

# Estudo de Viabilidade

Ibis - Santa Maria

**Santa Marial RS**  
**Setembro de 2024**

**Estudo de Viabilidade**  
**Econômico-Financeira**

# TERMO DE ENTREGA

Este objeto trata-se da entrega de estudo de viabilidade mercadológica e econômico-financeira desenvolvido no mês de Agosto de 2024, para o empreendimento a ser desenvolvido na cidade de Santa Maria - RS;

O estudo segue a metodologia da publicação Hotels & Motels Valuation and Market Studies do Appraisal Institute, realizada de maneira totalmente independente, não recebendo nenhuma influência interna e/ou externa para a conclusão e coleta dos dados.

A ENINOVA, localizada na Rua Tenente João Cícero, nº47, 7º andar, Boa Viagem, Recife - PE, inscrita sob o CNPJ sob o nº 17.423.926/0001-92 realizou este trabalho com o objetivo de estudar o mercado e a viabilidade econômico - financeira da região para implantação de um hotel na região de Santa Maria - RS.

Todas as informações de dados gerais do mercado e da localidade, além da oferta hoteleira 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.



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# TERMO DE ENTREGA

A ENINOVA não tem qualquer relação com o projeto em questão, e não participa direta e nem indiretamente com resultado dessa pesquisa, não tem qualquer vínculo ou relação de parceria com nenhum dos sócios e investidores desse projeto, a Eninova não será titular ou tem intenção de adquirir nenhuma unidade objeto da oferta;

O modelo econômico criado para analisar a viabilidade do empreendimento, apresenta valores básicos médios de mercado, praticados por hotéis do mesmo padrão do analisado. 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 Eninova 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 empresa contratante pagou a Eninova o valor fixo de R\$ 45.000,00 (Quarenta e Cinco Mil Reais) referente a confecção deste estudo. Nos últimos 12 (doze) meses não houve qualquer outra contratação e/ou remuneração das empresas envolvidas nesse CIC hoteleiro. As informações contidas neste relatório tem consentimento da Eninova para divulgação, desde que mencionada a fonte.

Recife, Setembro de 2024.



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# Metodologia

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, contemplando:

- 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.



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# Últimos estudos desenvolvidos

Hotel Japaratinga - AL - Realizado em Janeiro de 2024	Santa Maria - RS - Realizado em Julho de 2024
Ibis Camaçari - BA - Realizado em Março de 2024	Dourados - MS - Realizado em Julho de 2024
Ibis Nova Mutum - MT - Realizado em Fevereiro de 2024	Alta Floresta - MT - Realizado em Novembro de 2024
Ibis Sobral - CE - Realizado em - Janeiro de 2024	Santa Cruz do Sul - RS - Realizado em Julho de 2024
Ibis Lucas do Rio Verde - MT - Realizado em Novembro de 2023	Vilhena - RO - Realizado em Outubro de 2023
Ibis Caxias - MA - Realizado em Agosto de 2023	Arcoverde - PE - Realizado em Setembro de 2022
Ibis Sorriso - MT - Realizado em Abril de 2023	Luis Eduardo Magalhães - BA - Realizado em Abril de 2023
Ibis Garanhuns - PE - Realizado em Março de 2024	Jequiá da Praia - AL - Realizado em Maio de 2024
Hotel em Campos do Jordão - Realizado em Fevereiro de 2024	Várzea Grande - MT - Realizado em Dezembro de 2024



# Equipe Técnica Eninova

## Responsável Técnico



**Núbio Gadelha Neto**

*Diretor Executivo*

Declaro, nos termos do inciso XIV do Anexo B da RCVM 86, que participei da elaboração deste estudo e que as informações aqui contidas refletem, de maneira fidedigna, as análises e conclusões obtidas a partir dos dados disponíveis, sem qualquer influência indevida de terceiros. Declaro, ainda, que cumpro com as normas e diretrizes aplicáveis ao presente estudo.

Núbio Gadelha Neto, Engenheiro Civil pela PUC- RS, Postgraduate in International Hospitality Management, com vasta experiência na área de Gestão Hoteleira. Nascido literalmente em um hotel, Nubio cresceu imerso no universo da hospitalidade. Com mais de 20 anos de experiência na gestão hoteleira, ele desenvolveu uma paixão intensa por tecnologia e soluções inovadoras para transformar o mercado. Sua jornada o levou a fundar a Eninova, no qual tem construído um ecossistema robusto de soluções voltadas para hotéis, resorts, pousada e empreendimentos de aluguel por temporada

Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# Equipe Técnica Eninova

## Equipe Técnica



Ana Paula Santiago  
Turismóloga pela UFPE- PE  
Diretora de Operações



Danielle Gomes  
Turismóloga pela FAFIRE- PE  
Gerente de Business  
Intelligence



Lucas Henrique  
Turismólogo pela UFPE- PE  
Supervisor de Operações

Declaro, nos termos do inciso XIV do Anexo B da RCVM 86, que revisei e validei tecnicamente este estudo, assegurando que as metodologias adotadas são adequadas e que as conclusões apresentadas estão fundamentadas em dados consistentes e verificáveis. Declaro, ainda, que não houve qualquer interferência externa que comprometesse a independência deste trabalho.

Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# Índice

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, contemplando:

1. Apresentação e dados do projeto;
2. Tendências e perspectivas macroeconômicas;
3. Análise da localização geográfica do terreno e sua vizinhança;
4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução;
5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado;
6. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro;
7. Metodologia escolhida;
8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira;
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;



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

# 1. Apresentação e Dados do Projeto

**Santa Maria - RS**

**Rede - Accor**

**Bandeira - Ibis**

**Administradora - não definido.**

**Categoria - Econômico**

**Uhs - 100 quartos**

**Tipo de negócio - Venda de Condo-Hotel**

**Previsão de inauguração - à definir - previsto para 2028.**

Este estudo teve como objetivo estudar a viabilidade mercadológica e econômico-financeira do **Ibis Santa Maria**, com a projeção para um total de 100 quartos. O projeto foi pensado para a construção de um hotel de categoria econômica, que deverá ser operado com a marca Ibis, cuja propriedade pertence à Accor.



# 1. Apresentação e Dados do projeto

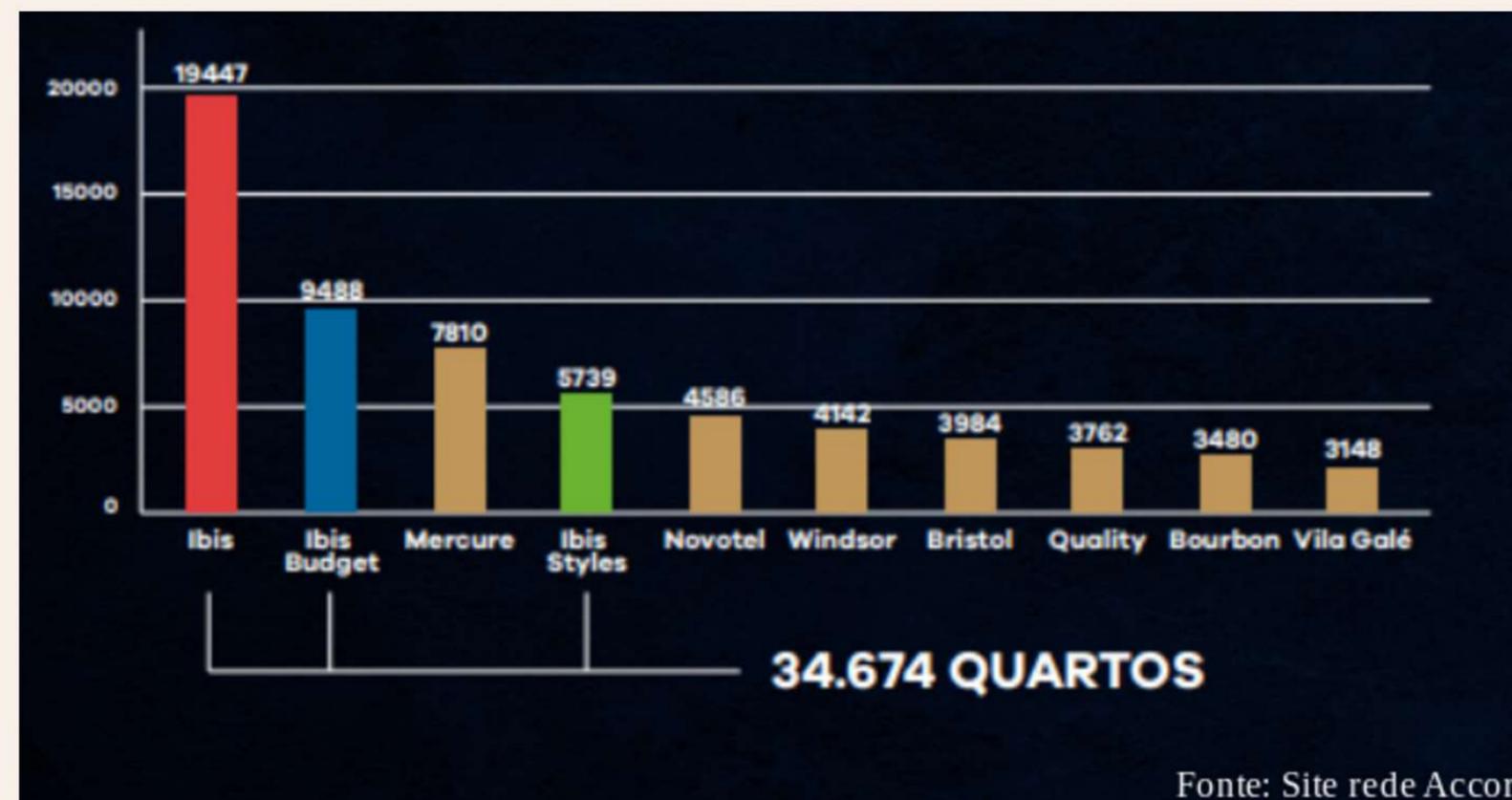
**Comentários sobre os critérios de escolha da operadora hoteleira mais adequada para o empreendimento. A escolha da rede hoteleira foi definida levando em consideração os seguintes critérios:**

O Ibis Santa Maria pertence a rede Accor, de origem francesa, que atua em mais de 110 países com mais de 5.300 hotéis, inaugurando 1 hotel a cada 29 horas no mundo. A posição em hospitalidade lifestyle é uma das categorias de maior crescimento na indústria.

Algumas das marcas da rede são: Sofitel, Fairmont, Grand Mercure, Pullman, Novotel, Adagio, Ibis, Ibis Styles, Ibis Budget, entre outros. Atuando no Brasil, a Accor é dona de 5 das 10 maiores marcas hoteleiras do país, sendo a principal delas a bandeira Ibis Hotel.

A operadora possui 334 hotéis no Brasil, o que representa 3,5 vezes mais hotéis que a 2ª colocada. Além disso, a Ibis é a marca Top of Mind (31% lembram primeiro do Ibis, 18% Hilton, 8% Mercure).

