

## BMW inverte crise no Algarve

**Marca alemã escolheu Portugal para realizar o maior evento corporativo da sua história e o sol do Algarve tem estado a ajudar**

A BMW escolheu o Algarve para ser o centro de uma megaoperação de formação e requalificação de quadros, que está a atrair ao país perto de 30 mil pessoas ao longo de três meses e poderá representar um benefício total de cerca de €18 milhões, repartido por aluguer de infraestruturas,

hotelaria, restauração, rent-a-car e consumo de combustíveis. A operação — a maior que a marca alemã já realizou na sua história — tem passado algo despercebida nos media devido a acordos de confidencialidade subscritos pelos vários parceiros, em especial com o Autódromo

Internacional do Algarve, onde está sediada a maior base operacional. O evento não se dirige, aliás, à opinião pública, mas sim aos milhares de vendedores e centenas de concessionários da marca que vão em breve receber nos seus espaços o novo modelo série 3, a âncora de vendas da

casa alemã da Baviera. Tor-na-se, no entanto, difícil mantê-lo despercebido, desde logo face ao número de BMW Série 3 — 320d, 325i e 335i — transportados em camiões desde Munique, cerca de 300 no total. O novo série 3 vai estar à venda ao público em Março, com preços entre os €41.000 e os €61.500, nas versões base, consoante as motorizações.

O objetivo do evento que arrancou em novembro e se prolonga até fevereiro é concretizar ações de formação e de vendas que têm a duração de um dia, por cada grupo que se desloca ao Algarve. Tudo está calculado ao milímetro, nos vários espaços em que a BMW tem centralizadas as operações: Autódromo (Portimão), Pavilhão Arade (Lagoa) e Mercado Abastecedor (Faro), com testes e ações específicas para colaboradores do grupo. Os exercícios passam, entre outros, por pôr à prova os BMW Série 3 face aos concorrentes mais diretos — Audi A4, VW Passat e Mercedes classe C.

Os grupos chegam diariamente de avião ao Aeroporto de Faro e são transferidos para os hotéis. Vêm da Argentina, Brasil, EUA, Rússia, China, Qatar e Europa. Ao bom estilo germânico, tudo está cronometrado ao minuto, desde as pausas para café a uma coreografia final com toda a gama BMW, que inclui um *pace-car* M1 a fazer piões. Vão embora ao final do dia, para dar lugar a outros.

As divisas e a projeção da casa bávara fizeram assim 'acordar' vários sectores no Algarve. "Este está a ser o melhor janeiro na história da hotelaria no Algarve", admite Mário Candéias, diretor do hotel Tivoli Victoria, em Vilamoura, que regista neste momento a ocupação a 80 por cento. Em regra, janeiro é dos piores meses para o sector hoteleiro — com ocupação a rondar os 10% — e as unidades aproveitam para reestruturações ou manutenção. Mas



Este é o novo BMW série 3. Está a ser apresentado ao mundo no Algarve

não este ano: "Parece que estamos em agosto, com clientes sempre a chegar e carros de fornecedores", descreve Candéias, visivelmente satisfeito. De Lagos a Portimão, de Vilamoura a Albufeira e Carvoeiro, múltiplas unidades hoteleiras foram requisitadas para esta operação interna dos alemães, algo que os industriais do sector querem capitalizar no tempo. "Nós temos o clima, temos os hotéis, temos tudo, e o mercado automóvel é fundamental. No mundo, quantas pessoas jogam golfe? E quantas andam de carro?", questiona, em jeito de retórica, Paulo Pinheiro, diretor do Autódromo Internacional do Algarve, que liderou diretamente as negociações com a gigante alemã. Por isso, a ideia é repetir.

**MÁRIO LINO**  
economia@expresso.impressao.pt