ANEXO X

Estudo de Viabilidade Mercadológica e Econômico-Financeira

CAIO CALFAT
REAL ESTATE CONSULTING
PLANNING & DEVELOPMENT

ESTUDO DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA E ECONÔMICO-FINANCEIRA

MAIO | 2025

PLANEJAMENTO DE CONDO-HOTEL NO ALPHAVILLE, BARUERI (SP)

Cliente:

RSF

Realização:

CAIO CALFAT
REAL ESTATE CONSULTING

MAIO | 2025

TERMO DE ENTREGA DO ESTUDO

Este objeto trata-se do estudo de viabilidade mercadológica e econômico-financeira desenvolvido para a RFS Empreendimentos S.A. entre os meses de **Fevereiro e Maio de 2025,** que desenvolve o projeto de um hotel em construção na cidade de Barueri (SP). O estudo segue a metodologia da publicação Hotels & Motels Valuation and Market Studies do Appraisal Institute.

A **CAIO CALFAT REAL ESTATE CONSULTING,** localizada na Rua Pamplona, 145 conj. 1318 – Edifício Praça Pamplona – Jardim Paulista – 01405-900/ São Paulo – SP, inscrita no CNPJ sob o nº 01.498.265/0001-24 realizou este trabalho com o objetivo de identificar a viabilidade mercadológica e econômico-financeira para esse projeto.

Todas as informações de dados gerais do mercado e da localidade, além da oferta atual e futura foram colhidas e analisadas até o momento de fechamento deste relatório. Não nos responsabilizamos pela inserção ou alteração de informações adicionais após a entrega deste estudo. Estas informações estão sujeitas a imperfeições, variações e alterações do cenário social e econômico analisado que poderão modificar os resultados estimados neste estudo.

O modelo econômico criado para analisar a viabilidade do empreendimento, apresenta valores básicos médios de mercado, praticados por empreendimentos do mesmo padrão do analisado.

TERMO DE ENTREGA DO ESTUDO

Como esses valores poderão sofrer variações devido a diversos fatores fora de nosso controle e por se tratar de material de uso restrito aos profissionais da **CAIO CALFAT REAL ESTATE CONSULTING** e das empresas proprietárias do projeto, sem qualquer compromisso relativo a seus resultados, não poderão ser, em nenhum momento, referência para justificar lucros ou perdas em qualquer situação, destacando-se mais uma vez as possíveis alterações nas variáveis dos cenários que foram definidos para as estimativas de mercado e desempenho.

A Caio Calfat Consultoria foi contratada única e exclusivamente para analisar o mercado em questão indicando premissas e resultados estimados para o projeto em estudo e declara que não possui conflito de interesses que diminuía a independência necessária ao desempenho de suas funções. Dessa forma, reitera que não irá adquirir qualquer unidade, assim como não atuará como investidor nesse projeto.

A RFS Empreendimentos, empresa contratante, pagou a Caio Calfat Real Estate Consulting a título de remuneração por assessoria o montante total de R$ 82.000,00, dos quais R$ 36.000 refere-se ao Estudo de Viabilidade Mercadológica e Econômico-financeira realizado em 2021 e R$ 46.000 referente a essa atualização.

As informações contidas neste relatório tem consentimento da CAIO CALFAT REAL ESTATE CONSULTING para divulgação, desde que mencionada a fonte.

São Paulo, Maio de 2025

Caio Sérgio Calfat Jacob

CONSULTOR RESPONSÁVEL PELO ESTUDO

Caio Calfat

Diretor-geral e fundador da Caio Calfat Real Estate Consulting, é engenheiro civil e atua, há mais de 30 anos, como consultor no mercado turístico-hoteleiro, atendendo às principais construtoras, incorporadoras e operadoras hoteleiras atuantes no mercado brasileiro. Na Caio Calfat, coordenou mais de 700 estudos de mercado no Brasil.

É Vice-Presidente de Assuntos Turísticos-Imobiliário do SECOVI-SP por cinco mandatos consecutivos (de 2012 a 2022) e membro (MRICS) do Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) desde 2013. No SPCVB – São Paulo Convention & Visitors Bureau (www.visitesaopaulo.com) é Vice-Presidente do Conselho de Administração (2019 a 2023) e membro do Conselho Consultivo (2013 a 2019). Atual Presidente (2019 a 2023) da ADIT Brasil – Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil (www.adit.com.br) , tendo sido seu fundador (2006) e membro do Conselho de Administração (2011 a 2019).

Os estudos realizados nos últimos anos e o estudo em apresentação, obedecem à base metodológica do roteiro do **Hotels & Motels Valuations and Market Studies**, recomendado pelo **Appraisal Institute** e citado como modelo adequado pelo **Manual de Melhores Práticas para Hotéis de Investidores Pulverizados**, publicado pelo SECOVI-SP em 2012.

- Reunião com o cliente para informação quanto ao conceito e detalhes do projeto;
- Pesquisa e levantamento de dados, sociais, políticos e econômicos;
- Levantamento de hotéis concorrentes;
- Entrevistas com representantes do município e /ou estado, do trade turístico e hoteleiro;
- Análise de oferta e demanda do mercado hoteleiro, com intuito de estimar o impacto do projeto no mercado;
- Análise do terreno (condições de qualidade de vida e espaços ajardinados; vizinhanças e características locais de comércio, serviços e entretenimento; indicativos de crescimento da região do terreno, em relação aos vetores de desenvolvimento urbano);
- Estudo de Viabilidade Econômico Financeira com base nos parâmetros identificados no Estudo de Mercado.

Estudos de Viabilidade Mercadológica e Econômico-financeira de Contrato de Investimento Coletivo - CIC realizados pela Caio Calfat Real Estate Consulting e com processos dispensados na CVM		
1	Royal Palm Tower	2014
2	Ibis Niterói Niemeyer	2014
3	Rio Business Soft Inn	2014
4	Park Inn by Radisson	2015
5	Beste Western Multi Suites	2015
6	Hotel Paiquere (BT Valinhos)	2015
7	Soft Inn São Paulo Business Hotel	2015
8	The Cityplex Osasco	2015
9	Niterói Soft Inn Business Hotel	2015
10	Comfort Campinas	2015
11	Comfort São Bernardo	2015
12	Best Western Eretez Copacabana	2015
13	Adágio Curitiba Batel	2015
14	Condomínio Hotel Tatuapé	2015
15	Sleep Inn Jacareí	2016
16	Cidade Matarazzo	2016
17	Hotel Premium SBC	2016
18	Edifício Hotel Itu Terras de São José	2016
19	Golden Tulip Campos Hotel	2016
20	Condomínio Edifício HE Itatiba	2016
21	Condomínio Hotel Florêncio de Abreu	2017
22	Share Apartamentos Inteligentes	2017
23	Ibis Arujá	2017
24	Comfort Quality São Caetano do Sul	2017
25	Comfort Americana	2017
26	Ibis Budget Piedade	2017
27	VN Faria Lima	2018
28	Dall Onder Planalto Hotek Bento Gonçalves	2019
29	Condomínio Boulevard Convention Vale dos Vinhedos	2019
30	Condomínio Presidente Prudente Hotel	2019
31	Ibis Pinheiros	2020
32	Três Figueiras Sênior Residence	2020
33	Days Inn Perdizes Hotel	2020
34	Motto By Hilton Recife	2021
35	Magno Moinhos de Vento	2022
36	Hotel Tru by Hilton	2023
37	Hotel Ibis Jaú	2023
38	Bacco Wine Heaven	2023
39	Condomínio Villa Ibirapuera	2023
40	24/SE7E Live & Stay	2023
41	Magno Menino Deus	2024

A Caio Calfat Real Estate Consulting atua no setor imobiliário desde 1996, na área de consultoria para o planejamento e desenvolvimento do setor imobiliário por meio de pesquisas de mercado e estudos de viabilidade financeira, bem como apoio a investidores e desenvolvedores na definição e conceituação de empreendimentos.

Atuação

- Planejamento e desenvolvimento hoteleiro e imobiliário
- Diagnósticos mercadológicos e estudos de reposicionamento para empreendimentos imobiliários
- Planejamento e desenvolvimento de imobiliário turístico - segunda residência e multipropriedades
- Moradia estudantil e sênior living
- Comunidades planejadas
- Gestão patrimonial

CLIENTES E PARCEIROS

Mercado Hoteleiro

CLIENTES E PARCEIROS

Mercado Imobiliário

CLIENTES E PARCEIROS

Demais parceiros

PROJETO EM ESTUDO

- O Sky Design é um empreendimento que contempla 237 uhs no total, das quais 132 uhs formarão um pool hoteleiro. Demais unidades irão compor um residencial com serviços hoteleiros.
- O empreendimento também contemplará 2 unidades comerciais.

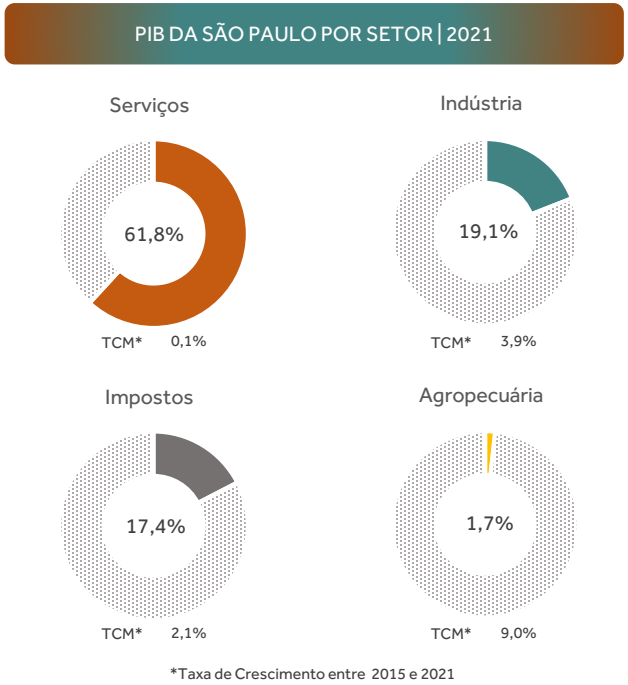
Contrato de Investimento Coletivo – CIC - Sky Design	
Administração	A definir
Categoria	Midscale
Uhs	132 uhs
Previsão de Inauguração	Julho de 2025

ÍNDICE

1. Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais
6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

BRASIL E SÃO PAULO | INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

	Ano	Brasil	TCM	São Paulo	TCM	Percentual São Paulo / Brasil
PIB	2015	8.167.853.028	1,65%	2.642.661.200	0,48%	32,35%
	2021	9.012.142.000		2.719.751.231		30,18%
População	2010	190.755.799	0,52%	41.262.199	0,61%	21,63%
	2022	203.080.756		44.411.238		21,87%
Área Territorial (km²)	2022	8.510.418	-	248.219	-	2,92%