## REDE IBIS NO BRASIL



# 1. Apresentação e Dados do projeto



## Força de distribuição:

Através da administração da Accor, o empreendimento terá toda a expertise de uma empresa consolidada no Brasil, e que possui atualmente **17 hotéis da bandeira Ibis presentes no estado do Rio Grande do Sul** em operação, trazendo toda experiência do conhecimento nos canais de vendas e presença nos diversos mercados, elevando bastante a publicidade e conhecimento deste novo produto na região.



ibis Canoas Shopping

4,2/5 All  620 Reviews

O ibis Canoas Shopping é perfeito para a sua estada, seja a negócios ou a lazer. Os quartos são aconchegantes, com wi-fi gratuito e ar condicionado. No restaurante, são...



ibis Porto Alegre Assis Brasil

4,4/5 All  874 Reviews

Localizado na principal avenida de Porto Alegre, o ibis Porto Alegre Assis Brasil está de portas abertas para recebê-lo, seja para uma hospedagem a negócios ou a lazer. Temos...



ibis Porto Alegre Aeroporto

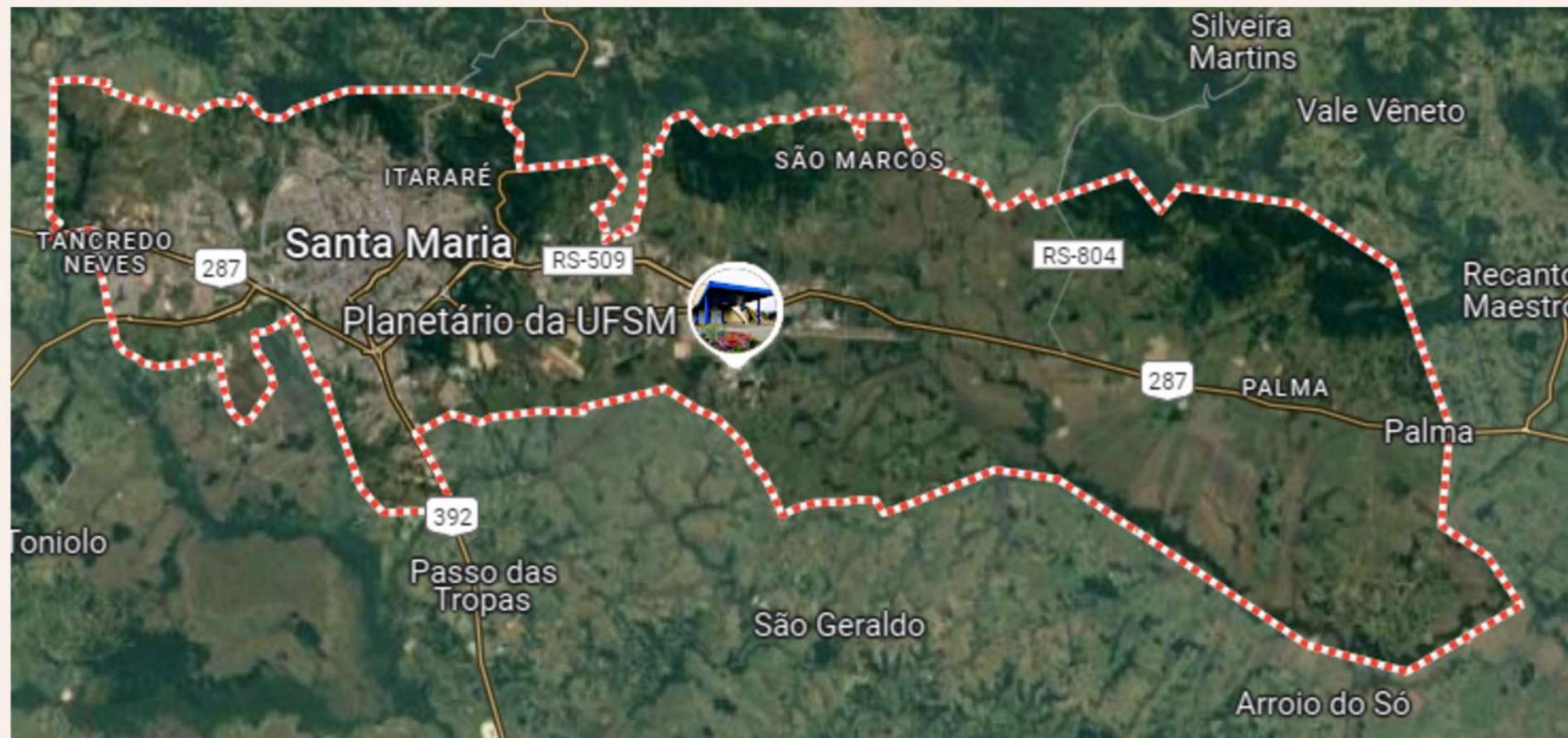
4,5/5 All  2079 Reviews

O ibis Porto Alegre Aeroporto é perfeito para quem precisa de um hotel bem localizado na cidade. Tanto para uma rápida viagem de negócios quanto para passeios. Os...

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Dados socioeconômicos

Santa Maria é um município localizado no estado do Rio Grande do Sul, a cerca de 289 km da capital do estado, Porto Alegre. A cidade também é reconhecida como o coração do Rio Grande do Sul, devido a sua localização estratégica. Conhecida como **um dos principais polos educacionais do estado**, sua atratividade por estudantes e pesquisadores de várias regiões impulsiona bastante o desenvolvimento intelectual e econômico local. Além da atratividade educacional, sua localização estratégica, no centro geográfico do estado, a torna um importante entroncamento



logístico, facilitando o fluxo de mercadorias e pessoas entre diferentes regiões do Rio Grande do Sul. A cidade também se destaca no **setor agropecuário**, com significativa produção de grãos e pecuária, contribuindo para a economia regional. Santa Maria possui cerca de 271 mil habitantes conforme dados do IBGE (2022), e uma densidade demográfica de 152,59 habitantes por km<sup>2</sup>, sendo então considerada uma cidade média e de grande influência na região central do estado. Ela é a **5ª cidade mais populosa do Rio Grande do Sul** e, isoladamente, a maior de sua região. Segundo a nova divisão geográfica do IBGE, Santa Maria é cidade polo de sua Região Intermediária e Imediata.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Dados socioeconômicos

Santa Maria integra a mesorregião Centro Ocidental Rio-Grandense que, por sua vez, é subdividida em outras 3 microrregiões. Santa Maria dá nome à microrregião “Santa Maria”, que é composta por outros 12 municípios, que serão apresentados na tabela à seguir. O município tem o Arranjo Populacional de Porto Alegre como região de influência, cujo vínculo sintetiza a relação interurbana mais relevante da cidade de origem, tanto para acessar bens e serviços, quanto por relações de gestão de empresas e órgãos públicos (IBGE, 2018). Em relação aos municípios que fazem parte da microrregião Santa Maria, os municípios mais populosos, além de Santa Maria, são São Sepé, São Pedro do Sul, Cacequi e Jaguari, respectivamente, e os demais municípios da microrregião possuem menos de 10 mil habitantes.

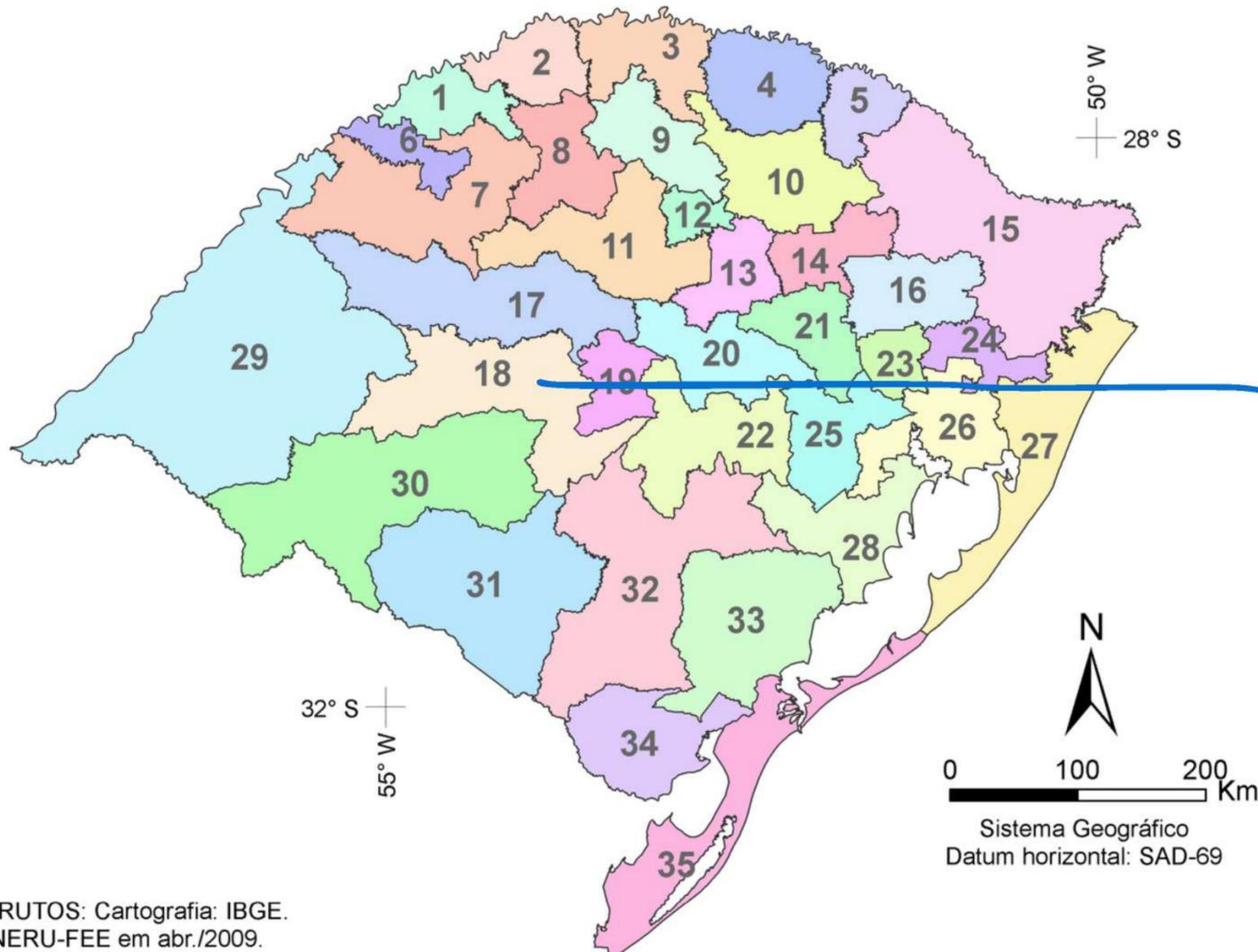
Cidades que compõem a Microrregião - Santa Maria				
Cidade	População (2022)	% da Região	PIB (2021)	% da Região
Cacequi	11.157	3%	367.036	3%
Dilermando Aguiar	2.806	1%	267.900	2%
Itaara	5.572	2%	286.657	2%
Jaguari	10.579	3%	378.017	3%
Mata	4.698	1%	169.005	1%
Nova Esperança do Sul	4.865	1%	172.364	1%
Santa Maria	271.633	74%	9.562.027	66%
São Martinho da Serra	2.822	1%	336.098	2%
São Pedro do Sul	15.577	4%	532.254	4%
São Sepé	21.219	6%	1.331.316	9%
São Vicente do Sul	8.097	2%	730.552	5%
Toropi	2.554	1%	101.332	1%
Vila Nova do Sul	3.863	1%	195.941	1%
<b>TOTAL</b>	<b>365.442</b>	<b>100%</b>	<b>14.430.499</b>	<b>100%</b>

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

Microrregiões geográficas (IBGE), Rio Grande do Sul — 2009

Legenda:

- 1 - Santa Rosa
- 2 - Três Passos
- 3 - Frederico Westphalen
- 4 - Erechim
- 5 - Sananduva
- 6 - Cerro Largo
- 7 - Santo Ângelo
- 8 - Ijuí
- 9 - Carazinho
- 10 - Passo Fundo
- 11 - Cruz Alta
- 12 - Não-Me-Toque
- 13 - Soledade
- 14 - Guaporé
- 15 - Vacaria
- 16 - Caxias do Sul
- 17 - Santiago
- 18 - Santa Maria
- 19 - Restinga Seca
- 20 - Santa Cruz do Sul
- 21 - Lajeado-Estrela
- 22 - Cachoeira do Sul
- 23 - Montenegro
- 24 - Gramado-Canela
- 25 - São Jerônimo
- 26 - Porto Alegre
- 27 - Osório
- 28 - Camaquã
- 29 - Campanha Ocidental
- 30 - Campanha Central
- 31 - Campanha Meridional
- 32 - Serras de Sudeste
- 33 - Pelotas
- 34 - Jaguarão
- 35 - Litoral Lagunar



