



P | A | N | O | R | Â | M | I | C | A



ENTREVISTA

**“O NOSSO OBJETIVO, PARA 2017,
É O DE CONTINUAR A CRESCER”**

FREDERICO BORGES DE CASTRO

Membro da Comissão Executiva da CBRE

OPEN SPACE

*Claude Kandiyoti
O CEO da Krest Real Estate Investment
fala da paixão por Portugal*

MARKET WATCH

*O mercado imobiliário
analisado ao pormenor nos
vários setores*

NWOW

*New Ways of working
o conceito revolucionário da CBRE, que
está a mudar a forma de trabalhar*

P A N O R Â M I C A

05	Editorial "E no entanto, ela move-se..." Francisco Horta e Costa.
06	Breves As últimas novidades da CBRE dentro e fora de portas.
10	Entrevista Um dia na vida de ... Frederico Borges de Castro garante "a sorte não é mais do que um pouco de iniciativa, trabalho e ousadia".
14	Panorâmica 360° CBRE é uma empresa com serviços 360°
16	Open space Claude Kandyoti, CEO da Krest Real Estate Investment, apaixonou-se por Lisboa e já tem negócios em todas as áreas do imobiliário.
18	Quickview Análise do mercado imobiliário em Portugal, em 2016, no qual a CBRE registou um crescimento de 25%.

CBRE

A informação contida neste documento foi obtida de forma cuidada. Apesar de não duvidar da sua exatidão, a CBRE não presta qualquer garantia ou declaração quanto à mesma. A informação refere-se a abril de 2017 e pode ser alterada sem aviso. Esta informação destina-se exclusivamente a clientes da CBRE, não podendo a mesma ser reproduzida sem o consentimento prévio da CBRE. © Abril 2017. All rights reserved.

P A N O R Â M I C A

20	Market watch 01 Comércio de Rua O comércio de rua está cada vez mais na moda e ganhou nova vida com o crescimento da atividade turística.
22	Market watch 02 Retail Management Os centros comerciais, geridos pela CBRE, estão a reinventar-se para oferecerem novas experiências aos consumidores.
24	Market watch 03 Escritórios Lisboa ficou em 26.º lugar no <i>ranking</i> das 35 cidades mais tecnológicas da Europa.
26	Market watch 04 Logística O comércio <i>online</i> está a conduzir ao aumento da procura de espaços de armazenamento junto das grandes cidades.
28	Market watch 05 Residencial Os vistos <i>gold</i> e os incentivos fiscais estão a atrair cada vez mais residentes estrangeiros para o nosso país.
30	Market watch 06 Turismo O reconhecimento internacional tem feito disparar a atividade turística no Porto e tido um grande impacto na área da reabilitação urbana.
32	Tendências Como vivem os Millennials? O estudo da CBRE "Millennials: mitos e realidades" responde a esta e a outras perguntas sobre esta nova geração.
34	Workflow New Ways of Working Este conceito aposta num novo modelo para os espaços de trabalho: <i>design</i> mais moderno, versátil e inovador, desenhados em função das pessoas.
38	Inovação A Internet das Coisas A Diretora- Geral da CISCO Portugal explica-lhe tudo sobre esta revolução tecnológica, que promete alterar a forma como vivemos.
40	Rooftop Capturar a essência da vida urbana é o objetivo do concurso de fotografia Urban Photographer of the Year, que completa dez anos.
42	Milestones Os últimos prémios, o reconhecimento e as conquistas da CBRE.



Francisco Horta e Costa
Diretor-Geral da CBRE Portugal

E NO ENTANTO, ELA MOVE-SE...

A frase que Galileu sussurrou aos ouvidos do presidente do Tribunal do Santo Ofício em 1633 para insistir na sua teoria heliocêntrica serve na perfeição para ilustrar o comportamento do imobiliário em Portugal. Apesar das dificuldades que a economia portuguesa ainda atravessa, o mercado imobiliário está mais pujante do que nunca, havendo um “alinhamento das estrelas” como até hoje nunca se tinha visto. Todos os dias aterram em Portugal (e é de propósito que não me refiro só a Lisboa), investidores dos quatro cantos do mundo que vêm estudar oportunidades de investimento no nosso país, empresas que se querem instalar ou expandir em Portugal e pessoas que querem mudar de vida e vir viver para este (en) canto da Europa. Há cerca de 35 mil alunos estrangeiros a estudar nas universidades portuguesas, de cerca de 200 nacionalidades diferentes, tendo este número aumentado 75% entre 2011 e 2016. Até nós, portugueses, estamos com um “brilhozinho nos olhos” de orgulho nas nossas cidades que estão cada vez mais reabilitadas e cada vez mais bonitas e por ver Portugal tantas vezes elogiado na imprensa estrangeira,

para não falar na quantidade infindável de prémios que vamos recebendo na área do turismo. No campeonato das cidades europeias, Lisboa e Porto dão cartas como nunca e ombreiam com Madrid, Barcelona, Paris ou Londres como destino para viver ou trabalhar, onde se respira criatividade e empreendedorismo. Apesar deste contexto favorável, na CBRE somos cada vez mais exigentes na qualidade e inovação dos serviços que prestamos. Todos os dias vimos trabalhar com a motivação e ambição de contribuir para o sucesso dos nossos clientes! O que nos mantém acordados à noite é a vontade de sermos melhores, sermos diferentes e irmos mais além, em síntese - a “Vantagem CBRE”. Para que isso seja cada vez mais uma realidade, temos investido e continuaremos a investir em tecnologia e no nosso recurso mais importante: as Pessoas (com “P” grande!). A equipa CBRE conta atualmente com mais de 140 colaboradores em Portugal em diversas áreas que trabalham com ocupantes e investidores. Ao longo destas páginas poderá constatar o resultado do trabalho desta equipa cujo *know-how* e experiência são postos todos os dias ao serviço (e à prova!) dos nossos clientes.

Como vivemos e trabalhamos num ecossistema que envolve obrigatoriamente a comunidade à nossa volta, assinámos um protocolo plurianual com a organização Just a Change com o intuito de contribuírmos ativamente para ajudar os mais desfavorecidos da nossa sociedade. Roubando a frase à Madre Teresa de Calcutá: “Tudo o que não se dá, perde-se”.

Obrigado, contamos consigo.



Todos os dias
vimos trabalhar
com a motivação
e ambição
de contribuir para
o sucesso dos
nossos clientes!

CBRE com novas viaturas a circular em Lisboa

A equipa de Facilities Management da CBRE dispõe de quatro novas viaturas, com a imagem corporativa da empresa. O objetivo é o de apoiar as atividades de manutenção preventiva e corretiva, que os técnicos realizam diariamente para os seus clientes da área metropolitana de Lisboa. Recorde-se que a CBRE disponibiliza soluções de gestão de infraestruturas para algumas das mais importantes empresas do mundo.



JUST A CHANGE COM O APOIO DA CBRE





3 anos

A CBRE assumiu a responsabilidade de apoiar financeiramente a compra de materiais para a reabilitação de duas casas de famílias carenciadas, por ano, durante três anos.

A CBRE assinou, no final de 2016, uma parceria com o Just a Change, uma associação sem fins lucrativos que tem como objetivo reabilitar casas de pessoas carenciadas. Assim, a CBRE assumiu a responsabilidade de apoiar financeiramente a compra de materiais para a reabilitação de duas casas de famílias carenciadas, por ano, durante três anos. Esta parceria passa também pela recolha de fundos, ações de voluntariado e angariação de bens. Numa lógica de programa de responsabilidade



social de médio-longo prazo, o Just a Change é uma instituição que se enquadra na área de atividade da CBRE, nomeadamente, na reabilitação urbana. O Just a Change procura dar resposta a uma necessidade real da população mais pobre residente em Lisboa e noutras zonas rurais do país. A CBRE tem vindo a apoiar nos últimos anos diversas ações de solidariedade com associações como o Nariz Vermelho e a Make-a-Wish.



O New Ways of Working (NWOW) já chegou ao escritório. O novo escritório foi inaugurado a 15 de setembro com um *cocktail* que reuniu clientes e colaboradores. O tema “Travel around the world” foi o escolhido para a comemoração que teve lugar no novo terraço do escritório, que contou com comida típica de Portugal, Japão, Itália e França. O evento contou ainda com uma banda de músicos de Jazz e um momento de discursos de Francisco Horta e Costa, Diretor-Geral da CBRE Portugal, e Adolfo Ramírez-Escudero, *Chairman*, Capital Markets, Europa Continental, *CEO* Espanha.



CBRE realiza primeira conferência sobre tendências do mercado imobiliário no Centro Cultural de Belém

A CBRE realizou pela primeira vez em Portugal uma conferência sobre as Tendências do Mercado no dia 31 de janeiro de 2017. A iniciativa, que teve lugar no Centro Cultural de Belém, entre as 8h30 e as 12h00, teve como *media partner* o semanário Expresso e contou com uma plateia de 200 pessoas. Nesta iniciativa foi dada a conhecer a previsão de um elevado investimento imobiliário comercial para este ano, a par da construção de novos projetos de raiz, por parte de alguns investidores. Portugal pode continuar a ser um "porto seguro", num mundo que atravessa um momento especialmente instável, como sublinhou o Diretor-Geral da CBRE. Segundo Francisco Horta e Costa, "apesar de algum alarme" com a eleição de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos, "o cenário é otimista para o imobiliário, mantendo-se tudo o mais estável possível". Pedro Santos Guerreiro, Diretor do Expresso, apresentou a sua perspetiva do que se vai passar na economia nacional este ano e os diretores dos setores de Investimento, Escritórios, Comércio, Logística, Residencial e Turismo, a par com Cristina Arouca, Diretora de Research da CBRE, apresentaram as previsões para o ano. A conferência terminou com o debate "Perspetiva do investidor e ocupante", com responsáveis do BNP Paribas, Merlin e Square Asset Management.



PADEL POR BOAS CAUSAS

A CBRE organizou a terceira edição do Torneio de Padel, em 2016, na versão Padel By Night, uma iniciativa solidária cujo valor das inscrições revertem para o Just a Change. A equipa composta por Caetana Correia de Barros, António Castelo Branco, João Arbués Moreira, João Gois, Miguel Ferreira e Ricardo Serrano foi a grande vencedora do torneio, que se realizou à noite no Clube VII, em Lisboa. "A CBRE promove este torneio com o objetivo de fortalecer as relações entre clientes, colaboradores e parceiros. Ao longo dos últimos anos, estes momentos

foram reforçados com uma vertente solidária, sendo que os resultados são agora inestimáveis. Procuramos acrescentar valor em tudo o que fazemos, e uma vez mais apoiamos o Just a Change, que faz um trabalho inspirador em Portugal reabilitando casas de famílias carenciadas", refere Francisco Horta e Costa, Diretor-Geral da CBRE Portugal.



Be Well, pela saúde e bem-estar
"Be Well" foi o título da campanha realizada pela CBRE, entre 26 de setembro e 14 de outubro de 2016, com o intuito de promover a saúde e o bem-estar dos colaboradores.

Frederico Borges de Castro foi o responsável por partilhar conselhos diários durante a campanha com o objetivo de proporcionar uma vida mais saudável, tendo por base três pilares: *Eat Smart, Think Well* e *Be Active*. Na primeira semana desta iniciativa, os colaboradores da CBRE participaram numa aula de ginástica laboral, na qual foram ensinadas várias técnicas e exercícios que ajudam a manter a boa forma física. Na semana seguinte, foi dada uma aula de nutrição, seguida de um almoço saudável. Na última semana, houve ainda tempo para uma aula de *mindfulness*. A equipa da CBRE teve oportunidade de aprender a meditar, como usar esta técnica de forma a estar mais focada no local de trabalho.

“SEMPRE TIVE UMA GRANDE CURIOSIDADE EM PERCEBER O QUE ERA O MUNDO REAL, FORA DAS IDEIAS PRÉCONCEBIDAS QUE SUBLIMINARMENTE NOS SÃO IMPOSTAS”

Livre e sem ideias préconcebidas, Frederico Borges de Castro já correu o mundo e confessa que traz o Brasil no coração. Aos 52 anos, anda de Harley Davidson e vai ser pai. O homem que conseguiu fazer duplicar a faturação do Departamento de Avaliações da CBRE garante que a sorte não é mais do que um pouco de iniciativa, trabalho e ousadia.