*Taxa de Crescimento entre 2015 e 2021

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES GEOGRÁFICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	Área Total em km²	Participação %	Área Urbanizada em km²	Participação em relação a Área Total
1	São Paulo	1.521	19,1%	915	60%
2	Osasco	65	0,8%	61	93%
3	Guarulhos	319	4,0%	157	49%
4	São Bernardo do Campo	410	5,2%	84	21%
5	*Barueri*	*66*	*0,8%*	*44*	*66%*
6	Santo André	176	2,2%	70	40%
7	Cajamar	131	1,7%	21	16%
8	Mauá	62	0,8%	43	69%
9	Mogi das Cruzes	713	9,0%	75	11%
10	Diadema	31	0,4%	28	90%
11	Cotia	324	4,1%	65	20%
12	São Caetano do Sul	15	0,2%	15	100%
13	Suzano	206	2,6%	56	27%
14	Embu das Artes	70	0,9%	31	44%
15	Itapevi	83	1,0%	29	35%
16	Santana de Parnaíba	180	2,3%	36	20%
17	Taboão da Serra	20	0,3%	19	91%
18	Itaquaquecetuba	83	1,0%	44	53%
19	Arujá	96	1,2%	23	24%
20	Carapicuíba	35	0,4%	33	94%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES GEOGRÁFICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	Área Total em km²	Participação %	Área Urbanizada em km²	Participação em relação a Área Total
21	Itapecerica da Serra	151	1,9%	28	18%
22	Jandira	17	0,2%	14	83%
23	Caieiras	98	1,2%	15	15%
24	Ferraz de Vasconcelos	30	0,4%	18	61%
25	Franco da Rocha	133	1,7%	22	17%
26	Ribeirão Pires	99	1,2%	25	25%
27	Poá	17	0,2%	14	82%
28	Vargem Grande Paulista	42	0,5%	15	36%
29	Mairiporã	321	4,0%	48	15%
30	Francisco Morato	49	0,6%	20	41%
31	Santa Isabel	363	4,6%	17	5%
32	Guararema	271	3,4%	18	7%
33	Embu-Guaçu	156	2,0%	23	15%
34	Biritiba Mirim	317	4,0%	11	3%
35	Rio Grande da Serra	36	0,5%	5	15%
36	Pirapora do Bom Jesus	108	1,4%	3	3%
37	Juquitiba	522	6,6%	8	2%
38	São Lourenço da Serra	186	2,3%	5	3%
39	Salesópolis	425	5,3%	5	1%
		7.947	100%	2.159	27%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES SOCIOECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	População (Censo 2010)	População (Censo 2022)	Crescimento entre 2010 e 2022 (%)	Crescimento Médio ao Ano	População Estimada (2024)	Participação %	Crescimento entre 2010 e 2024 (%)	Crescimento Médio ao Ano
1	São Paulo	11.253.503	11.451.999	1,8%	0,1%	11.895.578	55,3%	5,7%	0,4%
2	Osasco	666.740	728.615	9,3%	0,7%	756.952	3,5%	13,5%	0,9%
3	Guarulhos	1.221.979	1.291.771	5,7%	0,5%	1.345.364	6,3%	10,1%	0,7%
4	São Bernardo do Campo	765.463	810.729	5,9%	0,5%	840.499	3,9%	9,8%	0,7%
5	*Barueri*	*240.749*	*316.473*	*31,5%*	*2,3%*	*330.339*	*1,5%*	*37,2%*	*2,3%*
6	Santo André	676.407	748.919	10,7%	0,9%	778.711	3,6%	15,1%	1,0%
7	Cajamar	64.114	92.689	44,6%	3,1%	97.363	0,5%	51,9%	3,0%
8	Mauá	417.064	418.261	0,3%	0,0%	429.380	2,0%	3,0%	0,2%
9	Mogi das Cruzes	387.779	451.505	16,4%	1,3%	468.120	2,2%	20,7%	1,4%
10	Diadema	386.089	393.237	1,9%	0,2%	404.118	1,9%	4,7%	0,3%
11	Cotia	201.150	274.413	36,4%	2,6%	287.004	1,3%	42,7%	2,6%
12	São Caetano do Sul	149.263	165.655	11,0%	0,9%	172.109	0,8%	15,3%	1,0%
13	Suzano	262.480	307.429	17,1%	1,3%	318.765	1,5%	21,4%	1,4%
14	Embu das Artes	240.230	250.691	4,4%	0,4%	259.323	1,2%	7,9%	0,5%
15	Itapevi	200.769	232.297	15,7%	1,2%	241.924	1,1%	20,5%	1,3%
16	Santana de Parnaíba	108.813	154.105	41,6%	2,9%	162.341	0,8%	49,2%	2,9%
17	Taboão da Serra	244.528	273.542	11,9%	0,9%	284.274	1,3%	16,3%	1,1%
18	Itaquaquecetuba	321.770	369.275	14,8%	1,2%	382.521	1,8%	18,9%	1,2%
19	Arujá	74.905	86.678	15,7%	1,2%	89.943	0,4%	20,1%	1,3%
20	Carapicuíba	369.584	386.984	4,7%	0,4%	398.462	1,9%	7,8%	0,5%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES SOCIOECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	População (Censo 2010)	População (Censo 2022)	Crescimento entre 2010 e 2022 (%)	Crescimento Médio ao Ano	População Estimada (2024)	Participação %	Crescimento entre 2010 e 2024 (%)	Crescimento Médio ao Ano
21	Itapecerica da Serra	152.614	158.522	3,9%	0,3%	163.928	0,8%	7,4%	0,5%
22	Jandira	108.344	118.045	9,0%	0,7%	121.988	0,6%	12,6%	0,9%
23	Caieiras	86.529	95.032	9,8%	0,8%	98.257	0,5%	13,6%	0,9%
24	Ferraz de Vasconcelos	168.306	179.198	6,5%	0,5%	185.622	0,9%	10,3%	0,7%
25	Franco da Rocha	131.604	144.849	10,1%	0,8%	149.786	0,7%	13,8%	0,9%
26	Ribeirão Pires	113.068	115.559	2,2%	0,2%	118.877	0,6%	5,1%	0,4%
27	Poá	106.013	103.765	-2,1%	-0,2%	106.431	0,5%	0,4%	0,0%
28	Vargem Grande Paulista	42.997	50.415	17,3%	1,3%	52.103	0,2%	21,2%	1,4%
29	Mairiporã	80.956	93.853	15,9%	1,2%	97.399	0,5%	20,3%	1,3%
30	Francisco Morato	154.472	165.139	6,9%	0,6%	171.107	0,8%	10,8%	0,7%
31	Santa Isabel	50.453	53.174	5,4%	0,4%	54.586	0,3%	8,2%	0,6%
32	Guararema	25.844	31.236	20,9%	1,6%	32.436	0,2%	25,5%	1,6%
33	Embu-Guaçu	62.769	66.970	6,7%	0,5%	68.805	0,3%	9,6%	0,7%
34	Biritiba Mirim	28.575	29.683	3,9%	0,3%	30.526	0,1%	6,8%	0,5%
35	Rio Grande da Serra	43.974	44.170	0,4%	0,0%	45.317	0,2%	3,1%	0,2%
36	Pirapora do Bom Jesus	15.733	18.370	16,8%	1,3%	18.836	0,1%	19,7%	1,3%
37	Juquitiba	28.737	27.404	-4,6%	-0,4%	28.007	0,1%	-2,5%	-0,2%
38	São Lourenço da Serra	13.973	16.067	15,0%	1,2%	16.458	0,1%	17,8%	1,2%
39	Salesópolis	15.635	15.202	-2,8%	-0,2%	15.396	0,1%	-1,5%	-0,1%
		19.683.975	20.731.920	5,3%	0,4%	21.518.955	100%	9,3%	0,6%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES SOCIOECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	PIB (2015)	PIB (2015) Valor Presente	PIB (2021)	Participação %	Crescimento entre 2015 e 2021 (%)	Crescimento Médio ao Ano
1	São Paulo	653.646.991	890.440.664	828.980.608	59,6%	-6,9%	-1,2%
2	Osasco	65.912.985	89.790.977	86.111.260	6,2%	-4,1%	-0,7%
3	Guarulhos	53.209.582	72.485.571	77.376.467	5,6%	6,7%	1,1%
4	São Bernardo do Campo	42.013.775	57.233.910	58.277.014	4,2%	1,8%	0,3%
5	*Barueri*	*47.761.025*	*65.063.190*	*58.027.667*	*4,2%*	*-10,8%*	*-1,9%*
6	Santo André	25.386.941	34.583.751	32.620.295	2,3%	-5,7%	-1,0%
7	Cajamar	11.288.060	15.377.333	22.713.160	1,6%	47,7%	6,7%
8	Mauá	11.970.001	16.306.318	20.776.213	1,5%	27,4%	4,1%
9	Mogi das Cruzes	14.200.700	19.345.122	19.604.517	1,4%	1,3%	0,2%
10	Diadema	13.679.518	18.635.134	18.484.356	1,3%	-0,8%	-0,1%
11	Cotia	10.653.812	14.513.319	16.114.165	1,2%	11,0%	1,8%
12	São Caetano do Sul	13.426.306	18.290.192	15.566.768	1,1%	-14,9%	-2,7%
13	Suzano	9.034.329	12.307.153	14.811.514	1,1%	20,3%	3,1%
14	Embu das Artes	9.428.834	12.844.574	14.314.754	1,0%	11,4%	1,8%
15	Itapevi	10.934.781	14.896.074	12.854.995	0,9%	-13,7%	-2,4%
16	Santana de Parnaíba	8.021.234	10.927.050	11.544.903	0,8%	5,7%	0,9%
17	Taboão da Serra	7.897.042	10.757.867	10.291.072	0,7%	-4,3%	-0,7%
18	Itaquaquecetuba	6.409.765	8.731.801	9.519.618	0,7%	9,0%	1,5%
19	Arujá	4.808.031	6.549.814	8.293.370	0,6%	26,6%	4,0%
20	Carapicuíba	5.067.266	6.902.962	6.854.706	0,5%	-0,7%	-0,1%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

Rubrica do responsável pelo estudo

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| INDICADORES SOCIOECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

Item	Cidade	PIB (2015)	PIB (2015) Valor Presente	PIB (2021)	Participação %	Crescimento entre 2015 e 2021 (%)	Crescimento Médio ao Ano
21	Itapecerica da Serra	3.805.032	5.183.464	4.909.299	0,4%	-5,3%	-0,9%
22	Jandira	3.131.193	4.265.516	4.908.360	0,4%	15,1%	2,4%
23	Caieiras	2.745.118	3.739.579	4.858.858	0,3%	29,9%	4,5%
24	Ferraz de Vasconcelos	2.782.830	3.790.953	4.740.673	0,3%	25,1%	3,8%
25	Franco da Rocha	2.462.290	3.354.293	4.297.871	0,3%	28,1%	4,2%
26	Ribeirão Pires	2.868.177	3.907.219	3.891.003	0,3%	-0,4%	-0,1%
27	Poá	4.320.707	5.885.950	3.769.347	0,3%	-36,0%	-7,2%
28	Vargem Grande Paulista	1.907.523	2.598.552	2.898.203	0,2%	11,5%	1,8%
29	Mairiporã	1.549.305	2.110.564	2.288.092	0,2%	8,4%	1,4%
30	Francisco Morato	1.339.560	1.824.836	1.872.467	0,1%	2,6%	0,4%
31	Santa Isabel	1.465.098	1.995.852	1.658.733	0,1%	-16,9%	-3,0%
32	Guararema	1.361.613	1.854.879	1.546.741	0,1%	-16,6%	-3,0%
33	Embu-Guaçu	1.024.926	1.396.221	1.456.125	0,1%	4,3%	0,7%
34	Biritiba Mirim	721.333	982.647	971.016	0,1%	-1,2%	-0,2%
35	Rio Grande da Serra	535.172	729.047	960.727	0,1%	31,8%	4,7%
36	Pirapora do Bom Jesus	294.755	401.535	826.672	0,1%	105,9%	12,8%
37	Juquitiba	441.996	602.116	573.997	0,0%	-4,7%	-0,8%
38	São Lourenço da Serra	203.530	277.262	285.412	0,0%	2,9%	0,5%
39	Salesópolis	192.109	261.704	251.752	0,0%	-3,8%	-0,6%
		1.057.903.245	1.441.144.961	1.390.102.769	100%	-3,5%	-0,6%

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO| DEFICIT HABITACIONAL (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

- O não atendimento da demanda das famílias formadas em condições adequadas determina as carências habitacionais de um país. Tais carências representam, portanto, um passivo social que reflete as dificuldades socioeconômicas das famílias e a incapacidade do Estado de prover habitações dignas a todos.

- De acordo com análise realizada pela Fundação João Pinheiro a partir dos dados coletados no último Censo, em 2022 o déficit habitacional alcançou 6,2 milhões de domicílios no Brasil. O principal componente do déficit (52%) é o de famílias com ônus excessivo de aluguel, carência, por definição, relacionada ao elevado valor da moradia nas grandes cidades do país. As famílias em habitações precárias representam o segundo principal componente (27%).

- A falta de moradias está concentrada nos centros urbanos e nas grandes metrópoles brasileiras: 87% dos domicílios identificados no déficit se localizavam na zona urbana.

- **A Região Metropolitana (RM) de São Paulo foi responsável por 12% do déficit de todo o país, e por 53% do déficit de todo o estado.**

Fonte: Fundação João Pinheiro e IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

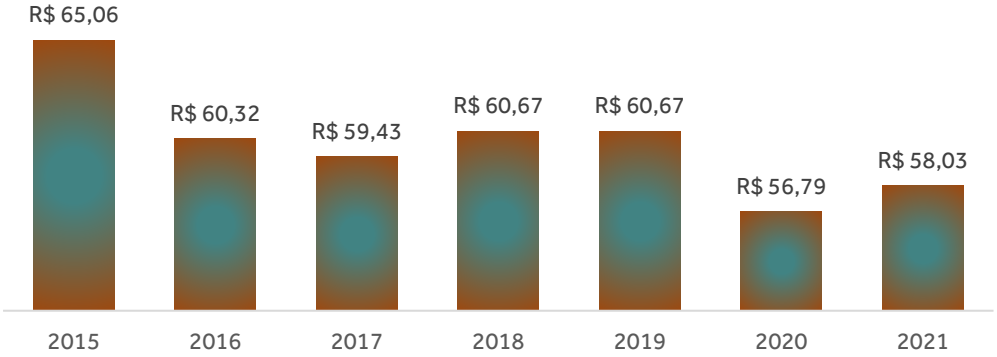
BARUERI | INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

EVOLUÇÃO DO PIB DE BARUERI (SP) | 2015 A 2021 VALOR PRESENTE (MILHÕES)

Taxa de Crescimento entre 2015 e 2021: **-10,8%**

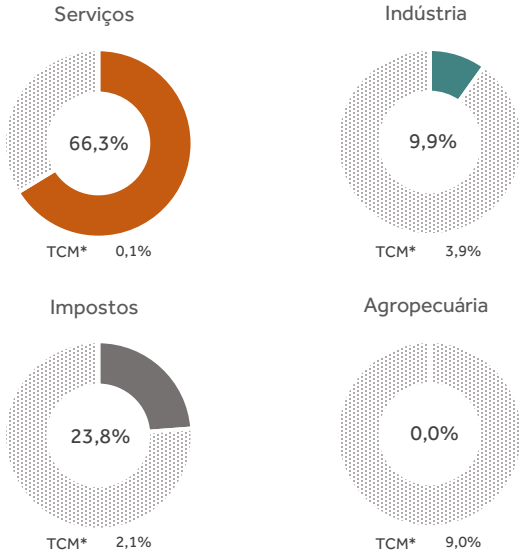
Taxa de Crescimento Médio ao ano entre 2015 e 2021: **-1,9%**

Taxa de Crescimento Médio ao ano entre 2015 e 2023*: **-1,4%**



*PIB da cidade complementado pela taxa de crescimento do PIB Brasil de 2022 e de 2023, segundo dados colhidos em www.ibge.gov.br.

