



RENTABILIDADE E TEMPO

XII CONFERÊNCIA ANNUAL DO TURISMO
FUNCHAL . 12 OUTUBRO 2018

ANTÓNIO TRINDADE

“talvez tu te atrases, mas não o tempo”

Abraham Lincoln
(1809-1865)

“não são as espécies mais fortes que sobrevivem, nem as mais inteligentes, e sim as mais suscetíveis à MUDANÇA”

Charles Darwin
(1805-1882)

X2

**Desde 1964 duplica, a cada 18 meses,
o número de componentes de cada chip
informático**

ou seja, a memória colocada à nossa disposição cresce exponencialmente, a um ritmo dificilmente absorvível por uma estrutura normal de gestão

é este o **MUNDO** em que vivemos e onde,
por exemplo:

// a informação cresce exponencialmente e as **previsões são reduzidas** a períodos muito mais curtos

// os ciclos temporais de produto diminuem, obrigando a uma **reinvenção permanente**

// os negócios **desmaterializam-se e ganham** escalas globais (OTAs, UBER, AIRBNB, etc...)

// as **redes sociais são vorazes** na distribuição de informação, na maioria dos casos não controlável pelo informador

e no **TURISMO**

// **oferta** é normalmente **superior à procura**

// vive muito da **ligação ao território**, colocando-se num ambiente competitivo à escala global

// procura evolui a um **ritmo mais rápido** do que a oferta

// surgem **novos protagonistas** e novos modelos de negócio (exemplo: alojamento local)

// **o tempo** é uma forte **determinante da rentabilidade**

COMO SE COLOCA PORTOBAY?



temos três **VERTENTES**

// uma **HOLDING** – PortoBay SGPS

// uma **EMPRESA DE GESTÃO** – PortoBay Hotéis & Resorts

// uma **MARCA** – PortoBay

**separamos conceitos
entre PROPRIEDADE e GESTÃO**

o que permite olhar para novas oportunidades que se nos vão colocando e que nós procuramos, numa perspetiva abrangente a mais sócios na **propriedade**, e sustentada por uma **gestão** PortoBay informada e que reduz riscos de investimento

ao nível da **PROPRIEDADE**

uma maior ou menor participação de capitais próprios tem também a ver com:

// a localização do projeto

// a evolução das taxas de juro

// a liquidez da propriedade

// os incentivos locais, regionais ou nacionais

ao nível da **GESTÃO**

a capacidade advém fundamentalmente:

// do *know-how* adquirido

// de boas-práticas diferenciadoras

que pretendemos levar **transversalmente** a todas as unidades do grupo e que identificam as **mais-valias da marca PORTOBAY**

**AS MARCAS
ASSIM COMO
A RENTABILIDADE
TÊM DE SER
BEM CONSTRUÍDAS
NO TEMPO**

por isso... nos atuais e novos projetos, a prossecução da nossa **POLÍTICA DOS 3 Ps**

PRODUTO

diferenciado, cúmplice e resiliente à velocidade da evolução das procuras

PROMOÇÃO

com particular vocação para a **fidelização** dos seus clientes e integração nas mais eficazes redes de **distribuição**

PESSOAS

atenção prioritária às suas **equipas preparadas, motivadas** e com **orgulho** em pertencer ao universo PortoBay

tudo isto com o OBJETIVO de:

// **remunerar** adequadamente quem acreditou
e acredita no projeto PortoBay

// **fidelizar** as equipas de Colaboradores

// constituir uma **mais-valia** para os diferentes territórios
onde estamos sediados



PortoBay
HOTELS & RESORTS

"see you soon"

WWW.PORTOBAY.COM

