexto de conduta de sustentabilidade ambiental e enriquecimento de produto que o grupo MH Hotels atua, possuindo orgulhosamente os dois hotéis mais ecológicos de Portugal...”

MH HOTEL ATLÂNTICO GOLFE  
Praia da Av. do Golfe, 2525-150 Peniche  
Tif | +351 262 757 700

[www.mh-hotels.pt](http://www.mh-hotels.pt)



MH Atlântico Hotel

# SUNENERGY

## GRUPO MH HOTELS APOSTA NA SUSTENTABILIDADE

É crescente a sensibilização sobre questões ecológicas, de sustentabilidade ambiental, de inovação e tudo o que contribua para a melhoria das condições de vida.

O setor do turismo a par com o da indústria é dos que mais poderá potenciar este movimento, não seja a necessidade de otimização dos atuais elevados consumos energéticos necessários ao desenvolvimento da sua atividade, como pela constituição de uma mostra para um mercado cada vez mais exigente e informado, podendo assim criar infraestruturas necessárias de apoio à operação através de centros de inovação tecnológica independentemente da escala.

É nesta senda de redução da pegada ambiental que o Grupo MH tem desenvolvido os seus projetos, em parceria com a Sunenergy, empresa especializada em energia solar e otimização energética, dotando as suas unidades de infraestruturas técnicas e soluções de alto nível, destacando-se a instalação das duas maiores centrais fotovoltaicas em hotéis em Portugal, integrando 720 painéis no MH Peniche com uma área de 5000m<sup>2</sup> e 180KW de potência, reduzindo a emissão de 107 toneladas de Co<sub>2</sub>.

Igual procedimento se verifica no MH Atlântico, com 520 painéis solares fotovoltaicos instalados na cobertura do centro de congressos, representando uma capacidade produtiva de 178.488kwh/ano, ao que acrescem 100 painéis solares para aquecimento de águas sanitárias.

Soluções inovadoras e amigas do ambiente foram também instaladas, tais como rede de dupla canalização para reaproveitamento de águas sanitárias e sua reintrodução em autoclismos e rega, bem como em dois postos de carregamento para veículos elétricos.

Segundo o Sr. Raul Santos, administrador da Sunenergy, este tipo de soluções estão a ter uma procura crescente uma vez que se traduzem em poupanças significativas da fatura energética, permitindo produzir energia durante o dia, precisamente quando ela é mais cara, aumentando a competitividade das empresas.

Este tipo de investimento, dependendo do projeto a intervir, poderá ter rentabilidade superior a 20% ao ano, equivalendo a um retorno financeiro de 5 anos. ■

[www.sunenergy.pt](http://www.sunenergy.pt)



MH Peniche Hotel






**HOTEL REAL D'ÓBIDOS**  
Rua D. João de Ornelas 2510-074 Óbidos  
Tlf | (+351) 262 955 090  
Email | [info@hotelrealdobidos.com](mailto:info@hotelrealdobidos.com)

[www.hotelrealdobidos.com](http://www.hotelrealdobidos.com)

 [www.facebook.com/hotelrealdobidos](https://www.facebook.com/hotelrealdobidos)

 [www.instagram.com/hotelrealdobidos](https://www.instagram.com/hotelrealdobidos)

EXISTEM LUGARES QUE MERECEM A PENA VISITAR

# HOTEL REAL D'ÓBIDOS★★★★

Além do alojamento alusivo à monarquia de maior representatividade na história da urbe, aqui se realizam múltiplas atividades e serviços assegurando-se experiências memoráveis.

**M**ais do que uma "escapadinha" em períodos de lazer, férias, eventos personalizados ou reuniões de trabalho, procuram-se hoje experiências que nos proporcionem momentos de diferenciação que recordemos com agrado.

Assente numa temática medieval e refletindo a história dos monarcas mais ligados à vila, o Hotel Real D'Óbidos oferece excelentes condições de alojamento e serviços, não só pelas características dos seus quartos, como das zonas comuns, salas polivalentes e infra-estruturas exteriores.



## PROGRAMAS DIVERSOS

Os pacotes de serviços organizados pelo hotel são uma boa opção, proporcionando desde passeios de charrete, visitas guiadas, jantares românticos na Pousada do Castelo, ao *glamour* de uma dormida em lençóis de cetim, à adrenalina de atividades náuticas ou passeios todo o terreno, entre outros.

