



CAIO CALFAT

REAL ESTATE CONSULTING

PLANNING & DEVELOPMENT

ATUALIZAÇÃO DE ESTUDO DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA  
E ECONÔMICO-FINANCEIRA

NOVEMBRO 2022

CONTRATO DE INVESTIMENTO COLETIVO – CIC  
CONDO-HOTÉIS – PERDIZES HOTEL – SÃO PAULO – SP

Cliente:



Realização:



NOVEMBRO 2022

## TERMO DE ENTREGA DO ESTUDO

Este objeto trata-se da atualização do estudo de viabilidade mercadológica e econômico-financeira desenvolvido para a STX-DI em **Novembro de 2022** que desenvolve o projeto Tryp Perdizes Hotel na cidade de São Paulo (SP), que será ofertado ao mercado no modelo de Contrato de Investimento Coletivo (CIC) – Condo-Hotel – PERDIZES HOTEL. 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, a ser implantado na Rua Cayowaá, 44 – Perdizes, São Paulo – SP.

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 diminua a independência necessária ao desempenho de suas funções.

A STXDI pagou à Caio Calfat Real Estate Consulting a título de remuneração por assessoria o montante total de R\$ 42.000,00 relativo à realização desse Estudo de Viabilidade Mercadológica e Econômico financeira. Nos últimos 12 ( meses não houve qualquer outra contratação ou remuneração das empresas envolvidas nesse CIC hoteleiro.

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

São Paulo, Novembro de 2022

 Caio Sérgio Cattal Jacoti	 Alexandre Pereira Mora
Rubrica do responsável pelo estudo	



## CONSULTORES RESPONSÁVEIS 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](http://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](http://www.adit.com.br)), tendo sido seu fundador (2006) e membro do Conselho de Administração (2011 a 2019).

## CONSULTORES RESPONSÁVEIS PELO ESTUDO



Alexandre Mota

É graduado no curso de Tecnologia em Hotelaria do Senac São Paulo, com pós-graduação em Gestão de Meios de Hospedagem pela mesma instituição, e em Gestão Mercadológica em Turismo e Hotelaria pela ECA/USP (Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo. Também é mestre em hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi.

No mercado, atuou como gerente geral de hotel e controller de grandes bandeiras internacionais e redes independentes. Trabalhou em diversas consultorias nas quais foi o responsável técnico para estudos de mercado, de viabilidade financeira e econômica em mais de 200 projetos. Além de diretor na Caio Calfat Real Estate Consulting, é professor para os cursos de pós-graduação da Universidade Anhembi Morumbi e da Fundação Instituto de Administração (FIA).

Os estudos 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

Royal Palm Tower	2014	Royal Palm Tower
Ibis Niterói Niemeyer	2014	Ibis Niterói Niemeyer
Rio Business Soft Inn	2014	Rio Business Soft Inn
Park Inn by Radisson	2015	Park Inn by Radisson
Beste Western Multi Suites	2015	Beste Western Multi Suites
Hotel Paiquere (BT Valinhos)	2015	BT Valinhos
Soft Inn São Paulo Business Hotel	2015	Soft Inn São Paulo Business Hotel
The Cityplex Osasco	2015	Comfort Osasco
Niterói Soft Inn Business Hotel	2015	Niterói Soft Inn Business Hotel
Comfort Campinas	2015	Comfort Campinas
Comfort São Bernardo	2015	Comfort São Bernardo
Best Western Eretez Copacabana	2015	Best Western Eretez Copacabana
Adágio Curitiba Batel	2015	Adágio Curitiba Batel
Condomínio Hotel Tatuapé	2015	Ibis Tatuapé
Sleep Inn Jacareí	2016	Sleep Inn Jacareí
Cidade Matarazzo	2016	Cidade Matarazzo
Hotel Premium SBC	2016	Intercity Premium São Bernardo do Campo
Edifício Hotel Itu Terras de São José	2016	Novotel Itu
Golden Tulip Campos Hotel	2016	Golden Tulip Campos dos Goytacazes
Condomínio Edifício HE Itatiba	2016	Ibis Budget Itatiba
Condomínio Hotel Florêncio de Abreu	2017	B&B Hotel Florêncio de Abreu
Share Apartamentos Inteligentes	2017	Share Apartamentos Inteligentes
Edifício Hotel Eko Arujá	2017	Ibis Arujá
SAO International Square	2017	Comfort Quality São Caetano do Sul
Comfort Hotel & Convention Americana	2017	Comfort Americana
Edifício Hotel Beira Mar	2017	Ibis Budget Piedade
Condomínio V N Faria Lima	2018	VN Faria Lima
Dall Onder Planalto Hotek Bento Gonçalves	2019	Dall Onder Planalto Hotek Bento Gonçalves
Plaza Hotel & Boulevard Convention Vale Dos Vinhedos	2019	Condomínio Boulevard Convention Vale dos Vinhedos
SPE Hotel Presidente Prudente Empreendimentos Imobiliários Ltda	2019	Condomínio Presidente Prudente Hotel
Hotel Pinheiros	2020	Ibis Pinheiros
Três Figueiras Sênior Residence	2020	Três Figueiras Sênior Residence
Rasme Abduch	2020	Days Inn Perdizes Hotel
Condomínio do Edifício Erwin Luciano Friedheim	2021	Motto By Hilton Recife

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

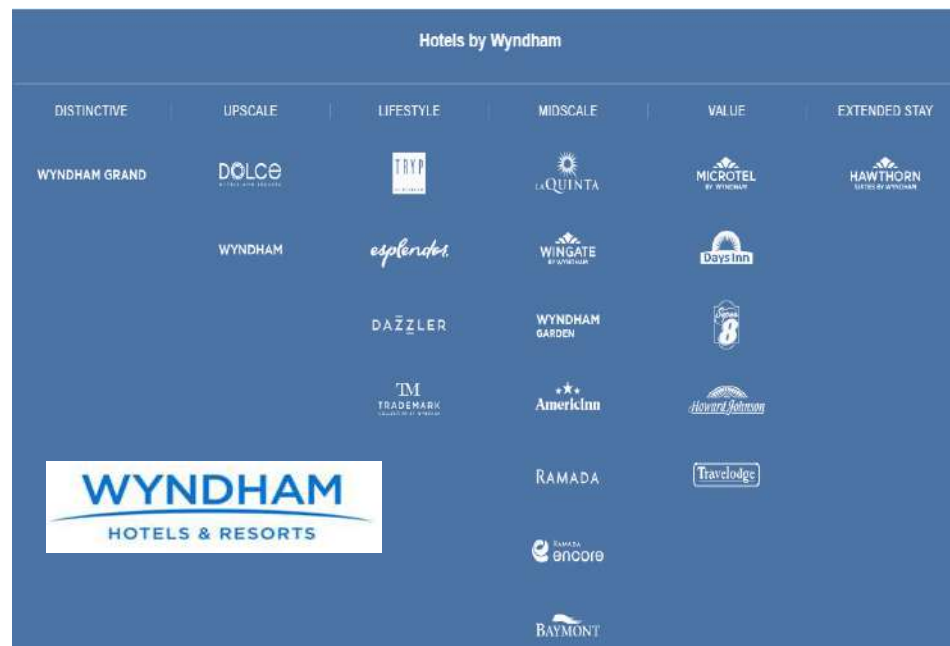
Demais parceiros



- Este trabalho teve como objetivo realizar o estudo de viabilidade mercadológica e econômico-financeira do projeto Contrato de Investimento Coletivo (CIC) – Tryp by Wyndham Hotels , na cidade de São Paulo (SP).
- O objeto de estudo conta com a bandeira Tryp by Wyndham Hotels, com 349 UHs.
- A metodologia para o estudo mercadológico atendeu as orientações do Manual de Melhores Práticas para Hotéis de Investidores Imobiliários Pulverizados – SECOVI – SP e às orientações metodológicas do Hotels & Motels Valuations and Market Studies – Appraisal Institute. A elaboração das projeções operacionais e financeiras do hotel em estudo foi realizada conforme o modelo do Uniform System of Accounting for the Lodging Industry. MA.
- A substituição de bandeira deve-se a alteração das condições de mercado. A bandeira Tryp by Wyndham Hotels se caracteriza por apresentar mais serviços aliados do que a marca Days Inn. O intuito é fazer frente ao novo mercado que se apresenta pós pandemia em que os viajantes que se hospedam procuram por mais conforto e facilidades em suas estadas, bem como fazer frente ao mercado futuro de STR (Short Term Rental) que deverá receber número expressivo de unidades residências que serão direcionadas para o mercado de locação por temporada.
- Conforme percebe-se em mercados em que há forte presença dos STR, como o estadunidense, os empreendimentos de categoria econômica são os mais afetados em concorrência.
- No caso, o Tryp by Wyndham Hotels será um empreendimento a se posicionar como hotel midscale. Essa mudança, então, serve para posicionar o hotel fora da área de atuação e concorrência dos STR e valorizar o empreendimento em estudo pela localização e oportunidade de mercado que se apresenta no momento.

## COMENTÁRIOS SOBRE OS CRITÉRIOS DE ESCOLHA DA OPERADORA HOTELEIRA MAIS ADEQUADA PARA O EMPREENDIMENTO

- A Wyndham é a maior empresa de franquias hoteleiras do mundo. Com 9.200 hotéis em 90 países e em 6 continentes, a Wyndham administra por meio de sua rede mais de 831 mil quartos em mais de 400 propriedades sob sua administração.
- Conta com 20 marcas de hotéis em seu portfólio, com ênfase nos segmentos midscale e econômico.
- No Brasil, está presente em 21 municípios, com 34 hotéis.



## COMENTÁRIOS SOBRE OS CRITÉRIOS DE ESCOLHA DA OPERADORA HOTELEIRA MAIS ADEQUADA PARA O EMPREENDIMENTO

A rede hoteleira foi definida pelos critérios que se descrevem abaixo, desta forma, a escolha da marca se mostra adequada para o empreendimento:

- Reconhecimento de Marca: Wyndham possui 134 hotéis na América Latina, sendo 34 desses no Brasil, divididos em 20 cidades. A marca Tryp by Wyndham está presente nas cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Manaus (AM), Ribeirão Preto (SP), Guarulhos (SP) e Varginha (MG).
- Canais de Distribuição: O grupo Wyndham é um grupo internacional que atua e possui canais de distribuição e comunicação mundiais. Também possui departamento de reservas e atendimento ao cliente próprio.