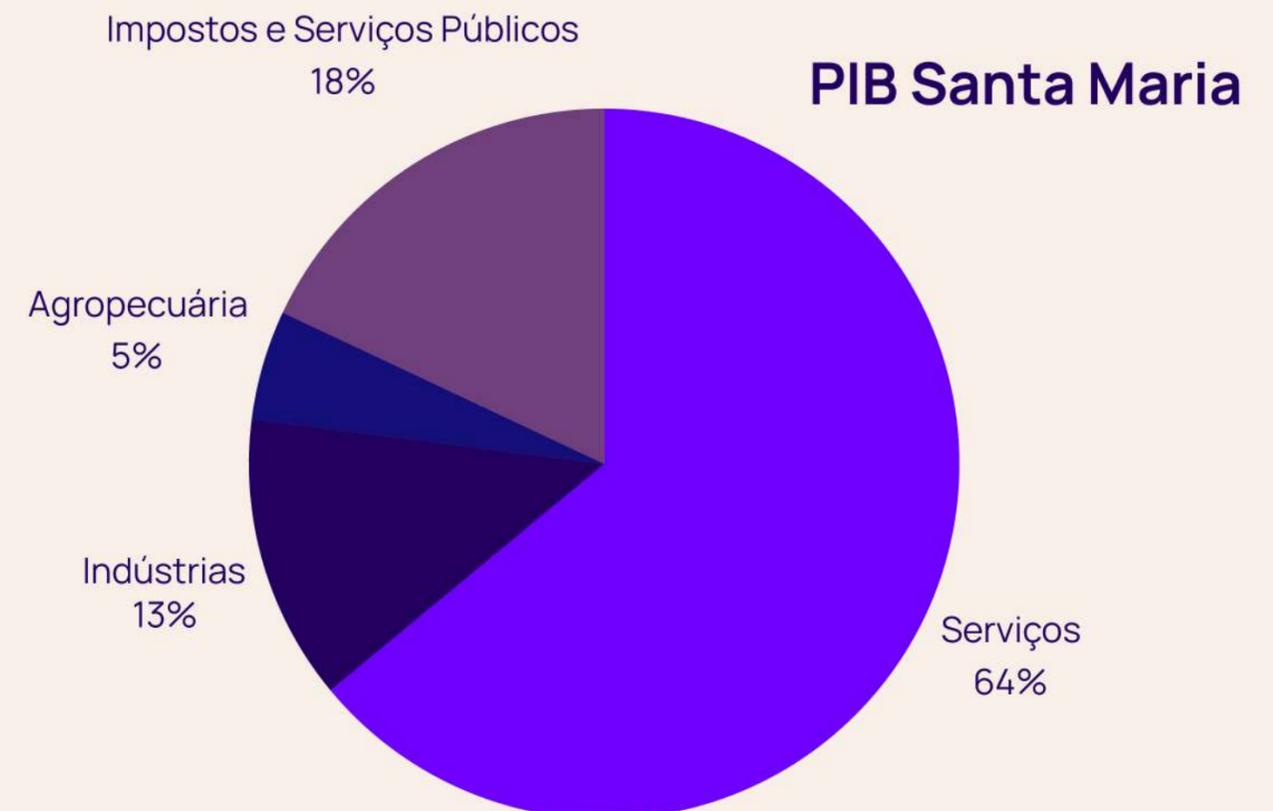
Microrregião de Santa Maria no mapa do Rio Grande do Sul.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria- Dados socioeconômicos

De acordo com as informações previamente introduzidas, Santa Maria se destaca por ser a 5ª cidade mais populosa do estado do Rio Grande do Sul, sendo o 12º no ranking de contribuição do PIB à o estado. Em sua microrregião, destaca-se por ser o maior município, responsável por 66% do PIB de seu grupo. Como pode-se observar, a economia da cidade é fortemente ancorada nos setores de serviços principalmente, porém, com números relevantes destinados a indústria também. No setor de serviços, o pólo educacional que a cidade possui é responsável pela maior parte da movimentação econômica, impulsionado pelo grande número de estudantes e funcionários públicos na cidade. Comércio, saúde, lazer, e hotelaria são segmentos em crescimento, aproveitando a localização central de Santa Maria e sua função como centro regional.

<b>TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS MACROECONÔMICAS - Santa Maria</b>			
<b>PIB</b>		<b>Empresas</b>	
<b>2011</b>	5.041.019	<b>2012</b>	10.439
<b>2021</b>	9.562.027	<b>2022</b>	16.266
<b>TCM*</b>	<b>5,99%</b>	<b>TCM*</b>	<b>4,11%</b>
<b>Pessoal Ocupado</b>		<b>IDH-M</b>	
<b>2012</b>	78.231	<b>2000</b>	0,715
<b>2022</b>	89.765	<b>2010</b>	0,784
<b>TCM*</b>	<b>1,25%</b>	<b>TCM*</b>	<b>0,84%</b>

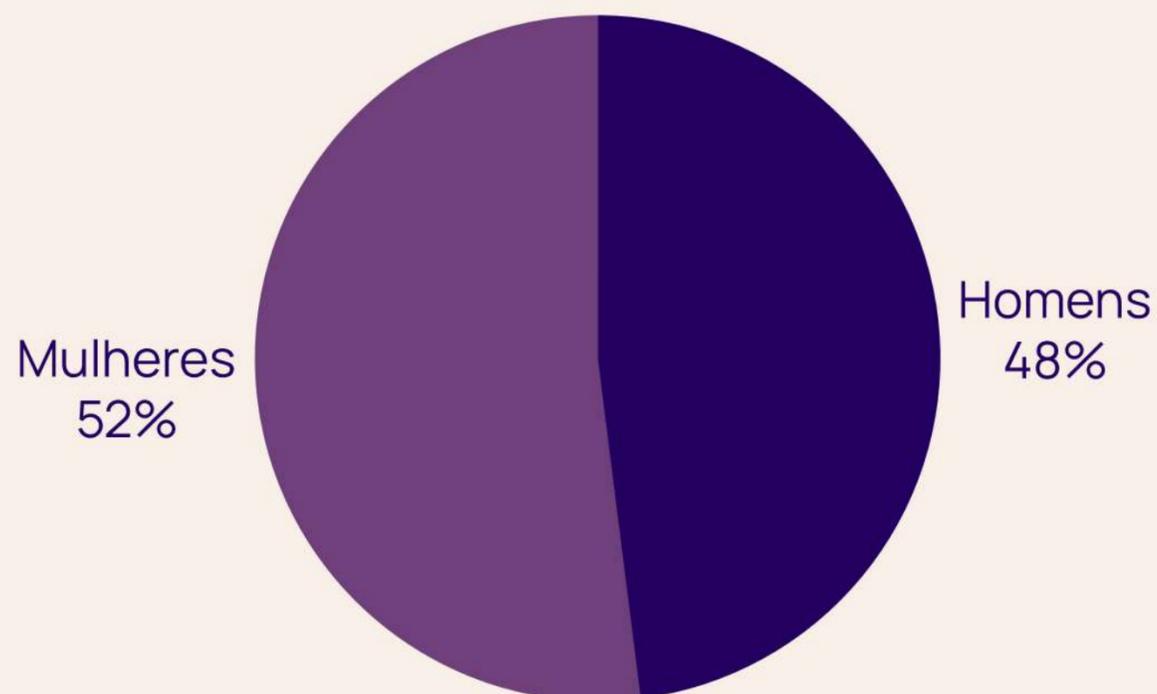


## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

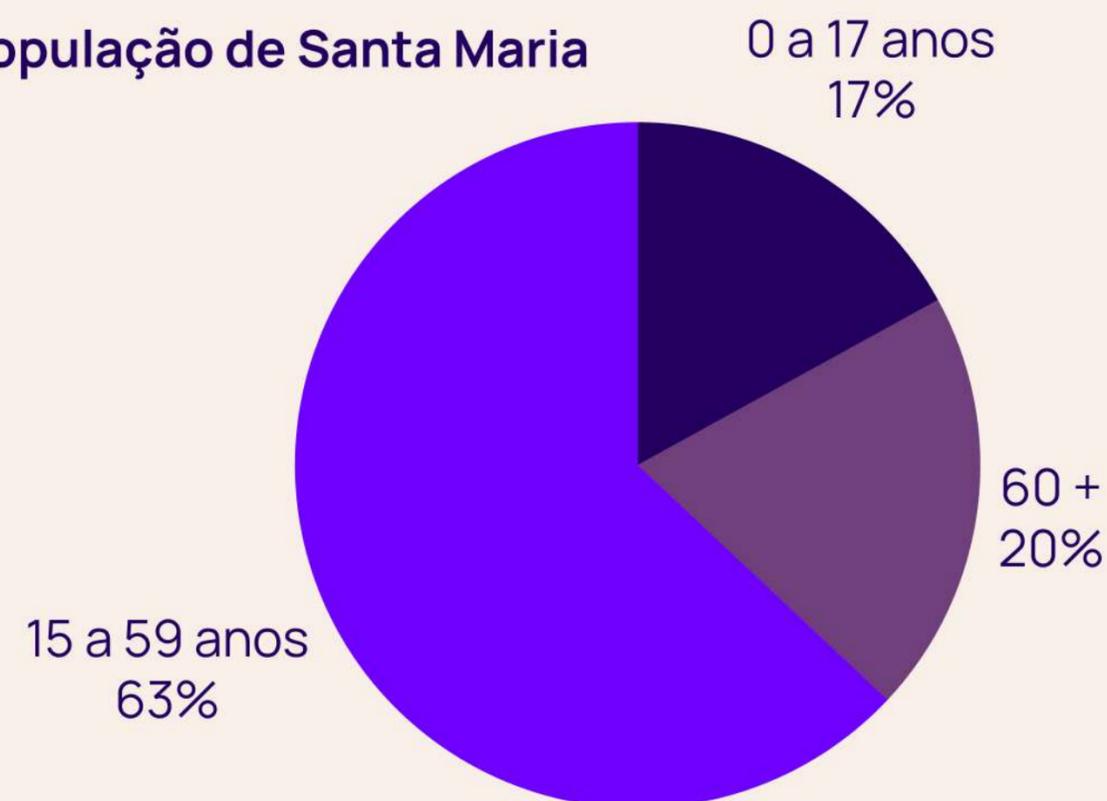
### Santa Maria - Dados socioeconômicos

A cidade apresenta uma densidade demográfica de 152,59 habitantes por quilômetro quadrado, abrigando 132.595 domicílios, com uma média de 2,5 pessoas por residência. Em relação à distribuição etária de sua população, 17% têm entre 0 a 14 anos, 63% estão na faixa de 15 a 59 anos, e os 20% restantes são indivíduos com 60 anos ou mais. Quanto à composição de gênero, a população é composta por 48% de homens e 52% de mulheres. Sobre o salário médio mensal dos trabalhadores formais, de acordo com os dados de 2022 fornecidos pelo IBGE, este número é de **3,1 salários mínimos**.

Gênero da população de Santa Maria



Faixa etária da população de Santa Maria



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Dados socioeconômicos

A Prefeitura da cidade de Santa Maria, ciente da importância da de atrair negócios e também moradores para a cidade preparou no ano de 2020 um material elencando os 5 principais motivos pelos quais as pessoas deveriam escolher a cidade de Santa Maria como um local para morar. Os principais atrativos elencados são: Educação, Segurança, Saúde, Baixo custo de vida e Localização estratégica.

#### 1. EDUCAÇÃO

É um polo em educação, com ampla rede de ensino público e privado desde a educação infantil ao Ensino Médio. A cidade é referência em Educação atraindo estudantes de várias partes do estado e país, com reconhecimento nacional e internacional.

#### 2. SEGURANÇA

Em comparação com cidades do mesmo porte, Santa Maria possui baixos índices de criminalidade. Com cuidados e em horários comerciais, é possível andar com segurança pelas ruas, principalmente na área central, e falar tranquilamente ao celular, em via pública, com baixo risco de roubo ou furto.

#### 3. SAÚDE

Estrutura de saúde envolve postos de saúde, UPA e hospitais de média e de alta complexidade, sendo referência em diversos tratamentos para moradores de mais de 40 municípios do Estado.

#### 4. ACOLHEDORA E CUSTO DE VIDA BAIXO

Saia na rua e pergunte: você nasceu em Santa Maria? Não fique surpreso se boa parte falar que não é daqui, mas adotou a cidade para viver e como sua do coração.