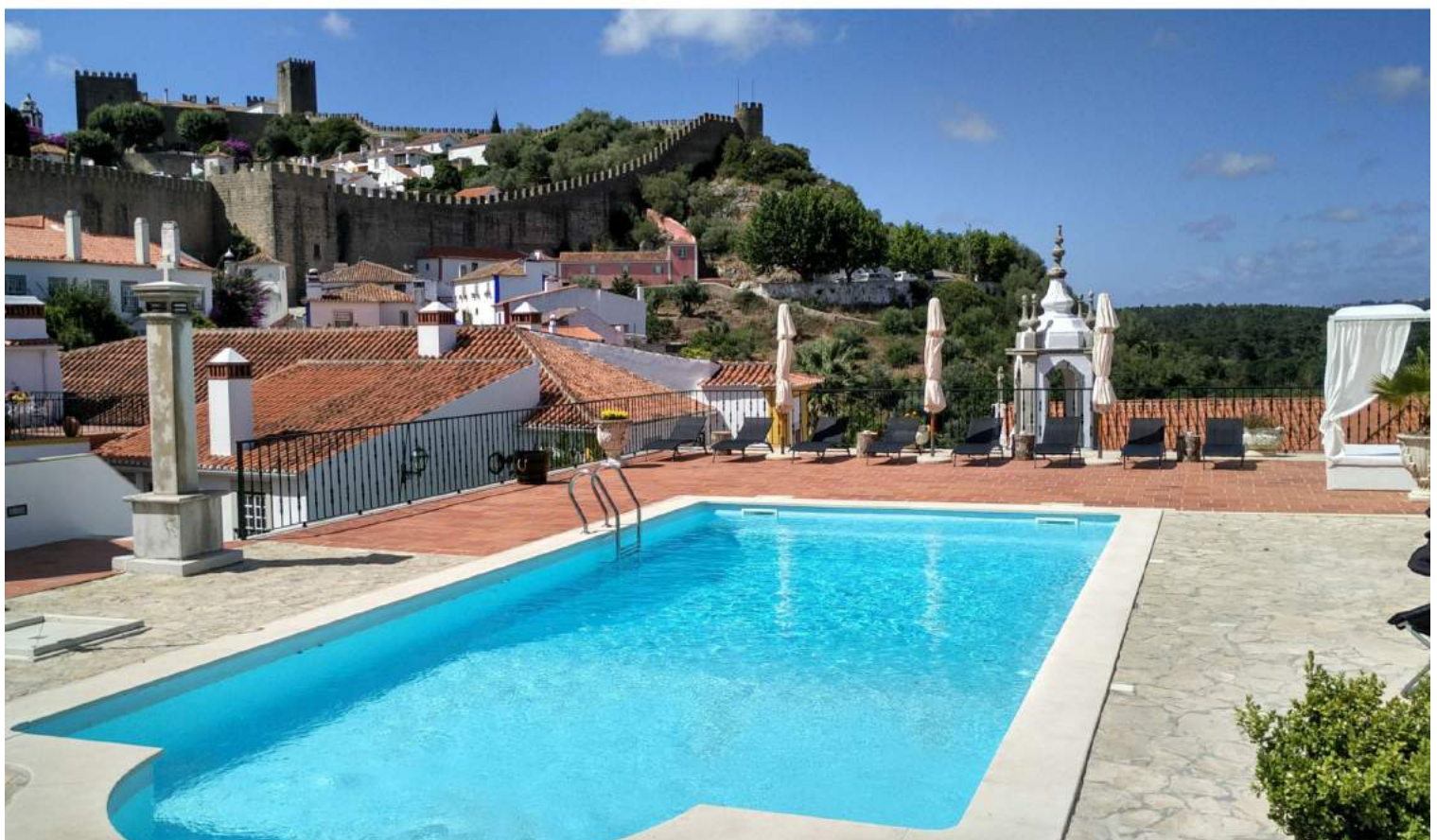
Para realização de encontros familiares, festas de aniversário, reunir com amigos ou simplesmente relaxar num fim de semana tranquilo e usufruir de um tratamento corporal ou massagem, acreditamos que o hotel corresponderá às expectativas.