Tryp by Wyndham - Manaus



Tryp by Wyndham – Paulista, São Paulo



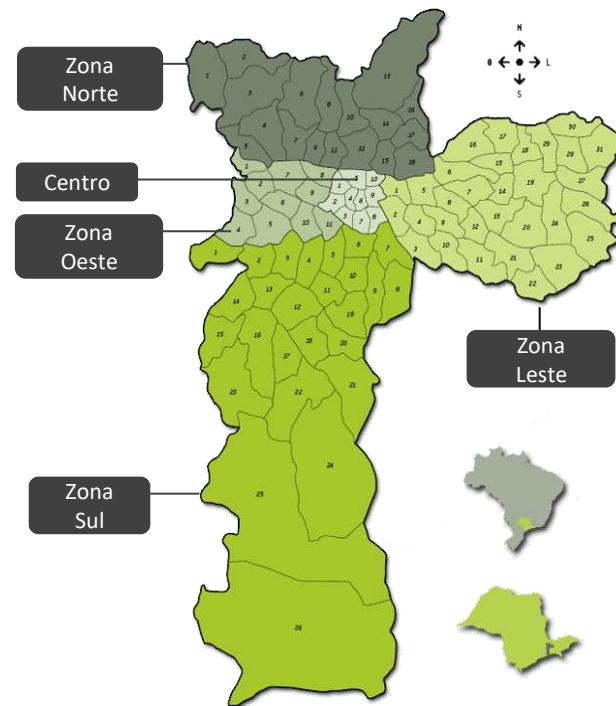
Contrato de Investimento Coletivo – CIC Condo-Hotéis – PERDIZES	
Rede	Wyndham Hotels
Bandeira	Tryp
Categoria	Midscale
UHs	349
Previsão de Inauguração	Agosto de 2024

## ÍNDICE

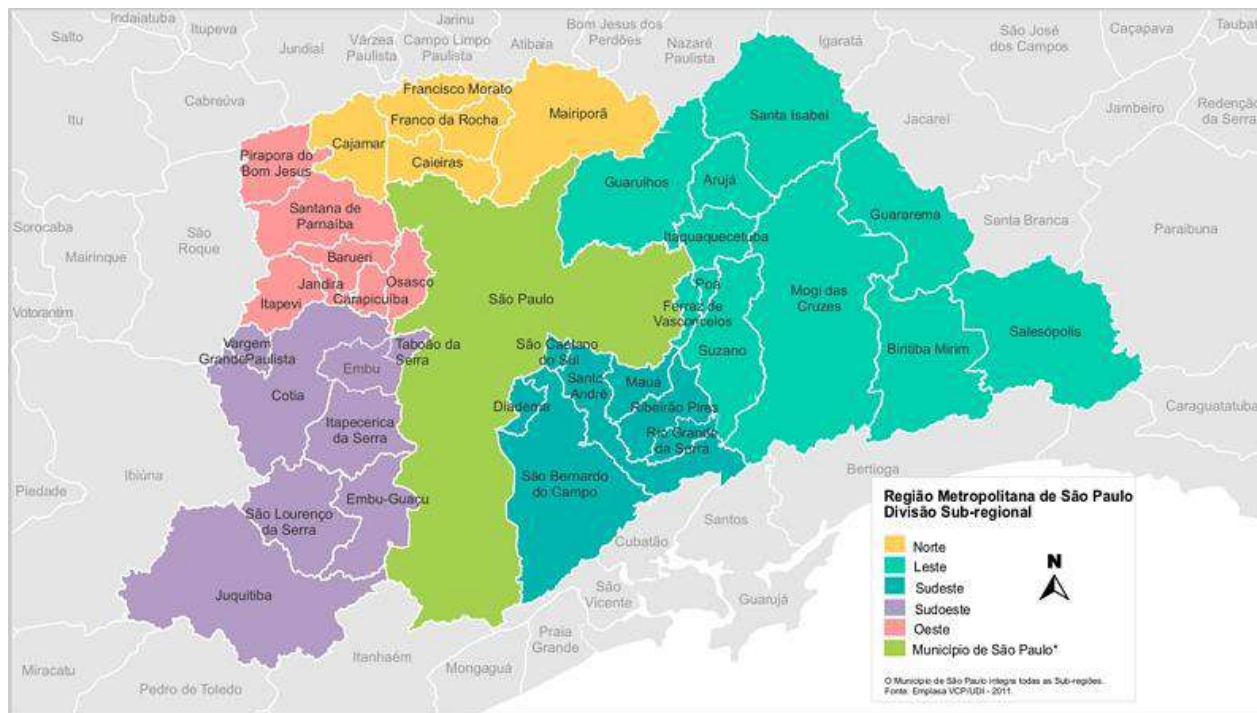
1. Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

## REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

- O município de São Paulo é a capital do Estado homônimo. Sede das principais indústrias e empresas do Brasil, é considerada a principal cidade do país.
- O zoneamento da cidade é composto por 5 partes, denominadas: Centro, Zona Norte, Zona Sul, Zona Leste e Zona Oeste.
- Ocupa área territorial de 1.521,20 km<sup>2</sup> e tem população estimada em 2021 de 12.396.372 habitantes.
- Pertencente a Região Metropolitana de São Paulo, e na RMSP faz fronteira com Barueri, Caieiras, Cajamar, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Guarulhos, Itapeverica da Serra, Itaquaquecetuba, Jujutiba, Mairiporã, Mauá, Osasco, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Taboão da Serra.
- Além desses, faz fronteira com Itanhaém e São Vicente.



## REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)



## REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

- São Paulo, sendo a principal cidade da Região Metropolitana do Estado de São Paulo, representa 56,22% do PIB (cerca de R\$ 763.805.985).
- Conforme a tabela ao lado, fica evidente que São Paulo tem a maior população entre as 39 cidades, tendo uma população estimada em 2021 de 12.396.372 habitantes.
- São Paulo também é a maior cidade em km<sup>2</sup> da Região Metropolitana do Estado, tendo 1521,20 km<sup>2</sup>.

Região Metropolitana de São Paulo							
Item	Cidade	População (2010)	População Estimada (2021)	%	PIB (2019)	%	Área em km <sup>2</sup>
<b>1</b>	<b>São Paulo</b>	<b>11.253.503</b>	<b>12.396.372</b>	<b>56,22%</b>	<b>R\$ 763.805.985</b>	<b>60,83%</b>	<b>1521,20</b>
2	Osasco	666.740	701.428	3,18%	R\$ 81.923.606	6,52%	64,95
3	Guarulhos	1.221.979	1.404.694	6,37%	R\$ 65.165.262	5,19%	318,68
4	Barueri	240.749	279.704	1,27%	R\$ 52.820.508	4,21%	65,70
5	São Bernardo do Campo	765.463	849.874	3,85%	R\$ 51.066.928	4,07%	409,53
6	Santo André	676.407	723.889	3,28%	R\$ 30.339.076	2,42%	175,78
7	Cajamar	64.114	79.034	0,36%	R\$ 19.427.570	1,55%	131,39
8	Mauá	417.064	481.725	2,18%	R\$ 16.282.605	1,30%	61,94
9	Mogi das Cruzes	387.779	455.587	2,07%	R\$ 16.220.410	1,29%	712,54
10	Diadema	386.089	429.550	1,95%	R\$ 15.301.322	1,22%	30,73
11	Embu das Artes	240.230	279.264	1,27%	R\$ 14.726.181	1,17%	70,40
12	São Caetano do Sul	149.263	162.763	0,74%	R\$ 13.705.941	1,09%	15,33
13	Cotia	201.150	257.882	1,17%	R\$ 13.365.734	1,06%	323,99
14	Itapevi	200.769	244.131	1,11%	R\$ 12.045.015	0,96%	82,66
15	Outros (25)	2.812.676	3.302.607	14,98%	R\$ 89.459.673	7,12%	3.962
<b>Total</b>		<b>19.683.975</b>	<b>22.048.504</b>	<b>100%</b>	<b>R\$ 1.255.655.814</b>	<b>100%</b>	<b>7.946,96</b>