PIB DE BARUERI (SP) POR SETOR | 2021



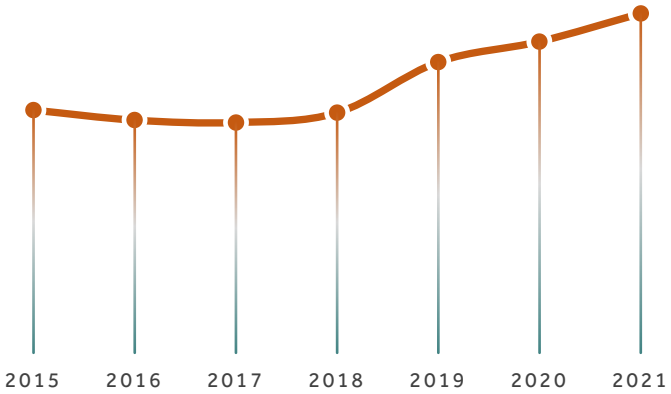
*Taxa de Crescimento entre 2015 e 2021

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

Rubrica do responsável pelo estudo

BARUERI | INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

EVOLUÇÃO DO Nº DE EMPRESAS EM BARUERI (SP) | 2015 A 2021



20.675
Empresas em 2021

9,05%
Taxa de Crescimento Médio em relação ao ano anterior

34.267
Empresas em 2022*

PESSOAL OCUPADO | 2021

337.990

9,06%
Taxa de Crescimento Médio em relação ao ano anterior

397.393
Pessoal Ocupado 2022*

R$ 4.924,35
4,1 salários mínimos em 2022

* As estatísticas do Cadastro Central de Empresas sofreram uma quebra da série história em 2022. Com isso, os dados referentes à 2022 não são comparáveis com a série 2015-2021.

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

Rubrica do responsável pelo estudo

BARUERI | INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

PERCENTUAL DE EMPRESAS DE MANAUS (AM) POR CLASSIFICAÇÃO CNAE | 2022

Ranking	Percentual do Total	Classificação da Empresa (CNAE)	Ranking	Percentual do Total	Classificação da Empresa (CNAE)
1	20%	Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	12	4%	Transporte, armazenagem e correio
2	14%	Atividades profissionais, científicas e técnicas	13	3%	Educação
3	13%	Atividades administrativas e serviços complementares	14	1%	Artes, cultura, esporte e recreação
4	10%	Informação e comunicação	15	0%	Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação
5	7%	Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	16	0%	Indústrias extrativas
6	7%	Construção	17	0%	Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura
7	5%	Atividades imobiliárias	18	0%	Administração pública, defesa e seguridade social
8	4%	Saúde humana e serviços sociais	19	0%	Eletricidade e gás
9	4%	Alojamento e alimentação	20	0%	Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais
10	4%	Outras atividades de serviços	21	0%	Serviços domésticos
11	4%	Indústrias de transformação			

Fonte: IBGE (últimos dados oficiais disponíveis)

Rubrica do responsável pelo estudo

BARUERI | INDICADORES ECONÔMICOS

- Com 65,70 km² de extensão, Barueri está inserida na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), divisa do estado de São Paulo localizada na região sudeste do país.

- A cidade está entre as economias mais desenvolvidas da RMSP. Os dados mais recentes do IBGE apontam que o município somou PIB de R$ 58 bilhões e no estado está atrás somente da capital, de Osasco, Guarulhos, Campinas e de São Bernardo do Campo.

- A cidade se consolidou como um dos mais importantes polos industriais do país ao aliar diversos fatores que contribuem para o sucesso de empresas, como proximidade à capital paulista, redução de impostos, disponibilidade de mão de obra qualificada e infraestrutura urbana de qualidade.

- Devido a essa composição, a região abriga hoje empresas do segmento de serviços, indústrias de tecnologia e sedes administrativas de empresas nacionais e multinacionais, bem como um dos maiores centros de logística da área metropolitana de São Paulo.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

Rubrica do responsável pelo estudo

BARUERI | INDICADORES ECONÔMICOS

- A cidade de Barueri também se mantem em destaque no ranking de competitividade dos municípios brasileiros.
- Na edição de 2024, se posicionou como a 2ª cidade dentre as economias mais desenvolvidas do estado de São Paulo e 3ª principal cidade da região sudeste.
- A pesquisa realizada pelo CLP (Centro de Liderança Pública) em parceria com a startup Gove e com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), levou em consideração 404 cidades do país, pré selecionando as cidades com mais de 80 mil habitantes. São considerados 55 indicadores, como taxas de investimento, sustentabilidade fiscal, funcionamento da máquina pública, qualidade e acesso à saúde e educação, segurança, saneamento e meio ambiente e inserção econômica. Os itens foram organizados em três dimensões: Instituições, Sociedade e Economia, e também geraram ranking específicos.

RANKING DE COMPETITIVIDADE DOS MUNICÍPIOS

CIDADE	POSIÇÃO	DELTA	NOTA
1. SÃO PAULO	2º	–	64.48
2. BARUERI	5º	↓ 2	63.04
3. SÃO CAETANO DO SUL	6º	↓ 1	62.99
4. CAMPINAS	8º	↓ 1	62.23
5. SÃO SEBASTIÃO	10º	↑ 41	61.93
6. SANTOS	11º	↓ 1	61.18
7. JUNDIAÍ	15º	↑ 1	59.77
8. SANTANA DE PARNAÍBA	16º	↓ 7	59.7
9. VOTUPORANGA	17º	↑ 5	59.63
10. INDAIATUBA	19º	–	59.52

Fonte: Portal Ranking de Competitividade dos Municípios

BARUERI

- De acordo com o Plano Diretor da cidade, está dividida em 4 zonas de sendo Zonas Urbanas de Controle (ZUC), Zonas destinadas a Projetos Especiais de Integração (ZPEI), Zonas com Predominantes Características Ambientais (ZPA) e Zonas Urbanas a Qualificar (ZUQ).

- Os principais bairros de Barueri são Alphaville e Tamboré, cujo desenvolvimento foi estimulado por novas leis de zoneamento industrial na década de 1970. Esse crescimento acelerado acabou contribuindo para seu intenso desenvolvimento imobiliário, tanto residencial quanto comercial. Além de serem bairros residenciais de alto padrão, há importantes centros de negócios onde estão instaladas grandes empresas nacionais e multinacionais.

- O acesso é facilitado através do corredor Oeste: Interligação do Rodoanel Governador Mário Covas (que da acesso as rodovias Régis Bittencourt, Raposo Tavares, Anhanguera, Bandeirantes, entre outras) com a rodovia Castello Branco.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais
6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

MERCADO HOTELEIRO

- Para análise do mercado foi feito um levantamento de produtos hoteleiros e de residenciais com serviços inseridos na região de Alphaville, Barueri (SP).
- A pesquisa considerou:

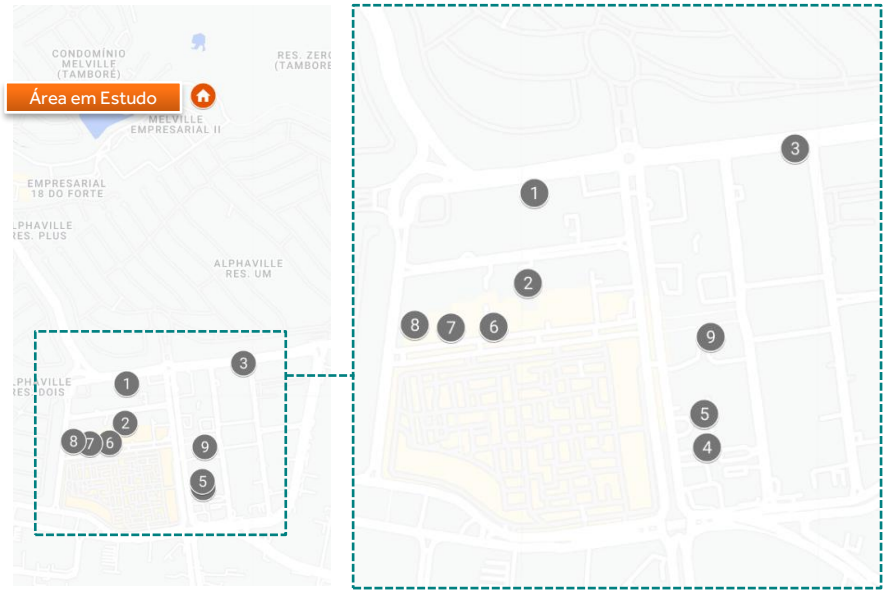
1. Apartamentos administrados sob bandeiras hoteleiras. Esse tipo de empreendimento pode ser encontrado em hotéis 100% gerenciados para long stay ou mistos, com parte direcionada para a hotelaria tradicional e outra para oferta de longa duração;
2. Apartamentos de Flats localizados em condomínios hoteleiros;
3. Eventuais apartamentos residenciais anunciados no Aibnb, no raio de pesquisa.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO

- A pesquisa identificou 9 empreendimentos que ofertam aproximadamente 1.847 apartamentos, seja via locação direta, seja via locação hoteleira.

Item	Inauguração	Hotel	UH Total	Categoria
1	2016	Alpha Stay Alphaville	273	Midscale
2	2005	Sol Alphaville Hotel & Residence	200	Midscale
3	2000	Quality Suites Alphaville	178	Midscale
4	2003	Comfort Suites Alphaville	178	Midscale Superior
5	2003	Radisson Alphaville	135	Midscale Superior
6	1998	HB Sequóia	153	Midscale
7	2015	Blue Tree Premium Alphaville	324	Midscale
8	1987	L'Etoile Residence Service	160	Midscale
9	1988	Le Bougainville	246	Midscale
		Total / Média	1.847	



Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

Rubrica do responsável pelo estudo

MERCADO HOTELEIRO

Item	Hotel	UH	Categoria	Metragem	Composição Uhs
1	**Alpha Stay Alphaville**	**273**	Midscale	28 m², 34 m², 42 m², 57 m²	Suite e mini cozinha
2	**Sol Alphaville Hotel & Residence**	**200**	Midscale	39 m²	Suite, mini cozinha e antessala
3	**Quality Suites Alphaville**	**178**	Midscale	39 m², 40 m² e 46 m²	Suite e antessala
4	**Comfort Suites Alphaville**	**178**	Midscale Superior	28 m²	Suite, mini cozinha e antessala
5	**Radisson Alphaville**	**135**	Midscale Superior	32 m² e 40 m²	Suite
6	**HB Sequóia**	**153**	Midscale	57 m²	Suite, mini cozinha e antessala
7	**Blue Tree Premium Alphaville**	**324**	Midscale	26 m² e 52 m²	Suite, mini cozinha e antessala
8	L'Etoile Residence Service	160	Midscale	54 m² e 62 m²	Suite, mini cozinha e antessala
9	Le Bougainville	246	Midscale	55 m²	Suite, mini cozinha e antessala
	Total / Média	1.847			

Em destaque a oferta administrada por rede hoteleira, são 7 empreendimentos que somam 1.441.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO

- A hotelaria está concentrada no entorno do Centro Comercial Alphaville, complexo que ocupa 112 mil m² de área que se destaca pela maior concentração comercial e de serviços a região. Essa condição é tida como vantajosa ao hóspede que busca fácil deslocamento aos pontos de interesse e infraestrutura de apoio qualificada.

- É nessa região onde está a oferta hoteleira mais qualificada de Barueri, com produtos de categoria intermediária e superior. Produtos de categoria econômica estão mais próximos da Rodovia Castelo Branco, amostra desconsiderada haja vista o posicionamento previsto para o produto em estudo.

- A oferta está voltada essencialmente para atender o segmento corporativo, principal mercado da região, e preparada para atender tanto o mercado de curta quanto de longa estada. Além dos produtos hoteleiros, há empreendimentos residenciais com serviços no perímetro que atuam nesse modelo de locação.

- Boa parte da oferta disponibiliza em parte ou na totalidade de seu inventário, suítes acima de 30 m² equipadas com antessala e minicozinha.

- Na oferta referencial, duas redes hoteleiras se destacam administrando 45% do volume de uhs total, a Atlantica e a Blue Tree Hotels, com 4 hotéis. Além desses, mais 2 hotéis eram administrados por redes no início da operação, no entanto, atualmente seguem com atuação de forma independente.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO

- A maioria da oferta foi inaugurada próxima dos anos 2000, o equivalente a 70% das unidades habitacionais. As inaugurações mais recentes foram entre 2015 e 2016, período em que haviam mais 2 produtos hoteleiros em construção / lançamento, a serem implantados na Avenida Andrômeda.

- O prédio do Grand Bourbon Alphaville, localizado na altura do nº 655, chegou a ser construído, mas a inauguração das 461 uhs prevista para 2016 foi suspensa, e desde então segue sem nova previsão.

- O Duetto Absoluto que originalmente seria administrado pela Best Western, teve seu lançamento em 2014 na altura no nº 615, em terreno próximo ao Grand Bourbon. A inauguração estava prevista para 2017, no entanto apenas a fundação foi iniciada. O projeto hoteleiro não teve continuidade.

