

Mercado das residências de marca ganha terreno em Portugal e atrai turismo de luxo

written by O Cidadão | 9 de Março, 2025



O mercado das residências de marca está em expansão em Portugal e a ser alvo de **investimento por parte de grandes cadeias hoteleiras**, que esperam assim atrair turismo de luxo, disseram à Lusa várias entidades do setor imobiliário.

As residências de marca, ou '**branded residences**', são *moradias ou apartamentos que têm à sua disposição serviços tipicamente associados a hotéis, como alimentação, lavandaria, entre outras.*

"O mercado de residências de marca em Portugal tem registado um crescimento significativo nos últimos anos, consolidando-se como uma tendência emergente no setor imobiliário de luxo", explicou Pedro Fontainhas, diretor executivo da Associação Portuguesa do Turismo Residencial e Resorts (APR).

Estas propriedades, indicou, estão **“associadas a marcas de hotéis ou ‘designers’ de prestígio, que oferecem aos proprietários serviços e comodidades típicos da hotelaria de luxo”**, referiu, indicando que **“em Portugal, este conceito tem ganho popularidade, com vários projetos concluídos e outros em desenvolvimento, especialmente em regiões como Lisboa, Porto e Algarve”**.

Pedro Fontainhas destacou que **“o mercado tem crescido significativamente nos últimos anos”**, indicando que inclui imóveis residenciais e de turismo residencial associados a uma marca e que se tem **“expandido para várias regiões do país, incluindo desde o Algarve a Lisboa, Cascais, região do Douro e do Alqueva”**. O dirigente associativo apontou um relatório da Savills que indica que **“o número de projetos aumentou mais de 160% na última década”**.

João Cília, presidente executivo (CEO) da imobiliária Porta da Frente Christie’s, explicou que **“o conceito de residências de luxo turísticas está geralmente ligado à venda de empreendimentos com licença turística”** e que **“neste tipo de empreendimentos, o comprador tem como obrigatoriedade colocar o imóvel adquirido para exploração turística por parte da entidade gestora, que poderá ser uma cadeia hoteleira conhecida (‘branded residences’) ou uma entidade criada pelo próprio promotor imobiliário, que desenvolveu o projeto”**.

O gestor realçou que ainda não há dados concretos sobre a dimensão deste mercado em Portugal, mas deu conta de cada vez mais projetos desta natureza em comercialização, em especial em zonas turísticas como Cascais, Carcavelos, Comporta e Litoral Alentejano.

Já Hugo Santos Ferreira, presidente da APPII – Associação Portuguesa de Promotores e Investidores Imobiliários acredita que há **“uma mudança de paradigma do mercado imobiliário de luxo, principalmente pela atividade que hoje Portugal tem junto do mercado americano e do mercado brasileiro”**.

“Acho que as ‘branded residences’ são uma boa moeda de troca, ou seja, Portugal pode oferecer uma série de coisas, mas não consegue ter ainda produtos com “serviço de altíssimo luxo”.

“Mas pode oferecer o que se chama ‘branded service’, ‘branded residence’”, com serviços muito ligados a grandes cadeias de hotelaria, destacou.

João Cília explicou que “existem dois tipos de ‘players’ neste segmento de residências turísticas de luxo: operadores desenvolvidos pelos próprios promotores imobiliários com a finalidade de exploração dos empreendimentos, desenvolvidos por eles mesmos, ou grandes cadeias hoteleiras, a quem os promotores atribuem a exploração turística do projeto”.

Pedro Fontainhas acredita que “o mercado imobiliário de luxo em geral está em expansão”, citando estudos recentes que “indicam que os preços das casas de luxo em Lisboa deverão subir cerca de 4,5% em 2025, com um aumento de 5% na faturação do segmento prime a nível nacional”. Para o dirigente associativo, “Lisboa e Porto continuam a consolidar-se como zonas prime, enquanto algumas periferias destas cidades emergem como novos polos de investimento”.

Para João Cília, “existe um crescente interesse por parte de clientes estrangeiros neste tipo de projetos”.

Além disso, disse, fica facilitada “a monetização do apartamento quando os clientes estão fora do país”, por podem colocá-lo “à exploração de forma imediata”.

Ainda assim, indicou, “existe também um grande número de portugueses que utiliza as residências turísticas como forma de aquisição de uma segunda casa de férias, pois permite utilizar a casa ou apartamento em alguns períodos e rentabilizar o investimento com a colocação do imóvel para exploração turística quando não o estão a utilizar”, sendo uma “forma de garantir uma casa de férias, cujo financiamento é pago pela exploração turística do imóvel”.

O gestor disse ainda que “dado o ciclo positivo do mercado imobiliário, estes investimentos têm gerado mais-valias significativas caso posteriormente o cliente queira revender o imóvel”.

Foto | direitos reservados