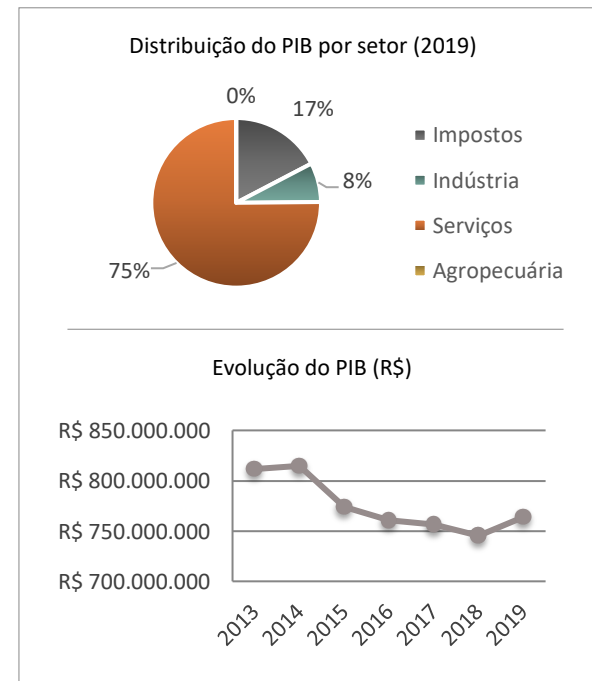


## SÃO PAULO – INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

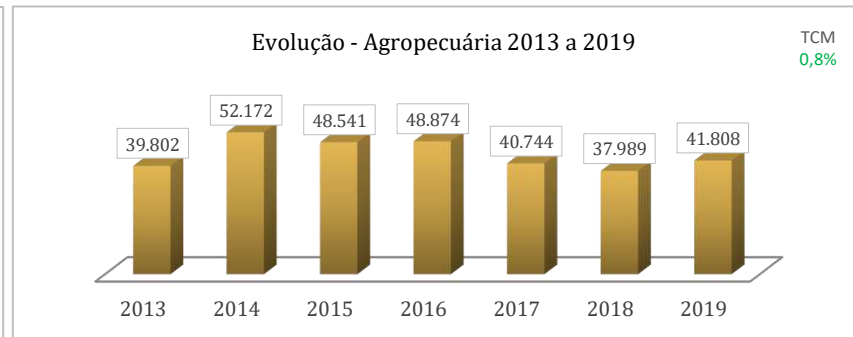
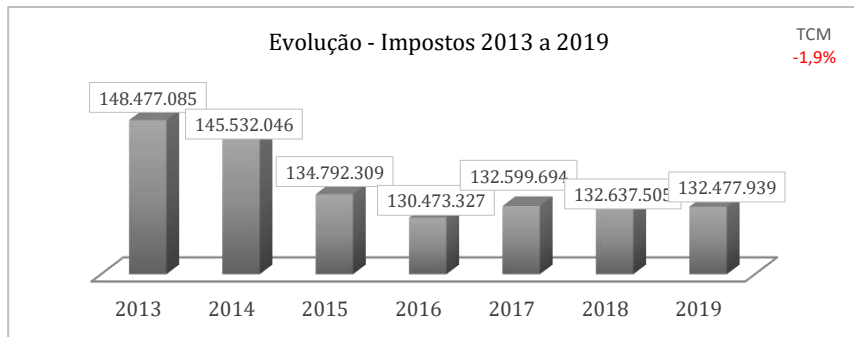
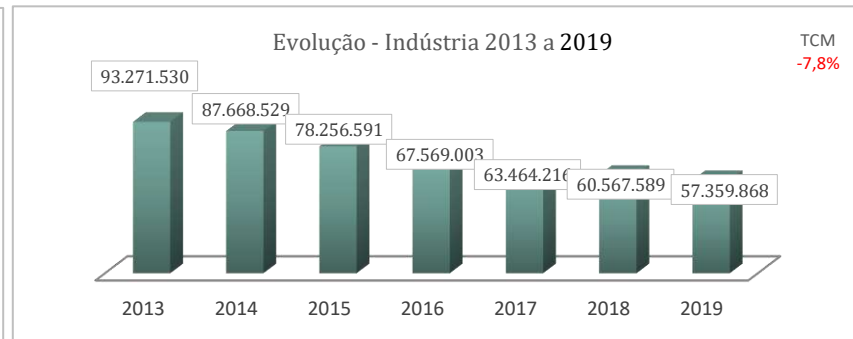
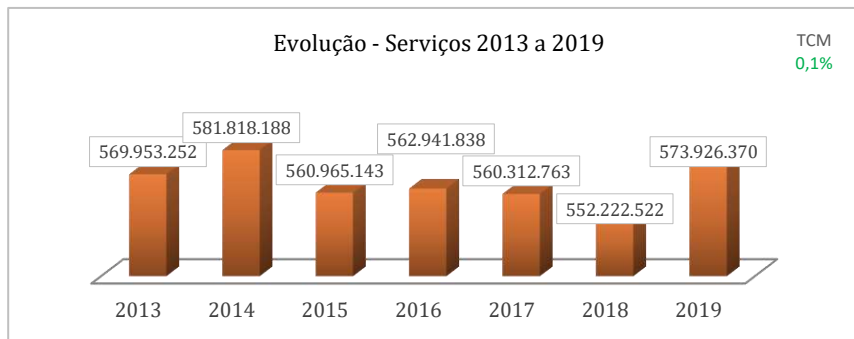
- O principal contribuinte para a formação do PIB de São Paulo é o setor de Serviços, que corresponde à 75%.
- O PIB da cidade trazido ao valor presente tem apresentado Taxa de Crescimento Médio (TCM) de -1,00% entre 2013 e 2019; O PIB complementado pela taxa de crescimento do PIB Brasil de 2019 (1,1%), segundo dados do IBGE colhidos em [www.economia.uol.com.br](http://www.economia.uol.com.br), tem TCM de -0,8% entre 2013 e 2021.
- Demais índices socioeconômicos apresentam variações negativas com exceção do crescimento do número de empresas e do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), conforme quadro abaixo:

PIB		Empresas		Pessoal Ocupado		IDHM	
2021	R\$ 767.782.358	2020	653.363	2020	5.636.889	2010	0,8050
2013	R\$ 815.967.595	2015	582.367	2015	5.848.294	2000	0,7330
TCM*	-0,8%		2,3%		-0,7%		0,9%

\*TCM = Taxa de Crescimento Médio



## SÃO PAULO – INDICADORES ECONÔMICOS (DADOS OFICIAIS DISPONÍVEIS)

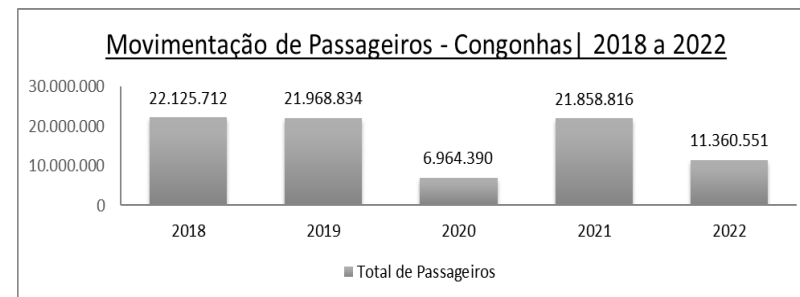




## SÃO PAULO – AEROPORTOS

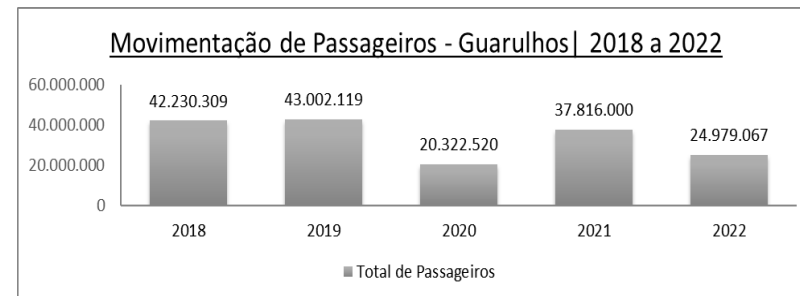
### Aeroporto de Congonhas

- Distância do terreno em estudo: 17,1 km (aproximadamente 38 minutos de automóvel).
- Movimentação: Em 2019 foi registrado um movimento de 21.968.834 passageiros (embarque + desembarque), uma queda de 0,7% em relação a 2018. Já em 2022, de Janeiro até Setembro, o Aeroporto registrou 11.360.551 passageiros.



### GRU Airport – Aeroporto Internacional de São Paulo

- Distância do terreno em estudo: 29,6 km (aproximadamente 51 minutos de automóvel).
- Movimentação: Em 2019 foi registrado um movimento de 43.002.119 passageiros (embarque + desembarque), um aumento de 1,8% em relação a 2018. Já em 2022, de Janeiro até Setembro, o Aeroporto registrou 24.979.067 passageiros.



## SÃO PAULO – TURISMO

- Possuindo o maior PIB do Brasil, São Paulo é atualmente a sexta maior cidade do planeta e única megalópole brasileira, com mais de 20 milhões de habitantes.
- Sendo o centro financeiro da América Latina, a cidade também abriga o maior complexo hoteleiro da América Latina, o mais completo centro hospitalar do país e concentra o maior polo cultural brasileiro em seu território.
- São Paulo também é mundialmente conhecida pela oferta de serviços e entretenimento oferecidos para todos os tipos de pessoa, de todas as partes do mundo e pela agitada vida noturna, considerada uma das melhores do país.
- Outro atrativo turístico do município é a gastronomia, baseada na diversidade de culturas que auxiliaram no desenvolvimento da cidade.
- Dessa forma entende-se porque a cidade recebe mais de 15 milhões de visitantes por ano, sendo os principais motivos, de acordo com o Ministério do Turismo:
  - ✓ Lazer (51,3%);
  - ✓ Negócios, Eventos e Convenções (20,2%);
  - ✓ Visita a parentes e amigos (25,2%);
  - ✓ Outros (3,3%).

## SÃO PAULO – TURISMO



Vista panorâmica noturna da cidade de São Paulo, com destaque para o Espigão da Paulista



Parque do Ibirapuera



Ponte Estaiada



Catedral da Sé

## SÃO PAULO – TURISMO



Parque da Independência / Museu do Ipiranga



Mercado Municipal



Museu de Arte de São Paulo - MASP

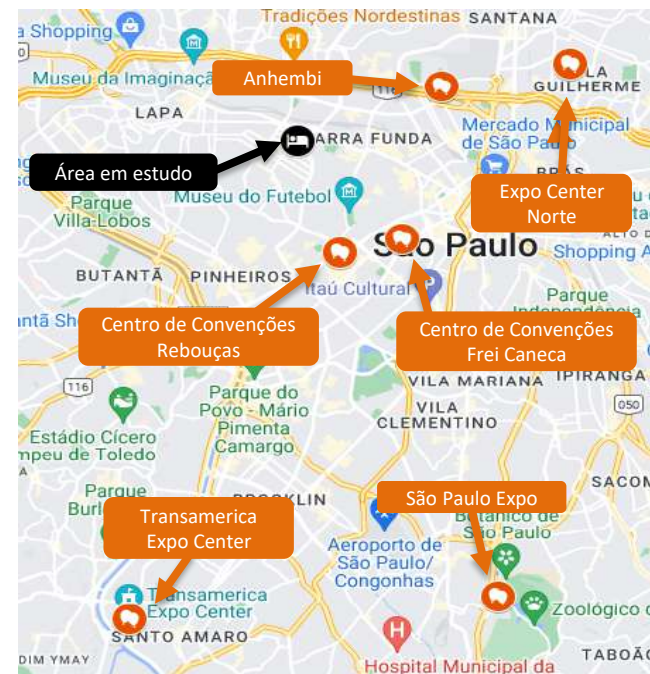


Vista panorâmica do centro de São Paulo, visto do Edifício Itália

## SÃO PAULO – EVENTOS

- Dentre os principais espaços de eventos da cidade, pode-se destacar o São Paulo Expo, o Expo Center Norte, o Centro de Convenções Rebouças, o Anhembi, Centro de Convenções Frei Caneca e o Transamérica Expo Center.
- Juntos, os eventos sediados nos 6 equipamentos absorveram 43% do total de eventos do Calendário de 2021 do São Paulo Convention & Visitors Bureau.

Calendário São Paulo Convention & Visitors Bureau 2019 e 2021		
Local	Nº de Eventos 2019	Nº de Eventos 2021
Anhembi	52	15
Expo Center Norte	51	36
Centro de Convenções Frei Caneca	50	16
Centro de Convenções Rebouças	32	74
São Paulo Expo	30	37
Transamérica Expo Center	26	13
<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>191</b>



## MICROREGIÃO DE PERDIZES

- A região de Perdizes é uma das regiões com melhor infraestrutura de lazer da cidade. O local dispõe de bares, restaurantes e shoppings, além do Allianz Parque.
- O bairro oferece fácil acesso às importantes vias da cidade como Avenida Paulista, Avenida Doutor Arnaldo, Rua da Consolação, Marginal Tietê, Avenida Pacaembu e ao centro. Além disso, é onde estão localizadas a Estação Palmeiras – Barra Funda do metrô (linha vermelha) e o Terminal Barra Funda.
- A instalação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e a Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo também transformaram a região em uma referência em educação.



Estação Palmeiras – Barra Funda



Shopping Bourbon



Allianz Parque



PUC-SP – Campus Perdizes

## OBSERVAÇÕES DE RISCO: COVID-19



- A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional – o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia.
- No Brasil, o primeiro caso oficial foi registrado em 26 de fevereiro de 2020. Fator que colocou o Brasil em meio a pandemia e suas implicações sociais, políticas e econômicas. Em outubro de 2022, 84,62% da população está completamente vacinada, 79,59% com a segunda dose e 48,72% com a dose de reforço, a atividade econômica segue impactada pela pandemia, porém com o avanço da vacinação espera-se um maior controle da doença no país.

Assim, destaca-se essa observação de risco futuro conforme pandemia se estabeleça e seja tratada no Brasil, prolongando ou não seus efeitos na sociedade economia, o que pode alterar a curva de tendências dos dados sócios econômicos apresentados nesse trabalho e que deram suporte aos estudos de demanda e financeiros. Os efeitos da crise do COVID-19 na economia estão assim estimados para o Brasil, conforme o Relatório de Projeções Econômicas de Longo Prazo do Itaú BBA.