#### 5. LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA

O centro da cidade é perto dos demais bairros. Por exemplo, em 17 minutos, de carro, é possível ir do Centro para a região Leste ou Oeste, ou seja, chega-se à UFSM ou ao bairro Tancredo Neves. Se mesmo assim, preferir não se deslocar, pode realizar todas as atividades em seu bairro. Pois, há boa oferta de comércio e de serviços em todas as regiões da cidade.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Economia

Conforme observado no gráfico de composição do PIB da cidade, o setor de serviços é o que mais gera movimentação econômica na cidade. Santa Maria atende a outros 12 municípios que dependem de sua oferta de serviços, podemos citar o pólo educacional como um dos principais segmentos que geram tal movimentação na cidade. De acordo com informações cedidas pela Prefeitura Municipal de Santa Maria, ligadas ao **Polo Educacional** existem hoje na cidade:

- 78 Escolas Municipais.
- 13 Escolas Particulares de alto nível em Ensino Fundamental e Médio.
- 2 Escolas Militares:
  - Brigada Militar: Colégio Tiradentes.
  - Exército: Colégio Militar.
- 2 Colégios Técnicos, totalizando quase 3 mil alunos.
- + de 10 Instituições de Ensino Superior, incluindo a UFSM - primeira universidade construída no interior do Brasil.
  - Mais de 40 mil universitários.
  - Mais de 400 cursos de graduação e pós-graduação.
  - Mais de 700 laboratórios.
- Unidades do SENAI, SESC, SENAT, SEST, SESI E SEBRAE.
- Agência de Desenvolvimento – ADESM
- Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia – AGITTEC
- Parque Tecnológico (TECNOPARQUE)
- Centro Regional Sul de Pesquisas Espaciais – INPE
- 3 Incubadoras Tecnológicas:
  - Pulsar
  - ITSM
  - Itec

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Principais Instituições de Ensino Superior em Santa Maria



#### Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Principal responsável por consolidar Santa Maria como um polo educacional. Fundada em 1960, é uma das mais importantes universidades públicas do Brasil, oferecendo uma ampla variedade de cursos de graduação, pós-graduação e pesquisa, especialmente nas áreas de ciência e tecnologia.



#### Instituto Federal Farroupilha (IFFar)

Oferece cursos técnicos, tecnológicos e de graduação, contribuindo para a formação profissional e técnica de estudantes, especialmente no campo da educação profissional e tecnológica.



#### Universidade Franciscana (UFN)

Uma instituição privada de ensino superior, a UFN oferece cursos de graduação e pós-graduação, além de investir em pesquisa e inovação. Ela complementa o cenário educacional da cidade, com destaque nas áreas de saúde, ciências humanas e sociais.



#### Faculdade Integrada de Santa Maria (FISMA)

Focada principalmente em cursos da área de saúde e gestão, a FISMA também é uma importante instituição que contribui para o cenário educacional da cidade.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Economia

Além de ser um pólo estudantil, recebendo estudantes de diversas cidades de dentro e de fora do estado, Santa Maria também sedia o 2º maior contingente militar do Brasil, com 22 bases militares e cerca de 4.000 militares na cidade, sendo comum por exemplo andar nas ruas e se deparar com homens fardados.

Alguns fatores contribuem para este alto contingente na cidade, podemos destacar:

**Localização Estratégica:** Santa Maria está localizada no centro geográfico do Rio Grande do Sul, o que facilita a mobilidade e o deslocamento rápido de tropas e equipamentos para qualquer ponto do estado e da fronteira com países vizinhos, como Argentina e Uruguai. Isso torna a cidade um ponto estratégico para a defesa nacional.

**História Militar:** Santa Maria tem uma longa tradição militar

que remonta à sua fundação. Ao longo do século XX, a cidade foi escolhida para sediar várias unidades militares devido à sua infraestrutura e localização central, que permitiam a expansão e mobilização rápidas.

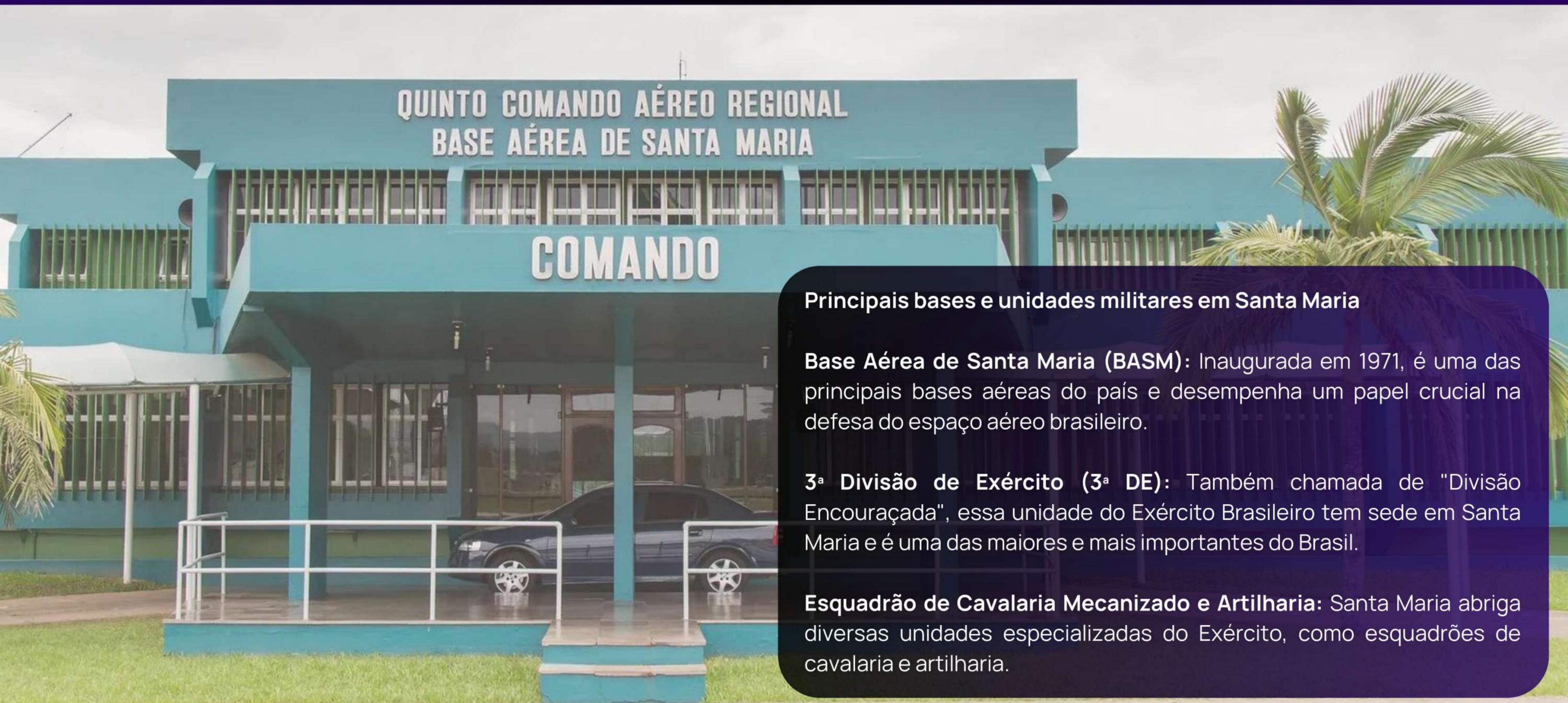
**Treinamento e Operações:** As condições geográficas da região, com diferentes tipos de relevo e clima, tornam Santa Maria ideal para treinamentos militares diversos, como operações em terrenos montanhosos, planícies e campos abertos. Isso atraiu a instalação de várias unidades e centros de treinamento.

**Infraestrutura de Apoio:** Com o tempo, a cidade desenvolveu uma infraestrutura robusta para dar suporte às forças armadas, incluindo instalações logísticas, hospitais militares e colégios militares, o que solidificou seu papel como um centro militar no sul do país.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:



### Principais bases e unidades militares em Santa Maria

**Base Aérea de Santa Maria (BASM):** Inaugurada em 1971, é uma das principais bases aéreas do país e desempenha um papel crucial na defesa do espaço aéreo brasileiro.

**3ª Divisão de Exército (3ª DE):** Também chamada de "Divisão Encouraçada", essa unidade do Exército Brasileiro tem sede em Santa Maria e é uma das maiores e mais importantes do Brasil.

**Esquadrão de Cavalaria Mecanizado e Artilharia:** Santa Maria abriga diversas unidades especializadas do Exército, como esquadrões de cavalaria e artilharia.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do responsável pelo estudo:

Royal Plaza Shopping



Monet Plaza Shopping



### Santa Maria - Economia

**Comércio e Serviços:** Santa Maria é um centro regional de comércio e serviços, atendendo a uma ampla área que inclui 12 municípios vizinhos. O comércio varejista é bastante dinâmico, com um grande número de lojas, supermercados, e centros comerciais. O setor de serviços também é robusto, incluindo áreas como educação, saúde, e serviços financeiros, que são fundamentais para a economia local.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:



Os Shoppings contam com supermercados, caixas eletrônicos, lotérica, lojas âncoras e de departamento e o Royal Plaza Shopping, que fica a 850m, é bem maior e já conta com lojas de departamentos, como Marisa, Americanas, Renner, além de ter opções de entretenimento, como cinema. Os moradores das cidades vizinhas costumam vir a Santa Maria fazer compras. Um dado recolhido em uma pesquisa mostrou que no maior shopping da cidade, o Praça Nova, nos finais de semana 80% das pessoas que circulavam eram de cidades vizinhas. A cidade é um polo de saúde também. Há vários grupos de supermercados por toda a cidade e mais de um bilhão de investimentos na área de novos empreendimentos no setor de comércio previstos até o final de 2025.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Economia

**Infraestrutura:** As ruas da cidade são todas pavimentadas (com exceção da Manuel Ribas que é patrimônio histórico). O asfalto da cidade está em boas condições e as BRs também estão conservadas. Não há problemas com congestionamento e há muitas faixas de pedestres e sinalização eletrônica por toda a cidade. As ruas também são bem limpas e as praças estão bem conservadas, algumas contam com brinquedos infantis. As calçadas são largas e em alguns pontos foi identificado reforma para colocar a linha guia para pessoas com deficiência visual, além de ter rampas para cadeirantes. Se locomover na cidade é fácil tanto a pé quanto de carro. A secretaria informou que a cidade tem um grande problema com drenagem, mas já houve um investimento de 70 milhões de reais destinado para obras, e por isso, durante as grandes chuvas os locais que antes sofriam com alagamentos não tiveram pontos alagados. A cidade conta com muitas farmácias (inclusive de rede, como a Drogaria Raia), conta com todos os principais bancos (Caixa, Itaú, Bradesco, BB, Santander, Banrisul), restaurantes, além de ter presença de grandes redes de supermercado (Carrefour, Atacadão) e fast foods (MC Donalds, Burger King, Subway, Chiquinho). Lojas de departamento também são encontradas na cidade (Renner, Riachuele, Marisa, Americanas), e outras lojas nacionais como Cacau Show e O Boticario, Magazine Luiza, Natura e Claro.

**Indústria:** O Distrito Industrial de Santa Maria é gerido pelo município e abriga cerca de 43 empresas com aproximadamente 2 mil empregos. O segmento industrial também está incluído nos planos de infraestrutura da cidade, o governo está empenhado em realizar as obras necessárias para otimizar o sistema de drenagem na área.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### **Santa Maria - Economia**

Em termos de empreendedorismo, a cidade tem uma legislação e uma estrutura aprimoradas. Embora haja necessidade de melhorar a legislação e enfrentar desafios ambientais, a gestão municipal está empenhada em apoiar os empreendedores. A cidade adota uma abordagem que combina legalização e agilidade, sempre respeitando a legalidade e o bom senso. O Grupo de Trabalho Interno (GTI) reúne todas as secretarias para discutir projetos de maior escala. Projetos significativos, como o do Ibis, são avaliados pelo GTI antes do protocolo para garantir que todos os requisitos, como impacto no trânsito e áreas de preservação, sejam cumpridos. A gestão busca orientar os empreendedores para que seus projetos estejam em conformidade e avancem de forma eficiente, facilitando o processo para projetos maiores e garantindo uma integração adequada com a infraestrutura existente.