Estudou em Portugal, no Brasil, nos Estados Unidos e em Inglaterra e tornou-se num homem de espírito empreendedor e de mente aberta. Entrou na área do imobiliário um pouco por acaso, mas apaixonou-se e, aos 28 anos, Frederico Borges de Castro já era sócio de uma empresa de avaliações. Está na CBRE há 10 anos e lidera uma equipa vencedora.

Quando era pequeno, sonhava ser explorador, adorava descobrir lugares novos, entrar em cavernas e encontrar coisas que nunca ninguém tinha visto. Vivia na quinta do avô, em Barcarena, gostava de andar sozinho à aventura e escolher os seus próprios esconderijos.

O facto de, no período pós 25 de Abril, se viver em Portugal uma grande incerteza fez com que a família optasse por ir viver para o Brasil. “O meu pai na altura tinha trinta e poucos anos e já tinha quatro filhos, foi ao Brasil, encontrou emprego, agarrou em nós e levou-nos a todos”, explica Frederico Borges de Castro. Viveu no Brasil dos nove aos 17 anos, primeiro em São Paulo e depois no Rio de Janeiro, e não esconde que foi uma fase da sua vida que o marcou muito. “Adorei o Brasil, principalmente o Rio de Janeiro, e ainda sinto muito o Brasil no coração”.

Quando chegou ao Brasil, era tudo uma novidade e as pessoas não percebiam o que dizia. Apesar disso, recorda-se que a adaptação foi muito fácil. Naquele tempo, explica, Portugal era um país extremamente conservador, ao contrário do Brasil, que era muito liberal e onde as pessoas tinham já uma mentalidade muito aberta. Ainda hoje, considera, os brasileiros têm uma maneira diferente de pensar. “À semelhança dos norte-americanos, não têm tantos tabus, não estão tão formatados. Para eles, o mundo é uma oportunidade. Nós pensamos muito e agimos pouco”, sublinha.

Frederico Borges de Castro era um aluno medíocre a inglês e o pai mandou-o para os Estados Unidos durante as férias para estudar a língua, a primeira vez aos 14 anos, depois aos 16. Dessa última vez, fez a viagem de 36 horas completamente sozinho e teve de fazer escalas em vários aeroportos da América do Sul e América do Norte, sendo que numa delas foi surpreendido com mau tempo e o avião não pôde levantar voo, o que o fez ter que arranjar um quarto num hotel de Los Angeles para pernoitar. Acha que foi com esta experiência que se tornou adulto à força e que percebeu que se conseguia desembaraçar sozinho em qualquer circunstância. “Sempre tive muito poucas férias na vida porque, cada vez que terminavam as aulas, o meu pai mandava-me para qualquer lado”, confessa, sem esconder o riso.

Aos 17 anos, os pais resolveram voltar.

A vida é muito
mais simples quando vista
numa folha excel.
Mas, eu não consigo, sou
naturalmente mais humano
e mais real do que isso

Um dia na vida de...

FREDERICO BORGES DE CASTRO, Diretor de Avaliações e Consultoria e Membro do Conselho Executivo da CBRE Portugal

Em Portugal, nos anos 80, as pessoas estavam sempre com má cara, ao passo que no Brasil a alegria era contagiante. Foi um regresso “traumatizante”, refere. Esteve cá cerca de dois anos, passou brevemente por França três meses e depois foi para o sul de Inglaterra tirar o curso de Engenharia Automóvel e Gestão de Empresas do Ramo Automóvel, no Chelsea College of Aeronautical and Automobile Engineering, em Shoreham-by-sea, perto de Brighton. Aí, o choque cultural também foi muito grande. Quando chegou, as coisas também não foram fáceis: estava sempre a chover – isto depois de ter vivido em frente à praia, no Rio de Janeiro – Shoreham-by-sea era habitado sobretudo por reformados que não amavam jovens estrangeiros, o que tornava o ambiente ainda mais austero e triste. Sozinho, numa terra cinzenta e onde não se sentia bem-vindo, confessa que os primeiros tempos não foram de fácil adaptação. Só quando começou a tirar o segundo curso, aquele que gostou verdadeiramente – Gestão de Empresas – é que tudo mudou.

Assim que volta a Portugal, passa 18 meses na tropa e, uma semana depois, começa a trabalhar no Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP). “Portanto, nunca tinha férias”, recorda.

No ICEP – Instituto que tinha como objetivo o fomento da exportação – trabalhou na sua área de formação, no setor da metalomecânica e metalurgia e sublinha que foi uma grande escola. Aí desempenhou funções durante dois anos, altura em que decidiu que, para crescer profissionalmente, não poderia estar muito tempo no mesmo sítio. “Nessa altura, a vida era muito mais fácil”, confessa. Bastou-lhe enviar três currículos, para ser chamado para duas entrevistas e ter a oportunidade de escolher entre uma das duas empresas. Escolheu uma empresa americana e foi assim que entrou na área das avaliações. Esteve dois anos nesta empresa, depois foi convidado pelo antigo gerente para

constituir uma empresa e ser seu sócio. A sua mente aberta e a sua experiência de vida no estrangeiro terão, seguramente, contribuído para alcançar um marco importante ainda tão jovem.

“Na altura, sentia-me do tamanho do mundo”, sublinha Frederico Borges de Castro. No início dos anos 90, com 28 anos, já era sócio de uma empresa de referência no mercado onde teve a oportunidade de estar envolvido na privatização de muitas das grandes empresas nacionais entre elas os TLP, Telecom Portugal, TMN e muitas outras. Ao fim de seis anos, em 1999, acabou por sair e nos anos seguintes passou por outras empresas da área imobiliária e em 2007 entra na CBRE, onde rapidamente se apercebeu que era a empresa onde devia estar há muitos anos “desde sempre senti que a CBRE potencializa o melhor de cada um”.

Hoje, com 52 anos, Frederico Borges de Castro vai ser pai de uma menina. Está feliz,

confessa. E conta como surgiu o seu lema de vida. “O meu pai há uns anos, quando chegou bem-sucedido do Brasil, disse-me enquanto arrumava apressadamente os papéis na pasta: sabes filho, há muita gente que diz que eu tenho sorte na vida. Não é nada disso. Um pouco mais de iniciativa, um pouco mais de trabalho e um pouco mais de ousadia é aquilo a que os outros frequentemente chamam de sorte”.

Borges de Castro é apaixonado por carros antigos e motos

Desde que começou a estudar engenharia mecânica que Frederico Borges de Castro ficou muito ligado aos carros antigos. Tornou-se colecionador e toda a vida teve carros antigos. O primeiro carro que teve foi um clássico, era um Triumph GT6 que adorava. Ainda hoje tem um carro antigo que está a ser restaurado. Com eles participou em diversos concursos e MotorShows



Conseguimos duplicar faturação em 10 anos. Somos líderes de mercado, nos últimos três anos e o nosso objetivo, para 2017, é o de continuar a crescer e a servir melhor



A nossa equipa de avaliações é excecional. O nosso sucesso advém do facto de estarmos todos sintonizados

mas agora, está mais virado para as Harley Davidson, tem várias e todas as sextas-feiras e fins-de-semana anda de moto. “É um estilo de vida diferente, mais livre, mais jovem”, confessa com um brilhinho nos olhos.

Sempre foi aventureiro: tirou o curso de paraquedismo, adora *ski* e faz *ski* aquático quase desde que nasceu – um desporto praticado por toda a família, inclusive pelos pais “o meu objetivo para 2017 é reiniciar o *ski* aquático que já não pratico há 10 anos – finalmente estou outra vez em forma física para o fazer.” Mas agora está também muito empenhado em fazer longas caminhadas aos fins-de-semana, que considera extremamente relaxante e proveitoso para um estilo de vida saudável.

Também já pintou. Autodidata, a certa altura da sua vida, pintou mais de 40 quadros para a sua casa e oferecer aos amigos mais próximos. E outra fase houve, de maior introspecção, em que escreveu as suas reflexões sobre aquilo que achava da realidade do mundo e de Deus. Não estava ligado à religião, mas aos 27 anos encontrou do nada, uma fé católica inabalável, e considera-se sortudo por isso.

Departamento de Avaliações da CBRE conseguiu duplicar faturação em 10 anos

As avaliações são uma área de referência da CBRE. “Tornámo-nos líderes de mercado, nos últimos três anos e o nosso objetivo, para 2017, é o de continuar a crescer e a servir melhor” sublinha Frederico Borges de Castro.

“A vida era muito mais simples se fosse um excel. Mas, eu não consigo”

Não partilha inteiramente a mentalidade ocidental que só pensa em números acima de tudo. “A vida é muito mais simples quando vista numa folha excel. Mas, eu não consigo, sou naturalmente mais humano e mais real do que isso”, salienta. O seu objetivo é o de fazer mais e melhor, estando sempre presente para apoiar os clientes na tomada de decisões difíceis. O segredo deste negócio é a equipa, sublinha. “A nossa equipa de avaliações é excecional. O nosso sucesso advém do facto de estarmos todos sintonizados: se falharmos, somos todos responsáveis e o mesmo acontece se formos bem-sucedidos.”



O DIA DE Frederico Borges de Castro

7h00

Gosta de começar a vida bem cedo, mesmo ao fim de semana. No chuveiro prepara o dia que tem pela frente. Vê as notícias nos canais internacionais enquanto toma o pequeno almoço e caminha os 2 km que distam da sua casa ao escritório.

8h15

Chega cedo e aproveita a calma da primeira hora para limpar a caixa de emails e falar com os colegas europeus que já estão a 100%.

9h15

Com o desenrolar do dia procura resolver sempre imediatamente os problemas e solicitações mais simples, para não voltar a ter que perder tempo com eles.

13h00

Vai almoçar a casa muitas vezes e se assim for, aproveita esse momento para uma breve sesta de 15 minutos.

14h00

Prefere que a comunicação com os colegas seja pessoal em vez de através de emails. Por isso circula frequentemente pelo escritório.

18h30

Prepara a agenda para o dia seguinte e relembra quais os assuntos que quer resolver logo de manhã com a cabeça fresca, para ir refletindo neles.

18h45

Tenta não sair mais tarde. Há outros compromissos pela frente e lá em casa o cozinheiro é ele e mais ninguém.

CBRE COM UM CRESCIMENTO DE 25%, EM PORTUGAL, EM 2016

A CBRE acompanha os clientes em todas as etapas do ciclo imobiliário.

A CBRE dispõe de mais de 130 colaboradores especializados no mercado imobiliário que aconselham proprietários, investidores e ocupantes. Esta equipa acompanha não só a definição da estratégia imobiliária, mas também a assessoria na promoção, compra, venda, financiamento, arrendamento, avaliação e gestão de imóveis.

No último ano, a CBRE registou um crescimento de 25%, em Portugal, com a transação de 400.000 m².

Entre as operações do último ano, o destaque vai para a venda do Edifício do Diário de Notícias a um promotor imobiliário internacional e a gestão de três centros comerciais em nome de um banco estrangeiro.

Diário de Notícias: Da Avenida para as Torres de Lisboa

A CBRE foi responsável pela venda do emblemático edifício do Diário de Notícias, na Avenida da Liberdade, em Lisboa a um promotor imobiliário internacional. O imóvel, inaugurado a 24 de Abril de 1940, é da autoria do arquiteto Porfírio Pardal Monteiro,

conta com oito pisos e cerca de 6.500 m².

Segundo Francisco Sottomayor, Diretor de Promoção da CBRE, "a venda do edifício do Diário de Notícias foi um projeto muito interessante, não só por toda a carga histórica e icónica do imóvel – que em minha opinião é um dos edifícios mais extraordinários de Lisboa – mas também por todo o trabalho que foi desenvolvido a montante, com a saída do Grupo Global Media do imóvel".

Recorde-se que a CBRE foi também responsável por colocar o Grupo Global Media - constituído pelo Diário de Notícias, Jornal de Notícias, O Jogo, TSF e Dinheiro Vivo – na Torre E, no complexo das Torres de Lisboa. Neste negócio, a CBRE representou o Grupo Global Media na procura e identificação da melhor solução imobiliária para a concentração das atividades em Lisboa, num único edifício. André Almada, Diretor Sénior de Agência de Escritórios da CBRE, sublinha que "o grande desafio lançado à CBRE pelo Grupo Global Media, um grupo de média histórico, foi a consolidação num só espaço de toda a empresa em Lisboa. A imprensa escrita estava localizada em plena Avenida da Liberdade e a TSF encontrava-se na zona oriental de Lisboa. A eleição das Torres de Lisboa deveu-se às instalações de qualidade, com boas acessibilidades e uma vasta rede de transportes públicos, associada a uma imagem moderna e de prestígio."