- Desde então, não houve anúncio de novas ofertas.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | OFERTA

- Alpha Stay Alphaville – O empreendimento foi inaugurado 2016 ostentando a bandeira Adagio, marca da Accor destinada a produtos de long stay. Após 5 anos de operação o empreendimento deixou de ser administrado pela rede e atualmente tem parte do inventário administrado pela Charlie. O restante do inventário tem a locação administrada pelos proprietários que inserem os apartamentos em portais como Booking.com e Airbnb. O empreendimento ainda dispõe de 1 unidade com venda direta a partir da incorporadora Helbor. A unidade de 57 m² mobiliada está disponível para venda no valor de R$ 650.000, o equivalente a R$ 11.404 o m².

- Sol Alphaville Hotel e Residência – O empreendimento foi inaugurado em 2005 como Bourbon Alphaville e desde 2021 passou a ter administração condominial da empresa Onix. A conversão teve o objetivo de permitir que os proprietários retirassem os apartamentos do pool gradualmente. Atualmente, das 200 uhs totais, 85 permanecem no pool.

- Quality Suites – É o hotel mais tradicional da cidade por ter sido o primeiro hotel de bandeira do mercado, inaugurado nos anos 2000. Das 178 uhs, atualmente 102 uhs são administrados pela Atlantica. Há boa procura por locações dos apartamentos fora do pool devido ao tamanho das unidades, mínima de 39 m², e boa estrutura de lazer.

- Comfort Suites/Radisson – Complexo inaugurado em 2003 que contempla 2 marcas hoteleiras administradas pela Atlantica, sendo o Comfort com apelo de longas estadias (apartamentos com cozinha americana e quartos espaçosos) e o Radisson com posicionamento de hotel superior.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | OFERTA

- HB Sequoia – Empreendimento inaugurado em 1998 e desenvolvido como flat, oferta apartamentos amplos de 57m². Possui 153 apartamentos dos quais atualmente 69 estão inseridos no pool hoteleiro.

- Blue Tree Premium Alphaville – Inaugurado em 2015 com foco na demanda corporativa por sua estrutura ampla de salas de eventos. De forma modular, a maior sala do hotel tem capacidade para acomodar 900 pessoas em formato auditório. O hotel faz parte de um complexo de escritórios e pequeno mall. Possui 100% dos apartamentos no pool hoteleiro, e para a locação mensal, oferece o Blue Home, pacotes de locação para período mínimo de 1 mês com tarifas diferenciadas e pacote de serviços customizável.

- L'Etoile Residence Service – Residencial com serviços com 170 apartamentos. Já operou como hotel no passado e, desde 2007, não existe mais pool hoteleiro, apenas locações residenciais.

- Le Bougainville – Disponibiliza apenas locações residenciais.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | DEMANDA

- O mercado hoteleiro de Alphaville obteve demanda crescente até meados de 2015, no entanto, a entrada de dois grandes empreendimentos no mercado (Blue Tree Premium Alphaville e Adagio, atual Alpha Stay Alphaville) somada ao momento de resseção econômica contribuiu para a retração dos índices de desempenho dos hotéis da cidade.

- A nova oferta foi absorvida e o mercado que possui média de ocupação entre 45% e 50% teve um salto, onde a taxa de ocupação passou para aproximadamente 60% no consolidado de 2024.

- Trata-se de um mercado sazonal onde a ocupação reflete a demanda corporativa. A maior movimentação ocorre entre segunda e sexta-feira, com maior vacância aos finais de semana.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | TARIFAS PRATICADAS

			Pacote 7 diárias							
Item	Hotel	UH Total	Site	Booking	Site (sem pensão)	Booking (sem pensão)	Charlie	Airbnb	Média Pacote (sem pensão)	Média Diária (sem pensão)
1	Alpha Stay Alphaville (atual Charlie, antigo Adagio)	273	R$ 0	R$ 1.813	R$ 0	R$ 1.813	R$ 1.677	R$ 1.571	R$ 1.687	R$ 241
2	Sol Alphaville Hotel e Residência	200	R$ 2.892	R$ 2.956	R$ 2.682	R$ 2.746	R$ 0	R$ 1.828	R$ 2.419	R$ 346
3	Quality Suites Alphaville	178	R$ 2.950	R$ 3.100	R$ 2.740	R$ 2.890	R$ 0	R$ 2.122	R$ 2.584	R$ 369
4	Comfort Suites Alphaville	178	R$ 3.896	R$ 3.399	R$ 3.630	R$ 3.133	R$ 0	R$ 2.019	R$ 2.927	R$ 418
5	Radisson Alphaville	135	R$ 4.273	R$ 3.100	R$ 4.007	R$ 2.834	R$ 0	R$ 3.096	R$ 3.312	R$ 473
6	HB Sequóia	153	R$ 3.319	R$ 2.522	R$ 3.109	R$ 2.312	R$ 0	R$ 2.403	R$ 2.608	R$ 373
7	Blue Tree Premium Alphaville	324	R$ 3.685	R$ 3.471	R$ 3.475	R$ 3.261	R$ 0	R$ 0	R$ 3.368	R$ 481
8	L'Etoile Residence Service	160	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 1.815	R$ 1.815	R$ 259
9	Le Bougainville	246	R$ 0	R$ 2.660	R$ 0	R$ 2.660	R$ 0	R$ 2.572	R$ 2.616	R$ 374
	Total / Média	1.847	R$ 3.503	R$ 2.878	R$ 3.274	R$ 2.706	R$ 1.677	R$ 2.178	R$ 2.593	R$ 370

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | TARIFAS PRATICADAS

			Pacote 15 diárias							
Item	Hotel	UH Total	Site	Booking	Site (sem pensão)	Booking (sem pensão)	Charlie	Airbnb	Média Pacote (sem pensão)	Média Diária (sem pensão)
1	Alpha Stay Alphaville (atual Charlie, antigo Adagio)	273	R$ 0	R$ 4.080	R$ 0	R$ 4.080	R$ 4.047	R$ 3.407	R$ 3.845	R$ 256
2	Sol Alphaville Hotel e Residência	200	R$ 6.197	R$ 6.219	R$ 5.747	R$ 5.769	R$ 0	R$ 3.787	R$ 5.101	R$ 340
3	Quality Suites Alphaville	178	R$ 7.121	R$ 7.829	R$ 6.671	R$ 7.379	R$ 0	R$ 4.343	R$ 6.131	R$ 409
4	Comfort Suites Alphaville	178	R$ 8.354	R$ 8.573	R$ 7.784	R$ 8.003	R$ 0	R$ 4.040	R$ 6.609	R$ 441
5	Radisson Alphaville	135	R$ 9.226	R$ 7.829	R$ 8.656	R$ 7.259	R$ 0	R$ 6.461	R$ 7.459	R$ 497
6	HB Sequóia	153	R$ 6.011	R$ 5.657	R$ 5.561	R$ 5.207	R$ 0	R$ 5.382	R$ 5.383	R$ 359
7	Blue Tree Premium Alphaville	324	R$ 8.557	R$ 8.059	R$ 8.107	R$ 7.609	R$ 0	R$ 0	R$ 7.858	R$ 524
8	L'Etoile Residence Service	160	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 3.786	R$ 3.786	R$ 252
9	Le Bougainville	246	R$ 0	R$ 5.819	R$ 0	R$ 5.819	R$ 0	R$ 5.757	R$ 5.788	R$ 386
	Total / Média	1.847	R$ 7.577	R$ 6.758	R$ 7.087	R$ 6.391	R$ 4.047	R$ 4.620	R$ 5.773	R$ 385

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO HOTELEIRO | TARIFAS PRATICADAS

			Pacote 30 diárias							
Item	Hotel	UH Total	Site	Booking	Site (sem pensão)	Booking (sem pensão)	Charlie	Airbnb	Média Pacote (sem pensão)	Média Diária (sem pensão)
1	Alpha Stay Alphaville (atual Charlie, antigo Adagio)	273	R$ 0	R$ 6.865	R$ 0	R$ 6.865	R$ 6.770	R$ 6.341	R$ 6.659	R$ 222
2	Sol Alphaville Hotel e Residência	200	R$ 4.182	R$ 11.522	R$ 4.182	R$ 11.522	R$ 0	R$ 5.741	R$ 7.148	R$ 238
3	Quality Suites Alphaville	178	R$ 14.960	R$ 16.728	R$ 14.060	R$ 15.828	R$ 0	R$ 7.657	R$ 12.515	R$ 417
4	Comfort Suites Alphaville	178	R$ 16.735	R$ 17.182	R$ 15.595	R$ 16.042	R$ 0	R$ 7.283	R$ 12.973	R$ 432
5	Radisson Alphaville	135	R$ 18.516	R$ 16.728	R$ 17.376	R$ 15.588	R$ 0	R$ 11.070	R$ 14.678	R$ 489
6	HB Sequóia	153	R$ 12.243	R$ 5.657	R$ 11.343	R$ 4.757	R$ 0	R$ 9.856	R$ 8.652	R$ 288
7	Blue Tree Premium Alphaville	324	R$ 17.822	R$ 16.785	R$ 16.922	R$ 15.885	R$ 0	R$ 0	R$ 16.403	R$ 547
8	L'Etoile Residence Service	160	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 0	R$ 6.529	R$ 6.529	R$ 218
9	Le Bougainville	246	R$ 0	R$ 12.134	R$ 0	R$ 12.134	R$ 0	R$ 10.304	R$ 11.219	R$ 374
	Total / Média	1.847	R$ 14.076	R$ 12.950	R$ 13.246	R$ 12.328	R$ 6.770	R$ 8.098	R$ 10.753	R$ 358

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA

- Com exceção do Blue Tree Premium Alphaville que tem 100% das unidades no pool, todos os hotéis possuem parte ou a totalidade do inventário trabalhado em locação direta pelos investidores. Dos hotéis administrados por redes, esse inventário corresponde a um volume entre 40% e 60% do total.
- De acordo com o Airdna, em Barueri há cerca de 490 imóveis inseridos em portais de locação por temporada, dos quais 83% estão inseridos no Airbnb.
- O Airbnb é uma plataforma online internacional em que anfitriões (locadores) disponibilizam quartos ou apartamentos inteiros para locação de diárias. No portal, o valor final da reserva é calculada com base no valor da locação pré-estabelecido pelo anfitrião acrescidas as taxas de serviço de limpeza.

    - Taxa de limpeza: Taxa cobrada uma única vez pelo anfitrião para cobrir os custos de limpeza do seu espaço.
    - Taxa de serviço: Taxa do AIRBNB cobrada para manter a plataforma de locação e o serviço de atendimento digital.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA

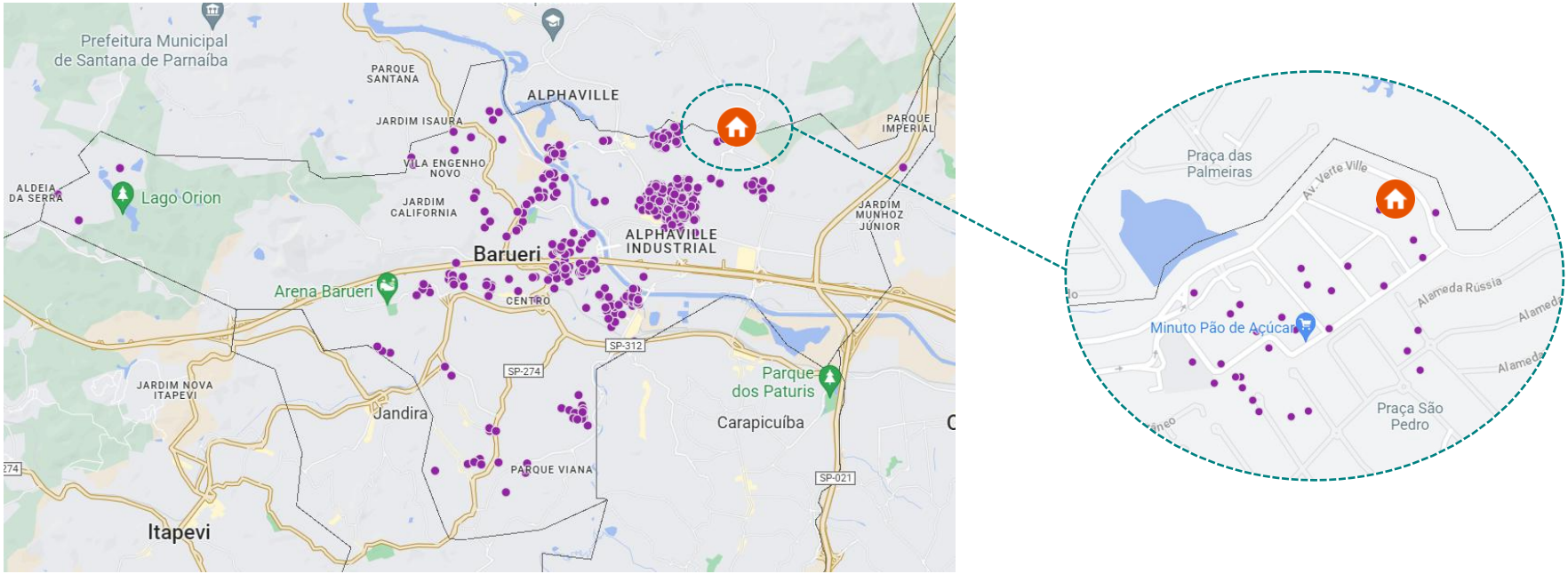
- Um movimento de profissionalismo desse mercado tem surgido com opção a gestão de locação por temporada. Hoje, 7% dos anúncios de Barueri são geridos por empresas especializadas nesse segmento, oferta administrada pelas empresas Anora e Charlie.