### **Santa Maria - Turismo e Eventos**

Santa Maria não possui uma vocação turística tão forte voltada para atrair visitantes a partir de seus pontos turísticos, sua atratividade de visitantes e turistas estão mais ligadas às atividades de comércio e indústria na cidade, ou ainda a eventos, inclusive de cunho religioso. Citaremos a seguir os principais pontos turísticos e eventos da cidade:

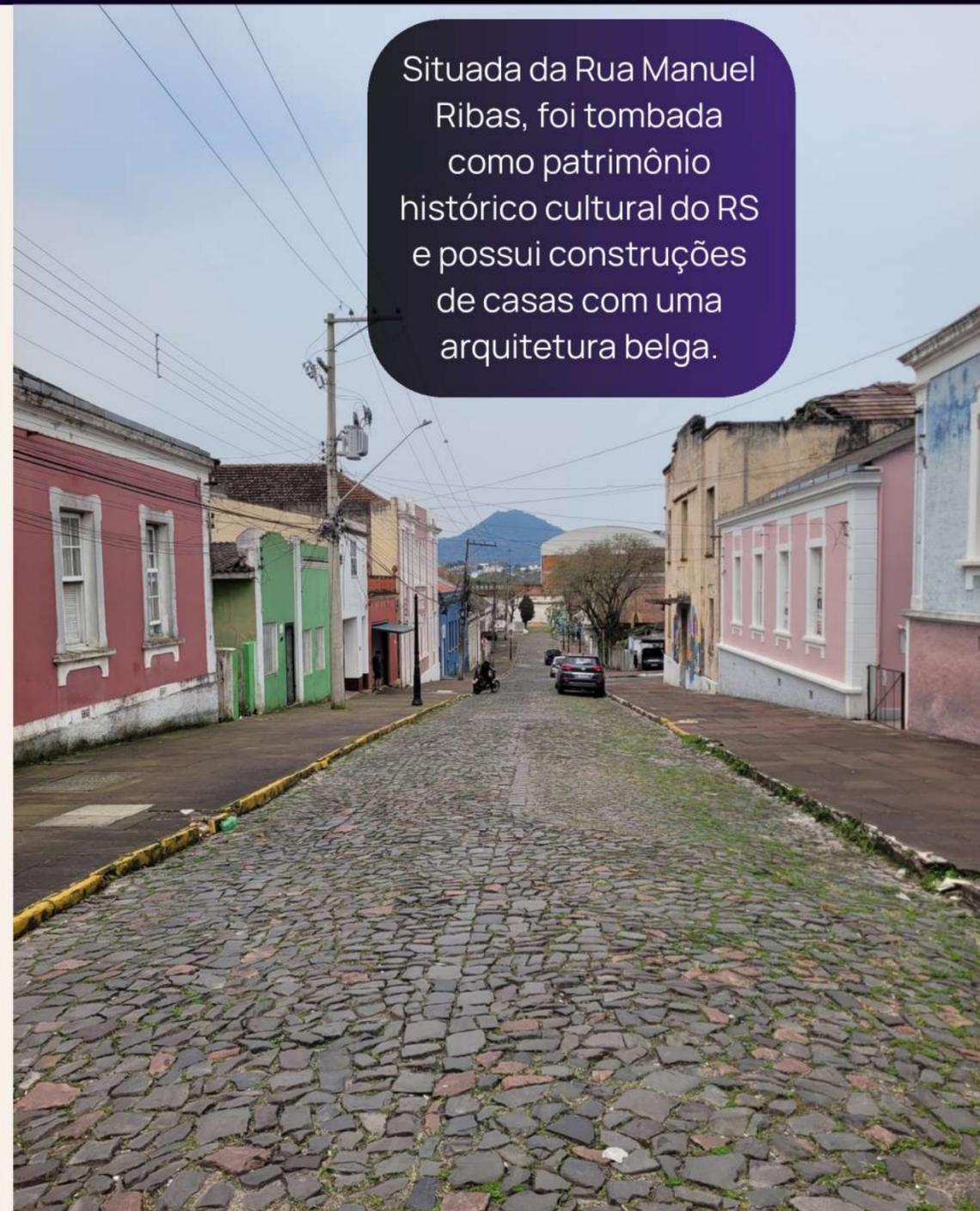
## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do responsável pelo estudo:



Um dos principais símbolos religiosos da cidade, a Catedral foi inaugurada em 1909 e possui uma arquitetura imponente. A cúpula é uma das maiores da América Latina, sendo um destaque visual na paisagem urbana.



Situada da Rua Manuel Ribas, foi tombada como patrimônio histórico cultural do RS e possui construções de casas com uma arquitetura belga.



Catedral Metropolitana de Santa Maria

Vila Belga

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do responsável pelo estudo:



Gare da Viação Férrea

Antiga estação férrea da cidade que está passando por reformas para ser aberta ao público para visitação.



Morro do Cechella

Para os amantes da natureza e da aventura, o Morro do Cechella oferece trilhas que recompensam com uma vista panorâmica espetacular da cidade e dos arredores. É um ótimo local para caminhadas, corridas e mountain biking.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:



Intitulado como o único Parque Termal de água salgada com propriedades medicinais do Brasil, está localizado a 30km do aeroporto de Santa Maria. O complexo do parque termal contempla em toda sua extensão uma área de aproximadamente 150 hectares, tendo um amplo espaço verde e o qual é bastante utilizado para atividades ao ar livre, para relaxar a mente e o corpo.

Resort Termas Romanas

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

<b>Tabela de Eventos - Santa Maria</b>				
<b>Evento</b>	<b>Descrição do Evento</b>	<b>Período</b>	<b>Duração</b>	<b>Público</b>
<b>Viva Santa Maria</b>	Evento realizado em alusão a emancipação de Santa Maria	17 de Maio	1 semana	Regional
<b>Feira do Livro de Santa Maria</b>	Há palestras, oficinas e atividades promovidas por entidades e Instituições da cidade.	Maio	2 semanas	Regional
<b>Feira Internacional do Cooperativismo (FEICOOP)</b>	O evento se constitui como proposta coletiva que reúne trabalhadores do campo e da cidade, empreendimentos, fóruns, redes e consumidores/as, movimentos sociais, pastorais, diferentes denominações religiosas, entidades da sociedade civil, instituições públicas e privadas.	Julho	Durante todo o mês	Regional
<b>Maratona</b>	O evento está em sua segunda edição. Na primeira edição tiveram cerca de 1500 inscrições e agora na segunda tiveram 3000, o valor do premio para os competidores dobrou. A edição desse ano conta inclusive com competidores internacionais.	Agosto	1 dia	Regional
<b>Parada do Orgulho LGBT</b>	Evento ocorre anualmente com objetivo de celebrar a diversidade.	Agosto	1 dia	Regional
<b>Juvenart (Concurso Estadual de Danças Tradicionais Categoria Juvenil)</b>	Evento artístico/tradicionista que tem por finalidade a preservação, valorização e divulgação das artes, da tradição e da cultura popular do Rio Grande do Sul.	Agosto	-	Local
<b>Salão Latino Americano de Artes Plásticas de Santa Maria</b>	O Salão busca promover o intercâmbio cultural entre artistas locais e de países latino-americanos e divulgar a produção artística brasileira e latino-americana.	Agosto	Alguns dias	Nacional e Internacional
<b>Mês da Cultura</b>	Programação voltada à arte, cultura, música e lazer durante o mês de agosto, com palestras, exposições e oficinas culturais.	Agosto	Durante todo o mês	Local

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

<b>Tabela de Eventos - Santa Maria</b>				
<b>Evento</b>	<b>Descrição do Evento</b>	<b>Período</b>	<b>Duração</b>	<b>Público</b>
<b>FEISMA</b>	Conta com a participação de expositores locais e regionais nas áreas da indústria, comércio e prestação de serviços, além de oferecer uma ampla área de lazer.	Bienal	1 semana	Regional
<b>Santa Maria em Dança</b>	Proporcionar um contato com a comunidade santa-mariense, objetivando resgatar o passado cultural através da dança, fomentando turismo local, promovendo a integração entre grupos folclóricos e acadêmicos de dança, música e literatura.	2º semestre	-	Local
<b>Mercocycle</b>	Encontro de Motociclistas do Mercosul, organizado pela Associação Motociclística Gaudérios Do Asfalto (AMGA) desde 1997, reúne apaixonados por motociclismo de todos os países do Mercosul.	2º semestre	1 dia	Nacional e Internacional
<b>Santa Maria Vídeo e Cinema</b>	SMVC é um festival de cinema democrático com o objetivo de valorizar a produção audiovisual local e nacional.	2º semestre	Alguns dias	Nacional
<b>Romaria de Nossa Senhora Medianeira de Todas as Graças</b>	Romaria Estadual de devoção à Nossa Senhora Medianeira, ocorre desde 1930 na cidade de Santa Maria, reunindo milhares de pessoas já que é a santa padroeira do Estado.	2º domingo de Novembro	1 dia	Regional
<b>Viva o Natal</b>	Evento que conta com concertos, espetáculos, atrações e ações no comércio da cidade a fim de comemorar e prosperar o Natal em Santa Maria.	Dezembro	Durante todo o mês	Regional
<b>Brique da Vila Belga</b>	Tem como objetivo a socialização e promoção do convívio entre os moradores do bairro e da cidade. O evento acontece quinzenalmente, nele são expostos produtos artesanais, gastronomia, brechós, sebos e antiguidades.	Mensalmente	1º e 3º domingo de cada mês	Local e Visitantes
<b>Tertúlia Musical Nativista de Santa Maria</b>	O festival visa oportunizar manifestações artístico-culturais, de forma a consolidar Santa Maria como importante pólo cultural, educacional, turístico e econômico do estado do Rio Grande do Sul, incentivando e fomentando o surgimento de novos talentos poético-musicais e valorizando os já consagrados.	-	-	Regional

# 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do responsável pelo estudo:

## Santa Maria - Eventos



51ª Feira do Livro



Brinque da Vila Belga



2ª Maratona de Santa Maria



Viva Santa Maria



Viva o Natal



Mercocycle

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



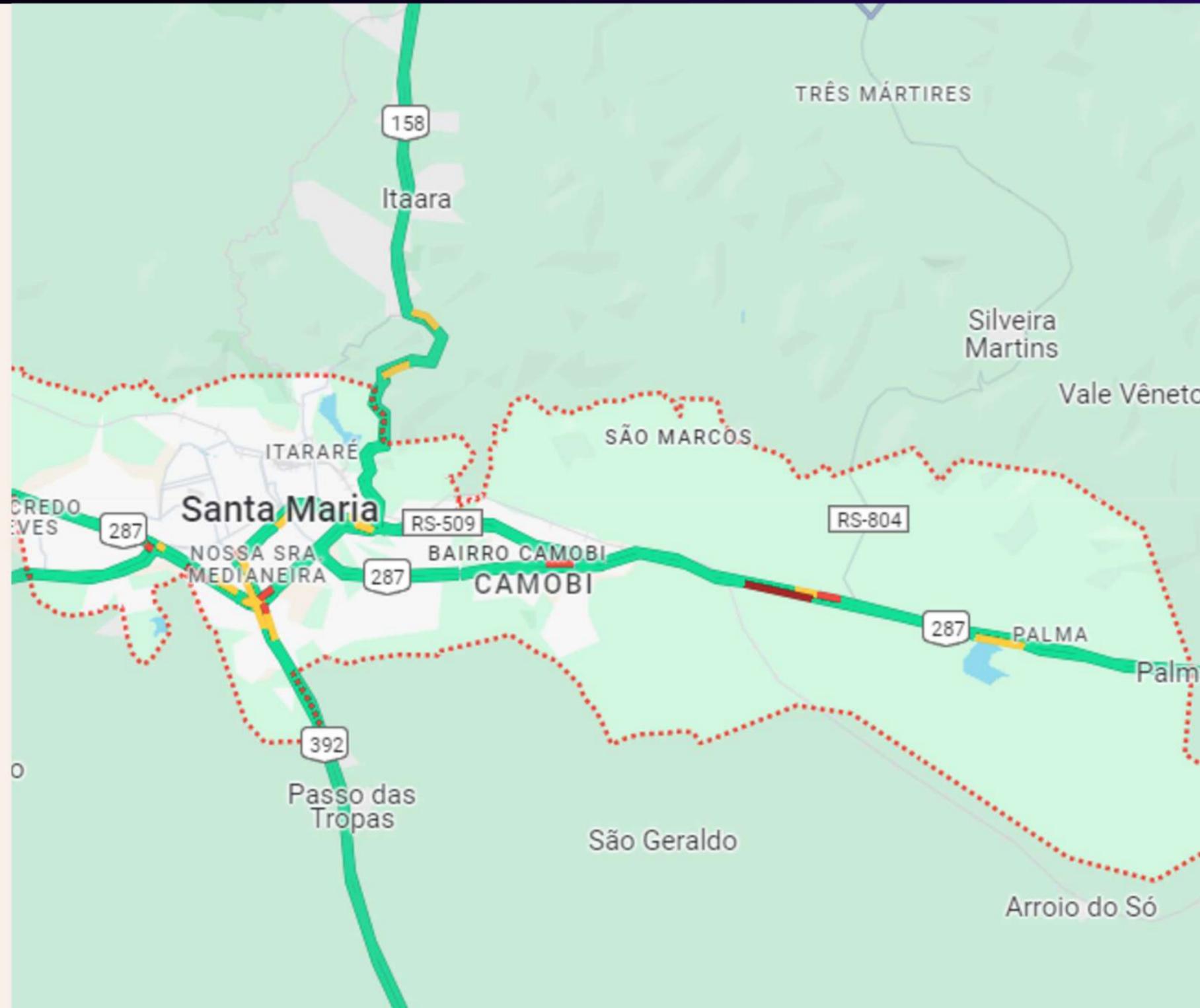
Rubrica do responsável pelo estudo:

### Santa Maria - Vias de Acesso

O acesso à cidade é facilitado por uma rede rodoviária bem desenvolvida, que conecta Santa Maria a outras regiões do Rio Grande do Sul e do Brasil. Abaixo estão as principais rodovias que garantem essa ligação:

**1. BR-158:** Uma das rodovias mais importantes que passam por Santa Maria. Ela corta a cidade e a conecta tanto ao norte quanto ao sul do estado. No sentido norte, a BR-158 liga Santa Maria a cidades como Cruz Alta e Panambi, além de continuar até a fronteira com o Paraguai, no Mato Grosso do Sul. No sentido sul, a rodovia liga a cidade a Rosário do Sul e à fronteira com o Uruguai, sendo um importante corredor para o transporte de mercadorias e passageiros.