Venda dos Centros Comerciais Dolce Vita: uma das maiores operações da última década

Entre os negócios emblemáticos da CBRE, salienta-se a venda de três centros comerciais



130

Colaboradores especializados no mercado imobiliário

25%

Crescimento da CBRE registado no último ano

no final de 2015 – o Dolce Vita Coimbra, o Dolce Vita Porto e o Dolce Vita Douro – a um banco internacional, num total de cerca de 100.000 m² e que foi considerada uma das maiores operações do setor da última década, em Portugal. A gestão dos centros comerciais ficou também a cargo da CBRE, em 2016, que efetuou o *rebranding* dos espaços comerciais. Estes três centros comerciais passaram a denominar-se Alma Shopping (Coimbra), Nosso Shopping (Douro) e Alameda Shop & Spot (Porto).

A criação de uma marca própria para cada um dos centros comerciais traduziu-se também na remodelação dos espaços. O Alma Shopping, teve como inspiração o peso histórico de Coimbra e pelo facto de estar localizado em pleno coração da cidade. A nova imagem gráfica inspira-se na guitarra de Coimbra e na lágrima, indo ao encontro da identidade e das cores da cidade.

No que se refere ao Nosso Shopping, apela-se diretamente às emoções dos seus consumidores e ao sentimento de pertença de toda uma região.

Quanto ao Alameda, Shop & Spot, tendo em conta a sua localização, este centro comercial irá funcionar como um ponto de convergência e referência geográfica, funcionando como um verdadeiro ponto de encontro na cidade do Porto e recuperando a referência geográfica da Alameda das Antas. A nova marca traduz-se num nome e num design totalmente renovados.

A CBRE está também encarregue da comercialização dos três centros comerciais, onde já foram transacionadas 30 novas lojas, o equivalente a 6.500 m². Por fim, o projeto de reformulação integral do Nosso Shopping tem também o conceito e a gestão de projeto a cargo da CBRE.



A equipa CBRE acompanha não só a definição da estratégia imobiliária, mas também a assessoria na promoção, compra, venda, financiamento, arrendamento, avaliação e gestão de imóveis

CLAUDE KANDIYOTI

“KRESTLIS TEM CRESCIDO EM PORTUGAL” DESDE 2013

Apaixonou-se pela capital portuguesa quando ainda era “um diamante em bruto”. Gostou da mentalidade aberta e da vontade de mudança que se sentia no país e resolveu investir. Aos 44 anos, Claude Kandyoti, CEO da Krest Real Estate Investment, já tem negócios em todas as áreas do imobiliário: desde os armazéns aos escritórios e, mais recentemente na área da hotelaria, com a construção de um novo hotel em Lisboa e, em breve, conta começar a construir imobiliário habitacional em zonas *prime* da capital.



que é que o fez apaixonar-se por Portugal?

Quando chegámos a Lisboa, a cidade ainda não tinha sido alvo das grandes transformações que podemos testemunhar hoje. Pareceu-nos um diamante em bruto, uma cidade bem conservada e com um enorme potencial. Falámos com vários residentes e sentimos que existia em Portugal uma mentalidade aberta, pronta para a mudança e, ao mesmo tempo, o desejo de preservar a essência da capital. Isso inspirou-nos e levou-nos a analisar o mercado português, numa altura em que muito poucos investidores estrangeiros se atreviam a investir no país.

Porque é que optou por vir para Portugal?

Nós já estávamos presentes no mercado português há 25 anos, devido ao nosso *core business*, o comércio têxtil. Portugal é o nosso segundo mercado na Europa, um mercado importante, pelo que nós sempre tivemos aqui uma forte presença. Fazendo nós parte da economia industrial do país, percebemos que a verdadeira crise não se tinha verificado em 2011-2014, mas sim em 2008. Todos os fatores económicos, pelo menos na nossa área, encontravam-se no verde e foi nessa altura que decidimos que existia uma janela de oportunidades para investir na área do imobiliário.

Qual é a sua opinião acerca do mercado imobiliário português?

Desde que entrámos no mercado português que o imobiliário em Lisboa já se valorizou, pelo menos, 30%. Enquanto houver oportunidades, estaremos atentos aos preços e tipos de produtos.

Como é que tem sido a sua experiência enquanto investidor?

Em primeiro lugar, o país tem arquitetos muito experientes, criativos e que trabalham de forma muito eficiente e, em segundo lugar, a nossa equipa em Portugal é muito profissional.

No que diz respeito ao poder local, sente-se que houve uma verdadeira mudança nos últimos anos. Os processos são mais eficientes, em particular em Lisboa, graças ao Plano Diretor Municipal, que fez com que os atrasos no licenciamento passassem a ser mais reduzidos. Assim, até agora, a minha experiência tem sido excelente porque existe uma grande cooperação entre o setor público e o privado e esse é um dos elementos chave para atrair investimento privado.



No que diz respeito ao poder local, sente-se que houve uma verdadeira mudança nos últimos anos. Os processos são mais eficientes, em particular em Lisboa

Considera existirem incentivos suficientes para atrair os investidores estrangeiros?

Existem incentivos para investir em Portugal: dois deles são os visas dourados e os incentivos fiscais, que têm atraído muitos investidores estrangeiros para o país.

No que diz respeito ao setor imobiliário, os incentivos à reabilitação são bons e têm incentivado muito o investimento. Em suma: os incentivos são bons, embora a forma de obtê-los nem sempre seja clara. Mas existe a vontade de tornar a vida dos investidores estrangeiros o mais fácil possível e o resultado é o aumento do investimento estrangeiro nos últimos três anos.

Que recomendações faria a um novo investidor em Portugal?

Recomendo que analise bem o mercado e, se possível, que escolha um parceiro local que esteja motivado para fazer do seu projeto um sucesso. E, claro, que arranje um bom advogado e um bom fiscalista, desde o início.

Quando é que a Krestlis Real Estate Investments começou a sua atividade em Portugal? Quais eram os seus objetivos iniciais?

A nossa empresa já tinha construído um armazém em Paços de Ferreira, em 2010. Mas, começámos a analisar o imobiliário em Lisboa em setembro de 2013 e fizemos a nossa primeira aquisição em fevereiro de 2015: um conjunto de edifícios de Ministérios. O nosso objetivo era inicialmente comprar um portfólio imobiliário, arrendado por um longo período de tempo pelas entidades governamentais. Nós nunca pensámos que Portugal poderia entrar em falência técnica quando começámos a adquirir alguns terrenos para futuras construções.

Quais são os objetivos da Krestlis Real Estate Investments para os próximos cinco anos?

Desde 2013 que a Krestlis tem crescido em Portugal e, neste momento, já estamos presentes em todas as áreas do imobiliário: desde os armazéns aos escritórios e, mais recentemente na área da hotelaria, com a construção de um novo hotel em Lisboa. Em breve, iremos começar a construir imobiliário habitacional em zonas *prime* da capital. Assim, podemos dizer que estamos em Portugal para ficar durante muito tempo.

CRESCIMENTO DA ECONOMIA POTENCIA INVESTIMENTO SUPERIOR A 2 MIL MILHÕES DE EUROS

O volume de investimento em imobiliário comercial deverá exceder, em 2017, os 2 mil milhões de euros, ultrapassando o valor atingido no ano de 2015, segundo o mais recente estudo da CBRE, “Portugal – Perspetiva Imobiliária”.

Este relatório desenvolveu-se num contexto de estimativa de crescimento sustentado da economia, associado a um decréscimo da taxa de desemprego, a uma recuperação do investimento e à manutenção do crescimento do consumo privado.

O documento prevê que os investidores comecem, em 2017, a desenvolver projetos de habitação de raiz, procurando operações de maior dimensão, ao passo que, até agora, estavam mais ativos na reabilitação residencial. O interesse pela promoção deverá verificar-se também no setor dos escritórios e no desenvolvimento, por parte de investidores internacionais, dos primeiros projetos de construção de residências de estudantes. O estudo aponta para uma estabilização das *yields prime*, apesar de se poderem verificar descidas em alguns setores, dependendo sobretudo da evolução das taxas de juro da dívida portuguesa.

ESCRITÓRIOS E ARMAZÉNS: NOVAS EMPRESAS, NOVAS OPORTUNIDADES

No mercado de escritórios, o relatório antevê a entrada, em Portugal, de novas empresas do setor de *Business Process Outsourcing* (BPO) e de tecnologias de informação, que exigem edifícios de qualidade e com grandes áreas por piso. Contudo, a disponibilidade deste tipo de espaços é ainda escassa, o que deverá continuar a acontecer nos próximos dois anos, uma vez que os edifícios em desenvolvimento têm já poucas áreas disponíveis.

Assim, prevê-se o início da construção de três ou quatro projetos de grande dimensão, ao longo deste ano. Ao mesmo tempo, deverá registar-se um aumento do número de contratos de pré-arrendamento, devendo, contudo, esta ocupação não ter reflexos em 2017. Uma vez

que a taxa de disponibilidade irá continuar a diminuir em todas as zonas de escritórios de Lisboa, são espectáveis subidas na renda *prime* e média, na maioria das zonas.

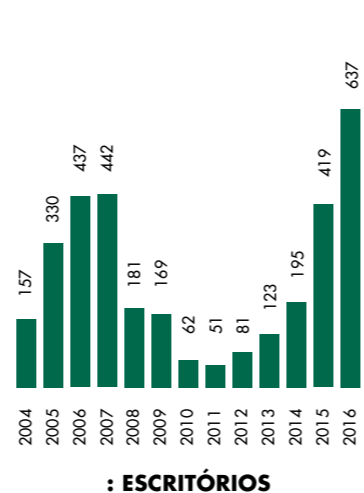
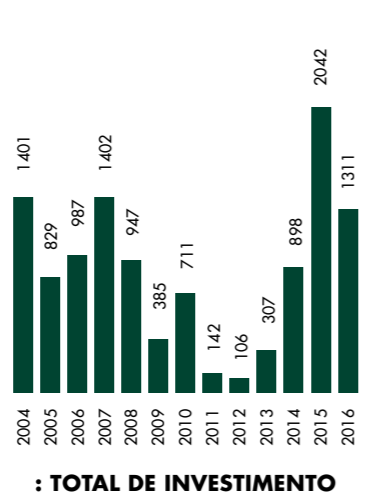
No setor dos armazéns e logística, a necessidade de desenvolvimento de projetos à medida do ocupante deverá levar a um aumento nas rendas *prime* e a contratos de pré-arrendamento de médio e longo prazo, de forma a atrair o interesse dos promotores. É igualmente esperado o investimento em armazéns de baixas temperaturas.

NOVAS MARCAS NO RETALHO

O estudo prevê ainda para este ano a expansão e a entrada de várias marcas de retalho não alimentar e alimentar, impulsionadas pelo crescimento do turismo, sobretudo nas zonas mais turísticas das cidades.

No Chiado, em Lisboa, assim como em Santa Catarina, no Porto, a escassez de espaços disponíveis para arrendamento vai conduzir a aumentos nas rendas *prime*. Já na Avenida da Liberdade, a oferta é maior, devendo ficar disponíveis, este ano, 15 lojas localizadas em edifícios que estão a ser totalmente remodelados para ocupação residencial. Na área dos centros comerciais, deverão concretizar-se, em 2017, os projetos de expansão do Colombo e do NorteShopping. Em paralelo, diversos centros comerciais vão reforçar o seu posicionamento com obras de remodelação nas áreas de lazer, nomeadamente, nos *food courts*, zonas de descanso e espaços para crianças. Quanto às rendas, a recuperação do mercado e a limitada disponibilidade de lojas nos centros comerciais *prime* vai levar a uma subida dos valores.