	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
<b>Atividade econômica</b>					
Mundo – Crescimento real do PIB	2,8%	1,8%	3,0%	3,0%	3,0%
EUA – Crescimento real do PIB	1,7%	0,0%	0,6%	1,9%	1,9%
Zona do Euro – Crescimento real do PIB	2,8%	-1,0%	0,9%	1,2%	1,2%
China – Crescimento real do PIB	2,8%	4,5%	4,2%	4,2%	4,2%
Japão – Crescimento real do PIB	2,0%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
<b>Inflação</b>					
EUA – CPI	7,1%	2,9%	2,5%	2,5%	2,5%
Zona do Euro – CPI	9,0%	5,0%	2,0%	2,0%	2,0%
<b>Brasil</b>					
<b>Atividade econômica</b>					
PIB nominal – Bilhões de reais	9.736	10.486	11.122	11.683	12.269
PIB nominal – Bilhões de dólares	1.887	1.947	2.022	2.103	2.159
Crescimento real do PIB	2,5%	0,5%	2,0%	1,8%	1,8%
Taxa de desemprego - média do ano	9,4%	9,7%	10,0%	9,7%	9,4%
Taxa de desemprego - fim de período	9,1%	10,1%	9,9%	9,6%	9,3%
<b>Inflação</b>					
IPCA	5,5%	5,0%	3,5%	3,0%	3,0%
INPC	5,8%	4,8%	3,5%	3,0%	3,0%
IGP-M	8,1%	4,2%	3,5%	3,0%	3,0%
IPA-M (preços por atacado)	9,0%	3,9%	3,5%	3,0%	3,0%

## CONSIDERAÇÕES

- Sendo a principal cidade do Brasil, São Paulo se destaca por ter o maior PIB nacional e por ser considerada a sexta maior cidade do mundo.
- O maior Centro financeiro da América Latina, a cidade também abriga o maior complexo hoteleiro da América Latina, o mais completo centro hospitalar do país e concentra o maior polo cultural brasileiro em seu território, portanto, São Paulo oferece uma boa estrutura para quem deseja visitá-la. São Paulo também é mundialmente conhecida pela oferta de serviços e entretenimento oferecidos para todos os tipos de público e pela agitada vida noturna.
- Os indicadores de crescimento e qualidade de vida são altos, indicando que a cidade consegue proporcionar ao morador uma boa estrutura de empregos e lazer.
- A região de Perdizes é um importante eixo comercial e de serviços de São Paulo e possui localização estratégica, já que está entre importantes geradores de demanda da cidade.
- Além disso, há facilidade de acesso à região, e dela para outras importantes áreas da cidade de São Paulo, tanto com transporte privado quanto público.
- Em relação ao risco dos efeitos da pandemia COVID-19, no momento, a situação está sendo considerada superável no médio e longo prazo (ver pag.31), contudo, o caso merece acompanhamento e atualização frequente, o que poderá afetar resultados aqui projetados.



## ÍNDICE

1. ~~Tendências e perspectivas macroeconômicas~~
2. Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

## MACROLOCALIZAÇÃO

- O hotel em estudo está localizado no bairro Perdizes, na Zona Oeste do município de São Paulo. Além de ser uma região residencial, Perdizes é um importante polo comercial da capital.
- A região também oferece diversidade de serviços, comércio e entretenimento, além de muita área verde que contribui para a qualidade de vida.
- Geograficamente, se caracteriza pela facilidade de acesso, proximidade com outras importantes regiões da capital como: Pinheiros, Bom Retiro, Centro, Lapa e Bela Vista, por exemplo.
- O Allianz Parque, arena multiuso instalada em Perdizes, é a principal deste segmento na capital e recebe durante todo o ano diversos eventos e shows.



## MICROLOCALIZAÇÃO

- O hotel está localizado na R. Cayowaá, 44, esquina com a Rua Palestra Itália (antiga Turiassu). A Cayowaá é uma via asfaltada, de mão dupla, com bom fluxo de veículos durante todo o dia.
- No período noturno, é bem iluminada e movimentada, principalmente por conta dos edifícios comerciais do entorno.
- O terreno está em frente ao Allianz Parque, arena multiuso de grande porte da cidade de São Paulo. Ao lado, há um posto de gasolina.
- O entorno imediato conta com bares, restaurantes e comércio de bairro de variados tipos.
- O terreno está há 5 minutos a pé dos shoppings Bourbon e West Plaza e do metrô Palmeiras – Barra Funda.



## LOCALIZAÇÃO DO HOTEL



Vista da frente do empreendimento



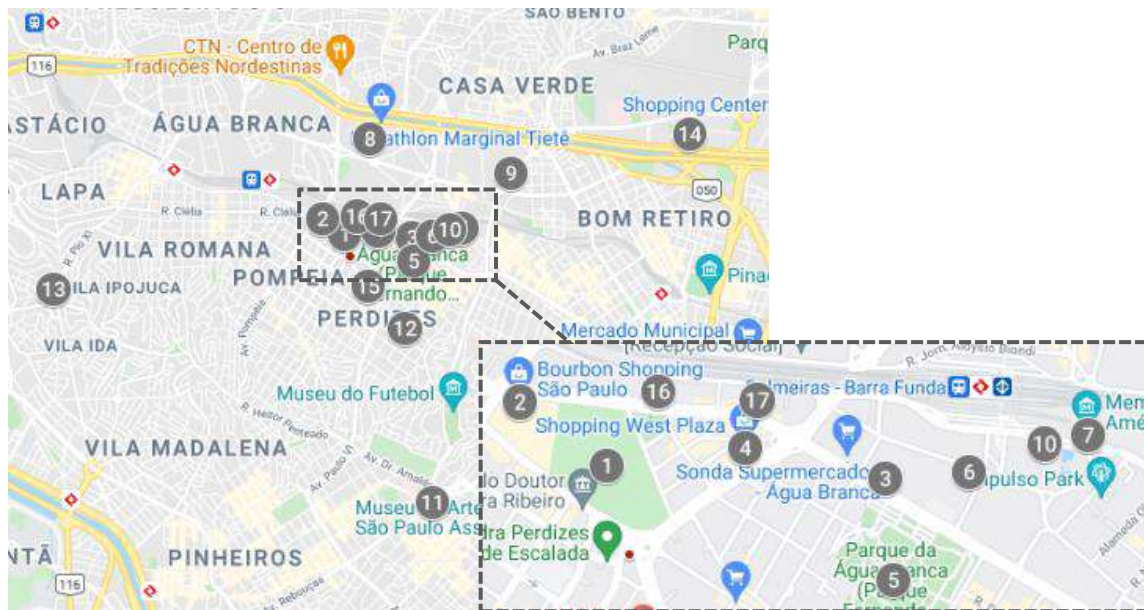
Vista superior do empreendimento

## PONTOS DE INTERESSE

- O quadro ao lado ilustra os principais pontos de interesse e as distâncias a partir do terreno em estudo.
- Obs.: Trajetos estimados de automóvel via Google Maps. Consulta às 14h07 do dia 13/10/2022.

Item	Pontos de Interesse	Distância	Tempo
1	Arena e Centro de Convenções Allianz Parque	450 m	3 min
2	Shopping Bourbon - Teatro Bradesco	1,7 km	9 min
3	Casas de shows Villa Country	1,7 km	8 min
4	Shopping West Plaza	1,1 km	7 min
5	Parque da Água Branca	1,8 km	9 min
6	Espaço das Américas	2,1 km	9 min
7	Memorial da América Latina	2,3 km	9 min
8	Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região	5,6 km	18 min
9	Fórum Criminal da Barra Funda	2,9 km	11 min
10	Terminal Rodoviário da Barra Funda	2,1 km	9 min
11	Centro de Convenções Rebouças	4,9 km	17 min
12	PUC - SP Campus Monte Alegre	2,1 km	10 min
13	Centro de Convenções APAS	5,2 km	16 min
14	Centro de Exposições Anhembi	6,5 km	17 min
15	Hospital Albert Einstein - Perdizes	1,3 km	7 min
16	Centro Empresarial - CEAB	2,2 km	8 min
17	Centro Empresarial - CGD	2,3 km	9 min

PONTOS DE INTERESSE



Item	Pontos de Interesse
1	Arena e Centro de Convenções Allianz Parque
2	Shopping Bourbon - Teatro Bradesco
3	Casas de shows Villa Country
4	Shopping West Plaza
5	Parque da Água Branca
6	Espaço das Américas
7	Memorial da América Latina
8	Tribunal Regional do Trabalho
9	Fórum Criminal da Barra Funda
10	Terminal Rodoviário da Barra Funda
11	Centro de Convenções Rebouças
12	PUC - SP Campus Monte Alegre
13	Centro de Convenções APAS
14	Centro de Exposições Anhembi
15	Hospital Albert Einstein - Perdizes
16	Centro Empresarial - CEAB
17	Centro Empresarial - CGD

## CONSIDERAÇÕES

- O hotel em estudo está localizado em uma região estratégica da cidade de São Paulo, também, uma das principais regiões do município. O hotel está a poucos metros da Avenida Sumaré, uma via importantíssima da Zona Oeste.
- Em termos de macrolocalização, o terreno permite com que de 15 a 20 minutos possa-se deslocar para diversas regiões, além de diversos equipamentos de eventos.
- Está situado entre diversos geradores de demanda como o Allianz Parque, Espaço das Américas e dois grandes centros empresariais.
- O local possui fácil acesso à importantes bairros da cidade, como: Pinheiros, Bom Retiro, Centro, Lapa e Bela Vista, por exemplo.
- A região oferece opções de acesso por uma grande avenida como a Sumaré, além de transporte público por meio da linha 3 Vermelha do metrô (Estação Palmeiras – Barra Funda) e linhas de ônibus que circulam na região.
- O hotel está localizado em uma via de intensa movimentação, principalmente em datas de partidas de futebol, shows e eventos.
- O entorno imediato possui opções de comércio e entretenimento.
- **Desta forma damos como adequada a localização do empreendimento hoteleiro.**

## ÍNDICE

1. Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos



## HOTELARIA EM SÃO PAULO

- O Observatório do Turismo divulga a taxa de ocupação mensal dos hotéis de São Paulo.
- Em 2019, período pré-pandemia, a hotelaria de São Paulo atingiu ocupação geral de 68,56%. Diante da pandemia que enfrentamos, os anos de 2020 e 2021 tiveram uma queda na taxa de ocupação bem perceptível em relação aos anos anteriores. Já no acumulado de Janeiro até Agosto de 2022, a taxa de ocupação geral está em 64,71%.