**2. BR-287:** Rodovia fundamental que atravessa Santa Maria, conhecida também como Rodovia RSC-287 em alguns trechos estaduais. Ela conecta a cidade à capital, Porto Alegre, no sentido leste, passando por municípios como São Pedro do Sul, Restinga Seca, e Santa Cruz do Sul. No sentido oeste, a BR-287 segue em direção a Santiago e São Borja, importante rota para a Argentina, através da Ponte Internacional sobre o Rio Uruguai. Essa rodovia é crucial tanto para o tráfego de veículos de passeio quanto para o escoamento de produtos agrícolas e industriais.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

### Santa Maria - Vias de Acesso

**3. BR-392:** A BR-392 é outra via estratégica que passa próximo a Santa Maria, facilitando o acesso ao sul do estado, especialmente à região de Pelotas e Rio Grande, onde está localizado o Porto de Rio Grande, um dos mais importantes do país. Essa rodovia é vital para o transporte de mercadorias que seguem para exportação, além de ser uma via de ligação com a zona litorânea do estado.

**4. RS-509 (Faixa Velha de Camobi):** A RS-509 é uma rodovia estadual que liga o centro de Santa Maria ao distrito de Camobi, onde se encontra a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e o Aeroporto de Santa Maria. É uma via muito utilizada pela comunidade acadêmica e por moradores que circulam entre o centro e os bairros mais afastados da cidade.

**5. RS-287 (Rodovia do Imigrante):** A RS-287 também é chamada de Rodovia do Imigrante em seu trecho estadual, conectando Santa Maria com cidades ao redor, como Agudo, Restinga Seca, e Dona Francisca. Essa rodovia tem importância regional e facilita o fluxo de transporte agrícola e o deslocamento de turistas para o interior do estado.

**6. RS-509 e RS-391:** Essas rodovias estaduais também fazem parte da malha rodoviária que permite o acesso a Santa Maria, conectando a cidade a municípios vizinhos e facilitando o transporte local e regional. A RS-391 segue rumo ao norte da cidade, em direção a São Martinho da Serra, enquanto a RS-509 é uma rota importante para o deslocamento até o bairro Camobi e outras regiões periféricas de Santa Maria.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria - Rodoviária

A Estação Rodoviária de Santa Maria, é um dos principais pontos de conexão da cidade com outras regiões do Rio Grande do Sul e do Brasil. Ela tem uma função importante na malha de transporte da cidade, servindo como um hub para o fluxo de passageiros que se deslocam por via terrestre. Sua estrutura atende tanto viagens intermunicipais quanto interestaduais, com uma ampla gama de serviços para os passageiros, como lanchonetes, lojas de conveniência, áreas de espera e pontos de informações.

### Movimentação de Passageiros

A Rodoviária de Santa Maria movimenta, em média, cerca de 3 mil a 5 mil passageiros por dia, dependendo da época do ano. Nos períodos de férias e feriados, essa movimentação pode aumentar significativamente, especialmente por conta do grande número de estudantes que frequentam a cidade devido à presença da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), uma das maiores do estado.

Em termos anuais, a movimentação gira em torno de 1 milhão a 1,2 milhão de passageiros, o que faz da Rodoviária de Santa Maria uma das mais movimentadas da região central do Rio Grande do Sul.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

### Santa Maria - Rodoviária

#### Linhas e Destinos

Atualmente, a Rodoviária opera cerca de 40 a 50 linhas regulares, os principais destinos são:

- Porto Alegre (capital do estado)
- Caxias do Sul
- Pelotas
- Passo Fundo
- Santiago
- Uruguaiana (fronteira com a Argentina)
- Florianópolis e Curitiba (linhas interestaduais)
- Demais cidades do interior do estado

#### Empresas de Ônibus

Planalto Transportes, Santo Ângelo, Expresso União, Unesul, Caxiense.

A Rodoviária de Santa Maria é também é um ponto de passagem importante para rotas de longa distância, especialmente para quem viaja entre o interior do estado e a capital, ou entre o sul do Brasil e países do Mercosul, como Argentina e Uruguai.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas



Rubrica do  
responsável pelo estudo:

### Santa Maria - Aeroporto

O Aeroporto de Santa Maria fica a 11km do centro da cidade, tendo sua gestão municipalizado em 2015 e desde 2017 ele passou a ser gerido pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O município é responsável pelo terminal e a pista é de responsabilidade militar. O terminal já recebeu um investimento de mais de 1,2 milhões de reais para melhorar a operação, já que antes não contava sequer com ar-condicionado.

Quando a administração assumiu a gestão do aeroporto, havia apenas um voo para Porto Alegre, operado pela Azul. Atualmente, duas companhias aéreas operam no aeroporto: a Azul e a VoePass. Devido aos alagamentos recentes ocorridos no Rio Grande do Sul, atualmente estão disponíveis apenas voos para Florianópolis e São Paulo, com a promessa de que os voos para Porto Alegre retornarão em breve. A Azul, após um estudo de mercado que revelou que a maioria dos passageiros que viajavam de ônibus para Porto Alegre continuava a viagem até São Paulo, decidindo então manter três voos semanais para São Paulo. A companhia aérea Latam foi contatada e solicitou mais voos para conectar a região a São Paulo, no entanto, a restrição é a capacidade da pista, que não suporta aeronaves de maior porte. A Latam manifestou interesse em adicionar voos se a pista for adequadamente ampliada.

Existe uma carta de intenção da Gol para operar mais voos, mas a pista precisa dobrar seu índice de resistência, o que exige uma grande obra financiada por recursos federais, um objetivo a médio prazo. Durante os alagamentos, o CEO da CVC entrou em contato para discutir a implementação de voos para Porto Seguro, mas a limitação da pista impediu a realização do plano.

Atualmente, está em andamento a duplicação da Rodovia 287, a principal via de acesso ao aeroporto, com o objetivo de melhorar o fluxo de tráfego.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Caxias do Sul - Aeroporto

O Aeroporto Regional de Caxias do Sul, oficialmente conhecido como Aeroporto Hugo Cantergiani (IATA: CXJ, ICAO: SBCX), também é um importante aeropoto para o interior do Rio Grande do Sul. Apesar de estar situado a cerca de 300 km de Santa Maria, possui um porte movimentação maior em comparação ao aeroporto da cidade, portanto, ele pode também ser um gerador de demanda para a cidade, por possuir uma melhor malha aérea.

#### Sua infraestrutura inclui:

- Uma pista de 2.000 metros (concreto), capaz de receber aeronaves de médio porte, como os modelos Boeing 737 e Airbus A320.
- Terminal de passageiros com serviços básicos, como área de embarque e desembarque, balcões de check-in, lanchonete e estacionamento.
- O aeroporto está em fase de estudos para futuras melhorias e ampliação, visando aumentar sua capacidade de atendimento a voos comerciais.

**Operação e Voos:** Gol Linhas Aéreas e Azul Linhas Aéreas. Essas companhias oferecem voos para destinos como: São Paulo (Congonhas e Guarulhos), Campinas (Aeroporto de Viracopos) e Porto Alegre.

### Movimentação de Passageiros

O Aeroporto de Caxias do Sul movimenta aproximadamente 250 mil a 300 mil passageiros por ano, sendo o segundo aeroporto mais movimentado do estado, atrás apenas do Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre. A movimentação de passageiros é diretamente influenciada pelo setor industrial de Caxias do Sul, que é um dos maiores polos econômicos do Rio Grande do Sul, e pelo turismo na Serra Gaúcha.



## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Santa Maria e Caxias do Sul - Movimentação Aeroportos

#### Movimentação de Passageiros - Aeroporto de Santa Maria (SBSM) Santa Maria/RS

<b>Passageiros</b>	59.183	44.658	32.624	31.486	32.300	33.687	9.411	26.194	31.900	45.294
<b>Ano</b>	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023

Crescimento  
Médio:  
-2,63%

#### Movimentação de Passageiros - Aeroporto Regional Hugo Cantergiani (SBCX) Caxias do Sul/RS

<b>Passageiros</b>	194.717	168.382	181.626	187.011	183.175	208.088	53.603	91.609	212.087	307.639
<b>Ano</b>	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023

Crescimento  
Médio:  
4,68%

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Projetos futuros e de desenvolvimento da cidade

A cidade de Santa Maria está em pleno desenvolvimento, tanto na área de projetos de infraestrutura como também com projetos que visam futuramente atrair maior demanda para a cidade. Do ponto de vista de moradia, a Prefeitura da cidade compartilhou conosco que **o setor imobiliário está bem aquecido**, com construção de vários condomínios residenciais na cidade.

No segmento de eventos, há um projeto bem encaminhado para construção de um **Parque de Eventos** que promete transformar o turismo na cidade. É um centro multiuso, através do qual a Secretaria pretende atrair eventos de toda a parte sul do estado. Caso o projeto seja aprovado, a pretensão é de que em dois anos a cidade possa receber eventos de grande porte, o que também movimentará vigorosamente o setor hoteleiro. Este centro fará parte da Universidade Federal de Santa Maria.

A prefeitura realizou recentemente a abertura de **concurso público para ingresso de turismólogos na Secretaria de Turismo** da cidade, com objetivo de colocar pessoas capacitadas e com conhecimento para atuarem no setor. Outra ação ligada ao turismo é a **requalificação de equipamentos turísticos** da cidade, como a Gare de Santa Maria, reforma na Avenida Rio Branco e melhorias na Vila Belga, por exemplo, participação em feiras de turismo, como o **Festuris Gramado** e patrocínio aos eventos que acontecem na cidade (fornecendo espaço ou contribuição de alguma outra forma). Também foram oferecidos cursos de qualificação, em colaboração com o SENAC, para recepção e governança de hotel com mais de 100 vagas, através do **Programa Emprega Santa Maria**.

O município possui linhas de crédito em parceria com o fundo garantidor, que disponibilizam mais de **30 milhões de reais para empreendimentos na cidade com juros subsidiados**. O município dispõe também de um programa de **microcrédito para pequenos empreendedores**, que oferece juros zero para empréstimos de até 10 mil reais. Há um ambiente de melhoria econômica na cidade, há relatos de que alguns empreendedores duplicaram sua produção e renda com pequenos empréstimos. Além disso, existe um empréstimo com juros fixos de 1,59% para projetos de até 150 mil reais, incluindo IPPs. O município tem se esforçado para atuar dentro de sua capacidade para oferecer apoio econômico. O setor de liberação de Alvarás para empresas está mais ágil, assim como o processo de abertura de CNPJ, que anteriormente levava meses para ser concluído.

## 2. Tendências e perspectivas macroeconômicas

### Considerações

A partir da análise das tendências e perspectivas macroeconômicas da cidade de Santa Maria, identifica-se oportunidades para o investimento na região. O município configura-se como uma cidade polo de sua região, atendendo diretamente a cerca de 12 municípios vizinhos, está situado a apenas 269 km da capital do estado do Rio Grande do Sul e possui um PIB com boa taxa de crescimento positiva. A cidade possui um excelente Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,784, posicionando-a como a nona cidade mais desenvolvida do estado em termos de qualidade de vida.

O PIB de Santa Maria está fortemente ancorado no setor de serviços, sendo este segmento representando cerca de 64% das riquezas da cidade. O comércio na cidade possui força e representatividade por um conjunto de fatores, a cidade é um polo estudantil em sua região, com a presença de diversas universidades, públicas e privadas, bem como possui também importância por ser a 2ª cidade no país com a maior presença de bases militares, portanto, esta circulação de pessoas de outras cidades e estados em Santa Maria fortalecem seu comércio local, desde escolas, universidades, polo médico e serviços em geral.