VOLUME DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO EM PORTUGAL POR SETOR DE ATIVIDADE



HABITAÇÃO: RENDAS E VALORES DE VENDA MAIS ALTOS

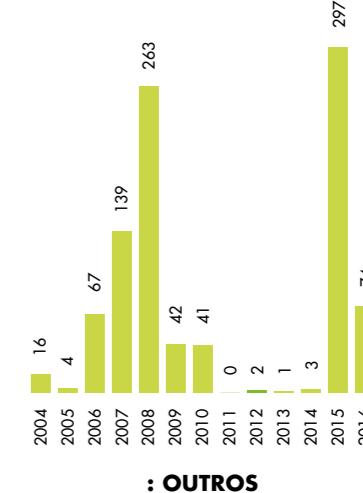
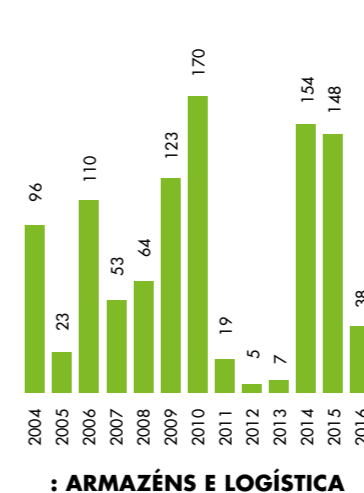
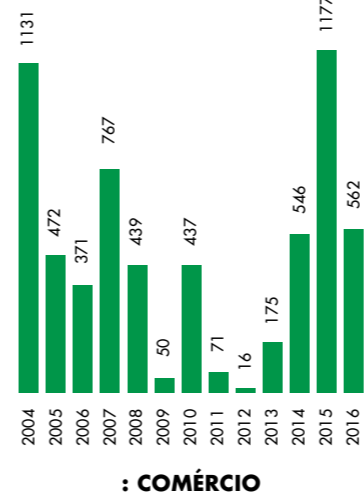
No setor da habitação o ano de 2017 vai ficar ainda assinalado pela escassez de apartamentos para arrendamento, o que irá conduzir a um aumento dos valores praticados.

A oferta deverá manter-se reduzida e pouco diversificada, neste e no próximo ano. O número limitado de imóveis para reabilitação no centro histórico da capital torna necessário o início de construção nova para fazer face à elevada procura. Segundo a análise da CBRE, é provável que arranquem, ainda este ano, um ou dois grandes projetos de raiz, previstos para Lisboa. Relativamente, à reabilitação *prime*, no centro histórico da cidade, é esperada uma ligeira subida nos preços de venda, uma vez que a oferta é cada vez mais condicionada.

TURISMO CONTINUA EM ALTA

Por seu lado, este ano, a oferta hoteleira deverá continuar a crescer, com a inauguração de mais de 20 novos hotéis, a maioria dos quais em Lisboa.

O RevPAR (receita por quarto disponível), em Lisboa, deverá continuar a aumentar em 2017, devido a aumento do preço médio, que deverá oscilar entre 5% e 10%. Também no Porto, os preços das unidades hoteleiras deverão continuar a subir, à semelhança do que se espera para Lisboa, sendo esperada a manutenção da subida das taxas de ocupação. No que se refere à região do Algarve, é esperado um aumento da taxa de ocupação na *shoulder season* (período entre a época alta e a baixa) e, consequentemente, um aumento geral da taxa de ocupação, assim como do preço médio.



CRESCIMENTO ECONOMIA
- DESCIDA DESEMPREGO -
CRESCIMENTO CONSUMO PRIVADO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO
PARA 2017: MAIS DE 2 MIL
MILHÕES DE EUROS

PREVISÃO DO MAIOR VOLUME DE INVESTIMENTO DOS ÚLTIMOS 17 ANOS

INTERESSE DOS INVESTIDORES EM 2017

Projetos de habitação de raiz
Construção de 3 ou 4 projetos de grande dimensão no setor dos escritórios
Construção de residências de estudantes

CRESCIMENTO DO TURISMO

Inauguração de mais de 20 hotéis
Crescimento do comércio
Crescimento da restauração

Comércio de Rua



Carlos Récio
DIRECTOR

RETAIL ADVISORY & TRANSACTION SERVICES

Na apresentação do estudo da CBRE, “Tendências do Mercado Imobiliário 2017”, sublinhou que este ano seria um “ótimo ano para o comércio de rua”. O que o leva a crer que o comércio tradicional estará em alta em 2017?

Todos os indicadores que possuímos continuam a apontar para a manutenção da tendência dos últimos meses, o que contribui para um forte desenvolvimento do comércio de rua. Esta dinâmica é alicerçada em:

- 1 - Disponibilização de novos imóveis /oportunidades para o mercado (sem eles mesmo que a procura existisse seria impossível satisfazê-la) tendo um papel crucial o dinamismo registado ao nível da reabilitação urbana;
- 2 - Contínuo crescimento do número de turistas que nos visitam, continuando a ser batidos anualmente recordes nas estatísticas associadas;
- 3 - Explosão de atividades específicas, como é o caso da restauração, que passa por um ótimo momento com o aparecimento de novos conceitos de operadores nacionais e internacionais, em grande parte dos casos altamente qualificados e profissionalizados.

Acha que esta tendência já se está a alastrar a outras zonas das cidades de Lisboa e Porto? Porquê?

Claramente. O dinamismo inicialmente concentrado nas zonas históricas das cidades de Lisboa e Porto, acaba por alastrar a outras zonas, por um lado porque a capacidade dos centros urbanos e das artérias mais procuradas é pequena, mas igualmente porque as câmaras têm efetuado esforços

de modernização de infraestruturas e “humanização” de localizações, o que tem contribuído para tornar estas zonas mais apetecíveis e procuradas pelos operadores num movimento de criação de sinergias e novas oportunidades. Finalmente, a reabilitação específica de zonas das cidades, tem contribuído para a deslocalização de sedes de empresas (por exemplo para a zona ribeirinha de Lisboa) o que ajuda à criação de novos polos de desenvolvimento de comércio.

Que papel é que a reabilitação urbana tem tido no crescimento do comércio de rua?

A reabilitação urbana tem tido um papel muito importante. A alteração na lei das rendas associada à dinâmica do setor da reabilitação tem disponibilizado para o mercado novos imóveis e introduzido a componente residencial em zonas onde normalmente não existiam oportunidades ou residentes (eram zonas eminentemente de serviços com imóveis degradados ou devolutos).

Acha que esta tendência de crescimento do comércio de rua se manterá nos próximos anos?

Sim, como referi anteriormente, os indicadores que suportam o desenvolvimento do comércio de rua são inquestionáveis e não se prevê que possam surgir alterações substanciais que levem a uma quebra nos mesmos ou uma inversão do processo. Por outro lado, o mercado dos centros comerciais é um mercado maduro e que terá atingido o seu apogeu em termos de crescimento, perdendo em alguns casos ou localizações, competitividade face ao comércio de rua.

TURISMO IMPULSIONA
NEGÓCIO NAS ZONAS HISTÓRICAS
DE LISBOA E PORTO

COMÉRCIO ESTÁ DE VOLTA À RUA

O comércio de rua está cada vez mais na moda. Ganhou nova vida com o crescimento da atividade turística e com a recuperação de alguns edifícios históricos que acolheram novas marcas e novas formas de negócio. Fazer compras ao ar livre é agora uma tendência.

O comércio de rua vai registar, este ano, um novo crescimento, impulsionado pelo aumento do turismo e pela reabilitação urbana. Só na Avenida da Liberdade prevê-se a abertura de 17 novas lojas, entre 2017 e 2018. No Porto também vão surgir novas unidades.

O índice de volume de negócios no comércio a retalho e o indicador de confiança do comércio a retalho apresentaram em 2016 os níveis mais altos dos últimos dez anos. Também o turismo, que tem tido um impacto muito positivo no comércio de rua, atingiu, no ano passado, 53,5 milhões de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, um novo recorde, que corresponde a um aumento de cerca de 10% relativamente a 2015. A CBRE prevê, assim, que o comércio de rua continue a trajetória de crescimento, este ano, impulsionado pelo aumento do turismo e pelos processos de reabilitação de vários edifícios nas principais cidades do país.

A atividade turística vai beneficiar as zonas de comércio e as unidades de restauração, em particular nas áreas mais visitadas das cidades. As grandes obras públicas que estão a ser realizadas em Lisboa estão a criar passeios mais largos e mais espaços para esplanadas, estimulando a abertura de novos restaurantes, sobretudo os restaurantes *gourmet*, com muita procura entre portugueses e turistas.

Na Avenida da Liberdade, a zona *prime* do comércio de segmento alto da capital, está prevista a entrada de cerca de 17 novas lojas entre 2017 e 2018, em edifícios inteiramente reabilitados.

No Chiado, e em particular na Rua Garrett, vamos continuar com poucos espaços disponíveis e aqueles que vão ficando livres vão ser rapidamente ocupados, o que irá contribuir para o aumento das rendas. Com a falta de espaço, as marcas vão começar a expandir-se para as transversais da Rua Augusta e aumentar assim a oferta comercial nesta zona de Lisboa.



Com a falta de espaço no Chiado, as marcas vão começar a expandir-se para as transversais da Rua Augusta e aumentar assim a oferta comercial na zona de Lisboa

Este aumento do comércio de rua está a espalhar-se rapidamente para outras zonas da cidade de Lisboa, como é exemplo o Príncipe Real, Alvalade, Restelo ou Av. Roma, contrariando a tendência dos últimos anos.

Na cidade do Porto, na Rua de Santa Catarina – a principal área de comércio de rua – deverão verificar-se novos aumentos da renda *prime* na ordem dos 10% devido à falta de espaços disponíveis. Por seu lado, a Avenida dos Aliados está cada vez mais próxima de fazer parte das zonas *prime* de comércio da cidade. Já no ano passado, foram vendidos vários edifícios nesta rua e espera-se agora que a sua reabilitação crie novas oportunidades no que diz respeito à atração de marcas *premium* e de luxo. Em 2017 deverão abrir algumas novas lojas, no entanto, só em 2018 e 2019, a oferta estará mais consolidada.

Paralelamente, são esperadas também novas aberturas de estabelecimentos de restauração na Rua das Flores, no Largo de São Domingos e na Rua Mouzinho da Silveira.

O PODER ESTÁ NA EXPERIÊNCIA

Os centros comerciais geridos pela CBRE estão a reinventar-se, com o intuito de oferecerem novas experiências aos consumidores. A aposta passa pela renovação dos *foodcourts*, das áreas de lazer, *pop up markets* e atividades como *workshops* e concertos. Exemplo disso são o Forum Aveiro e o Alameda Shop & Spot.

N uma altura em que os centros comerciais competem pela atenção dos consumidores, que vêm no comércio de rua e no comércio *online* alternativas para o processo de compra, estes espaços reinventam-se apresentando experiências cada vez mais completas.

Os centros comerciais continuam a ser os espaços preferidos dos portugueses para fazer compras (69%), quando comparados com as lojas de rua (9%), segundo os dados do estudo “The Consumer Experience”, realizado pela CBRE em mais de 13 países e a 13.000 consumidores em toda a Europa. Apesar destes dados, a tendência está a diminuir e a média europeia já se situa nos 55%. Por outro lado, o comércio *online* é uma realidade com 15% dos portugueses a preferir esta modalidade face à compra em loja.

Um centro comercial é mais do que a soma das suas partes: vale pela proposta de valor que apresenta aos consumidores. Uma oferta sólida nesta área enquadra-se na noção de que a visita a um centro comercial é uma atividade de lazer e não só um “desejo” de fazer compras.

Por isso mesmo, o Forum Aveiro, sob gestão da CBRE desde 2014, recebeu no último ano uma nova praça de restauração com um conceito diferente: um espaço completamente renovado, mais moderno, funcional, com luz natural e com uma decoração sofisticada.

Assim, no piso 1, é possível encontrar uma nova praça com quatro diferentes áreas: uma para refeições rápidas e outra para refeições em grupo; uma zona de *lounge* para os visitantes passarem mais tempo e uma zona para refeições ao ar livre. Além disto, a nova praça passou a estar totalmente climatizada e a dispor de *wifi* gratuito.

O objetivo de proporcionar um maior conforto, vivência e dinamismo à experiência dos clientes, acompanhando as novas tendências de consumo, foi também aplicado no Alameda Shop & Spot. Neste centro comercial, localizado junto ao Estádio do Dragão, no Porto, foi introduzido um novo conceito *pop up*, o Alameda Market. Tratou-se de um mercado interior inspirado na arquitetura e dinâmica comercial que se vive nas grandes cidades europeias, com o intuito de trazer novas marcas e novas temáticas para este espaço comercial.

Assim, todos os fins de semana de outubro e dezembro de 2016, a Praça Central do Alameda Shop & Spot foi palco de dez diferentes *Pop Up Markets*, construídos em paletes de madeira e ferro e por onde passaram mais de 100 marcas diferentes. O Alameda Market contou ainda com um *lounge*, um palco para atividades e uma programação variada, como *workshops* com *bloggers*, *performances* e concertos. Para a implementação deste novo conceito

foram estabelecidas parcerias com nomes e entidades de renome como Maria Cerqueira Gomes, Maria Gambina, Inês Mocho, Pink Movement ou Às de Copos.