## ANIMAÇÃO

Sempre divertida, assegura atividades facilmente realizáveis por todos os intervenientes. Algumas assentam em jogos ancestrais e tradicionais portugueses, procurando refletir os costumes das gentes de outrora e a sua simplicidade, enaltecendo também quem as realiza. Outras, mais exigentes, desde torneios de arco e flecha, percursos de orientação, escalada, etc fazem também parte dos programas a disponibilizar.

## REUNIÕES EMPRESARIAIS

Com salas de capacidade entre 30 a 120 pessoas, o hotel oferece boas condições para a realização de reuniões de trabalho ou eventos empresariais, proporcionando ainda zonas interiores e exteriores para a realização dos *coffee breaks* e refeições. ■





# SERÕES MEDIEVAIS

## UMA VIAGEM PARA UMA OUTRA ERA

Hoje procuram-se experiências que nos proporcionem momentos de diferenciação e que recordemos com agrado no futuro.

**N**a continuação da sua relação de proximidade com os clientes a Financer-tus promoveu no Hotel Real D'Óbidos mais um evento descontraído, onde todos os presentes interagiram de forma empenhada e criativa.

Chegados à "alcáçova", os visitantes puderam descansar das suas viagens e participar numa receção volante, ter um batismo de arco e flecha, e efetuar uma visita guiada à vila empunhando tochas para alumiar o seu percurso.



...serviram-se manjares em abundância ao som do rufar dos tambores e música trovadoresca...

Mais tarde, já num dos salões da mansão e perante os anfitriões D. Inácio e D. Isabel, numa cerimónia com pompa e circunstância, serviram-se manjares em abundância ao som do rufar dos tambores e música trovadoresca, participando em animadas brincadeiras o bobo, malabaristas e acrobatas, disputando-se donzelas entre *muy nobres* senhores...

O serão findou com danças da época e uma queimada onde todos os presentes brindaram ao que de bom a vida lhes tem proporcionado, convergindo também num pedido de que todos possamos contribuir para a melhoria da sociedade e de um futuro promissor. ■





EUROPE

# SUBLIME COMPORTA

COUNTRY HOUSE RETREAT & SPA  
HOTEL APARTAMENTO ★★★★★







Inserido numa mancha verde de 17 hectares de pinheiros e sobreiros em plena herdade da comporta, o Sublime Country House Retreat & Spa 5\* afirma-se como um *resort* de nível superior, integrando uma oferta diversificada de serviços capaz de responder às maiores exigências dos mercados.

O projeto assenta no "Lifestyle" da Comporta, revela a beleza da sua envolvente, a singularidade da arquitetura, o encanto dos espaços, decoração e qualidade dos serviços, constituindo-se no seu conjunto num retiro físico e espiritual afastado do bulício citadino.

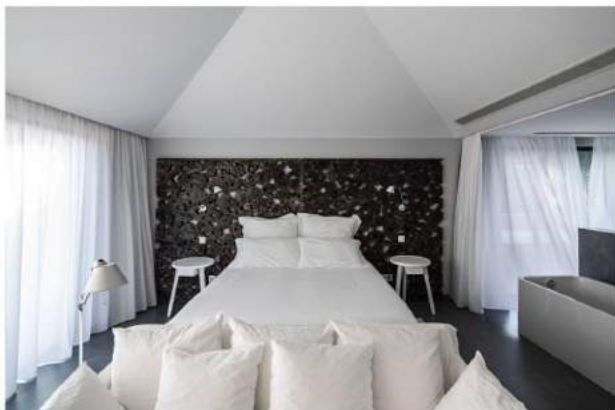
Reconhecido nacional e internacionalmente como um dos 100 melhores hotéis do mundo, vai somando prémios e distinções ao mais alto nível, bem patententes nos muitos meios de comunicação social e imprensa especializada do setor, além do reconhecimento nos mais diversos quadrantes.

O empreendimento integra um Hotel Apartamento de 5\*, dispendo de quartos, suites, *villas* de tipologias V2 a V5, restaurante, bares, spa, animação turística e outras infraestruturas, constituindo um lugar de eleição numa terra de excelência que merece a pena visitar.