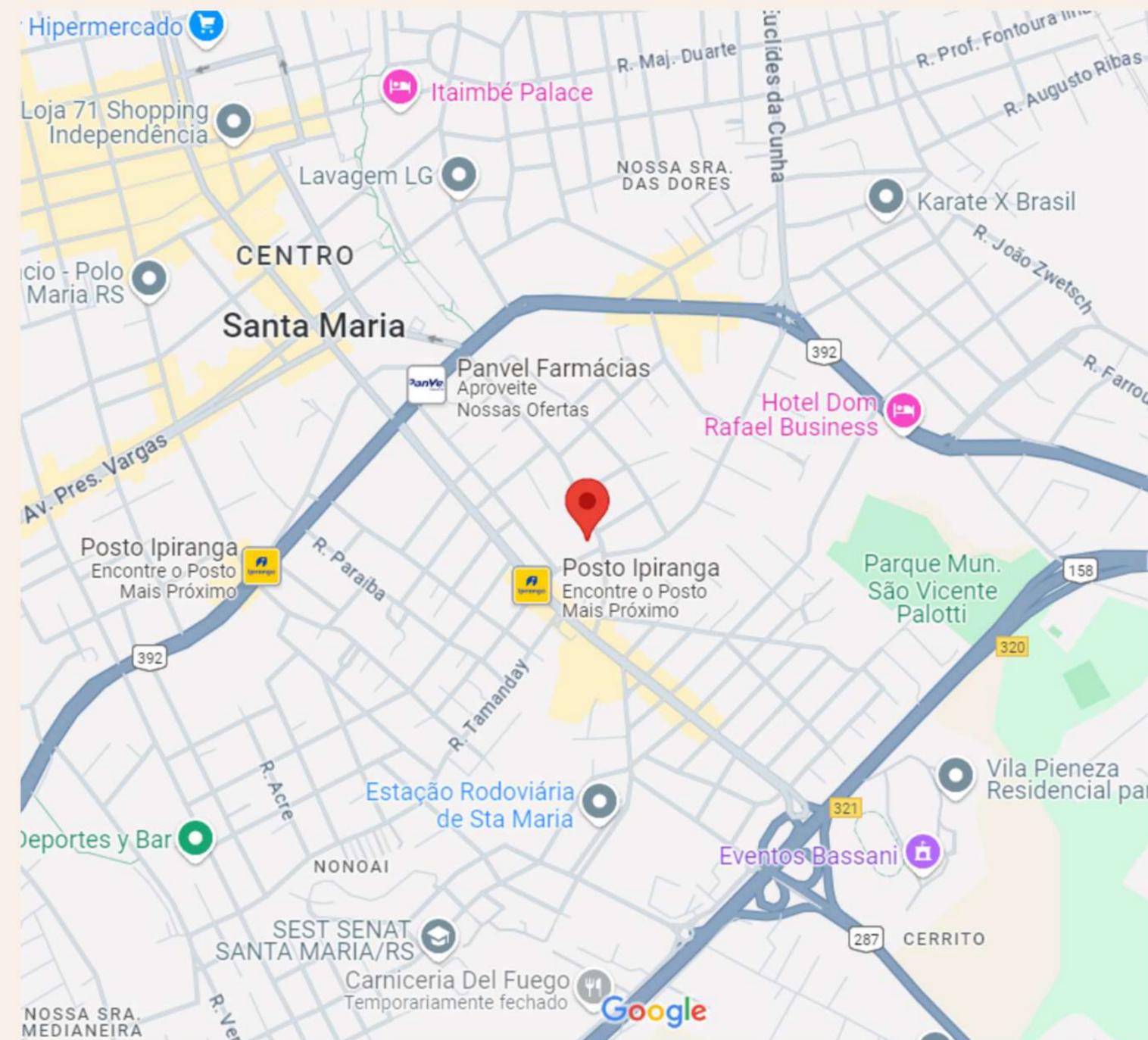
O setor de turismo tem uma relevância menor, já que a cidade não possui grande atratividade neste segmento, já o setor de eventos é melhor estruturado, com um calendário de eventos fixos e a atenção da Secretaria de Desenvolvimento em suas divulgações. A infraestrutura básica da cidade vem sendo atendida, ao trafegar pelo município percebe-se que as ruas são calçadas e há obras recentemente executadas com objetivo de contenção de alagamentos na cidade. Santa Maria possui um aeroporto de pequeno porte que opera com alguns voos comerciais, bem como possui também uma boa malha rodoviária, facilitando assim o acesso.

### 3. Análise da localização geográfica do empreendimento e sua vizinhança

#### Macrolocalização

O terreno em questão está situado na R. Gen. Neto, 871 - Centro, Santa Maria - RS, em uma localização estratégica, apesar de não estar localizado em uma avenida de alto fluxo. A rua em que o terreno está localizada possui uma característica residencial, com baixo movimento, no entanto, a distância de 180 metros é possível ter acesso a uma importante avenida na cidade, como a Av. Fernando Ferrari, e, a um raio de menos de 500 metros a outras importantes vias, como a BR - 392, BR - 320 e a Avenida Presidente Vargas, por exemplo.

Dos hotéis que compõem a cesta competitiva, 3 deles estão situados no mesmo bairro em que o terreno em estudo, todos eles a uma distância de pouco mais de 1 km, confirmando assim que a região em que o hotel pretende estar situado é propícia para atividade hoteleira.



### 3. Análise da localização geográfica do empreendimento e sua vizinhança

#### Microlocalização

O terreno está estrategicamente situado a apenas 1,3 km da Estação Rodoviária de Santa Maria, a apenas 500 metros do Shopping Monet, e 1 km do Royal Plaza Shopping, sendo este último o maior shopping próximo ao terreno. Ainda em um raio de até 1,5 km é possível encontrar diversos comércios importantes, como supermercados, farmácias, bares, restaurantes e lojas de fast food. Ampliando o raio de distância a até 10 km temos outros importantes pontos de interesse na cidade, como o Shopping Praça Nova (6,7km de distância), Universidade Federal de Santa Maria (10 km de distância) e o Aeroporto Municipal de Santa Maria (10,7 km de distância).

A proximidade a 2 diferentes shoppings oferece acesso conveniente a uma ampla gama de serviços e comodidades, os visitantes podem desfrutar de uma variedade de lojas, incluindo renomadas marcas como: Renner, Riachuelo, Hering, Lojas Americanas, C&A, O Boticário, Natura, Droga Raia, L'Occitane, Samsung, Vivo, Magazine Luiza, McDonald's, Burger King, Spoleto, Subway, cinema, agências bancárias, lotéricas, salões de beleza, e serviços de conserto de celulares e eletrônicos, além de atividades para crianças.

Ponto de interesse (a partir do terreno)	Distância	Tempo de carro
Shopping Monet	500 m	2 min
Royal Plaza Shopping	1,1 km	3min
Estação Rodoviária de Santa Maria	1,3 km	4 min
Farmácia	950 m	3 min
Posto de Gasolina	1,1 km	3 min
Supermercado	500 m	2 min
Cafeteria	500 m	1 min
Hospital	850 m	3 min
Caixas eletrônicos	500 m	2 min

O terreno em análise em Santa Maria emerge como uma localização que possui potencial significativo para incrementar o setor hoteleiro local.

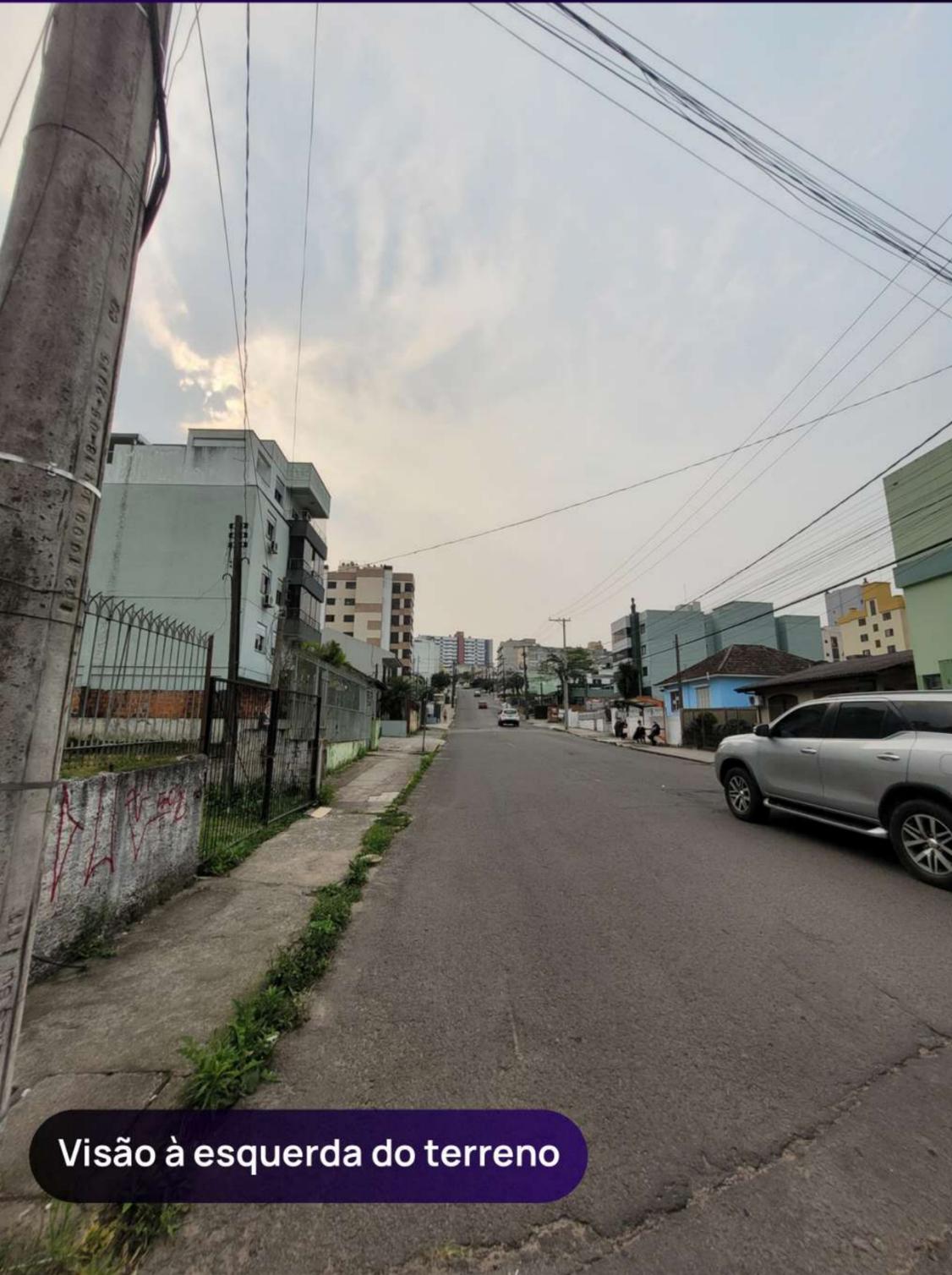
Sua região é cercada por diversos pontos comerciais de interesse dos hóspedes, como Shoppings, hospitais, postos de gasolina, farmácias, locadoras de veículos, e a rodoviária. Os pontos comerciais são próximos, possibilitando o deslocamento a pé o de carro.



# 3. Análise da localização geográfica do empreendimento e sua vizinhança



Rubrica do responsável pelo estudo:



Visão à esquerda do terreno



Visão à direita do terreno



Vista frontal do terreno



Visão de frente ao terreno

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Oferta Hoteleira

A oferta hoteleira de Santa Maria atualmente é caracterizada por hotéis independentes ou de redes locais, de categoria intituladas entre 4 e 2 estrelas. De acordo com o último dado coletado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, a cidade possui 20 hotéis e 4 pousadas, totalizando cerca de 2.200 leitos. Dentre os hotéis e pousadas existentes na cidade, foram selecionados apenas 6 empreendimentos como concorrentes do hotel em estudo, são eles: Hotel Dom Rafael Executivo, Hotel Dom Rafael Premium, Hotel Dom Rafael Bussines, P1 Hotel, Óper Smart Hotel, e Altadomo Hotel.