Estas iniciativas apresentaram resultados comprovados com grande impacto em meios locais e nacionais bem como a repetição de muitas destas marcas em formato de aluguer de espaços temporários dentro do Alameda Shop & Spot.

Atualmente, o Alameda Market é finalista nos prémios de marketing internacionais – ICSC Marketing Awards.

Uma oferta sólida nesta área enquadra-se na noção de que a visita a um centro comercial é uma atividade de lazer e não só um “desejo” de fazer compras



Luís Teodoro
DIRETOR
ASSET SERVICES

Qual a importância da experiência dos consumidores nos centros comerciais?

Num contexto de forte concorrência entre centros comerciais, mas também com outros locais de compras, tais como o comércio de rua e o comércio eletrónico, a experiência dos consumidores num centro comercial é algo de extraordinária importância e que permite oferecer mais valor face aqueles locais de compra alternativos.

O Forum Aveiro é um dos exemplos do investimento da CBRE na experiência dos clientes. Há outros projetos de remodelação de centros comerciais em marcha?

Sim, neste momento existe o Nosso Shopping e é muito provável que existam outros em breve.

Que outros serviços poderão os centros comerciais proporcionar, de forma a continuarem a ser a primeira opção dos portugueses?

Estamos neste momento a trabalhar e a preparar uma estratégia de “customer experience” para os centros comerciais sob nossa gestão no sentido de melhorar toda a experiência do consumidor, desde o momento que entra no parque de estacionamento, passando também pelas próprias lojas, pelas zonas e serviços comuns.

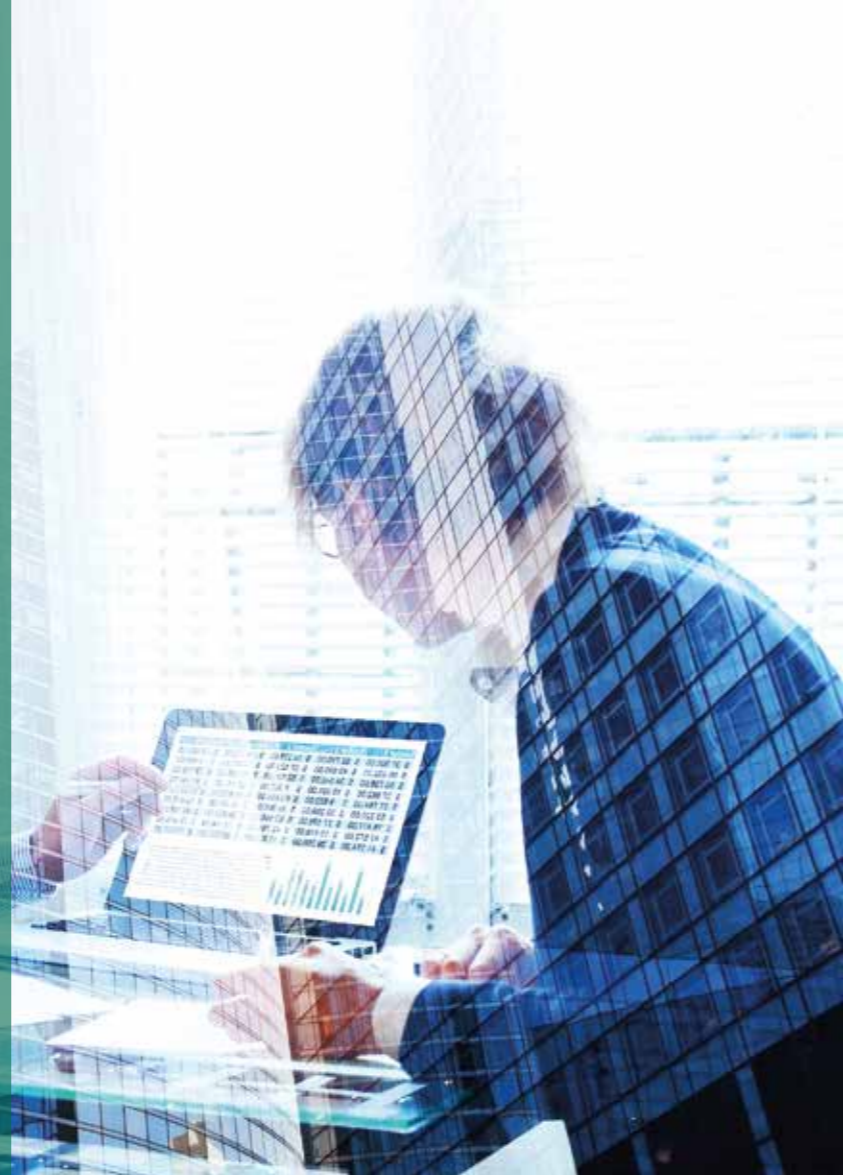
O estudo “The Consumer Experience” revela também que, no que diz respeito à restauração, 69% dos portugueses procura espaços que proporcionem um serviço rápido, mas também uma qualidade superior à das cadeias de Fast Food. De que forma é que este dado poderá alterar o posicionamento dos centros comerciais?

A imagem de *Fast Food* que ficou associada às praças da restauração deveu-se fundamentalmente ao facto destas praças, de uma forma geral, serem pouco apelativas e confortáveis, e ao facto de algumas lojas

de restauração terem uma imagem de comida pouco saudável. Contudo, os últimos anos têm trazido ao mercado conceitos de restauração com outra qualidade e imagem, e em alguns casos, com posicionamentos de preço até superiores ao tradicional *fast food*. Por outro lado, em vários centros comerciais assistimos a remodelações que vieram tornar as praças de restauração espaços mais confortáveis, melhor decorados, para diferentes tipos de consumidores, com ligações a esplanadas exteriores, entre outras melhorias introduzidas, e que vieram melhorar bastante a experiência de tomar uma refeição num centro comercial.

LISBOA EM 26º LUGAR NO RANKING DAS CIDADES MAIS TECNOLÓGICAS

A área tecnológica está a mudar o mundo: a absorção da força de trabalho deste setor é cada vez maior e o mercado imobiliário não fica indiferente a estas mudanças. Se há alguns anos a área financeira e bancária era líder no mercado de ocupação de escritórios, hoje esta é já ultrapassada pelo setor tecnológico.



Lisboa ficou classificada em 26º lugar no ranking das 35 cidades mais tecnológicas da Europa, realizado pela CBRE. De acordo com o estudo “Understanding European Technology Clusters”, o setor tecnológico tem sido o grande impulsionador do mercado de escritórios na Europa desde 2010. Neste relatório, que teve como objetivo analisar as principais características dos clusters tecnológicos e perceber que oportunidades de negócio reservam as cidades tecnológicas e emergentes na Europa, Londres surge em primeiro lugar na tabela, seguida por Paris, Berlim, Munique e Madrid.

O setor tecnológico vai continuar a crescer e permanecerá como o principal indutor do crescimento do mercado de escritórios, tendo o seu contributo ultrapassado já o setor financeiro e bancário nos últimos cinco anos.

Nos mercados core de escritórios europeus, as empresas tecnológicas que representavam menos de 10% da absorção em 2008-2009, subiram para 16% em dezembro de 2016. Também em Portugal se verifica esta tendência. Exemplo disso é o grupo BNP Paribas, que optou por localizar a sua atividade de *shared services* (serviços partilhados) em Portugal, deslocalizando sobretudo do Norte de África e do Leste Europeu. Neste momento conta com cerca de seis mil colaboradores, que se distribuem por uma área de 60.000 m² na cidade de Lisboa e 15.000 m² no Porto.

O rápido desenvolvimento do setor tecnológico está também a fazer crescer a taxa de emprego na Europa, que subiu cerca de 9% entre 2010 e 2015, contra uma taxa de 5,5%



Das 35 cidades europeias consideradas pelo estudo, Londres surge em primeiro lugar

registada noutros setores de atividade. Uma tendência que se deverá manter nos próximos anos. Em Lisboa, a taxa de emprego em empresas tecnológicas registou um crescimento acima da média europeia, de 15,4%.

Em Portugal, está também a assistir-se à transformação de várias empresas, nomeadamente as consultoras e as agências de *marketing* e publicidade, em empresas digitais. Mas não só, a Web Summit – a maior conferência de empreendedorismo, tecnologia e inovação – que se realizou pela primeira vez em Portugal, em 2016, constituiu também um estímulo para o setor tecnológico, estando já prevista outra edição para novembro deste ano.

Em Lisboa já foi anunciada a abertura do novo *hub* Criativo e Empreendedor, que será criado nas instalações da antiga Manutenção Militar, no Beato. Este será um espaço de referência para a capital e para o país, cujo *master plan* será concretizado até ao final do ano. Este projeto inclui zonas para incubadoras, restauração, residências de artistas e serviços de apoio, onde poderão vir a trabalhar cerca de três mil pessoas.

Todos estes fatores, que se verificam desde 2010, associados ainda ao interesse de empresas que

querem entrar em Portugal, confirmam que esta é uma tendência para se manter.

“Londres e Paris são as cidades tecnológicas líderes da Europa”

A capital britânica é considerada líder mundial de empresas tecnológicas, em virtude da sua localização, língua, estrutura legal e política, sistema financeiro e existência de *clusters* de negócios.

O relatório identifica ainda as cidades tecnológicas europeias emergentes, que estão a registar o ritmo de crescimento mais acelerado, como é o caso de Bucareste, Budapeste e Istambul. Por seu lado, Londres, Munique e Paris lideram os pedidos de patentes de alta tecnologia no Instituto Europeu de Patentes.

A tecnologia abrange um extenso conjunto de atividades, contudo, alguns *hubs* tecnológicos conseguiram atrair subsectores específicos. Por exemplo, a publicidade digital tem um grande peso em Berlim, sendo que os serviços de Tecnologias de Informação têm uma maior representatividade em Budapeste.

“Londres e Paris são as cidades tecnológicas líderes da Europa”, como explica Richard Holberton, Diretor Sénior de Research da CBRE. Estas capitais europeias registam “uma grande procura e uma grande variedade de ocupantes, tanto em termos de tipologias como de dimensão”. No entanto, o estudo da CBRE revela que existe um vasto leque de cidades tecnológicas atrativas. “Hamburgo, Sófia e Varsóvia são *hubs* tecnológicos cada vez mais relevantes na Europa. Colónia, Turim e Utrecht continuam a registar grandes concentrações de emprego neste setor, enquanto Lyon e Zurique deverão assistir a um crescimento mais expressivo da taxa de emprego tecnológico, comparativamente com outras cidades de maior dimensão”, acrescenta Holberton.



André Almada
SENIOR DIRECTOR
OFFICES ADVISORY
& TRANSACTION
SERVICES

Considera importante Lisboa ocupar o 26º lugar no ranking das cidades europeias mais tecnológicas?

Sem dúvida que estar presente no ranking das cidades mais tecnológicas da Europa deve ser um motivo de orgulho para Portugal, e em particular para a cidade de Lisboa. A apetência, a curiosidade e a facilidade dos portugueses em lidar com as novas tecnologias, associada à capacidade empreendedora, são seguramente fatores que contribuíram para esta performance.

O que é que Lisboa poderá fazer para subir neste ranking?

A subida de Lisboa neste ranking penso que é irreversível. Estão a ser criadas condições e incentivos, quer pelo sector político, autárquico e empresarial, que estimulam este segmento, através de iniciativas como o Web Summit e o Beato Creative Hub.

Este fenómeno já está a ter impacto ao nível do mercado de escritórios, no nosso país? Que empresas estão a procurar Portugal para concentrarem as suas atividades neste sector?

Considerando que as tecnologias são fundamentais no sector do *near shore*, o impacto destas, tem sido enorme no mercado de escritórios de Lisboa desde 2009. Podemos assegurar que nos últimos 8 anos este segmento foi responsável pela absorção de mais de 200.000 m², o que representa cerca de 30% do total da área colocada entre 2009 e 2016, em escritórios.