		2018	2019	2020	2021	2022
Taxa de Ocupação	JAN	54,76%	55,33%	57,70%	31,41%	48,67%
	FEV	59,94%	67,64%	60,56%	32,22%	55,04%
	MAR	72,81%	65,38%	39,72%	20,83%	67,06%
	ABR	70,68%	70,89%	5,77%	19,19%	65,86%
	MAI	68,64%	72,81%	9,09%	31,98%	70,28%
	JUN	66,67%	67,52%	11,77%	39,39%	69,08%
	JUL	68,14%	69,10%	15,49%	44,04%	68,29%
	AGO	77,10%	74,42%	19,32%	47,83%	73,41%
	SET	72,97%	70,68%	23,78%	50,39%	-
	OUT	70,59%	73,33%	30,43%	58,89%	-
	NOV	74,78%	74,91%	34,59%	68,01%	-
	DEZ	60,68%	60,66%	31,64%	58,91%	-
	MÉDIA	68,15%	68,56%	28,32%	41,92%	64,71%

## OFERTA COMPETITIVA

- Para identificação da cesta competitiva, foram selecionados todos os hotéis da região de Perdizes, Santana, Barra Funda e Higienópolis.
- Foram identificados 9 hotéis, que ofertam ao mercado 1.794 unidades habitacionais (uhs). Nesse novo levantamento foi adicionado o Rio Hotel by Bourbon Barra Funda que foi lançado em 2021, e o Hotel Higienópolis Hotels & Suites foi desconsiderado, pois encontra-se fechado permanentemente .
- Os hotéis diferenciam-se entre si e com o hotel em estudo, seja por preço, localização, produto, serviços ou demanda, por exemplo. Sendo assim, cada hotel da cesta competitiva foi analisado de forma individual e comparado ao produto em estudo para avaliar o nível de competitividade entre eles.
- Foram criados índices de competitividade, onde:
  - Primária:** compete 100% com o hotel em estudo e todas as UHs são consideradas no grupo competitivo;
  - Secundária:** compete 50% com o hotel em estudo e metade do número total de UHs são consideradas no grupo competitivo;
  - Terciária:** compete 25% com o hotel em estudo e um quarto do número total de UHs são consideradas no grupo competitivo;
  - Não competitivo:** onde o produto é retirado do grupo por não oferecer UHs que possam vir a concorrer com o hotel em estudo.
- Pela localização e demanda atendida, todos os hotéis foram considerados competidores primários.
- Dessa forma, considerando os resultados de 2021, o grupo competitivo ficou composto por 9 hotéis que disponibilizam 1.794 uhs ao mercado, todas competitivas com o hotel em estudo. **Este grupo possui Diária Média de R\$ 266,14 sem café da manhã e Taxa de Ocupação de 68,56%.**

## OFERTA COMPETITIVA

Tabela de Oferta - Grupo Competitivo e Demanda						
Item	Inauguração	Hotel	UH	Categoria	IC	UH Comp.
1	1998	Plaza Inn American Loft	180	3.Midscale	100%	180
2	2013	Hotel Panamby São Paulo	196	3.Midscale	100%	196
3	2001	São Paulo Higienópolis Affiliated by Meliá	252	3.Midscale	100%	252
4	1998	Transamérica Executive Perdizes	144	3.Midscale	100%	144
5	1999	Ibis São Paulo Barra Funda	286	4.Econômico	100%	286
6	2016	Ibis Styles Barra Funda	308	4.Econômico	100%	308
7	2014	Ibis Styles SP Anhembi	187	4.Econômico	100%	187
8	2015	BÊ Hotel	40	3.Midscale	100%	40
9	2021	Rio Hotel by Bourbon Barra Funda	201	3.Midscale	100%	201
Total			1.794			1.794

## OFERTA COMPETITIVA

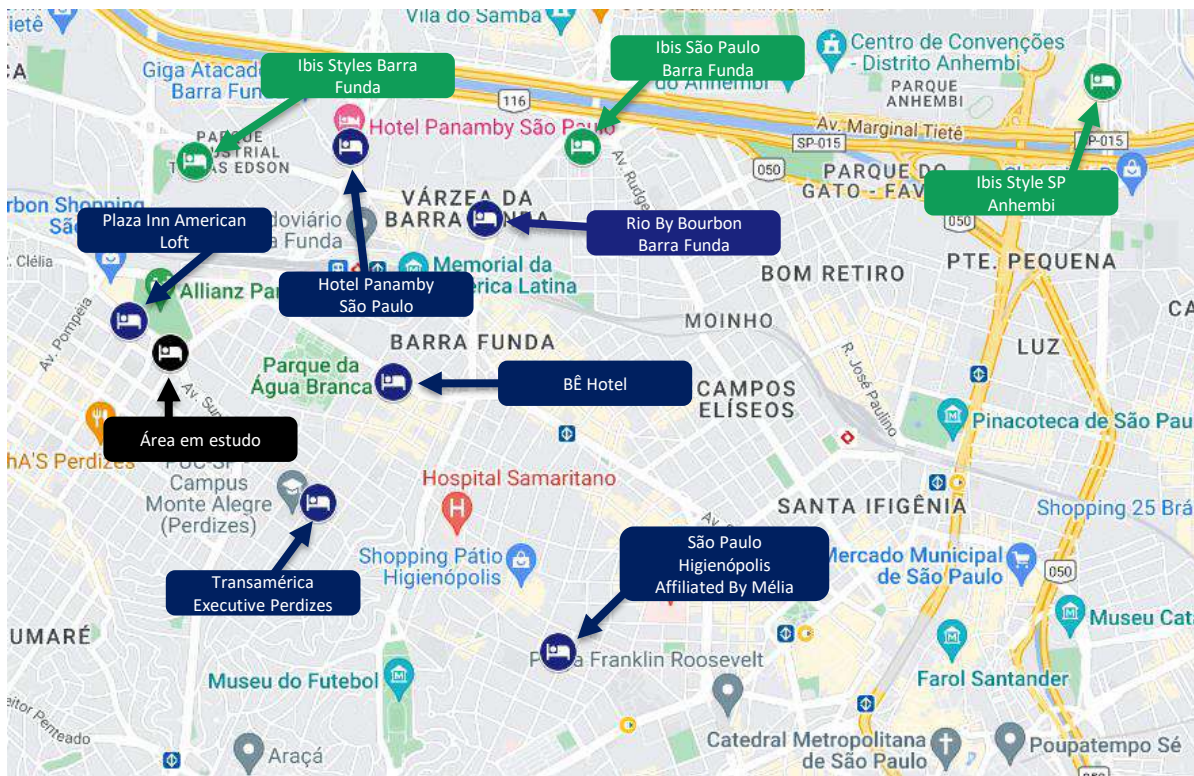
- O quadro ilustra a prática de diárias cobradas pelos hotéis da cesta competitiva, e o valor da diária média ponderada sem café da manhã, calculada com base nos valores efetivos para diárias em quarto single para 1 pessoa.

Tabela de Oferta - Grupo Competitivo										DM (sem café)	
Item	Inauguração	Hotel	UH Comp.	Quadro de Diárias - Single UH Base							
				Webpage	Hotel	Trivago	Booking	Corporativa	Média		
1	1998	Plaza Inn American Loft	180	R\$ 302,24	R\$ 256,00	R\$ 234,43	R\$ 355,57	R\$ 223,29	R\$ 263,31	R\$ 236,01	
2	2013	Hotel Panamby São Paulo	196	R\$ 354,55	R\$ 366,00	R\$ 292,71	R\$ 427,57	R\$ 288,22	R\$ 332,10	R\$ 304,80	
3	2001	São Paulo Higienópolis Affiliated by Meliá	252	R\$ 653,55	R\$ 522,57	R\$ 427,71	R\$ 653,71	R\$ 470,45	R\$ 521,18	R\$ 521,18	
4	1998	Transamérica Executive Perdizes	144	R\$ 298,00	R\$ 298,00	R\$ 285,14	R\$ 436,00	R\$ 238,40	R\$ 293,96	R\$ 266,66	
5	1999	Ibis São Paulo Barra Funda	286	R\$ 262,67	R\$ 262,67	R\$ 246,14	R\$ 262,57	R\$ 210,14	R\$ 241,84	R\$ 241,84	
6	2016	Ibis Styles Barra Funda	308	R\$ 288,39	R\$ 288,39	R\$ 269,14	R\$ 288,29	R\$ 230,71	R\$ 265,30	R\$ 265,30	
7	2014	Ibis Styles SP Anhembi	187	R\$ 248,53	R\$ 248,53	R\$ 233,00	R\$ 248,43	R\$ 198,82	R\$ 228,84	R\$ 228,84	
8	2015	BÊ Hotel	40	R\$ 339,48	R\$ 356,00	R\$ 283,29	R\$ 400,00	R\$ 278,19	R\$ 322,93	R\$ 295,63	
9	2021	Rio Hotel by Bourbon Barra Funda	201	R\$ 430,00	R\$ 387,00	R\$ 350,71	R\$ 452,00	R\$ 326,80	R\$ 379,36	R\$ 355,96	
Total			1.794							R\$ 274,66	R\$ 266,14

### 3. ANÁLISE DO MERCADO HOTELEIRO POR SEGMENTO PRESENTE E PERSPECTIVAS DE SUA EVOLUÇÃO, EM TERMOS DE DEMANDA E OFERTA FUTURA

#### OFERTA COMPETITIVA

Legenda Categoria	
	Midscale
	Econômicos



## DEMANDA

- A demanda de São Paulo pode ser dividida em 2: negócio e eventos e cultura e lazer.
- De acordo com o Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, o perfil geral do visitante indica que o turista da cidade é, em sua maioria, do sexo masculino, com faixa etária de 30 à 39 anos, com ensino superior completo e assalariado.
- De acordo com a pesquisa, cerca de 40% do público de cultura e lazer tem como principal atividade na cidade, visitas à Avenida Paulista.
- O quadro abaixo, identifica a diferença entre o público geral e o segmentado nos aspectos permanência, gasto médio, com quem viaja e onde se hospeda.

Público	Geral	Corporativo e Eventos	Cultura e Lazer
Permanência (dias)	2,5	2	20,5
Gasto médio	R\$ 265,00	R\$ 935,00	R\$ 645,00
Com quem viaja?	Sozinho	Sozinho	Família
Onde se hospeda?	Hotel	Hotel	Casa de parentes e amigos

## OFERTA FUTURA

- Foi identificada a intenção de novos investimentos na região analisada e entorno:

### Entradas:

- ✓ Rio Hotel by Bourbon Barra Funda – 201 uhs (2021)
- ✓ TRIBE Pinheiros – 335 uhs (2024)
- ✓ Entrada de Segurança – 150 uhs (2025)

### Saídas:

- ✓ Reposicionamento de 10% das Uhs competitivas: 179 uhs.

Projeção de Oferta				
	Inicial	Entrada	Saída	Final
2019	1.593			1.593
2020	1.593			1.593
2021	1.593	201		1.794
2022	1.794			1.794
2023	1.794			1.794
2024	1.794	335		2.129
2025	2.129	150	179	2.100
2026	2.100			2.100
2027	2.100			2.100
2028	2.100			2.100
2029	2.100			2.100

Os hotéis considerados na coluna de saídas referem-se ao reposicionamento dos mesmos em novos grupos competitivos, conforme a entrada de novos hotéis na cesta em análise.