A Financertus prestou assessoria técnica ao projeto de arquitetura, desenvolveu o plano de negócios e candidatura a apoios comunitários, bem como na componente fiscal. ■

SUBLIME COMPORTA COUNTRY RETREAT & SPA  
EN 261-1, 7570-337 Muda, CCI 3954 Grandola  
Tlf. | +351 269 449 376  
info@sublimecomporta.pt

[www.sublimecomporta.pt](http://www.sublimecomporta.pt)





# VERTIGEM AZUL

Navegando à descoberta dos golfinhos do sado, partilhando as belezas do estuário e da costa de Tróia e da Arrábida.

**A** Vertigem Azul é uma empresa de animação turística pioneira na observação dos golfinhos do Sado, com uma vasta experiência na organização de eventos e programas na natureza, proporcionando momentos inesquecíveis a todos os que a visitam. A preservação da população de golfinhos e do seu ecossistema constitui a principal prioridade da empresa.

No processo de crescimento da sua atividade, a Financertus foi responsável pela assessoria financeira prestada nas candidaturas a programas comunitários para as suas embarcações Esperança e Ipanema, esta última com previsão de operar já neste Verão. ■

VERTIGEM AZUL - TURISMO DE NATUREZA, LDA.  
Tlf | +351 265 238 000 | vertigemazul@mail.telepac.pt

[www.vertigemazul.com](http://www.vertigemazul.com)







EM CONSTRUÇÃO

# QUINTA DA COMPORTA

## WELLNESS BOUTIQUE RESORT ★★★★★

Um lugar que se acredita traduzir numa sensação genuína de pertencimento e onde as experiências autênticas criam memórias autênticas.

**S**egundo o arquiteto Miguel Câncio Martins, a Comporta tornou-se numa marca de projeção internacional devido às suas características naturais, geográfica e de baixa densidade demográfica, não possuindo infraestruturas capazes de responder à procura do mercado.

Este, segundo afirma, de nível financeiro elevado, pioneiro no turismo e no "savoir vivre", procura o luxo despretensioso em que a autenticidade das gentes, as suas tradições e a simplicidade de um serviço de qualidade são fundamentais.

A Comporta apresenta-se assim como um diamante em bruto e a ser lapidado, devendo evitarem-se os erros de planeamento e con-

ceção cometidos na costa algarvia.

Adepto da marca "Comporta", refere que através da grande dinâmica das iniciativas de vários nomes estrangeiros de relevo, juntaram-se aos nacionais aderindo ao seu "lifestyle", acreditando no sucesso da mesma e na forma como deverá ser dinamizada para o enriquecimento de um produto de elevado nível, e para o que acredita todos terão um papel a desempenhar.

Neste âmbito, há varios anos que projetou e está em fase muito adiantada de construção o "Wellness Boutique Resort Hotel Quinta da Comporta 5\*", vindo preencher uma lacuna no setor do turismo.





Sentir Comporta, será provavelmente como o paraíso na terra...

Localizado no Carvalhal, o *resort* integra um programa funcional diversificado e inovador, não só pela arquitetura, conceito e decoração, como pela tipologia das suas unidades de alojamento e equipamento de apoio, nomeadamente:

- 24 Quartos duplos
- 18 *Town Houses T2*
- 5 *Pool Villas V3*
- *Spa*
- Restaurante
- Adega
- Bares
- *Kid's Club*
- Jardim Biológico
- Cinema *Lounge*

A Financertus prestou assessoria técnica ao projeto de arquitetura, foi responsável pelo desenvolvimento deste investimento a apoios comunitários, e acompanha neste âmbito a sua implementação a nível financeiro. ■

QUINTA DA COMPORTA WELLNESS BOUTIQUE RESORT

Rua Alto do Pina, Carvalhal  
reservations@quintadacomporta.com

[www.quintadacomporta.com](http://www.quintadacomporta.com)





## UM RESORT PARA TODA A FAMÍLIA

# JÚPITER ALBUFEIRA

### HOTEL ★★★★★

O antigo Hotel Montechoro em Albufeira adquirido pelo Grupo Júpiter, está presentemente em profunda requalificação no sentido de aumentar a sua categoria para cinco estrelas.