PRINCIPAIS CIDADES TECNOLÓGICAS NA EUROPA

- 1 LONDRES
- 2 PARIS
- 3 BERLIM
- 4 MUNIQUE
- 5 MADRID
- 6 DUBLIN
- 7 BUDAPESTE
- 8 BUCARESTE
- 9 ISTAMBUL
- 10 TEL AVIV
- 26 LISBOA

COMPRAS ONLINE AUMENTAM A PROCURA DE ARMAZÉNS JUNTO AOS GRANDES CENTROS URBANOS

O comércio *online* está a conduzir a um aumento da procura de espaços de armazenamento perto dos grandes centros urbanos. A conclusão é do estudo “Last Mile/City Logistics” produzido pela CBRE, que compara os diferentes hábitos de consumo em vários países.

À medida que o comércio eletrónico vai crescendo e transformando o mercado, a utilização de estruturas verticais vai ser inevitavelmente um fator para o crescimento da logística no perímetro urbano

O crescimento das compras feitas através da internet está a desafiar a tradicional cadeia de abastecimento, substituindo as plataformas logísticas regionais por um modelo de logística urbana. Em causa está o facto dos retalhistas e dos distribuidores estarem a ser pressionados para efetuarem as entregas aos seus clientes com prazos cada vez mais apertados, conduzindo assim à necessidade de criar espaços de armazenamento perto das grandes cidades.

Esta transformação no consumo, verificada a nível mundial, está a ser potenciada pela chamada “geração do milénio”, jovens com idades compreendidas entre os 22 e os 29 anos, que estão habituados à satisfação imediata. Trata-se de uma geração que opta, cada vez mais pelas compras *online* e que quer receber as suas encomendas, em casa ou no escritório, no próprio dia ou no prazo de 24 horas.

E é aqui que entram as plataformas de compras *online*, que já começaram a oferecer, em tempo real, informação sobre a expedição dos produtos, localização dos mesmos e tempo estimado para a respetiva entrega.

À medida que o comércio eletrónico vai crescendo e transformando o mercado, a utilização de estruturas verticais vai ser inevitavelmente um fator para o crescimento da logística no perímetro urbano. Existem já diversas estratégias inovadoras no último elo da cadeia de abastecimento para fazer face a esta procura. São eles: armazéns com vários andares, cacifos *self-service*, pontos de recolha e centros de armazenamento, que começam a ganhar forma junto das cidades.

Desta forma, o último elo da cadeia de abastecimento tornou-se num verdadeiro desafio para os retalhistas e distribuidores, tendo em conta a conveniência e rapidez exigida pelos consumidores. Esta realidade obrigou os operadores logísticos a adaptarem-se, desenvolvendo novos formatos das cadeias de distribuição e consequentemente promovendo novos edifícios para esse fim, adaptando-se assim às exigências do mercado, de forma a conseguirem sobreviver num setor altamente competitivo e criando, desta forma, uma grande oportunidade para o setor imobiliário.



Nuno Pereira da Silva
ASSOCIATE DIRECTOR
INDUSTRIAL & LOGISTICS
ADVISORY & TRANSACTION SERVICES

Em Portugal, também já se começa a sentir a necessidade de se ter o último elo da cadeia de abastecimento perto das grandes cidades? Há números?

Sim, não existem até ao momento números concretos, mas Portugal não foge a esta realidade, tendo atualmente edifícios adaptados para esse fim, junto das grandes cidades, nomeadamente em Lisboa e Porto. Paralelamente, temos conhecimento de um conjunto de projetos que os operadores logísticos estão a tentar desenvolver neste sentido, quer avançando para a aquisição de novas estruturas ou através da adaptação das existentes.

Que impacto é que esse fenómeno está a ter ao nível do imobiliário?

Este fenómeno levou a uma readaptação da procura efetiva de espaços por parte dos operadores logísticos, concretamente no que se refere a armazéns existentes e terrenos para nova construção, junto às grandes cidades.

Paralelamente, registamos que alguns operadores logísticos estão a estudar as estruturas atualmente existentes, libertando ou podendo vir a libertar esses espaços, dada a necessária readaptação a esta nova realidade logística.

Qual o crescimento previsto para os próximos anos, no que diz respeito à procura deste tipo de espaços, nomeadamente armazéns?

Prevê-se um crescimento para a procura deste tipo de espaços, contudo esse crescimento estará muito dependente da sensibilidade e vontade dos investidores, pois normalmente estes operadores logísticos não assumem a figura de proprietários.

Pode dar alguns exemplos nacionais?

Como exemplo de plataformas logísticas adaptadas a esta realidade, temos o armazém da Sonae em Telheiras ou a plataforma logística da Chronopost na zona norte – Alfena, construída de raiz.

RESIDENTES ESTRANGEIROS ESTÃO
A CRESCER NO SETOR RESIDENCIAL

OS NOSSOS NOVOS VIZINHOS

É cada vez maior o número de estrangeiros que deixa o seu país de origem e decide vir viver para Portugal. A segurança, o bom tempo, a praia, mas também os vistos *gold* e os incentivos fiscais têm contribuído para o crescimento da venda de habitação a estrangeiros, que se prevê que continue a aumentar em 2017.

Os vistos *gold* e os incentivos fiscais estão a atrair cada vez mais residentes estrangeiros para o nosso país. Mas não só: Portugal, além de ser um país seguro, é considerado como um excelente destino, seja pelo seu clima ou pela sua gastronomia única, como também pela estabilidade que transmite aos pequenos e grandes investidores. Razões que têm ajudado a fazer crescer não só o setor do turismo mas também o sector imobiliário de residencial.

O mercado residencial, no nosso país, tem estado a recuperar nos últimos quatro anos, tendo-se registado um crescimento do número de fogos vendidos, impulsionado sobretudo pelas vendas efetuadas a estrangeiros e a pequenos investidores privados.

Segundo o Índice de Preços da Habitação do INE, após sucessivas quedas, o número total de fogos vendidos tem vindo a aumentar 14% ao ano, desde 2012. De acordo com o crescimento verificado nos três primeiros trimestres do ano, a CBRE estima que, em 2016, se tenham vendido cerca de 130 mil fogos, um valor idêntico ao de 2010 e que representa um crescimento de 20% relativamente ao período homólogo.

Franceses foram os principais investidores estrangeiros em Portugal

Em 2016, cerca de 23% dos fogos vendidos em Portugal foram adquiridos por estrangeiros, segundo os dados da Associação dos Profissionais e Empresas de Mediação Imobiliária de Portugal (APEMIP). Os franceses foram os investidores estrangeiros que mais compraram casas em Portugal, usufruindo do regime fiscal para residentes não habituais, com cerca de 25% do total de habitações vendidas, logo a seguir surgem os britânicos com 18%, revela o relatório

“Portugal – Perspetiva Imobiliária 2017”, da CBRE. Já os chineses, que beneficiam dos vistos *gold*, têm comprado menos casas no nosso país, tendo registado apenas 7% do total de unidades vendidas, no ano passado, contra os 18% verificados, em 2014.

O investimento estrangeiro em Portugal deverá continuar a crescer, em 2017, sobretudo o francês. Ainda assim, este poderá vir a ser influenciado pelos resultados das eleições presidenciais deste ano, isto se o presidente eleito optar por não prosseguir a política de taxaço de fortunas.

Além dos investidores franceses, também os mercados sueco, dinamarquês, belga e holandês deverão continuar a crescer relativamente ao mercado britânico, que poderá, em 2017, sofrer um abrandamento, devido à instabilidade da libra, ao passo que os irlandeses deverão iniciar a retoma. Estes dados constam do estudo “Tendências do Mercado Imobiliário 2017”, da CBRE, que prevê que este ano ficará também marcado pelo aumento do número de investidores turcos, devido à instabilidade vivida no país.

Grande parte do produto que tem sido desenvolvido destina-se ao mercado estrangeiro e ao mercado de arrendamento de curta duração, existindo uma elevada escassez de habitações adequadas ao mercado nacional, quer em termos de tipologias quer de preço, e tanto para venda como para arrendamento. A maioria dos imóveis em oferta, resultante de edifícios reabilitados, tem uma dimensão reduzida (estúdios, T1 e T2), poucos ou nenhuns lugares de estacionamento, cozinha americana e preços elevados, face à capacidade financeira normal do mercado nacional.

Considerando os projetos atualmente em construção, a oferta reduzida e pouco diversificada deverá manter-se em 2017 e 2018.



Frederico Mendonça
DIRECTOR
RESIDENTIAL ADVISORY
& TRANSACTION SERVICES

Este ano (2017) vai ficar marcado pela entrada de um grande número de investidores turcos?

A Turquia está a viver momentos particularmente complicados, quer do ponto de vista político, quer económico. É normal que haja um número significativo de pessoas que tenha um “plano B”, caso o cenário se agrave ainda mais. Portugal está muito bem posicionado para atrair residentes deste país. Primeiro porque temos um programa de Autorização de Residência por via de Investimento muito forte e eficaz (*Golden Visa*) e depois porque os turcos se identificam bastante com Portugal e com os portugueses.

O que é que está a atrair, para o nosso país, investidores de países membros do Benelux e da Escandinávia?

Neste mercado, temos mais incentivos do que apenas os fiscais. Usando a Suécia, a título de exemplo, temos uma combinação explosiva. Um casal de suecos que tenha um rendimento, através da reforma, acima de 60.000 euros anuais, paga 56% de IRS, sendo que se mudar para Portugal como residente fiscal, terá fortes possibilidades de poupar os mesmos 56%, que usará para comprar casa em Portugal apenas com a poupança em impostos. Por outro lado,

estamos a falar de países, cujo clima é demasiado agressivo para as idades de reforma, o que torna ainda mais atrativa a ideia de se mudarem para um país no Sul da Europa, onde o sol, durante o inverno, só se põe às 6 horas da tarde, em vez de ser às 2 horas. A isto ainda juntamos a possibilidade de jogarem golfe com 15 graus durante praticamente todo o ano.

Considera que o mercado britânico poderá, em 2017, sofrer um abrandamento ao passo que o irlandês deverá iniciar a sua retoma. Porquê?

Sente-se, efetivamente, algum abrandamento no mercado britânico, embora o impacto do Brexit pareça estar a ser menor do que o esperado (embora não haja ainda números oficiais acessíveis). Quanto ao mercado irlandês, pensa-se que sim. Em 2017, prevê-se uma retoma deste mercado, essencialmente assente numa questão cultural. Primeiro, os irlandeses nutrem um sentimento especial e muito próximo de Portugal, quer para efeitos de férias, quer para efeitos de investimento. Segundo porque faz parte da cultura dos irlandeses a compra de imobiliário “oversea”, chegando mesmo a ser um fator socialmente relevante.

NÚMEROS



Em 2016, 23% dos fogos vendidos em Portugal foram adquiridos por estrangeiros.



Os franceses foram os investidores estrangeiros que mais compraram habitações, beneficiando do regime de residentes não habituais.



Os britânicos foram os segundos investidores que mais compraram casas no nosso país, em 2016, com uma quota 18%.



A aquisição de habitações pelos chineses, abrangidos pelo regime de Golden Visa, desceu para 7% em 2016, contra os 18%, em 2014.

INVICTA REGISTOU
UM CRESCIMENTO DE 18,9%
DE DORMIDAS

PORTO, O DESTINO DE ELEIÇÃO DE 2017

A cidade do Porto não podia estar mais na moda. Eleita, este ano, como o melhor destino europeu, esta é já a terceira vez que a Invicta conta com esta distinção. Os holofotes viram-se cada vez mais para o norte do país, fazendo disparar o turismo, a hotelaria, a reabilitação urbana e a restauração.

Porto conquistou a categoria de melhor destino europeu, este ano, após já ter ganho esta distinção em 2012 e 2014, ficando à frente de Milão (Itália) e de Gdansk (Polónia), no pódio das três cidades mais votadas.

A eleição, da responsabilidade da European Best Destination, sediada em Bruxelas, na Bélgica, consiste numa votação *online* feita por viajantes de 174 países. Este título vem revelar quão atrativa é a cidade do Porto, quer para os portugueses, quer para os turistas de todo o mundo. Este reconhecimento internacional tem feito disparar a atividade turística na cidade ao longo dos últimos anos e tem tido um grande impacto na área da reabilitação urbana – nomeadamente no centro histórico da Invicta – mas também no aparecimento de novos hotéis, de cadeias nacionais e internacionais, de novas lojas de rua e restaurantes.

A cidade do Porto tem ganho uma nova

vida com as inúmeras distinções nacionais e internacionais e este terceiro prémio como melhor destino europeu, conquistado em 2017, fará com que a cidade continue a conquistar um ainda maior relevo internacional. Em 2016 a cidade do Porto registou um crescimento do número de dormidas face a 2015 na ordem dos 18,94%, alcançando os 2,8 milhões.