**Obs.: números arredondados.**

## CONSIDERAÇÕES

- A região analisada conta com um parque hoteleiro maduro apesar de estar em região secundária em relação aos grandes mercados.
- A entrada de novos hotéis na região nos últimos anos não alterou de forma significativa as taxas de ocupação na região, o que permite concluir que havia demanda mal atendida naquela área. Existe grande competitividade em termos de demanda e diárias.
- Os hotéis contam com boa infraestrutura de apoio ao hóspede, facilidade de deslocamento e uma grande diversidade de cultura, entretenimento e lazer no entorno, o que provoca picos constantes de demanda na região ao longo de todo o ano.
- Ressalta-se também que o mercado corporativo se faz presente com a presença de dois grandes complexos empresariais nas imediações, fato que induz novo eixo de desenvolvimento no médio e longo prazo.
- Dadas essas informações, considera-se o local adequado para a implantação de um novo empreendimento hoteleiro.



## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

## O HOTEL X MERCADO: POSICIONAMENTO

- O hotel está direcionado para o segmento midscale.
- A localização próximo à importantes centro de eventos corporativos e cultural impõe como primeiro público hóspedes de eventos e lazer. Contudo, a região está próxima de corredores empresariais e com acesso a rede de metro Vermelha e Laranja, no futuro, o que o coloca como uma boa opção para turistas de negócios de outras regiões que procuram uma localização de entretenimento nos arredores do local de estadia.
- Os serviços do hotel, como hotel midscale devem ser intermediários, com café da manhã e um ponto de conveniência. Nos arredores do hotel há ampla oferta de comércio e serviços, destacando pontos de alimentação.
- É indicado que o hotel tenha uma área para eventos sala de aproximadamente 100 m<sup>2</sup> para a realização de reuniões.
- Aconselha-se que haja uma área de lazer, com pelo menos um espaço de fitness center, para que não fuja dos atrativos dos demais competidores.
- Em termos de serviços e diária média, deverá se posicionar como um hotel de categoria midscale, com DM inicial de R\$340,00 sem café da manhã.

## O HOTEL X MERCADO: PROJEÇÃO DE DEMANDA E OFERTA

- Para efeito de cálculo da taxa de projeção de demanda, foram utilizados os seguintes dados:
- ✓ Taxa de crescimento da demanda hoteleira da cidade de São Paulo, entre 2012 e 2019. Devido os efeitos do COVID-19 no mercado hoteleiro em 2020 e a retomada em 2021, congelou-se a demanda de 2019 para esses dois anos, considerando a retomada da demanda em 2022/2023, no perfil pré pandemia.
- ✓ Crescimento de empresas entre 2015 e 2020. Esse dado não pôde ser complementados até 2022 por não haver dados disponíveis além da data especificada, porém, o período cobre cinco anos e aponta tendência.
- ✓ Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) entre 2000 e 2010. Esse dado não pôde ser complementados até 2022 por não haver dados disponíveis além da data especificada, porém, o período cobre cinco anos e aponta tendência.

Crescimento da Demanda Hoteleira		TCM
2019	1.092	11,56%
2012	566	

*Demanda: Média diária de diárias vendidas*

Taxa de Projeção de Demanda		
Item	Taxa	Peso
Empresas	2,33%	5
IDH	0,94%	3
Demanda Hoteleira	11,6%	2
Taxa de Projeção	4,68%	10

Taxas de Projeção de Demanda		
Período	Corte	Taxa
2019 a 2021	Não Aplicável	
2022 a 2025	25%	2,82%
2026 a 2029	50%	1,88%

## O HOTEL X MERCADO: PROJEÇÃO DE DEMANDA E OFERTA

- Aplicando-se as taxas e projeção de demanda obtidas no número inicial de demanda gerada pelo número de diárias vendidas em 2019, conforme a apuração da pesquisa de campo, chega-se à seguinte projeção de demanda—diárias vendidas/dia.
- Obs.: Devido os efeitos do COVID-19 no mercado hoteleiro em 2020 e a retomada em 2021, congelou-se a demanda de 2019 para esses dois anos, considerando a retomada da demanda em 2022/2023, no perfil pré pandemia.

Projeção Demanda	
Ano	Demanda
2019	1.230
2020	1.230
2021	1.230
2022	1.265
2023	1.300
2024	1.337
2025	1.375
2026	1.400
2027	1.427
2028	1.454
2029	1.481

*Demanda: Média diária de diárias vendidas*

## O HOTEL X MERCADO: PROJEÇÃO DE DEMANDA E OFERTA

- Foi identificada a intenção de novos investimentos na região analisada e entorno:

**Entradas:**

- ✓ Rio Hotel by Bourbon Barra Funda – 201 uhs (2021)
- ✓ TRIBE Pinheiros – 335 uhs (2024)
- ✓ Entrada de Segurança – 150 uhs (2025)

**Saídas:**

- ✓ Reposicionamento de 10% das Uhs competitivas: 179 uhs.

Projeção de Oferta				
	Inicial	Entrada	Saída	Final
2019	1.593			1.593
2020	1.593			1.593
2021	1.593	201		1.794
2022	1.794			1.794
2023	1.794			1.794
2024	1.794	335		2.129
2025	2.129	150	179	2.100
2026	2.100			2.100
2027	2.100			2.100
2028	2.100			2.100
2029	2.100			2.100

Os hotéis considerados na coluna de saídas referem-se ao reposicionamento dos mesmos em novos grupos competitivos, conforme a entrada de novos hotéis na cesta em análise.

**Obs.: números arredondados.**

## O HOTEL X MERCADO: DESEMPENHO

Oferta		Hotel X Mercado		Demanda			Desempenho			
	Mercado	Hotel	Total	D. Ideal	Penetração	Pick UP	Mercado	Hotel	% TO	DM
2024	2.129	349	2.478	14,08%	90,00%	15	1.337	184	52,86%	R\$ 340,00
2025	2.100		2.449	14,25%	93,00%	18	1.375	200	57,36%	R\$ 357,00
2026	2.100		2.449	14,25%	95,00%	20	1.400	210	60,06%	R\$ 365,93
2027	2.100		2.449	14,25%	98,00%	20	1.427	219	62,82%	R\$ 376,90
2028	2.100		2.449	14,25%	100,00%	20	1.454	227	65,08%	R\$ 391,98

Desempenho: Adequado ao posicionamento

Diária Média: Posicionamento Hotel Midscale

Posicionamento como hotel midscale com serviços, de rede, com proposta moderna e boas instalações, alinhado as médias de valores praticado no mercado estudado.

Início de operações previsto para 2º semestre de 2024. Para efeito de projeção de resultados anuais fez-se estimativas a partir de janeiro de 2024.



## O HOTEL X MERCADO: DESEMPENHO - LEGENDA

- Mercado: Disponibilidade de Uhs para venda no ano;
- Hotel : acréscimo de oferta do hotel em estudo no grupo competitivo;
- Total: Hotel em Estudo + Grupo Competitivo;
- D. Ideal: Percentual que divide proporcionalmente a demanda entre os hotéis do grupo competitivo. O valor indicado é a proporção da demanda que cabe ao hotel em estudo;
- Penetração: Desempenho do hotel positivo ou negativo em relação a sua D. Ideal – Considerou-se penetração neutra para o hotel em estudo, por se tratar de uma região que apesar do mercado hoteleiro consolidado, possui atratividade aos visitantes;
- Pick up: Demanda captada fora do grupo competitivo estimado. Prática usual de equivalência entre 0% e 10% da oferta do hotel, pois o corte da cesta não abarca o mercado inteiro. No estudo foi utilizado 10% de pick up, considerando que o hotel estará localizado em uma área mais próxima à alguns dos potenciais geradores de demanda da região ligados a shows (Arena Allianz Park);
- Demanda do Hotel: Aplicação da D. Ideal e da taxa de penetração na demanda estimada para o grupo competitivo;
- % TO: Estimativa de taxa de ocupação para o hotel em estudo;
- DM: Diária Média. Projeção de valores a serem cobrados pelo hotel; não inclui café da manhã, valores correntes de Novembro de 2022;
- Projeção de diária média: Diária média ano 1 (2024) foi baseada na análise da cesta competitiva – pág.44 e o posicionamento do hotel no mercado, os demais anos refletem processo de posicionamento do hotel no mercado – marca, localização e público alvo.
- Obs.: O desempenho do empreendimento foi estimado em 5 anos, a partir do 6º estima-se estabilidade operacional nos níveis do 5º ano de operação, adotando-se apenas um crescimento vegetativo no FC do empreendimento para os anos seguintes.

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos



ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE CONSTRUÇÃO, MONTAGEM, EQUIPAGEM, DECORAÇÃO, ENXOVAL, DESPESAS PRÉ OPERACIONAIS

Tipologia	N° de Uhs	M <sup>2</sup> privativo	Tipo de Pagamento	Valor UH	Por Unidade		Valor de Venda da Unidade	Valor de Venda por m <sup>2</sup>
					Decoração	Pré-Operacional e Capital de Giro + Afiliação		
1	349	16,10	À Vista	R\$ 385.000,00	R\$ 45.000,00	1.108,44	431.108,44	26.778
			Parcelado	R\$ 481.000,00	R\$ 45.000,00	1.108,44	527.108,44	32.741

Valores informados por STX-DI

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

## CUSTOS ADMINISTRATIVOS

### Quadro de taxas\*

- Taxa de Administração: 3,5% sobre a Receita Líquida nos anos 1 e 2, e 4% sobre a Receita Líquida a partir do 3º ano – inclusa no item Basic Fee.
- Taxa de Marketing: 1% sobre a Receita Líquida .
- Taxa de Incentivo: 10% sobre o Lucro Operacional Bruto – inclusa no item Incentive Fee.

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. — Estimativas 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 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 HOTELEIRA

- 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.
- O Estudo de Viabilidade não contempla as taxas cobradas durante o período pré-operacional.
- Os valores são correntes de novembro de 2022, 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 centros 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 HOTELEIRA

- Os gastos foram estimados conforme médias de mercado e pesquisa direta na cidade, principalmente o gasto médio de folha de pagamento (cargos e salários).
- As receitas e gastos foram majorados com aumentos reais ao longo das projeções de resultados (fluxo de caixa sem inflação em preços correntes), para simular dinâmica de ambiente empresarial normal.
- Honorários e Taxas Contratuais referentes à Marca e aos Administradores foram considerados e já estão refletidos no resultado apresentado.
- Termos específicos do demonstrativo de resultado foram detalhados no Glossário.
- Os resultados podem não ser atingidos, são frutos de premissas mercadológicas e de ambiente sócio e econômico verificada no momento da pesquisa, mudanças nessas premissas alteram o resultado.
- As projeções são anuais.
- Pede-se atenção ao risco COVID-2019, conforme sinalizado na página 32 desse estudo. Houve ponderação na análise de crescimento da demanda para 2020/2021, congelando a demanda e desprezando o crescimento histórico desse período.