- A prática dessas empresas é a inserção das unidades em portais de locação a partir da concepção dos anúncios, precificação, serviço de limpeza e manutenção, além de oferecerem canais de reserva próprios. Além do serviços disponíveis para as unidades já em operação, as empresas costumam oferecer pacotes aos investidores, o que inclui reforma, redecoração e troca de mobília e enxoval das unidades.

Maiores Gestores das Propriedades				
Empresa	N° de Propriedades	Participação no Grupo (%)	Participação no Total de Anúncios do Airbnb (%)	Inauguração
Anora Spaces	132	96%	27%	2019
Charlie	5	4%	1%	2020
Total	137	100%	7%	

Fonte: Portal Airdna

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA



Fonte: Portal Airdna

Rubrica do responsável pelo estudo

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA

Oferta			
Oferta Total de Imóveis Anunciados	490	Airbnb.com	53%
		Vrbo.com	16%
		Ambos os sites	30%

Taxa de Ocupação	50%

Tipologia dos Imóveis		
Item	N° de Propriedades	Participação (%)
1 dormitório	69	14%
2 dormitórios	113	23%
3 dormitórios	176	36%
4 dormitórios ou +	132	27%
	490	100%

Demanda Short Term Rental (STR)			N° de Propriedades	%
Oferta	Total		490	100%
	Por período disponível no ano	1 a 90 dias	162	33%
		91 a 180 dias	*147*	*30%*
		181 a 270 dias	*83*	*17%*
		271 a 365 dias	*93*	*19%*
	Oferta de Uso Intensivo de Renda*		323	66%

*Percentual como uso intensivo de renda, com disponibilidade de locação superiores a 90 dias.

Período Disponível por Ano		
Item	N° de Propriedades	Participação (%)
1 noite	277	57%
2 noites	109	22%
3 noites	44	9%
4 a 6 noites	28	6%
7 a 29 noites	17	4%
30 noites ou mais	16	3%
	490	100%

Fonte: Portal Airdna

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA

- As plataformas de moradia por assinatura possuem um baixo custo operacional, devido à baixa necessidade de colaboradores no empreendimento e a quantidade de serviços inclusos muito menor. Entretanto, os investimentos em tecnologia são essenciais para oferecer agilidade e segurança tanto em relação a locação, contratos, pagamentos, quanto a contratação de serviços pay per use, pois tudo é feito de forma online.

- A demanda desses produtos buscam empreendimentos que oferecem uma maior independência através de cozinha equipada com eletrodomésticos e utensílios e plataforma para contratação rápida e fácil de serviços pay per use como lavanderia, limpeza e arrumação, manutenção, estacionamento, entre outros.

- A pesquisa para esse mercado indica uma diária média de R$ 278,00 para a região de Alphaville, Barueri (SP).

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MERCADO DE LOCAÇÃO POR TEMPORADA | TARIFAS PRATICADAS

Item	Tipo	Capacidade (nº máximo de hóspedes)	Nº de Quartos	Nº de Banheiros	Acomodação	Taxa de Limpeza	Taxa de Serviço	Valor Total (sem imposto)	Média Diária
1	Apartamento	3	1	1	R$ 5.589	R$ 120	R$ 624	R$ 6.333	R$ 211
2	Apartamento	2	1	1	R$ 7.200	R$ 0	R$ 787	R$ 7.987	R$ 266
3	Apartamento	2	1	1	R$ 7.896	R$ 150	R$ 880	R$ 8.926	R$ 298
4	Apartamento	2	1	1	R$ 10.334	R$ 145	R$ 1.091	R$ 11.570	R$ 386
5	Apartamento	2	1	1	R$ 6.300	R$ 99	R$ 700	R$ 7.099	R$ 237
6	Apartamento	3	1	1	R$ 5.448	R$ 180	R$ 615	R$ 6.243	R$ 208
7	Apartamento	4	1	1	R$ 8.871	R$ 300	R$ 1.003	R$ 10.174	R$ 339
8	Apartamento	2	1	1	R$ 6.030	R$ 30	R$ 663	R$ 6.723	R$ 224
9	Apartamento	2	1	1	R$ 6.350	R$ 220	R$ 718	R$ 7.288	R$ 243
10	Apartamento	2	1	1	R$ 8.630	R$ 230	R$ 0	R$ 8.860	R$ 295
11	Apartamento	2	1	1	R$ 10.891	R$ 150	R$ 0	R$ 11.041	R$ 368
12	Apartamento	2	1	1	R$ 8.241	R$ 170	R$ 0	R$ 8.411	R$ 280
13	Apartamento	2	1	1	R$ 7.650	R$ 150	R$ 853	R$ 8.653	R$ 288
14	Apartamento	2	1	1	R$ 9.120	R$ 150	R$ 1.014	R$ 10.284	R$ 343
15	Apartamento	2	1	1	R$ 5.448	R$ 150	R$ 612	R$ 6.210	R$ 207
16	Apartamento	4	1	1	R$ 6.787	R$ 190	R$ 763	R$ 7.740	R$ 258
17	Apartamento	2	1	1	R$ 7.998	R$ 170	R$ 0	R$ 8.168	R$ 272
	Média	2	1	1	R$ 7.575	R$ 163	R$ 794	R$ 8.336	R$ 278

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. ~~Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~
3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais
6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

O PROJETO

- O Sky Design é um projeto que trabalha com conceito em hospedagem voltado para estadias curtas e prolongadas, com design moderno, apartamentos amplos e equipados.
- O empreendimento oferece espaços compartilhados e serviços via pay per use.
- São 132 apartamentos que farão parte do pool hoteleiro, com metragens entre 25 m² e 60 m², e entre as áreas previstas estão: piscina, coworking, bar/ restaurante, café, lavanderia e salão de jogos.
- Além dessas unidades, o empreendimento contará com mais 105 apartamentos residenciais com serviços.
- Está em construção na Av. Verte Ville 636, no Melville Empresarial II.

Fonte: Companhia de Desenvolvimento da Paraíba (CINEP) e Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MACROLOCALIZAÇÃO

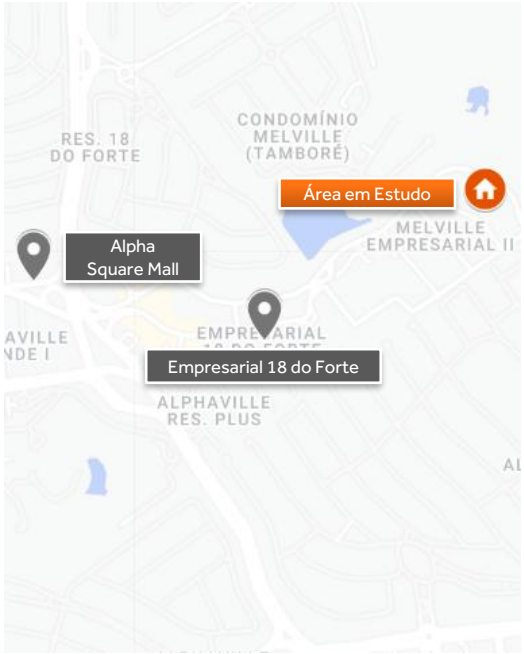
- A área em estudo está localizada entre as regiões do Centro Empresarial Tamboré, Alphaville Empresarial e Empresarial 18 do Forte, vias que concentram empresas de diversos portes.
- A área está a 10 minutos dos principais eixos comerciais de Alphaville. A região é conhecida por possuir uma ótima estrutura de apoio ao morador com boa oferta de comércios, serviços e opções de lazer, além de ser um bairro de alto padrão.
- O acesso pode ser feito pela Av. Alphaville e Av. Paiol do Velho, vias que partem dos principais eixos de circulação de Alphaville, nos sentidos área residencial de Alphaville e Santana de Parnaíba.
- A área tem fácil acesso à cidade de São Paulo e ao interior do estado a partir da Rodovia Castelo Branco e ao Rodoanel.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

Rubrica do responsável pelo estudo

MICROLOCALIZAÇÃO

- O Mellville Empresarial II é a extensão do Menville Empresarial I, ambos loteamentos desenvolvidos pela Independência Empreendimentos e Participações.
- O primeiro loteamento foi lançado em 1998 e o que abriga a área em estudo, em 2003. Ambos são compostos por lotes destinados ao uso do setor de serviços e de habitação vertical de alto padrão.
- Os dois loteamentos ainda possuem potencial de desenvolvimento, haja vista que há lotes disponíveis para adensamento. Ainda que possua vocação mista, atualmente a maioria dos loteamentos abrigam edifícios residenciais. No entanto, no entorno próximo é possível encontrar diversas opções de restaurantes e outros pontos comerciais e de serviços, incluindo o Alpha Square Mall, complexo multiuso com mais de 600 salas comerciais e 72 lojas de alto padrão.
- O Mellville Empresarial também está próximo da região Empresarial do 18 do Forte, eixo com maior adensamento, de perfil misto entre residencial, corporativo e pontos de comércio e serviços. Há restaurantes, bares, academias, laboratório e escolas, por exemplo. Além da infraestrutura citada, conta com uma pista de cooper que ocupa uma área arborizada de 22 mil m².



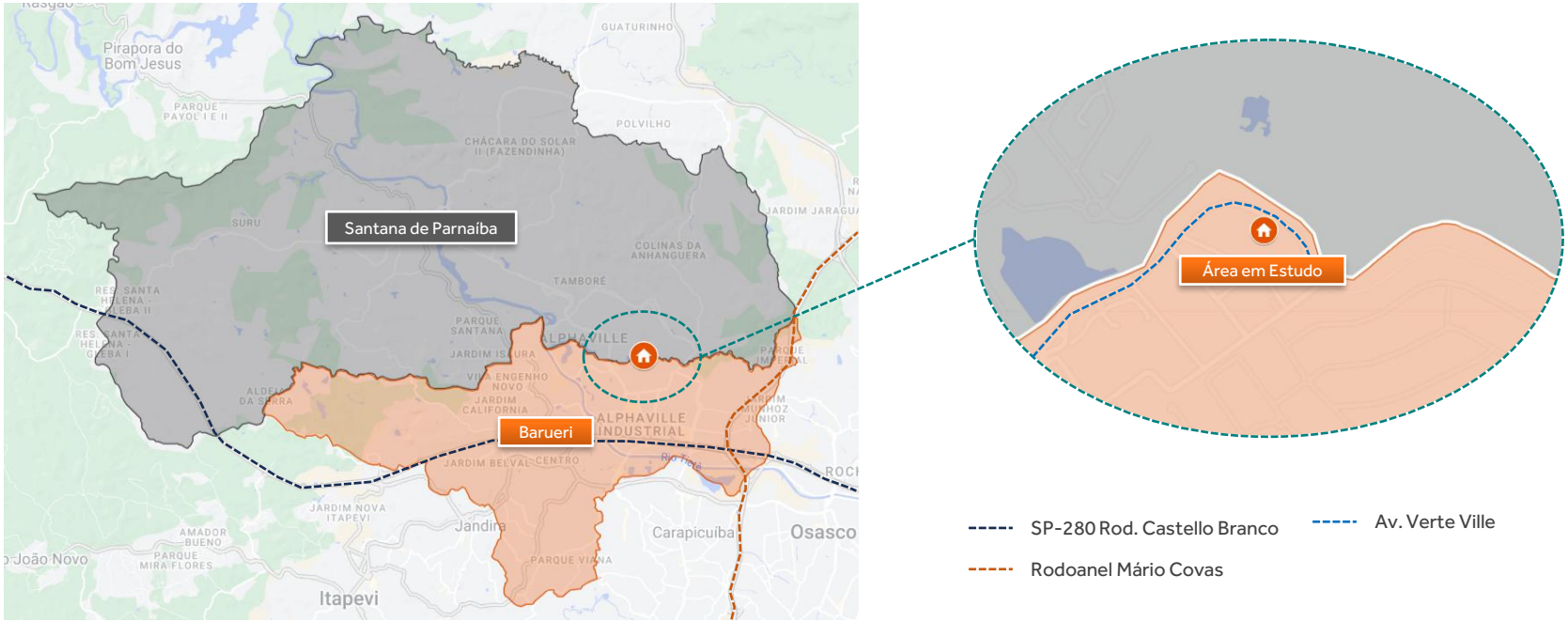
Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

MICROLOCALIZAÇÃO

- De acordo com o zoneamento da cidade, a Av. Verte Ville está inserida na Zona Destinada a Projetos Especiais de Integração 1 (ZPEI-1), que prevê uso predominantemente residencial. A via possui bom asfaltamento e segue em sentido duplo. Durante o dia o fluxo de carros é baixa, porém no final do dia a via passa a ter mais movimentação por ser uma das alternativas sentido a cidade Santana de Parnaíba (SP).
- A Av. Verte Ville está no limite entre os municípios de Barueri e Santana de Parnaíba. A área defronte ao empreendimento pertence ao município vizinho, integrando, de acordo com o zoneamento da cidade, uma zona residencial de baixa densidade. É uma área ainda preservada, sem arruamento, mas que atendendo as diretrizes da cidade, quando ocupada terá um perfil residencial de unidades horizontais, limitadas a no máximo 2 pavimentos.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

LOCALIZAÇÃO



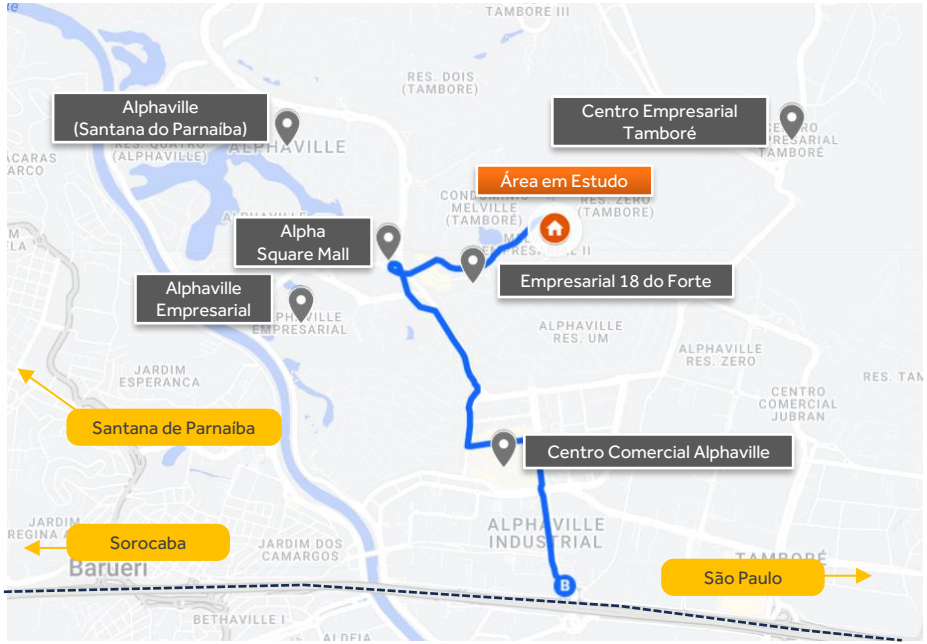
Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

Rubrica do responsável pelo estudo

LOCALIZAÇÃO

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

PONTOS DE INTERESSE



Item	Pontos de Interesse	Distância	Tempo
1	Centro Empresarial Tamboré	7 km	13 min
2	Alphaville (Santana do Parnaíba)	4 km	11 min
3	Empresarial 18 do Forte	1 km	2 min
4	Alphaville Empresarial	3 km	6min
5	Centro Comercial Alphaville	3 km	8 min
6	Alpha Square Mall	3 km	4 min
7	Rodovia Castello Branco	4km	9 min

- O quadro ao lado ilustra os principais pontos de interesse e as distâncias a partir da área em estudo.
- Obs.: Trajetos estimados de automóvel via Google Maps. Consulta às 11h00 do dia 14/02/2025.

Fonte: Pesquisa Caio Calfat Real Estate Consulting

Rubrica do responsável pelo estudo

CONSIDERAÇÕES

- A área em estudo qualifica-se para o produto em questão devido a facilidade de acessos, estrutura de apoio e serviços. Outro ponto é a proximidade com as áreas comerciais da cidade e do centro comercial de Alphaville.
- Sua visibilidade é boa porém precisa ser trabalhada através de sinalização devido a baixa movimentação de carros, principalmente durante o período diurno.
- É essencial que e o projeto ofereça soluções para os clientes que não queiram se deslocar para consumo de refeições, principalmente considerando as características de locação da concorrência.
- **Tendo em vista os atributos descritos nos slides anteriores, considera-se a área adequada para a inserção de um produto hoteleiro.**

ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. ~~Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~
3. ~~Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais
6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

O PRODUTO

Tipo	Nº de Uhs Total	Área Total (m²)
Tipo 1	24	25,85
Tipo 2	26	25,87
Tipo 3	8	26,62
Tipo 4	8	26,88
Tipo 5	17	27,92
Tipo 6	1	28,14
Tipo 7	20	31,40
Tipo 8	10	33,02
Tipo 9	10	45,52
Tipo 10	8	60,80
	132	

- Posicionamento: Hospedagem com bom conforto e serviços.
- O público alvo deve seguir as premissas identificadas na pesquisa de mercado, ou seja voltado para casais sem filhos, adultos que vivem sozinhas ou dividem o apartamento.
- O segmento empresarial também deve ser alvo, principalmente para os períodos mensais e semanais.

O PRODUTO

- A inserção do empreendimento em estudo no mercado foi realizada considerando o recorte dos empreendimentos definidos para análise que somam a oferta de 1.441 unidades.
- Alguns pontos a serem considerados:
- Baixa vacância: a vacância verificada é baixa, pode haver demanda não atendida nesse segmento.
- Barreiras: não há barreiras de entrada para empreendimentos desse tipo no mercado. O estudo deve prever entradas de segurança para não supervalorizar o resultado do empreendimento.
- Recorte de Mercado: o recorte de mercado selecionou 7 dos 9 empreendimentos, destacando os empreendimentos com administração hoteleira. É de se esperar que o mercado referencial ao crescer em oferta cresça em demanda ao captar contratos de outros recortes de mercado.
- Dinâmica da Oferta: o modelo atual de oferta e sua dinâmica deve ser alterado conforme a entrada de novos empreendimentos similares ao em estudo. Significa dizer que a participação da oferta definida no recorte pode diminuir, pois são empreendimentos antigos e com características desalinhadas com as novas tendências de mercado.

O PRODUTO

Grupo	Área (m²)	UH	Área Privativa Total	Preço de Venda			Mix de Vendas			Vacância			
				Mensal	Semana	Diária	Mensal	Semana	Diária	Mensal	Quinzenal	Semana	Diária
Tipo 1	25,85	24	620	4.800	1.891	380	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 2	25,87	26	673	4.800	1.891	380	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 3	26,62	8	213	4.800	1.891	380	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 4	26,88	8	215	4.800	1.891	380	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 5	27,92	17	475	4.900	1.930	400	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 6	28,14	1	28	4.900	1.930	400	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 7	31,40	20	628	5.100	2.009	430	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 8	33,02	10	330	5.300	2.088	430	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 9	45,52	10	455	6.000	2.363	500	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Tipo 10	60,80	8	486	8.000	3.151	650	43%	22%	35%	20%	20%	20%	30%
Total		132	4.124	Total									
Área Privativa (média)		31,24											

- A partir da análise da oferta e demanda e das características do empreendimento, realizou-se uma estimativa de vendas baseada no modelo de oferta diária, semanal e mensal. Os volume de vendas obtido foram de 36.858 diárias por ano, o equivalente a uma ocupação de 77%, alinhada com o mercado vigente.
- Observações: Mix de vendas = percentual de vendas conforme tipo de oferta; Vacância = média de oferta vaga no período ofertado;
- O pacote mensal inclui aluguel + condomínio e IPTU + pacote de serviços: contas da moradia (água luz, TV a cabo e internet e facilidades (utensílios de cozinha, cama, mesa e banho, mobília) – valor estimado R$ 48, 90 m² - valores pagos pelo locatário.
- Projeções referem-se ao terceiro ano de operação.

ÍNDICE

~~1. Tendências e perspectivas macroeconômicas~~

~~2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~

~~3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~

~~4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~

5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais

6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro

7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta

8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira

9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados

10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado

11. Anexos

ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE CONSTRUÇÃO, MONTAGEM, EQUIPAGEM, DECORAÇÃO, ENXOVAL, DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS E CAPITAL DE GIRO INICIAL

- Valores relacionados ao capital de giro, despesas pré-operacionais e taxa de adesão serão adiantados pelo desenvolvedores e administradora e pagos no primeiro ano de operação conforme contratos de mútuo pactuados com os adquirentes.

Quadro de Preços - Por Tipo de UH - Grupo								
Grupo	Área (m²)	Unidade	Decoração	Taxas Op.	Capital de Giro	Valor Total	Valor (m²)	Unidade (m²)
Tipo 1	25,9	386.458	51.700	1.293	7.424	439.450	17.000	14.950
Tipo 2	25,9	386.757	51.740	1.294	7.424	439.790	17.000	14.950
Tipo 3	26,6	397.969	53.240	1.331	7.424	452.540	17.000	14.950
Tipo 4	26,9	401.856	53.760	1.344	7.424	456.960	17.000	14.950
Tipo 5	27,9	417.404	55.840	1.396	7.424	474.640	17.000	14.950
Tipo 6	28,1	420.693	56.280	1.407	7.424	478.380	17.000	14.950
Tipo 7	31,4	469.430	62.800	1.570	7.424	533.800	17.000	14.950
Tipo 8	33,0	493.649	66.040	1.651	7.424	561.340	17.000	14.950
Tipo 9	45,5	680.524	91.040	2.276	7.424	773.840	17.000	14.950
Tipo 10	60,8	908.960	121.600	3.040	7.424	1.033.600	17.000	14.950
Total/Média	31,2	467.029	62.479	1.562	7.424	531.070	17.000	14.950

ÍNDICE

~~1. Tendências e perspectivas macroeconômicas~~

~~2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~

~~3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~

~~4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~

~~5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais~~

6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro

7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta

8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira

9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados

10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado

11. Anexos

TAXAS DA ADMINISTRADORA

- Taxa de operação do empreendimento: 4% do faturamento bruto (sem as taxas dos sites) e 10% do faturamento líquido.

ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. ~~Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~
3. ~~Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~
4. ~~Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~
5. ~~Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais~~
6. ~~Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro~~
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

PREMISSAS PARA O ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA – PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO

- A projeção de resultados foi baseada no desempenho estimado para o hotel nos primeiros cinco anos de operação, conforme os itens Análise do Posicionamento Competitivo e Penetração do Empreendimento no Mercado (taxa de ocupação e diária média prevista).
- O Fluxo de caixa para as análises financeiras foram estimados em 10 anos, sendo os cinco primeiros anos conforme as projeções de resultados, que serão apresentadas, a seguir e para os demais anos foi adotado um crescimento vegetativo de 0,5% a.a. Para o fluxo de caixa, tendo como base o resultado do quinto ano de operação.
- As receitas foram estimadas conforme valores médios de receita; esses valores foram pesquisados nos hotéis definidos na cesta competitiva.
- Os valores são correntes de maio de 2025, sem inflação, apresentados antes do Imposto de Renda.
- Os resultados operacionais estão apresentados no modelo do Uniform System of Accounting for the Lodging Industry, modelo mundial reconhecido pela indústria hoteleira e utilizado pelas principais redes hoteleiras do mundo. Separando os centros de receita (departamentos operacionais) dos centro de custo (gastos não distribuíveis).

PREMISSAS PARA O ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA – PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO

- **Demonstrativo de Resultados do Exercício - DRE:** O DRE foi montado a partir das expectativas de vendas coletadas e estimadas no estudo de mercado, a apresentação do resultado do hotel em estudo foi estruturado a partir dos centros de receitas, centro de custos e gastos de propriedade/capital. Receitas e Gastos foram balizados por pesquisas nos hotéis similares e dados médios de mercado.
- **Centro de Receitas:** Habitação, Alimentos e Bebidas e Departamentos Menores (Lavanderia, Aluguel de Espaços e Outras Receitas); foram consideradas receitas e custos e despesas ligadas a cada setor, tais como folha de pagamento, material de limpeza, suprimentos operacionais, lavanderia, entre outros.
- **Gastos de Propriedade/Capital:** Seguros, taxas, retenção para o fundo de reposição de FF&E, fundo de contenção judicial, que tenham como base o Lucro Operacional Bruto, e outros gastos e receitas não operacionais.
- **Centro de Custos:** Administração e Geral, Manutenção, Marketing e Vendas, Água e Energia e honorários da rede hoteleira e do hotel asset manager e/ou mandatário que tenham como base a receita bruta ou líquida do hotel. Os gastos destes departamentos mais relevantes são: (1) ADM & Geral – folha de pagamento, comissão de cartão de crédito, segurança, RH & Administrativo, TI, dados e telecomunicações; (2) Manutenção: gastos gerais com a manutenção e conservação do empreendimento e folha de pagamento; (3) Marketing e Vendas – gastos gerais com a divulgação do hotel, incluem aqui também honorários de Marketing corporativo da rede e uso da marca (conforme contrato); (4) Água e Energia; (5) impostos de , PIS, COFINS e ICMS.

PREMISSAS PARA O ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA – PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO

1. Oferta de Uhs: quantidade de unidades residenciais participantes da SCP
2. Locação Bruta de Aluguel das Unidades (antes do pagamento das comissões)
3. Receita de Locação: Valor a ser considerado no Demonstrativo de Resultados da Operação.
4. Margem receita de serviços via pay per use
5. Margem de outras receitas
6. Marketing: Gastos com promoção e vendas do empreendimento (Contratual).
7. Custos de Hospitalidade Geral: Lavanderia, amenities, material de limpeza e etc..
8. Manutenção e outros gastos: manutenção interna das unidades habitacionais e outros gastos ligados a hospedagem.
9. Gastos Variáveis Diárias e semanada: Gastos de água e luz desse tipo de aluguel..
10. Comissões (captação) : pagamento de comissões dos canais utilizados (eletrônicos, imobiliárias e etc.)
11. Gastos Diversos
12. Taxa de administração: remuneração da administradora – contratual.
13. Serviços prestados pelo escritório central
14. Acerto Condomínio: Condomínio por m² + Serviços por m² ponderando a vacância por UH
15. Gastos de Propriedade: gastos não operacionais.
16. IPTU: Valor do IPTU por m² ponderado a vacância
17. Taxa de Incentivo: prêmio em caso de superação do resultado estimado em orçamento - contratual
18. Fundo de Renovação de Ativos: fundo para manutenção das condições das unidades residenciais (reformas e reposição de itens).
19. Resultado antes dos impostos: Resultado antes do Pis, Cofins, ISS e IR

1	Oferta de UR
	Apuração da Receita de Locação
2	Receita de Locação (Bruta)
	Receitas
3	Receita de Locação
4	Pay Per Use (Margem)
5	Outras Receitas (Margem)
	Gastos
6	Marketing
7	Custos de Hospitalidade Geral
8	Manutenção e Outros Gastos
9	Gastos Variáveis Diária e Semanada
10	Comercialização - Comissões
11	Diversos
	Honorários e Gastos com a Operadora
12	Taxa de Administração
13	Escritório Central
14	**Acerto Condomínio + Serviços- Vacância**
15	**Gastos da Propriedade**
16	Acerto IPTU e Seguro - Vacância
17	Taxa de Incentivo
18	Fundo de Renovação Ativos
19	**Resultado antes dos Impostos**

ÍNDICE

~~1. Tendências e perspectivas macroeconômicas~~

~~2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~

~~3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~

~~4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~

~~5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais~~

~~6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro~~

~~7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta~~

8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira

9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados

10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado

11. Anexos

RECEITAS – PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO HOTELEIRA

	2026		2027		2028		2029		2030	
Oferta de Uh	132		132		132		132		132	
Receitas										
Receita de Locação	8.756.528	94,3%	9.217.398	94,3%	10.241.553	94,3%	10.548.800	94,3%	10.865.264	94,3%
Pay Per Use (Margem)	437.826	4,7%	460.870	4,7%	512.078	4,7%	527.440	4,7%	543.263	4,7%
Outras Receitas (Margem)	87.565	0,9%	92.174	0,9%	102.416	0,9%	105.488	0,9%	108.653	0,9%
Receita Total	9.281.920	100,0%	9.770.442	100,0%	10.856.047	100,0%	11.181.728	100,0%	11.517.180	100,0%
Imposto sobre Receita	524.428		552.030		613.367		631.768		650.721	
Receita Líquida	8.757.491		9.218.412		10.242.680		10.549.960		10.866.459	
Gastos	2026		2027		2028		2029		2030	
Marketing	131.348	1,4%	138.261	1,4%	153.623	1,4%	158.232	1,4%	162.979	1,4%
Custos de Hospitalidade Geral	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Manutenção e Outros Gastos	92.819	1,0%	93.747	1,0%	94.685	0,9%	95.632	0,9%	96.588	0,8%
Gastos Variáveis Diária e Semanada	175.131	1,9%	184.348	1,9%	204.831	1,9%	210.976	1,9%	217.305	1,9%
Comercialização - Comissões	1.050.783	11,3%	1.106.088	11,3%	1.228.986	11,3%	1.265.856	11,3%	1.303.832	11,3%
Diversos	69.614	0,8%	73.278	0,8%	81.420	0,8%	83.863	0,8%	86.379	0,8%
Total De Gastos	1.519.695	16,4%	1.595.722	16,3%	1.763.546	16,2%	1.814.559	16,2%	1.867.083	16,2%
Honorários e Gastos com a Operadora										
Taxa de Administração	371.277	4,0%	390.818	4,0%	434.242	4,0%	447.269	4,0%	460.687	4,0%
Escritório Central	10.000	0,1%	10.100	0,1%	10.201	0,1%	10.303	0,1%	10.406	0,1%
Total de Gastos	381.277	4,1%	400.918	4,1%	444.443	4,1%	457.572	4,1%	471.093	4,1%
Resultado Antes do Condomínio	6.856.519	73,9%	7.221.772	73,9%	8.034.691	74,0%	8.277.830	74,0%	8.528.283	74,0%

Valores em R$ - Maio de 2025
FC sem inflação
Gastos: dispêndios usuais de conservação e manutenção da área comum + serviços internos de limpeza e manutenção das unidades residenciais.

RECEITAS – PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO HOTELEIRA

Acerto Condomínio + Serviços- Vacância	1.628.158	17,5%	1.809.064	18,5%	2.128.311	19,6%	2.149.594	19,2%	2.171.090	18,9%
Resultado Após Condomínioo	5.228.361	56,3%	5.412.708	55,4%	5.906.380	54,4%	6.128.236	54,8%	6.357.193	55,2%
Gastos da Propriedade										
Acerto IPTU e Seguro - Vacância	77.936	0,8%	70.142	0,7%	61.050	0,6%	61.660	0,6%	62.277	0,5%
Fundo de Renovação Ativos	185.638	2,0%	439.670	4,5%	488.522	4,5%	503.178	4,5%	518.273	4,5%
Total de Gastos de Propriedade	263.574	2,8%	509.812	5,8%	549.572	5,8%	564.838	5,8%	580.550	5,7%
	2026		2027		2028		2029		2030	
Resultado antes taxa de Administração	4.964.787	53,5%	4.902.895	50,2%	5.356.808	49,3%	5.563.397	49,8%	5.776.643	50,2%
Taxda de adminsitração	496.479	5%	490.290	5%	535.681	5%	556.340	5%	577.664	5%
Resultado antes de impostos	4.468.308	48,1%	4.412.606	45,2%	4.821.127	44,4%	5.007.058	44,8%	5.198.979	45,1%
Resultado Médio Por UH	37.612		37.143		40.582		42.147		43.762	
Resultado Médio Por UH/ Mês	3.134		3.095		3.382		3.512		3.647	

Valores em R$ - Maio de 2025
FC sem inflação
Receitas para o condomínio: Valor cobrado diretamente dos inquilinos ponderada a vacância de ocupação valor estimado (R$ 48,90 m²)
IPTU : Valor cobrado diretamente dos inquilinos ponderado a vacância

ÍNDICE

~~1. Tendências e perspectivas macroeconômicas~~

~~2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~

~~3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~

~~4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~

~~5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais~~

~~6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro~~

~~7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta~~

~~8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira~~

9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados

10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado

11. Anexos

PREMISSA PARA O CÁLCULO DA TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Considerando os grupos de unidades habitacionais, o preço total de venda (unidade + FF&E) e o fluxo de caixa para o investidor (antes do IR mas retido Fundo de Reinvestimento). O valor da remuneração será distribuído conforme fração ideal da unidade.

Observações do Quadro Retorno ao Comprador da Unidade: 1) Fluxo de caixa do hotel antes do IR e sem inflação – preços correntes de Maio de 2025 2) – Rentab.: rentabilidade simples. 3) FC com aplicação de CapRate: CapRate Mínimo de Mercado conforme quadro pag. 77 6) TIR calculada com o FC de 2037 somado ao FC com CapRate. A estimativa de resultados operacionais foi realizada entre os anos de 2026 e 2030, a partir de 2031 foi considerado crescimento vegetativo de 1% ao ano do fluxo de caixa.

A Taxa Interna de Retorno - TIR foi calculada em 2 cenários. O cenário 1 reflete o pagamento da unidade hoteleira à vista e o cenário 2 dividido nos 2 anos previstos de construção, IMPORTANTE: A TIR pode variar conforme a condição de pagamento negociada para aquisição da unidade hoteleira, o investidor deve considerar como dado referencial de análise o Cenário de TIR apresentado nesse estudo – o cenário não inclui saldo a financiar após a entrega da unidade, o que pode acarretar cobrança de juros no saldo devedor financiado.

ANÁLISE DE INVESTIMENTO – O CÁLCULO DA TIR – PAGAMENTO A VISTA

Análise Financeira por Tipo/ Grupo de UH - Pagamento a Vista																		
Tipo	Área (m²)	Valor Total Unidade	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	FC-CapRate	TIR	VPL
Tipo 1	25,9	439.450	-439.450	28.011	27.662	30.223	31.388	32.591	32.917	33.246	33.579	33.915	34.254	34.596	34.942	501.324	8,0%	36.502
Tipo 2	25,9	439.790	-439.790	28.033	27.683	30.246	31.412	32.617	32.943	33.272	33.605	33.941	34.280	34.623	34.969	501.712	8,0%	36.530
Tipo 3	26,6	452.540	-452.540	28.845	28.486	31.123	32.323	33.562	33.898	34.237	34.579	34.925	35.274	35.627	35.983	516.258	8,0%	37.589
Tipo 4	26,9	456.960	-456.960	29.127	28.764	31.427	32.639	33.890	34.229	34.571	34.917	35.266	35.619	35.975	36.335	521.300	8,0%	37.956
Tipo 5	27,9	474.640	-474.640	30.254	29.877	32.643	33.902	35.201	35.553	35.909	36.268	36.630	36.997	37.367	37.740	541.469	8,0%	39.425
Tipo 6	28,1	478.380	-478.380	30.492	30.112	32.900	34.169	35.479	35.833	36.192	36.554	36.919	37.288	37.661	38.038	545.736	8,0%	39.735
Tipo 7	31,4	533.800	-533.800	34.025	33.601	36.711	38.127	39.589	39.985	40.384	40.788	41.196	41.608	42.024	42.444	608.959	8,0%	44.339
Tipo 8	33,0	561.340	-561.340	35.780	35.334	38.605	40.094	41.631	42.047	42.468	42.893	43.322	43.755	44.192	44.634	640.377	8,0%	46.626
Tipo 9	45,5	773.840	-773.840	49.325	48.710	53.220	55.272	57.391	57.965	58.545	59.130	59.721	60.319	60.922	61.531	882.797	8,0%	64.277
Tipo 10	60,8	1.033.600	-1.033.600	65.883	65.061	71.085	73.826	76.656	77.422	78.197	78.979	79.768	80.566	81.372	82.185	1.179.131	8,0%	85.853

Observações:

- Na análise do imobiliário, CapRate e VPL descontado a taxa de 6,97%; - CapRate em empreendimentos comparáveis no mercado.
- Valores de Maio de 2025, sem inflação e FC antes do IR – com retenção de fundo de reserva.

Não é promessa de resultado, valores estimados conforme premissas apresentadas ao longo desse estudo.

ANÁLISE DE INVESTIMENTO – O CÁLCULO DA TIR – PAGAMENTO A PRAZO

Análise Financeira por Tipo/ Grupo de UH - Pagamento Parcelado																		
Tipo	Área (m²)	Valor Total Unidade	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	FC-CapRate	TIR	VPL
Tipo 1	25,9	439.450	-219.725	-191.714	27.662	30.223	31.388	32.591	32.917	33.246	33.579	33.915	34.254	34.596	34.942	501.324	8,5%	50.819
Tipo 2	25,9	439.790	-219.895	-191.862	27.683	30.246	31.412	32.617	32.943	33.272	33.605	33.941	34.280	34.623	34.969	501.712	8,5%	50.858
Tipo 3	26,6	452.540	-226.270	-197.425	28.486	31.123	32.323	33.562	33.898	34.237	34.579	34.925	35.274	35.627	35.983	516.258	8,5%	52.332
Tipo 4	26,9	456.960	-228.480	-199.353	28.764	31.427	32.639	33.890	34.229	34.571	34.917	35.266	35.619	35.975	36.335	521.300	8,5%	52.843
Tipo 5	27,9	474.640	-237.320	-207.066	29.877	32.643	33.902	35.201	35.553	35.909	36.268	36.630	36.997	37.367	37.740	541.469	8,5%	54.888
Tipo 6	28,1	478.380	-239.190	-208.698	30.112	32.900	34.169	35.479	35.833	36.192	36.554	36.919	37.288	37.661	38.038	545.736	8,5%	55.321
Tipo 7	31,4	533.800	-266.900	-232.875	33.601	36.711	38.127	39.589	39.985	40.384	40.788	41.196	41.608	42.024	42.444	608.959	8,5%	61.729
Tipo 8	33,0	561.340	-280.670	-244.890	35.334	38.605	40.094	41.631	42.047	42.468	42.893	43.322	43.755	44.192	44.634	640.377	8,5%	64.914
Tipo 9	45,5	773.840	-386.920	-337.595	48.710	53.220	55.272	57.391	57.965	58.545	59.130	59.721	60.319	60.922	61.531	882.797	8,5%	89.488
Tipo 10	60,8	1.033.600	-516.800	-450.917	65.061	71.085	73.826	76.656	77.422	78.197	78.979	79.768	80.566	81.372	82.185	1.179.131	8,5%	119.527

Observações:

- Na análise do imobiliário, CapRate e VPL descontado a taxa de 6,97%; - CapRate em empreendimentos comparáveis no mercado.
- Valores de Maio de 2025, sem inflação e FC antes do IR – com retenção de fundo de reserva.

Não é promessa de resultado, valores estimados conforme premissas apresentadas ao longo desse estudo.

ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. ~~Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura~~
3. ~~Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança~~
4. ~~Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado~~
5. ~~Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais~~
6. ~~Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro~~
7. ~~Metodologia escolhida e razões para adoção desta~~
8. ~~Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira~~
9. ~~Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados~~
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

ATRATIVIDADE, RENTABILIDADE E CAPRATE PARA O SETOR

Caprate
para Viabilidade Financeira:

6,97%

ÚLTIMOS RESULTADOS

fipezap

Comportamento recente do preços de locação de imóveis residenciais (%) – Índice FipeZAP e demais cidades monitoradas

Cidade		Variação Mensal		Variação em 2025 (acumulada no ano)	Variação Anual (últimos 12 meses)	Preço médio (R$/m²)	Rental Yield (% a.a.)
		fevereiro/2025	janeiro/2025				
IPCA	IBGE	+1,31%	+0,16%	+1,47%	+5,06%	-	-
IGP-M	FGV	+1,06%	+0,27%	+1,33%	+8,44%	-	-
Índice FipeZAP		+1,07%	+0,96%	+2,04%	+12,92%	47,47	5,84%
Barueri	SP	+1,82%	+1,15%	+2,98%	+12,36%	63,57	6,97%
Campinas	SP	+2,25%	+2,58%	+4,89%	+22,62%	44,33	7,52%
Guarulhos	SP	+0,89%	+0,72%	+1,62%	+12,59%	37,75	6,51%
Praia Grande	SP	+1,88%	+1,16%	+3,06%	+13,11%	41,08	7,99%
Ribeirão Preto	SP	+1,09%	+1,29%	+2,40%	+19,47%	28,76	7,09%
Santo André	SP	+0,69%	+0,82%	+1,51%	+7,77%	38,44	6,17%
Santos	SP	+1,15%	+0,39%	+1,55%	+12,58%	52,17	8,37%
São Bernardo do Campo	SP	+1,16%	+1,04%	+2,21%	+14,73%	35,30	6,28%
São José do Rio Preto	SP	+2,94%	-0,47%	+2,46%	+11,45%	26,61	6,35%
São José dos Campos	SP	+0,77%	+0,52%	+1,30%	+9,08%	42,93	6,08%
Niterói	RJ	+0,92%	+1,14%	+2,07%	+11,36%	31,63	5,10%
Pelotas	RS	+1,24%	+1,22%	+2,47%	+10,37%	19,34	5,42%
Joinville	SC	+0,29%	+0,70%	+0,99%	+15,99%	33,62	5,19%
São José	SC	+0,76%	+0,88%	+1,64%	+10,99%	44,19	6,30%

Informe de Fevereiro de 2025

Fonte: FipeZAP

ÍNDICE

1. Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais
6. Estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro
7. Metodologia escolhida e razões para adoção desta
8. Projeção das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 (cinco) anos de operação hoteleira
9. Cálculo da taxa interna de retorno do empreendimento para o período de 10 (dez) anos, com a indicação das premissas e das fontes dos dados utilizados
10. Comparação entre a taxa de capitalização projetada para o empreendimento (rendimento anual previsto sobre o preço de lançamento) e a de empreendimentos hoteleiros similares em operação no mercado
11. Anexos

Absorção de Mercado	Calcula o equilíbrio de oferta e demanda de acordo com a taxa de ocupação estipulada para tal equilíbrio. O resultado é o número de UHs que pode ser acrescido ou subtraído para se atingir a taxa de ocupação estipulada.
Área Comum	É a área que pode ser utilizada em comum por todos os hóspedes do hotel, sendo livre o acesso e o uso, de forma comunitária. Por exemplo: lobby, áreas de lazer, corredores de circulação e escadas.
Área Privativa	Mesmo que área útil. No mercado imobiliário, é a área do imóvel da qual o proprietário tem total domínio. Em hotéis, é a unidade habitacional, à qual somente o hóspede que a alugou tem acesso. É composta pela superfície limitada da linha que contorna externamente as paredes das dependências.
Área Útil	Mesmo que área privativa. É a área individual. É a soma das áreas dos pisos do imóvel, sem contar as paredes, ou seja, restrita aos limites. Também é conhecida como área de vassoura. É a área mais importante no momento da compra do imóvel, devendo ser item a ser questionado durante a transação do negócio.
B2B	Sigla que define atuação do hotel com outras empresas, não o consumidor final.
B2C	Sigla que define atuação do hotel com o consumidor final.
Basic Fee	Taxa básica de administração e incentivo a vendas, calculada sobre a Receita Bruta (receita líquida mais impostos). Normalmente esta taxa é de 5%.
Budget	Hotéis que compõem a base do mercado. São extremamente enxutos (geralmente são do tipo cama e café e as áreas comuns resumem-se à circulação somente) e ocupam-se em prestar serviços voltados às necessidades estritamente básicas do hóspede. Muitos deles apresentam configurações e serviços amadores.

Cap rate	Cap rate é o número que representa a porcentagem da renda anual conseguida através de um imóvel sobre o seu valor de aluguel.
Demanda Hoteleira	Utilização efetiva das unidades habitacionais oferecidas e disponíveis em um hotel.
Departamentos menores	Em hotelaria, os grandes geradores de receita são os setores de hospedagem e alimentos e bebidas (restaurantes e banquetes). Outros setores, com menor estrutura e pessoal alocado são geralmente agrupados sob a nomenclatura Departamentos Menores.
Despesas Pré-Operacionais	Despesas de implantação do sistema hoteleiro realizadas antes da abertura oficial do hotel. Inclui despesas de salários, treinamento, compras de estoque, marketing de lançamento e etc.
Diária Média	Total da receita gerada pela venda de apartamentos em um determinado período dividido pelo número de apartamentos vendidos no mesmo período. É um dos índices operacionais mais usados para avaliar a produtividade do hotel.
Estudo de Absorção	Estudo que simula o impacto da entrada de novos hotéis no mercado (oferta futura) e se há espaço para novos hotéis conforme uma taxa de ocupação definida como adequada para o mercado.
Fair Share ou Market Share	Termo mercadológico que mede a participação proporcional de um produto em relação ao mercado geral ou em mercado concorrente definido.
Faturamento	Liquidação de uma despesa mediante apresentação das respectivas notas de débito a elas referentes. Em hotelaria, costuma-se usar o sistema de faturamento para empresas, geralmente em períodos de quinze a trinta dias depois de encerrada a hospedagem.

FF&E	Sigla em inglês que significa "Furniture, Fixtures and Equipments". A sigla faz menção aos móveis, equipamentos, máquinas e instalações que não fazem parte da construção mas que completam o produto hoteleiro, por exemplo: cama ou o carrinho de malas.
Flat	Tipo de meio de hospedagem onde as unidades habitacionais são geralmente compostas por uma sala de estar, apartamento e uma pequena cozinha, destinados a hóspedes permanentes ou não. A administração pode ser equivalente à de um condomínio, ou mista entre condomínio e hotel. São regidos pela Lei de Condomínio: "edifícios constituídos por unidades autônomas e correspondentes áreas comuns".
Franquia	Tipo de administração também usado em hotelaria, na qual o franqueador atribui ao franqueado o direito de utilização de sua marca ou dos seus produtos ou serviços, cabendo ao franqueado a venda e o pagamento do uso da marca, denominado royalties.
Fundo de Reposição de Ativos (FRA)	Destinado à reposição dos ativos fixos imobilizados das áreas comuns do hotel (como caixilhos, instalações elétricas, hidráulicas e mecânicas etc.). Normalmente é calculado sobre a Receita Líquida, variando entre 3% e 7%
Gastos de Capital	Grupo contábil que consolida as informações de gastos e receitas não operacionais e aquelas especificamente relacionadas à propriedade (hotel), ex: IPTU.
Gastos não distribuíveis	Termos contábil e financeiro para os gastos realizados em uma empresa que não podem ser alocados diretamente em um centro de receita, pois são gastos que impactam toda a organização; por exemplo salário do gerente geral ou gastos com marketing e vendas.
Grupo Competitivo, Cesta Competitiva, Grupo Referencial ou Cesta Referencial	Definição de participantes de um mercado em que o hotel em estudo deverá atuar diretamente.
Gerente Geral	Funcionário encarregado do exercício da administração central de um hotel, e pela coordenação de todos os setores da casa. Tem sob sua responsabilidade gerentes setoriais e assistentes, de acordo com a filosofia da empresa.

Gross Operational Profit (GOP)	É o lucro operacional bruto, e representa um ótimo indicador de rentabilidade do investimento hoteleiro, já que leva em consideração todas as receitas do hotel (e não só a de hospedagem) e todos os custos e despesas operacionais.
HIIP	Sigla de Hotel para Investidores Imobiliários Pulverizados, uma outra denominação para condo hotel: empreendimento aprovado nos órgãos público como hotel e submetido ao regime de condomínio edilício.
Hotel Asset Manager	Profissional contratado pelos investidores para representar seus interesses frente à gerenciadora hoteleira, sua atuação pode ocorrer de várias maneiras, porém o escopo do trabalho geralmente tem como objetivo: analisar monitorar a operação, monitorar e, se preciso, incentivar melhorias nas condições físicas do empreendimento e dos serviços da gerenciadora e orientar os investidores quanto a situação atual e futura do investimento.
IDHM	Sigla de Índice de Desenvolvimento Humano Municipal: mede a qualidade de vida com dados de longevidade, educação e renda.
Incentive Fee	Taxa de incentivo de administração, calculada sobre o Lucro Operacional.
Ocupação	Em hotelaria, refere-se ao preenchimento total ou parcial das disponibilidades de hospedagem oferecidas por um estabelecimento. Índice determinado pela comparação da oferta com a ocupação das unidades habitacionais, calculado dividindo-se o total de unidades habitacionais vendidas pelo número de unidades habitacionais disponíveis.
Oferta Hoteleira	Número total de unidades habitacionais, ou de leitos, disponíveis anualmente em um hotel ou localidade.

Operadora Hoteleira	Empresa especializada na administração de empreendimentos hoteleiros. Pode ser proprietária de hotéis, mas, na maioria dos casos, recebe dos proprietários uma participação no faturamento do hotel (basic fee) e no resultado líquido do hotel (incentive fee) como remuneração pelos seus serviços. Contratando uma operadora hoteleira, os proprietários asseguram-se de uma administração profissional e afiliam sua propriedade a uma marca de reconhecimento nacional ou internacional, além de beneficiarem-se dos esforços de marketing e vendas realizados por essas empresas em grande escala.
Pax	Termo usado internacionalmente para designar pessoas em trânsito, fazendo turismo.
Penetração de Mercado	Conceito Mercadológico que mede a eficiência de captação de demanda de um produto comparado aos seus concorrentes. Se maior que 1, o produto tem penetração positiva e está ganhando mercado em relação aos seus concorrentes; se menor que um, o produto está perdendo mercado em relação aos seus concorrentes.
Perpetuidade	Considera que o fluxo de caixa do período analisado estende-se infinitamente. O valor residual neste caso seria o valor presente deste fluxo de caixa perpétuo, calculado para o último ano do período de análise.
PIB	Sigla que significa Produto Interno Bruto: a soma (em valores monetários) de todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região (quer sejam países, estados ou cidades), durante um período determinado (mês, trimestre, ano, etc).
Pick-up (de demanda)	Termos que aponta a capacidade de absorver demanda de fora do mercado em análise.
Pool Hoteleiro	Dentro da modalidade de flats existem unidades que podem ou não estar dentro do pool hoteleiro. Unidades dentro do pool fazem parte do inventário para venda de diárias, funcionando como hotelaria normal. Enquanto que unidades fora do pool não fazem parte da oferta hoteleira.

Receita Bruta	Receita total obtida pelo hotel antes de descontados os impostos.
Receita de Hospedagem	Receita gerada pela venda de apartamentos em um hotel. Normalmente, equivale a mais de 50% da receita total e pode incluir a receita gerada pela venda de café-da-manhã.
Receita Líquida	Receita bruta menos os impostos.
Rede Hoteleira	Conjunto de estabelecimentos hoteleiros vinculados a uma mesma empresa operadora, que dita as regras de operação e se encarrega da administração dos estabelecimentos. Os estabelecimentos não necessariamente pertencem aos mesmos proprietários.
Rentabilidade	Conceito que mede o retorno de um investimento, geralmente expresso em percentual sendo calculado pelo resultado da operação do negócio comparado com o valor investido no negócio.
Reposicionamento de Mercado	Quando produtos e serviços são direcionados para públicos alvos diferentes do que eram originalmente direcionados.
RevPar	RevPAR (Revenue per Available Room – Receita por apartamento disponível) - significa a receita que cada UH está gerando, ela mede a receita total de hospedagem dividida pelo número de UH's disponíveis em um determinado período.
Segmento de Demanda	Termo mercadológico que é o resultado de filtros aplicados a um determinado mercado consumidor que divide em grupos relativamente homogêneos os consumidores, orientando esforços de vendas e posicionamento de produto.

Taxa de Atratividade	Significa a taxa de rentabilidade que orienta investidores na escolha de seus investimentos. No mercado afirma-se que um investimento está adequado a determinado tipo de investidor se a taxa de atratividade (rentabilidade estimada) está atendida.
Taxa Interna de Retorno (TIR)	Taxa de desconto que iguala o valor presente das entradas de caixa ao investimento inicial de um projeto, resultando, assim, em um VPL=0. Sinaliza a rentabilidade máxima que um fluxo de caixa pode gerar em relação ao investimento relacionado a este fluxo de caixa.
UH ou unidade habitacional	Unidade autônoma - área privativa do apartamento que forma o hotel.

$$F_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \ldots + \frac{F_2}{(1+TIR)^n} = 0$$

Legenda:

F: Fluxo de Caixa

Números que Acompanham a letra F: Correspondem ao período do fluxo de caixa correspondente

TIR: Taxa de desconto que permite descontar os fluxos de caixa e que o resultado da soma, considerando os valores dos fluxos de caixa descontados, incluindo o valor de investimento, seja 0.

No caso do estudo atual, no FC 10 soma-se o FC capitalizado obtido pela aplicação da média simples do CapRate dos dez anos estimados na Análise Financeira no referido FC 10 (FC/(Média da Rentabilidade Simples/CapRrate do FC 1 ao 10).

Rua Pamplona, 145 conj. 1318 - Edifício Praça Pamplona
Jardim Paulista - 01405-900 | São Paulo, SP - Brasil
Tel: +55 11 3034.2824 | Cel: +55 11 98644.3474
caiocalfat.com.br | info@caiocalfat.com