O aumento do turismo no Porto conduziu a uma subida da procura nas principais artérias da cidade, com 19 novas aberturas de lojas em áreas como a Rua de Santa Catarina, Clérigos e Cardosas, entre elas destaca-se a New Balance, na Rua de Santa Catarina, e o Hard Rock Café, junto da Avenida dos Aliados. Ao mesmo tempo, tem vindo a reforçar-se a abertura de vários restaurantes, na Rua das Flores, no Largo de São Domingos e na Rua Mouzinho da Silveira. Também, em 2017, a cidade do Porto deverá assistir ao início da construção ou abertura de unidades hoteleiras

de marcas internacionalmente reconhecidas. A procura na cidade do Porto fez-se sentir também na área dos escritórios, em 2016, nomeadamente por parte de empresas do setor tecnológico e de *Business Process Outsourcing*, onde a absorção bruta de escritórios atingiu cerca de 40.000 m² em 2016, mais do dobro da área ocupada no ano anterior.

A cidade do Porto venceu, pela terceira vez, a categoria de melhor destino europeu



Eduardo Abreu,
PARTNER NEOTURIS,
EMPRESA PARTICIPADA
PELA CBRE

A cidade do Porto foi eleita, pela terceira vez, como melhor destino europeu. Que impacto é que esta distinção terá no domínio do turismo e, consequentemente, da reabilitação urbana, imobiliário, hotelaria e restauração?

A dinâmica turística da cidade do Porto tem sido tremenda nos últimos anos, com uma taxa de crescimento anual do número de dormidas de cerca de 10% entre 2009 e 2016. Este último ano foi mesmo o de maior crescimento da década com um aumento deste indicador em 18,9%. O impacto do crescimento de que decorrem também as distinções recebidas tem um impacto transversal. No turismo porque mantém a visibilidade e interesse por parte dos turistas internacionais em visitar a cidade, na reabilitação urbana pois atrai investidores para, pelo menos, três categorias de ativos: hotéis em

operação, edifícios para reabilitar para uso hoteleiro e apartamentos destinados a aluguer de curta duração, tirando partido da legislação associada ao Alojamento Local. Os restaurantes, nas zonas de maior passagem, são também ativos procurados para desenvolver novos conceitos e tirar partido do crescimento da procura.

Que balanço faz daquilo que o Porto tem feito para atrair mais Turismo?

O balanço tem que ser considerado positivo. Destacam-se políticas de atração e desenvolvimento de novas ligações aéreas, promoção em novos mercados emissores, investimento público e privado em *visitor attractions*, aposta na reabilitação urbana ou o *cross-selling* com outras regiões como o Minho ou, principalmente, o vale do Douro.

O que considera que ainda falta fazer neste domínio?

Mais do que o que falta fazer importa manter as iniciativas desenvolvidas. Em relação a novas iniciativas é importante promover a desconcentração geográfica da oferta (e, decorrente desta, da procura) no sentido de atenuar a concentração de turistas em perímetros reduzidos da cidade. Há também que devolver o comércio ao centro do Porto; a reabilitação do Mercado do Bolhão e a renovação de espaços comerciais na Rua da Santa Catarina poderão contribuir

em muito para (1) a desconcentração geográfica e a atração de turistas para os quais o *shopping* é uma motivação complementar relevante. A aposta no terminal de cruzeiros pode contribuir também para diversificar mercados.

É esperada, para este ano, a revisão da legislação que abrange o alojamento local. Porque é que acha que “iremos assistir a um abrandamento da criação de novas unidades inseridas nesta categoria, bem como da saída de cena dos alojamentos menos profissionalizados?”

Como já referido, o atual perímetro turístico do Porto é reduzido e consequentemente o número de imóveis; este facto implica desde logo o abrandamento da criação de novas unidades. Quanto às unidades existentes, e sem queremos especular sobre a revisão da legislação, será natural que os menos profissionalizados tenham tendência a encerrar com um maior rigor em termos de obrigações operacionais; atualmente serão estes alojamentos que têm taxas de rentabilidade inferiores (pois são ocupados menos vezes e a um menor preço), estando já a sofrer com o aumento da carga fiscal. No fundo, e como em qualquer outro mercado com reduzidas barreiras à entrada e à saída, existirá a tendência para o sucesso dos melhores.

PRÉMIOS - PORTO



2012

Melhor Destino Europeu

2014

Melhor Destino Europeu

2017

Melhor Destino Europeu



2,8

milhões de dormidas
+ 18,9% que em 2015

40.000 m²

De absorção bruta
de escritórios em 2016

MILLENNIALS COMO VIVE ESTA GERAÇÃO?

Nasceram entre 1980 e 1996, veem a vida de forma diferente dos pais, tem novos hábitos, comportamentos e prioridades – são os Millennials. Foi para compreender melhor esta geração que a CBRE produziu o estudo “Millennials: mitos e realidades”.

O arrendamento é a escolha de 65% dos jovens, entre os 22 e os 29 anos, em vez da compra de casa, devido à sua incapacidade financeira. É esta uma das conclusões do estudo da CBRE “Millennials: mitos e realidades”, que realizou 13 mil entrevistas, em 12 países diferentes.

O relatório teve como objetivo avaliar como vive, trabalha e se diverte a chamada geração do milénio (*millennials*), assim como o seu impacto nas tendências futuras do mercado imobiliário.

O documento revela que estes jovens se debatem com dificuldades significativas na procura de sítios para viver, sobretudo devido ao elevado preço dos imóveis e das rendas, mas também à sua instabilidade profissional. Perto de metade dos *millennials* (49%) vive ainda com os seus pais e 74% refere que os seus ordenados não acompanham o preço do mercado imobiliário, o que constituiu uma das principais razões por ainda viverem com a família.

O estudo sublinha também que 64% destes jovens se considera afortunado por ter emprego e que gostaria de trabalhar para um número restrito de empresas ao longo da sua carreira. Ainda assim, o nível de lealdade para com a empresa não é elevado, uma vez que os colaboradores se mostram dispostos a mudar de trabalho, caso surjam melhores oportunidades no que se refere ao salário, formação, desenvolvimento profissional e oportunidade de trabalhar com pessoas com os mesmos interesses.

Segundo este estudo, 78% dos inquiridos olham para a qualidade do seu local de trabalho como um fator chave quando escolhem

uma empresa onde trabalhar. O salário e os benefícios continuam a ser os principais fatores para a escolha de emprego. No entanto, se se retirar o dinheiro da equação, o equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal surge como um dos fatores mais importantes, assim como um bom ambiente no local de trabalho.

No que diz respeito às compras, quase metade dos entrevistados quer aceder a um produto de forma imediata. A geração do milénio quer ver, tocar, sentir e testar o produto na loja, pelo que apenas 27% das compras são realizadas *online*. Contudo, a popularidade das compras através da internet varia muito de país para país. Em países onde existem redes de retalhistas internacionais bem estabelecidas, a penetração *online* é mais elevada do que em países onde os retalhistas são locais. Certo é que quando os *millennials* fazem compras *online*, querem receber os produtos de imediato, em casa, no local de trabalho ou, como última opção, através da recolha num local estipulado (*click and collect*).

Para estes jovens o lazer constitui uma parte cada vez mais importante da sua vida, sendo que 50% do seu rendimento é canalizado para refeições fora de portas, compras, cinema e espetáculos.



A geração do milénio quer ver, tocar, sentir e testar o produto na loja



O relatório avaliou como vive, trabalha e se diverte a chamada geração *millennials*

FONTE: ESTUDO CBRE



CASA

65%

dos jovens opta pelo arrendamento em vez da compra de casa



EMPREGO

64%

destes jovens considera-se afortunado por ter emprego

49%

dos *millennials* vive ainda com os seus pais

78%

olha para a qualidade do seu local de trabalho como um fator chave



RENDIMENTO

74%

refere que os seus ordenados não acompanham o preço do mercado imobiliário



GASTOS

27%

das compras destes jovens são feitas *online*

70%

das compras destes jovens ainda continuam a ser feitas em lojas

50%

do seu rendimento é gasto em refeições, compras, cinema e espetáculos

OS MELHORES ESCRITÓRIOS PARA TRABALHAR

São verdadeiros escritórios do futuro e estão a revolucionar a forma de trabalhar. O conceito "New Ways of Working" aposta num novo modelo para os espaços de trabalho: design mais moderno, versátil e inovador, desenhados em função das pessoas, e não das hierarquias.

Para o crescimento da sua empresa também será necessário um crescimento do escritório? Será que consegue aumentar a produtividade e satisfação dos colaboradores alterando a filosofia dos espaços de trabalho? Será mesmo necessário ir todos os dias ao escritório?

A CBRE pensou nestas e noutras questões e decidiu adotar o conceito "New Ways of Working", um modelo que permite, através de uma nova

filosofia e desenho aumentar a produtividade, ao mesmo tempo que diminui custos e aumenta a satisfação dos colaboradores. Este conceito colocou a CBRE na vanguarda do *Office Design*, traduzido num ambiente de trabalho moderno, flexível e mais colaborativo.

Este conceito tem por base um *layout* de trabalho versátil e inspirador, baseado na atividade, e que já foi adotado em escritórios como o de Lisboa, Praga, Varsóvia, Amesterdão,

Los Angeles, Chicago, Madrid e Toronto, bem como em outros escritórios de clientes.

Não há lugares marcados

Segundo uma análise feita pela CBRE, nos seus escritórios, os postos de trabalho individuais só são ocupados cerca de 50% do tempo. Assim, neste novo conceito, existem menos postos de trabalho individuais e não há lugares marcados. Cada colaborador tem o seu próprio cacifo, onde guarda, não só os pertences pessoais, mas

também o computador portátil e os documentos relativos aos seus projetos. Com esta economia, o escritório permite ser desenhado e estruturado de modo a criar outro tipo de espaços, também de trabalho, mas simultaneamente colaborativos, promovendo uma melhor relação entre colaboradores e equipas. Segundo a CBRE, os escritórios em *open space* já estão ultrapassados: um escritório inovador engloba diferentes ambientes e espaços de trabalho, que têm em conta, por exemplo, a concen-

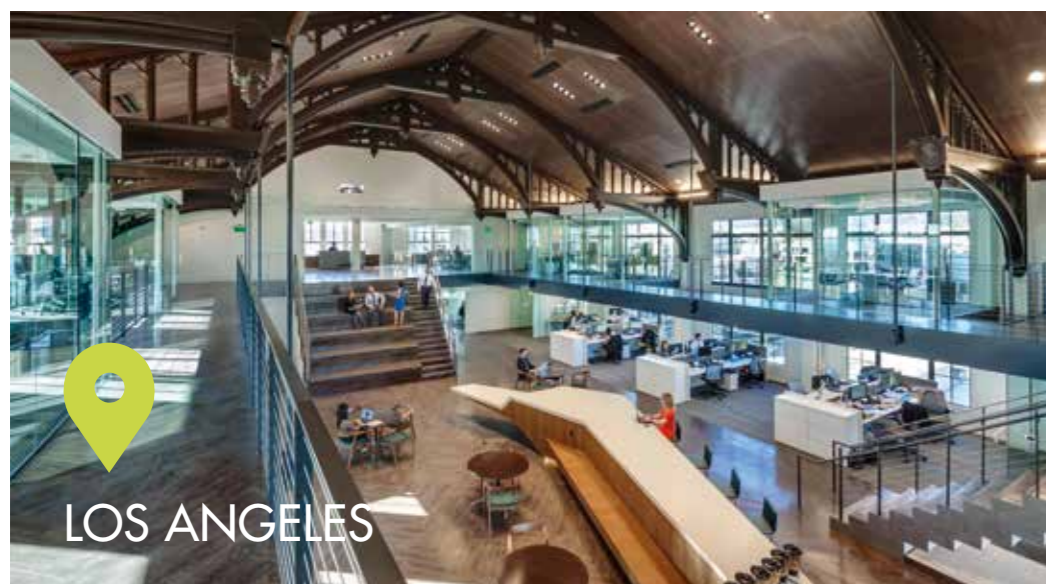
tração, a interação ou mesmo a confidencialidade necessária em cada situação. Assim, o trabalho flexível estimula os colaboradores a optarem pelo local do escritório que mais se adapta à atividade que estão a desenvolver num determinado momento.