Com abertura prevista para o próximo verão, a unidade irá ser dotada de 377 quartos duplos, 16 suites, 1 apartamento, 2 bares, 2 restaurantes, 4 salas de conferência e 160 lugares de estacionamento, salão de jogos, *kids club*, cabeleireiro, ginásio, *spa*, piscina interior aquecida e duas piscinas de exterior, 7 campos de ténis, campo polivalente entre outras atividades.

A Financertus foi responsável pela elaboração da candidatura à Inovação Produtiva do Portugal 2020, acompanhando financeiramente a implementação do projeto. ■



JÚPITER ALBUFEIRA HOTEL  
Rua Alexandre O'Neill, 8200-343 Albufeira  
Tlf | +351 282 105 500

[www.jupiterhoteis.com](http://www.jupiterhoteis.com)





# ALCAZAR

## HOTEL & SPA ★★★★★

Situado a 4 minutos a pé da Praia de Monte Gordo e 700 m do casino, o Alcazar Hotel & SPA dispõe de duas piscinas e áreas de relaxamento, um centro de *spa* e *fitness*. Esta unidade tem também parque infantil e sauna, e os clientes podem desfrutar de uma refeição no restaurante ou uma bebida no bar.

Fundamental para a avaliação das instalações e desempenho operacional, a Financertus procedeu a uma auditoria que visa a eventual deteção de debilidades visando a sua minimização ou saneamento. ■



ALCAZAR HOTEL & SPA  
Rua de Ceuta nº 9, 8900-435 Monte Gordo  
Tlf | +351 281 510 140

[www.hotelalcazaralgarve.com](http://www.hotelalcazaralgarve.com)



# 20 ANOS IMOCERTUS

Investimentos Imobiliários e Turísticos, Lda.

"A sua estratégia de futuro passa pela conclusão dos negócios e obras em curso, ponderando desde já novos investimentos e particularmente direcionados para o setor comercial e/ou atividade turística."

**D**esde a sua constituição em 1998 que a atividade da Imocertus tem sido importante no desenvolvimento e consolidação da estrutura empresarial do Grupocertus.

O estudo e saber fazer nestes 20 anos, com os ciclos económicos e conjunturais que o setor do imobiliário atravessou nesse período e o modo como o influenciaram, aumentou conhecimento e redefiniu a estratégia.

Como grande parte do setor, também a empresa foi afetada pela grande contração do mercado, gerando encargos significativos e com os quais teve de lidar.

Nestas duas décadas desenvolveu projetos diversificados, desde apartamentos e moradias, turismo e residencial, num volume de negócios aproximado a dez milhões de euros.

Constata "obra feita" e na qual se revê, projetando o futuro com entusiasmo e alargando a atividade ao mercado do arrendamento habitacional através da requalificação urbana e de projeto chave na mão.

## PROJETOS DESDE 1998:

- Apartamento T1 na Urbanização São Sebastião Garden Park - Ericeira;
- Moradia V6 em Avarela - Óbidos
- Apartamento T2 em Guimarães;
- Loja em Tercena-Massamá;
- Hotel Real D'Óbidos de 4 estrelas em Óbidos;
- Residência dos Infantes em Óbidos;
- Duas Moradias V3 na Fonte Boa da Brincosa - Carvoeira - Mafra;
- Moradia V3 na Lapa da Serra - Carvoeira;
- Moradia V3 nos Limites do Seixal - Ericeira;
- Moradia V3 em Ribamar - St<sup>o</sup>. Isidoro, Mafra;
- Moradia V4 em Barreiralva - Mafra;
- Prédio c. 8 apartamentos T3 em Ourém;

- Apartamento T2 em Flamenga - Loures
- Apartamento T2 na Póvoa de St<sup>o</sup>. Adrião - Odivelas;
- entre outros...

Para além desta lista, outros projetos de relevo foram desenvolvidos pela Imocertus, dos quais destacamos o turismo rural "Uma Certa Casa", o conjunto de moradias "Óbidos Country Houses", o loteamento "Lousa Garden Villas", assim como uma série de apartamentos adquiridos para remodelações.

**IMOCERTUS, LDA.**

Alameda Roentgen 2A - 1<sup>o</sup>E, 1600-759 Lisboa

TIF | +351 217 121 050

geral@imocertus.pt

[www.imocertus.pt](http://www.imocertus.pt)



## Óbidos Country Houses - Moradias V3 (Geminadas)

Foi num caráter de ruralidade urbana que a Imocertus desenvolveu mais um investimento de qualidade, tendo concluído a recuperação de cinco moradias de tipologia V3, que adquiriu ao Banco Montepio Geral em estado de grande abandono.



(antes)



(depois)



## Morada V6 de Luxo em Avarela



Continuando uma estratégia de expansão da sua atividade, a Imocertus, Lda. adquiriu em 2011 um edifício em estado de abandono há mais de dez anos.

Licenciado para fábrica de pintura artesanal de cerâmica, esta atividade nunca foi implementada em resultado do insucesso da então empresa promotora.

Inserido num loteamento a 1,8 kms da vila de Óbidos, servido por excelentes acessos e usufruindo de uma envolvente e paisagem magníficas, esta pré-existência potenciou a instalação de uma moradia multi-familiar de elevado nível.

De arquitetura contemporânea e linhas sóbrias, grandes vãos envidraçados e excelentes áreas vivenciais, esta moradia procurou corresponder a um mercado de nível superior, constituindo-se como um produto de eleição.



(antes)



(depois)



## Lousa Garden Villas - Loteamento com 12 Moradias V3 e V4

Longe da agitação da cidade e perto o suficiente para garantir uma vivência de exceção, projetou-se este conjunto habitacional de elevada qualidade, conciliando a arquitetura contemporânea ao conforto do design de interiores, à envolvente dos jardins e paisagem rural que se vislumbra.

A apenas 15 minutos de Lisboa, este conjunto habitacional congrega 12 lotes com moradias isoladas, circundadas por um arruamento público, 29 lugares de estacionamento, passeios, árvores e um jardim central.

Cada lote possui jardim privativo com piscina, destacando-se o conjunto pela sua privacidade e qualidades arquitetónica e construtiva.



### Morada V3, em Vinha do Barril -Lousa

Projeto de Arquitetura e construção do Lote 7.





## Uma Certa Casa - Turismo Rural e Exploração Vinícola, em Monção

Recuperação integral de uma quinta com edificação em ruínas, visando a sua adaptação à atividade turística.

Casa de Campo e plantação de vinha casta "Alvarinho".



(antes)



(depois)

## Apartamento T2, na Estrada da Luz

Apartamento de tipologia T2, localizado a poucos metros do Jardim da Luz e do Colégio Militar, totalmente remodelado, incluindo redes de água, gás, eletricidade, caixilharias, loiças do wc e equipamento de cozinha.



(antes)



(depois)



(antes) (depois)



## Apartamento T2, em Carnaxide

Apartamento de tipologia T2, dotado com boas áreas e muita luz, cozinha equipada, estores elétricos, música ambiente, aquecimento e aspiração central em todas as divisões. A Imocertus adquiriu este apartamento através de uma permuta e efetuou apenas algumas intervenções em termos de pintura e pavimento, uma vez que já se encontrava em bom estado.



## Apartamento T2, em Flamenga - Loures

Remodelação integral de um apartamento de tipologia T2, localizado no concelho de Loures, incluindo redes de água, gás, eletricidade, caixilharias, loiças do wc e equipamento de cozinha. ■



(antes)



(depois)





**Análise dos mercados**  
**Definição do conceito**  
**Planos de negócio**  
**Assessoria técnica a projetos**  
**Consultoria de gestão hoteleira**  
**Candidaturas a apoios financeiros**  
**Imagem institucional**  
**Estudo de equipamentos**  
**Orçamentação geral do investimento**  
**Acompanhamento financeiro na implementação**  
**Auditorias de qualidade de instalações e serviços**  
**Dossiers de incentivos fiscais**  
**Avaliação de antecedentes processuais**



**financERTUS**

Consultadoria e Serviços, Lda.

Alameda Roentgen 2A - 1ºE 1600-759 Lisboa

Tel. (+351) 217 121 050

geral@financertus.pt

[www.financertus.pt](http://www.financertus.pt)





Financertus | Imocertus | Certushotéis

Alameda Roentgen 2A - 1º E 1600-759 Lisboa PORTUGAL

Tlfs. +351 21 715 53 05 + 351 21 715 53 08 +351 21 712 10 50 Fax. +351 21 715 53 69

Email: geral@grupocertus.pt

[www.grupocertus.pt](http://www.grupocertus.pt)