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

- **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, remuneração do asset manager e da rede hoteleira 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.

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. — Estimativas 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 similares em operação no mercado
11.   Anexos



## RECEITAS

### Observações:

- O desempenho do empreendimento foi estimado em 5 anos, a partir do 6º estima-se estabilidade nos níveis do 5º ano de operação.
- Os valores de diárias consideram que o empreendimento irá se posicionar no mercado conforme sua categoria.
- Projeções baseadas no Item 4 deste estudo e premissas apresentadas na introdução desse item (5)

Estimativa de Vendas - Hospedagem					
	2024	2025	2026	2027	2028
Disponibilidade	127.385	127.385	127.385	127.385	127.385
Taxa de Ocupação	53%	57%	60%	63%	65%
Diárias Vendidas	67.329	73.066	76.503	80.029	82.908
Diária Média	340	357	366	377	392
Receita	22.891.983	26.084.578	27.994.190	30.163.300	32.498.298
Número de Hóspedes	94.261	102.292	107.104	112.041	116.072
RevPar	180	205	220	237	255

Receita de Alimentos e Bebidas (incluindo frigobar)					
	2024	2025	2026	2027	2028
Receita com Hóspedes	5.561.405	6.276.666	6.698.256	7.139.262	7.533.048
Receita A&B	6.192.125	7.041.939	7.589.673	8.047.499	8.458.104

Receita de Departamentos Menores					
	2024	2025	2026	2027	2028
Aluguel de Espaço	383.250	465.010	541.660	551.880	562.100
Lavanderia	228.920	260.846	279.942	301.633	324.983
Outros	57.230	65.211	69.985	75.408	81.246
Total de Receitas	669.400	791.067	891.587	928.921	968.329

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

Estimativa de Folha de Pagamento						
	Funcionários	2024	2025	2026	2027	2028
Hospedagem	45	1.250.400	1.262.904	1.281.660	1.300.416	1.312.920
Alimentos e Bebidas	30	867.240	973.236	987.690	1.002.144	1.011.780
Eventos e Deptos. Menores	3	77.760	87.264	88.560	89.856	90.720
Administração e Segurança	11	537.840	603.576	612.540	621.504	627.480
Marketing e Vendas	2	88.560	99.384	100.860	102.336	103.320
Manutenção	7	235.440	264.216	268.140	272.064	274.680
<b>Subtotal</b>	<b>98</b>	<b>3.057.240</b>	<b>3.290.580</b>	<b>3.339.450</b>	<b>3.388.320</b>	<b>3.420.900</b>
+ Encargos e Benefícios	95%	2.904.378	3.126.051	3.172.478	3.218.904	3.249.855
<b>Total de Folha de Pagamento</b>		<b>5.961.618</b>	<b>6.416.631</b>	<b>6.511.928</b>	<b>6.607.224</b>	<b>6.670.755</b>
<b>Salário Médio Ano 1</b>		<b>2.600</b>				

Projeções baseadas no item 4 deste estudo e premissas apresentadas na introdução desse item (5).

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



DRE: 1/3 - PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO HOTELEIRA

	2.024		2.025		2.026		2.027		2.028	
<b>Receita Bruta</b>	29.753.508		33.917.584		36.475.450		39.139.720		41.924.731	
<b>Receita Líquida</b>	27.096.236		30.888.647		33.217.863		35.645.493		38.184.057	
<b>Habitações</b>										
<b>Receita Bruta</b>	22.891.983	100%	26.084.578	100%	27.994.190	100%	30.163.300	100%	32.498.298	100%
<b>Receita Líquida</b>	20.911.826	91%	23.828.262	91%	25.572.692	91%	27.554.174	91%	29.687.196	91%
Gastos Gerais	3.154.599	14%	3.532.278	14%	3.784.077	14%	4.068.174	13%	4.359.161	13%
Folha de Pagamento	2.462.663	11%	2.487.289	10%	2.524.229	9%	2.561.169	8%	2.585.796	8%
<b>Lucro ou Prejuízo do Departamento</b>	15.294.565	67%	17.808.695	68%	19.264.386	69%	20.924.831	69%	22.742.239	70%
<b>Alimentos e Bebidas</b>										
<b>Receita Bruta</b>	6.192.125	100%	7.041.939	100%	7.589.673	100%	8.047.499	100%	8.458.104	100%
<b>Receita Líquida</b>	5.572.913	90%	6.337.745	90%	6.830.706	90%	7.242.749	90%	7.612.293	90%
Custos de A&B	1.758.564	28%	1.999.911	28%	2.155.467	28%	2.285.490	28%	2.402.101	28%
Gastos Gerais	408.391	7%	447.049	6%	473.561	6%	496.595	6%	517.688	6%
Folha de Pagamento	1.741.852	28%	1.973.723	28%	2.022.295	27%	2.051.890	25%	2.071.620	24%
<b>Lucro ou Prejuízo do Departamento</b>	1.664.107	27%	1.917.063	27%	2.179.383	29%	2.408.775	30%	2.620.884	31%
<b>Departamentos Menores</b>										
<b>Receita Bruta</b>	669.400	100%	791.067	100%	891.587	100%	928.921	100%	968.329	100%
<b>Receita Líquida</b>	611.497	91%	722.640	91%	814.465	91%	848.570	91%	884.568	91%
Gastos Gerais	62.950	9%	74.100	9%	83.310	9%	86.738	9%	90.347	9%
<b>Lucro ou Prejuízo do Departamento</b>	396.915	59%	478.375	60%	558.464	63%	586.612	63%	617.317	64%
<b>L/P dos Centros de Receita</b>	17.355.587	58%	20.204.133	60%	22.002.232	60%	23.920.218	61%	25.980.441	62%

Obs.: O desempenho do empreendimento foi estimado em 5 anos, a partir do 6º estima-se estabilidade nos níveis do 5º ano de operação.

Projeções baseadas no Item 4 deste estudo e premissas apresentadas na introdução desse item (6)

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



DRE: 2/3 - PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO HOTELEIRA

Administração e Geral	2.024		2.025		2.026		2.027		2.028	
Gastos Gerais	1.778.296	6%	1.936.993	6%	2.036.516	6%	2.135.951	5%	2.235.793	5%
Folha de Pagamento	1.048.788	4%	1.176.973	3%	1.194.453	3%	1.211.933	3%	1.223.586	3%
<b>Resultado</b>	<b>2.827.084</b>	<b>10%</b>	<b>3.113.966</b>	<b>9%</b>	<b>3.230.969</b>	<b>9%</b>	<b>3.347.884</b>	<b>9%</b>	<b>3.459.379</b>	<b>8%</b>
<b>Marketing e Sales</b>										
General Expenses	297.535	1,00%	339.176	1,00%	364.755	1,00%	391.397	1,00%	419.247	1,00%
<b>Fee de Marketing</b>	<b>270.962</b>	<b>0,91%</b>	<b>308.886</b>	<b>0,91%</b>	<b>332.179</b>	<b>0,91%</b>	<b>356.455</b>	<b>0,91%</b>	<b>381.841</b>	<b>0,91%</b>
Gastos Gerais	568.497	2%	648.062	2%	696.933	2%	747.852	2%	801.088	2%
Folha de Pagamento	172.692	1%	193.799	1%	196.677	1%	199.555	1%	201.474	0%
<b>Resultado</b>	<b>741.189</b>	<b>2%</b>	<b>841.861</b>	<b>2%</b>	<b>893.610</b>	<b>2%</b>	<b>947.407</b>	<b>2%</b>	<b>1.002.562</b>	<b>2%</b>
<b>Manutenção e Conservação</b>										
Gastos Gerais	669.454	2%	727.456	2%	763.892	2%	800.171	2%	836.471	2%
Folha de Pagamento	459.108	2%	515.221	2%	522.873	1%	530.525	1%	535.626	1%
<b>Resultado</b>	<b>1.128.562</b>	<b>4%</b>	<b>1.242.677</b>	<b>4%</b>	<b>1.286.765</b>	<b>4%</b>	<b>1.330.695</b>	<b>3%</b>	<b>1.372.097</b>	<b>3%</b>
<b>Gastos com Água e Energia</b>										
Total de Utilidades UHs	595.070	2%	678.352	2%	729.509	2%	782.794	2%	838.495	2%
Total de Utilidades Áreas Comuns	520.686	2%	531.100	2%	549.689	2%	574.425	1%	603.146	1%
<b>Resultado</b>	<b>1.115.757</b>	<b>4%</b>	<b>1.209.452</b>	<b>4%</b>	<b>1.279.198</b>	<b>4%</b>	<b>1.357.219</b>	<b>3%</b>	<b>1.441.640</b>	<b>3%</b>
<b>Royalties &amp; Management</b>										
<b>Management</b>	<b>948.368</b>	<b>3%</b>	<b>1.081.103</b>	<b>3%</b>	<b>1.328.715</b>	<b>4%</b>	<b>1.425.820</b>	<b>4%</b>	<b>1.527.362</b>	<b>4%</b>
<b>Management</b>	<b>948.368</b>	<b>3%</b>	<b>1.081.103</b>	<b>3%</b>	<b>1.328.715</b>	<b>4%</b>	<b>1.425.820</b>	<b>0</b>	<b>1.527.362</b>	<b>4%</b>
<b>Lucro Operacional Bruto - GOP</b>	<b>10.594.627</b>	<b>36%</b>	<b>12.715.075</b>	<b>37%</b>	<b>13.982.976</b>	<b>38%</b>	<b>15.511.192</b>	<b>40%</b>	<b>17.177.400</b>	<b>41%</b>

Obs.: O desempenho do empreendimento foi estimado em 5 anos, a partir do 6º estima-se estabilidade nos níveis do 5º ano de operação.

Projeções baseadas no Item 4 deste estudo e premissas apresentadas na introdução desse item (6)

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



DRE: 3/3 - PROJEÇÃO DAS RECEITAS, DESPESAS E RESULTADOS PARA UM PERÍODO DE PELO MENOS 5 ANOS DE OPERAÇÃO HOTELEIRA

Gastos de Capital	2024		2025		2026		2027		2028	
Seguros	29.754	0,1%	30.349	0,1%	30.795	0%	31.092	0%	31.241	0%
Taxas da Propriedade	453.700	2%	453.700	1%	453.700	1%	453.700	1%	453.700	1%
Incentive Fee	1.059.463	4%	1.271.507	4%	1.398.298	4%	1.551.119	4%	1.717.740	4%
Fundo de Reposição	297.535	1%	678.352	2%	1.094.264	3%	1.174.192	3%	1.676.989	4%
<b>Resultado</b>	<b>1.840.451</b>	<b>6%</b>	<b>2.433.908</b>	<b>7%</b>	<b>2.977.056</b>	<b>8%</b>	<b>3.210.103</b>	<b>8%</b>	<b>3.879.670</b>	<b>9%</b>
<b>L/P Antes do IR e Depreciação</b>	<b>8.754.175</b>	<b>29%</b>	<b>10.281.167</b>	<b>30%</b>	<b>11.005.920</b>	<b>30%</b>	<b>12.301.089</b>	<b>31%</b>	<b>13.297.730</b>	<b>32%</b>

Obs.: O desempenho do empreendimento foi estimado em 5 anos, a partir do 6º estima-se estabilidade nos níveis do 5º ano de operação.

Projeções baseadas no Item 4 deste estudo e premissas apresentadas na introdução desse item (6)

O hotel abrirá no 2º semestre de 2024, para efeito de projeção o cálculo foi realizado a partir de janeiro de 2024

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. — Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

## CENÁRIOS DE RENTABILIDADE

Considerando os grupos de unidades habitacionais, o preço total de venda (unidade + FF&E e taxas hoteleiras) e o fluxo de caixa para o investidor (antes do IR mas retido Fundo de Reinvestimento). As unidades, embora com dimensões diferentes entre si, serão comercializadas com o mesmo preço e dividirão o resultado na mesma proporção.

Observações do Quadro Retorno ao Comprador da Unidade: 1) Fluxo de caixa do hotel antes do IR e sem inflação – preços correntes de novembro de 2022 – Rentab.: rentabilidade simples; 3) Média 10 anos: rentabilidade simples média do Ano 1 ao 10; 4) Média Ano 3 a 10: rentabilidade simples média do ano 3 ao 10; 5) FC com aplicação de CapRate: Capitalização do FC de 2033 conforme pesquisa em empreendimentos similares e definição de patamar mínimo da taxa de atratividade para a análise específica do negócio em estudo, conforme se apresenta no item 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. 6) TIR calculada com o FC de 2033 + FC com CapRate. A estimativa de resultados operacionais foi realizada entre os anos de 2024 e 2028. A partir de 2029 foi considerado crescimento vegetativo de 0,5% 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 a vista; o Cenário 2 dividido em dois anos. **IMPORTANTE: A TIR estimada pode variar significativamente conforme a condição de pagamento negociada, para aquisição da unidade hoteleira, o investidor deve considerar como dado referencial de análise os Cenários de TIR apresentados nesse estudo – os cenários não incluem saldo a financiar após a entrega da unidade, o que pode acarretar cobrança de juros no saldo devedor financiado.** As taxas que são apresentadas são apenas referências. Os fluxos de caixa apresentados não são promessa de resultados.

## ANÁLISE DE INVESTIMENTO – O CÁLCULO DA TIR PARA PAGAMENTO EM 2022 (PAGAMENTO À VISTA)

### Observações:

- Na análise do imobiliário, CapRate de 7,57%
- VPL descontado com taxa de 7,57%
- FC antes do IR; sem inflação. Valores estimados, não é promessa de resultado;
- FC de 2024 – pro-rata do FC estimado para o ano de 05 meses (agosto a dezembro).
- A TIR estimada pode variar significativamente conforme a condição de pagamento negociada, para aquisição da unidade hoteleira, o investidor deve considerar como dado referencial de análise os Cenários de TIR apresentados nesse estudo – os cenários não incluem saldo a financiar após a entrega da unidade, o que pode acarretar cobrança de juros no saldo devedor financiado.

Tipo de apto ( m²)	17,30	
Investimento	-24.920	
	-431.108	
<b>2022 (construção)</b>	-431.108	
<b>2023 (construção)</b>	0	
<b>2.024</b>	10.451	2%
<b>2.025</b>	29.459	7%
<b>2.026</b>	31.536	7%
<b>2.027</b>	35.247	8%
<b>2.028</b>	38.102	9%
<b>2.029</b>	38.293	9%
<b>2.030</b>	38.484	9%
<b>2.031</b>	38.677	9%
<b>2.032</b>	38.870	9%
<b>2.033</b>	39.065	9%
<b>Capitalização FC c/ Caprate</b>	<b>671.901</b>	
<b>Rentabilidade Média 2024 -2033</b>	7,8%	
<b>Rentabilidade Média 2027 -2033</b>	8,8%	
<b>TIR com Caprate</b>	-5,3%	
<b>VPL - Taxa a 7,57%</b>	76.161	



## ANÁLISE DE INVESTIMENTO – O CÁLCULO DA TIR PARA PAGAMENTO EM 2022 (PAGAMENTO PARCELADO)

### Observações:

- Na análise do imobiliário, CapRate de 7,57%
- VPL descontado com taxa de 7,57%
- FC antes do IR; sem inflação. Valores estimados, não é promessa de resultado;
- FC de 2024 – pro-rata do FC estimado para o ano de 05 meses (agosto a dezembro).
- A TIR estimada pode variar significativamente conforme a condição de pagamento negociada, para aquisição da unidade hoteleira, o investidor deve considerar como dado referencial de análise os Cenários de TIR apresentados nesse estudo – os cenários não incluem saldo a financiar após a entrega da unidade, o que pode acarretar cobrança de juros no saldo devedor financiado.

Tipo de apto (m²)	17,30	
Investimento	-24.920	
	-527.108	
<b>2022 (construção)</b>	-263.554	
<b>2023 (construção)</b>	-263.554	
<b>2.024</b>	10.451	2%
<b>2.025</b>	29.459	6%
<b>2.026</b>	31.536	6%
<b>2.027</b>	35.247	7%
<b>2.028</b>	38.102	7%
<b>2.029</b>	38.293	7%
<b>2.030</b>	38.484	7%
<b>2.031</b>	38.677	7%
<b>2.032</b>	38.870	7%
<b>2.033</b>	39.065	7%
<b>Capitalização FC c/ Caprate</b>	<b>671.901</b>	
<b>Rentabilidade Média 2024 -2033</b>	6,4%	
<b>Rentabilidade Média 2027 -2033</b>	7,2%	
<b>TIR com Caprate</b>	7,5%	
<b>VPL - Taxa a 7,57%</b>	<b>-1.298</b>	

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. — Estimativas 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 similares em operação no mercado
11. Anexos

10. COMPARAÇÃO ENTRE A TAXA DE CAPITALIZAÇÃO PROJETADA PARA O EMPREENDIMENTO (RENDIMENTO ANUAL PREVISTO SOBRE O PREÇO DE LANÇAMENTO) E A DE EMPREENDIMENTOS SIMILARES EM OPERAÇÃO NO MERCADO



## ATRATIVIDADE, RENTABILIDADE E CAPRATE PARA O SETOR

### Cálculo de CapRate Mínimo:

**CapRate Mínimo** (Atratividade para o negócio em análise): **7,57%**

### Composição do CapRate Atratividade

Taxa Livre de Risco Longo Prazo: **6%**  
**Projeção Banco Itaú média 2022/2026 – Selic Sem Inflação - Ver Anexos**

+

Spread Utilizado: **1,5%**  
26,1% de Risco Operacional do Hotel não atingir FC Estimado pela diminuição do número de diárias vendidas em relação ao Ponto de Equilíbrio (Lucro Zero) na operação. – Ver Anexos

### Atratividade do Mercado / CapRate (Pesquisa em empreendimentos comparáveis)

Informações Públicas - Venda Secundária / Condo-Hotel				
Unidade	Valor Anunciado	Distribuição Divulgada	Rentabilidade Nominal Mês	Rentabilidade Nominal Ano
Holliday Inn Anhembi	365.000	1.919	0,53%	6,49%
Ibis Styles Barra Funda	220.000	920	0,42%	5,13%
		<b>Média</b>	<b>0,47%</b>	<b>5,81%</b>

\*Em pesquisa direta com imobiliárias da região referentes ao anos com distribuição de rendimentos.

### Definição de CapRate para Estudo Financeiro:

**7,57%**

(Maior Atratividade entre Mínima e Mercado)

## ÍNDICE

1. — Tendências e perspectivas macroeconômicas
2. — Análise da localização geográfica do empreendimento e de sua vizinhança
3. — Análise do mercado hoteleiro por segmento presente e perspectivas de sua evolução, em termos de demanda e oferta futura
4. — Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado
5. — Estimativas dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e capital de giro inicial
6. — Estimativas 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 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 percentagem 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.

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

**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/CapRate do FC 1 ao 10)).*

	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
<b>Itaú BBA</b>					
<b>Atividade econômica</b>					
PIB nominal – Bilhões de reais	9.736	10.486	11.122	11.683	12.269
PIB nominal – Bilhões de dólares	1.887	1.947	2.022	2.103	2.159
Crescimento real do PIB	2,5%	0,5%	2,0%	1,8%	1,8%
Taxa de desemprego - média do ano	9,4%	9,7%	10,0%	9,7%	9,4%
Taxa de desemprego - fim de período	9,1%	10,1%	9,9%	9,6%	9,3%
<b>Inflação</b>					
IPCA	5,5%	5,0%	3,5%	3,0%	3,0%
INPC	5,8%	4,8%	3,5%	3,0%	3,0%
IGP-M	8,1%	4,2%	3,5%	3,0%	3,0%
IPA-M (preços por atacado)	9,0%	3,9%	3,5%	3,0%	3,0%
<b>Taxa de juros</b>					
Selic – final do ano	13,75%	11,00%	9,75%	8,50%	8,25%
Selic – média do ano	12,63%	13,04%	10,15%	8,90%	8,27%
Taxa real de juros (Selic/IPCA) – fim de período	7,82%	5,69%	6,04%	5,34%	5,10%
CDI - final do ano (anualizado)	13,63%	11,07%	9,64%	8,39%	8,14%
CDI - acumulado no ano	12,42%	13,04%	10,06%	8,80%	8,16%
TJLP (Taxa nominal) – fim de período	7,20%	7,10%	6,26%	5,92%	5,80%
TLP (Taxa real) – fim de período	5,51%	5,40%	5,23%	5,03%	4,99%

Quadro de Ponto de Equilíbrio e Risco Operacional		
Dados de Análise	Valores	Composição
Receita Total	41.924.731	100%
Gastos Variáveis	14.041.649	33%
Gastos Fixos	11.190.623	27%
Lucro Operacional Bruto Ajustado	16.692.459	40%
Receita por Uh Vendida	506	
Receita no Ponto de Equilíbrio	16.826.112	
Vendas no Ponto de Equilíbrio	33.274	
Taxa de Ocupação no Ponto de Equilíbrio	26%	
<b>Risco Operacional Vendas</b>	<b>40%</b>	

**Risco Operacional:** Proporção da Taxa de Ocupação no Ponto de Equilíbrio em relação à Taxa de Ocupação do Ano 2028, o resultado é a taxa de risco envolvida na não obtenção de Lucro ( Ponto de Equilíbrio = Lucro 0) em relação ao volume de vendas estimado para 2028.



CAIO CALFAT

REAL ESTATE CONSULTING

PLANNING & DEVELOPMENT

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](http://caiocalfat.com.br) | [info@caiocalfat.com](mailto:info@caiocalfat.com)