No escritório de Lisboa existem três tipos de espaços dentro do escritório: áreas de trabalho, áreas para reuniões e conferências telefónicas – de utilização individual ou em equipa e áreas de encontro mais informais.

A nova forma de trabalhar inclui também o conceito *paperless*, limitando o número de documentos impressos. Além da poupança em papel e da respetiva reciclagem, é possível também reduzir os custos da energia.

A CBRE está já a implementar o "New Ways of Working" em empresas nacionais e multinacionais, em Portugal e no Mundo.

LISBOA



LOS ANGELES

A CBRE está já a implementar o "New Ways of Working" em empresas nacionais e multinacionais, em Portugal e no Mundo



SIDNEY



TÓQUIO



CHICAGO



HONG KONG



CIDADE DO MÉXICO

INTERNET DAS COISAS “O IMOBILIÁRIO PODERÁ VIR A SER DOS PRINCIPAIS BENEFICIÁRIOS DA POSSIBILIDADE DE LIGAR PESSOAS, PROCESSOS, DADOS E COISAS”

Sabe o que é a internet das coisas? A Diretora-Geral da CISCO Portugal, Sofia Tenreiro, explica-lhe tudo sobre a revolução tecnológica que já está em curso e que promete alterar a forma como vivemos e trabalhamos.

Como definiria o conceito de Internet of Things (IoT) ou Internet das Coisas?

A forma mais simples de definir Internet of Things é pensar num mundo em que as coisas estão ligadas entre si e às pessoas, comunicando e partilhando informação em tempo real. Com isto, será possível automatizar o que faz sentido, diminuir riscos, trazer inteligência, eficiência e velocidade aos processos e, assim, trazer incontáveis melhorias ao trabalho e à vida das pessoas. A IoT ou a Transformação Digital irá permitir ganhos de eficiência sem precedentes e melhorar significativamente a forma como as organizações podem ser geridas, facilitar a partilha de informações entre pessoas, sistemas, sensores, dispositivos móveis e quaisquer outros objetos inteligentes.

Segundo o relatório da Business Insider's Intelligence, esta revolução silenciosa deverá ter o ponto alto em 2020.

A Cisco estima que 99% das coisas ainda não estão ligadas. Isso significa que atualmente estarão ligadas cerca 10 mil milhões de coisas, num universo estimado de 1,5 biliões. Depois da revolução industrial e da democratização do acesso à internet, a IoT é a revolução tecnológica em curso e com enorme potencial disruptivo. Estima-se também que a IoT poderá ligar 99,2% das coisas existentes, desde redes de energia, a fábricas, dispositivos de saúde, veículos, etc. Conta-se que 500 mil milhões de dispositivos venham a estar ligados à Internet em 2030. Neste processo de mudança, haverá investimento de todas as partes, desde

os Estados às empresas, mas este investimento trará por sua vez infinitas oportunidades de negócio.

Que impacto terá o IoT no imobiliário?

O setor imobiliário está intrinsecamente ligado à forma como trabalhamos e como vivemos. Para se ter ideia do que falo: 23% do consumo global de eletricidade acontece em edifícios comerciais; 40% dos custos operacionais de edifícios é em luz; 60% das estações de trabalho não estão ocupadas durante o dia; a terceira maior despesa das empresas, após salários e do Custo de Bens/Serviços Vendidos, é feita em *real estate* e custos associados. Assim, a gestão inteligente e em tempo real dos imóveis, baseada na análise da informação recebida de dispositivos, incluindo acessos, localização, percursos e horários de pessoas, proporciona vantagens visíveis e imediatas ao nível da eficiência de custos e pode ser a diferença para que um negócio seja bem-sucedido. Por outro lado, com a profusão de coisas ligadas, e a partilharem informação em tempo real com centros de dados, a

gestão dos edifícios pode ser feita de forma mais inteligente. Como microcosmos da Internet de Tudo, o setor do imobiliário poderá vir a ser dos principais beneficiários da possibilidade de ligar pessoas, processos, dados e coisas. Para isso, é necessário tirar partido desta oportunidade de aceder a dados que até agora eram inacessíveis e transformá-los em informação, que pode ser utilizada para tomar melhores decisões, permitindo organizações mais eficientes ou como novas fontes de receita. As alterações associadas à IoT já estão em movimento e os edifícios são centrais nessa transformação. No entanto, à medida que o número de redes e a necessidade de ligar diferentes dispositivos dentro dos edifícios cresce, os custos e a complexidade associados tornam-se incomportáveis. A convergência dos sistemas isolados tais como sensores, iluminação, aquecimento, ventilação e ar condicionado, segurança e equipamentos de áudio e vídeo numa única plataforma de comunicação é fundamental para a transformação digital dos edifícios.

A CBRE anunciou a abertura de um Smart Building Client Experience Center, em Milwaukee, para dar a conhecer as mais recentes soluções tecnológicas no setor imobiliário. De que forma é que este edifício poderá agilizar a construção de mais *smarter buildings* e *smarter workplaces*?

Para qualquer cliente é fundamental perceber que sucessos existem, tanto de conceitos que se provam eficazes, como de soluções que cada fabricante ou empresa traz ao mercado com benefícios que dão resposta aos seus desafios – sejam diminuição de custos, aumentos de produtividade ou criação de condições e conforto para que se possa viver ou trabalhar melhor. A Cisco tem os Executive Briefing Centers – que na realidade são centros de experiências – que proporcionam aos clientes a melhor visibilidade sobre estas vantagens.

Defende que é preciso monetizar as redes e criar valor...

A gestão proativa de edifícios e a respetiva operação, com deteção de avarias, otimização da utilização do espaço, níveis superiores de segurança de pessoas e bens, serviços que melhoram o conforto dos ocupantes e a experiência,

são garantia de maiores índices de satisfação e eficiência, mas também potenciais fontes de receita adicional. A Cisco tem sido precursora destas aplicações e abertura das suas soluções a programadores, com APIs, e da criação de uma comunidade de developers, a que chamou Dev-Net, e em que qualquer um pode participar gratuitamente.

O que já está a ser feito em Portugal, nesta matéria?

O exemplo mais recente diz respeito ao projeto desenvolvido em parceria entre o Futebol Clube do Porto e a Cisco, que anunciaram que o Estádio do Dragão será um modelo de inovação tecnológica, combinando a dinâmica própria deste complexo desportivo e de espetáculos com a plataforma de última geração Cisco Connected Sports & Entertainment Solutions para oferecer ao público uma experiência personalizada e totalmente inovadora.

Quando é que esta revolução será uma realidade em Portugal?

A revolução é uma realidade hoje. A globalização do acesso às coisas e aos dispositivos, também trazida pela Internet e pelo mercado *online*, faz com que hoje Portugal não seja uma ilha. Pelo contrário, tem sido tradicionalmente

um país *early adopter* de tecnologias emergentes. Temos, por isso, a vantagem, fundamental para esta revolução, de ter cobertura de acesso e largura de banda bastante avançadas. E, finalmente, temos já inúmeros exemplos desta revolução em edifícios inovadores, e em serviços inovadores de Estado e empresas a cidadãos e clientes.

A IoT oferece oportunidades, mas também desafios. Como a capacidade de arquivar um enorme volume de dados, questões de privacidade e de segurança?

As organizações que conseguirem tirar o máximo partido dos dados disponíveis e os transformarem em informação estratégica, serão os líderes do seu setor de atividade através da transformação digital. Em paralelo – e perante os desafios que representam a interligação de todos estes dispositivos – ganha decisiva relevância a segurança. Com a explosão de dados veio o aumento de ciberataques a “coisas” – que no âmbito do setor do imobiliário tem grande impacto, pois pode ir desde câmaras de vigilância até redes elétricas. Torna-se, por isso, imperativo incluir a segurança em todas as decisões relacionadas com o transporte e o processamento deste volume massivo de dados.



99,2%

A Internet das Coisas poderá ligar 99,2% das coisas existentes – desde redes de energia, a fábricas, dispositivos de saúde, veículos, etc.

500 MIL MILHÕES

Estima-se que 500 mil milhões de dispositivos venham a estar ligados à Internet em 2030.



A gestão proativa de edifícios e a respetiva operação, (...) são garantia de maiores índices de satisfação e eficiência, mas também potenciais fontes de receita adicional

10 ANOS DE URBAN PHOTOGRAPHER OF THE YEAR

Capturar a essência da vida urbana, em qualquer altura do dia e em qualquer sítio do mundo, este é o objetivo do Urban Photographer of the Year. O concurso de fotografia lançado em 2007 pela CBRE e que se mantém até hoje. Esta iniciativa pretende premiar imagens do quotidiano em ambientes urbanos, captadas por amantes de fotografia, sendo atualmente o maior concurso do género.

As primeiras três edições do concurso começaram apenas por Portugal, numa associação entre a CBRE e o IADE. No entanto, o sucesso da iniciativa fez com que passasse a ser realizada a nível europeu. Agora, o Urban Photographer of the Year é já um evento mundial.

A 10ª edição do concurso Urban Photographer of the Year, em

2016, foi subordinada ao tema “Cidades em movimento: Pessoas, lugares e Perspetivas”.

Moin Ahmed foi o vencedor da edição de 2016 deste concurso com a foto 'A Man's Stare', na qual capta o rosto de um passageiro de comboio num dia de chuva, no Bangladesh. Um retrato forte do dia a dia deste povo.

O concurso, que convida os fotógrafos a submeterem fotografias que traduzam momentos do quotidiano da vida citadina, está aberto a fotógrafos profissionais e amadores. Cada participante pode submeter até 24 imagens, uma para cada hora do dia. O vencedor ganha uma viagem fotográfica para um destino à escolha, para duas pessoas. Entre os restantes prémios incluem-se *drones*, *GoPro*, entre outros *gadgets* ligados ao



mundo da fotografia. Por cada participação no concurso, a CBRE faz uma doação à Plan International, para apoiar o trabalho desta Organização Não Governamental no que respeita à promoção dos direitos das crianças e a igualdade de sexos.

“Para a CBRE Portugal é um orgulho poder ver este concurso ganhar dimensão e chegar aos fotógrafos de todos os cantos do mundo. Esta é uma oportunidade única da CBRE desempenhar um papel relevante na forma como celebra a diversidade dos movimentos das cidades, ao encorajar os fotógrafos a capturarem a essência do ambiente urbano”, sublinha Teresa Posser de Andrade, Diretora de Marketing e Comunicação da CBRE Portugal.

A décima edição contou com mais de 29.000 participações de 111 países de todo o mundo.



PRÉMIOS CONQUISTADOS EM 2016



A CBRE foi eleita a
Nº1 EM
TRANSAÇÕES DE
INVESTIMENTO
DE IMOBILIÁRIO
COMERCIAL
em todo o mundo
pela Real Capital
Analytics (RCA)



A CBRE foi
reconhecida como
A EMPRESA
MAIS ÉTICA
DO MUNDO
pelo terceiro ano
consecutivo, pelo
ETHISPHERE
INSTITUTE,
um centro de
investigação
independente,
que promove
as boas práticas em
governança e ética
institucional



A CBRE foi eleita
A MELHOR
CONSULTORA
IMOBILIÁRIA
NO MUNDO
pelo EUROMONEY Real
Estate Awards e recebeu
os prêmios de todas as categorias
a concurso a nível nacional:
MELHOR CONSULTORA
IMOBILIÁRIA

MELHOR DEPARTAMENTO
DE AVALIAÇÕES

MELHOR AGÊNCIA

MELHOR DEPARTAMENTO
DE RESEARCH



A CBRE foi considerada
A MELHOR MARÇA DO
SETOR IMOBILIÁRIO
a Nível Mundial, pelo
15º ano consecutivo, pela
The Lipsey Company



A CBRE foi
nomeada
para o
ranking das
"EMPRESAS
MAIS
ADMIRADAS
DO MUNDO"
da Revista Fortune,
pelo quarto
ano consecutivo



A CBRE foi nomeada
uma das
100 MELHORES
EMPRESAS
DE SERVIÇOS
DE
OUTSOURCING,
pelo 10º ano
consecutivo, pela
International
Association
of Outsourcing
Professionals (IAOP)



Na CBRE transformamos cada metro quadrado numa oportunidade. Construimos vantagens competitivas para os nossos clientes através das melhores soluções ao longo do processo imobiliário. Saiba como podemos transformar o seu imobiliário numa verdadeira vantagem em www.cbre.com/BuildOnAdvantage

CBRE
www.cbre.pt

Siga-nos em:

