



# Promoção externa do imobiliário português “deveria ser centralizada”

Para melhor capitalizar a atração de capital estrangeiro para o imobiliário português é crucial que o setor junte forças para se promover de forma “estruturada” lá fora através, por exemplo, de uma agência de investimento

## Susana Correia

Esta é, pelo menos, a opinião de Tiago Mendonça de Castro, Sócio na Prática de Direito Imobiliário na PLMJ e especialista na negociação com investidores estrangeiros que procuram oportunidades no nosso país. A seu ver, “os esforços que estão a ser feitos são louváveis, mas tímidos e pouco organizados ou estrategicamente fortes”. Além disto, nota, “é sintomático assistir que só alguns investidores de geografias não tradicionais, designadamente asiáticas, são - pelo menos por ora - os únicos que parecem estar atentos às inúmeras oportunidades de investimento que Portugal oferece neste setor. Volvidos que parecem estar os “anos da troika”, que tiraram Portugal do mapa dos investido-

res, creio que é necessário e urgente promover, de forma estruturada, as oportunidades de investimento no setor imobiliário em Portugal”.

Ou seja, “ao invés de cada promotor tentar a sua sorte e promover a venda dos seus imóveis de forma individual, com orçamentos de promoção reduzidos ou pouca capacidade de chegar aos inúmeros mercados que concentram potenciais investidores, há que centralizar e concentrar todas as ofertas numa agência de investimento imobiliário ou num único portal ou outros meios de divulgação internacional global e mais profissional e, porventura, com orçamentos para investimentos em marketing e ações de promoção mais estruturadas dar a conhecer tudo o que o setor imobiliário português tem para oferecer”.

liário português tem para oferecer”.

Sobre os mecanismos do Golden Visa e do Estatuto do Residente Não Habitual, que têm funcionado como verdadeiros chamarizes para os investidores estrangeiros, Tiago Mendonça de Castro faz um balanço positivo, mas crê que “os investimentos imobiliários que são feitos por estas vias ou com estes objetivos são precoces e que o seu potencial de angariação de mais investidores, oriundos de outras geografias, ainda está por desenvolver”. Por isso, diz, “seria muito útil que em 2015 - e eventualmente de forma oficial ou com uma campanha de divulgação mundial dos resultados de investimento global no nosso mercado - fosse possível divulgar estes resultados, que espelham claramente a confiança que os investidores têm

demonstrado ter no nosso mercado, e que fossem capitalizados e amplamente divulgados noutros países, para posicionar Portugal como um “hot market” e atrair mais investidores”.

Convicto que a procura de imóveis de valor alto por estrangeiros vai continuar forte nos próximos

**Na opinião de Tiago Mendonça de Castro, advogado na PLMJ, “é necessário e urgente promover, de forma estruturada, as oportunidades de investimento no setor imobiliário em Portugal”**

anos em Portugal, o responsável liderou o lançamento, pela PLMJ, de mais um Guia do Investimento Imobiliário desta sociedade de advogados, desta vez em francês, de modo a oferecer uma ferramenta adicional de análise aos potenciais investidores dos mercados francófonos, cuja procura é uma das que mais sobe no nosso país.” O mercado francês é o segundo mais importante em Portugal, logo a seguir ao Britânico, tendo-se posicionado este ano à frente do mercado Chinês”, explica o advogado, acrescentando que se “tratam tradicionalmente de investidores com grande liquidez e capacidade financeira, que procuram imóveis de qualidade para fixar residência não habitual em Portugal e otimizarem os impactos fiscais que têm no seu país de origem”.