Os dados coletados na visita à Secretaria de Turismo de Santa Maria e também diretamente com os hotéis indicam que a cidade possui uma ocupação média anual em torno de 69%. A cidade não possui uma rotina de coleta de dados referente a ocupação hoteleira da cidade de maneira recorrente, no entanto, tanto a Secretaria de Turismo como a malha hoteleira pesquisada afirmam ter uma ocupação maior nos dias de semana, em média 78% e menor aos finais de semana, com uma média de 45% de ocupação. Os cenários de ocupação relatados podem alterar, principalmente em épocas de maior demanda demanda. A Secretária de Turismo explica que a falta de dados sobre a ocupação ocorre por conta dos próprios hoteleiros da cidade, que não colaboram informando esses dados fidedignos por diversos fatores, principalmente para mascarar o real lucro que o hotel está recebendo.

Dos 6 hotéis pesquisados pela Eninova, encontramos uma média de 99 quartos por hotel, onde 100% deles possuem estacionamento pago, 80% possuem restaurante, 70% possuem uma ou mais salas de reuniões, 30% possuem academia e 15% possui piscina.

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### **Demanda**

A demanda do setor hoteleiro de Santa Maria é notadamente impulsionada pelo segmento de negócios, que inclui uma vasta gama de profissionais como representantes comerciais, funcionários, consultores e prestadores de serviço ligados principalmente ao comércio, negócios de uma forma geral, educação, saúde e motivos relacionados à questão das bases militares presentes na cidade, dentre outras atividades econômicas da região.

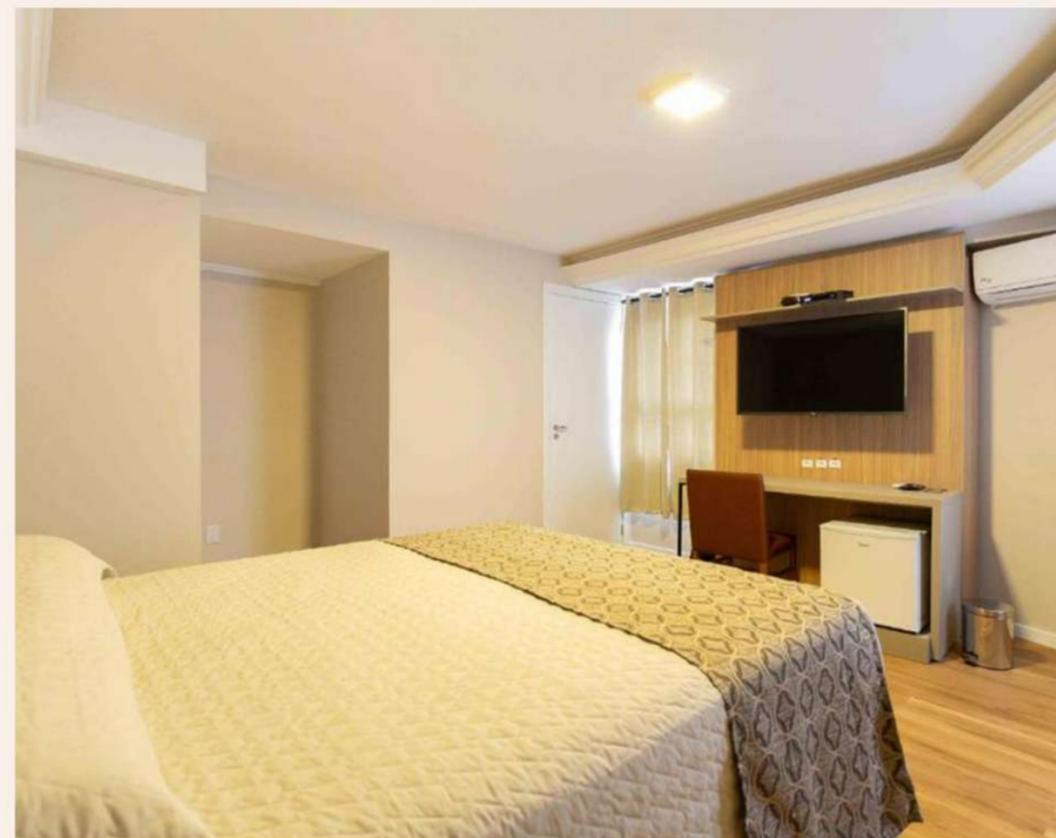
De acordo com informações coletadas em visita de campo aos hotéis e dados coletados também junto à Secretaria de Turismo do Estado, estes hóspedes tendem a permanecer na cidade por um período médio de 3 dias, sendo os meses de maior movimentação na cidade entre Março a Dezembro, nos demais meses não citados a cidade tem menor movimentação, principalmente devidos ao período de férias escolares e universitárias.

De acordo com as informações coletadas in loco e também em entrevista com a Secretaria de Turismo de Santa Maria, é comum que em períodos de maior demanda na cidade haja ausência de leitos, em tempo de eventos os hotéis costumam lotar e não comportar toda a capacidade que a cidade demanda, e os turistas precisam se hospedar nas cidades vizinhas, em casas de conhecidos ou até mesmo na capital, a quase 300km de distância.

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - Hotel Dom Rafael Executivo

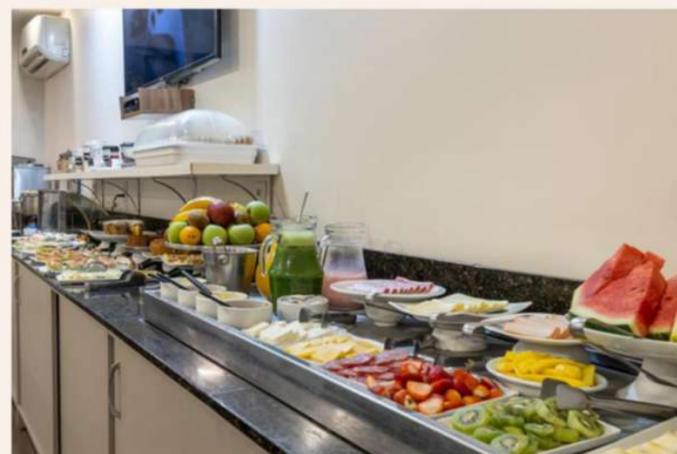
O Hotel Dom Rafael Executivo oferece uma estadia prática e confortável em uma das principais avenidas da cidade, perto do centro histórico e de muitos restaurantes. Com 59 UHS disponíveis e 2 categorias de quartos, a recepção funciona 24 horas, e a diária conta com café da manhã incluso e restaurante para as demais refeições, além de contar também com estacionamento. Os quartos possuem aspecto moderno e bem equipado, e possuem banheiro privativo, TV e frigobar. O hotel possui site e motor de reservas, garantindo uma exposição online que possibilite o cliente a efetuar uma reserva direta.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - Hotel Dom Rafael Premium

O Hotel Dom Rafael Premium é o melhor desta rede familiar. Conta com 76 UHS e possui quartos novos e reformados. A recepção funciona 24h e conta com um café e restaurante para os hóspedes, estacionamento, academia e café da manhã incluso na diária, além de possuir salas de reunião para aluguel. Os quartos possuem TV, frigobar e box no chuveiro. Fica localizado perto do centro histórico e perto de várias conveniências.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - Hotel Dom Rafael Bussines

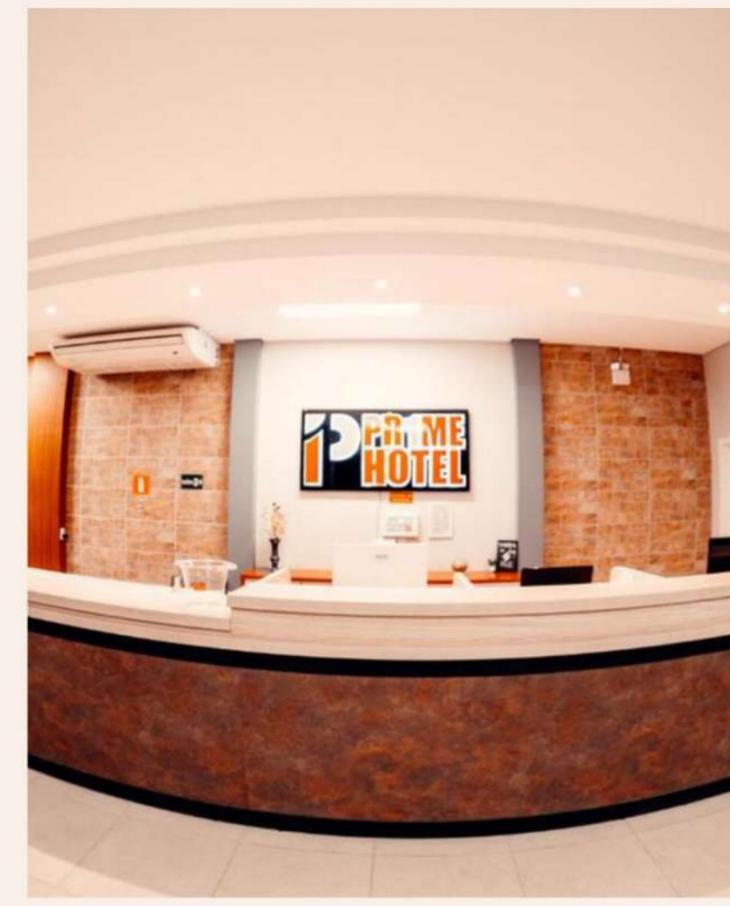
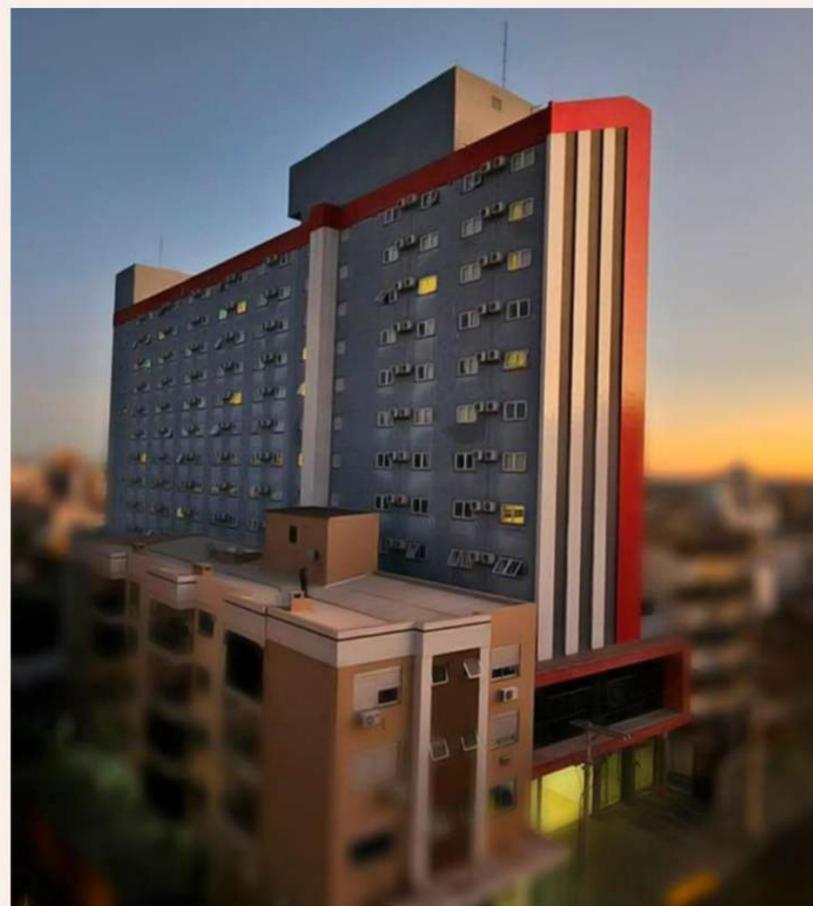
O Hotel Dom Rafael Business é o maior dessa rede hoteleira familiar da cidade. São 90 quartos localizado as margens de uma das principais vias de acesso da cidade, a BR 392, a 8km de distância do aeroporto da cidade. O hotel funciona em um prédio bem antigo e histórico e está passando por um retrofit. Possui restaurante terceirizado, mas que faz serviço de quarto, recepção 24h, estacionamento e café da manhã incluso, além de sala de reunião e auditório para aluguel. Os quartos simples dispõem de TV, frigobar e banheiro privativo e algumas unidades contam com uma mini copa.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - P1 Hotel

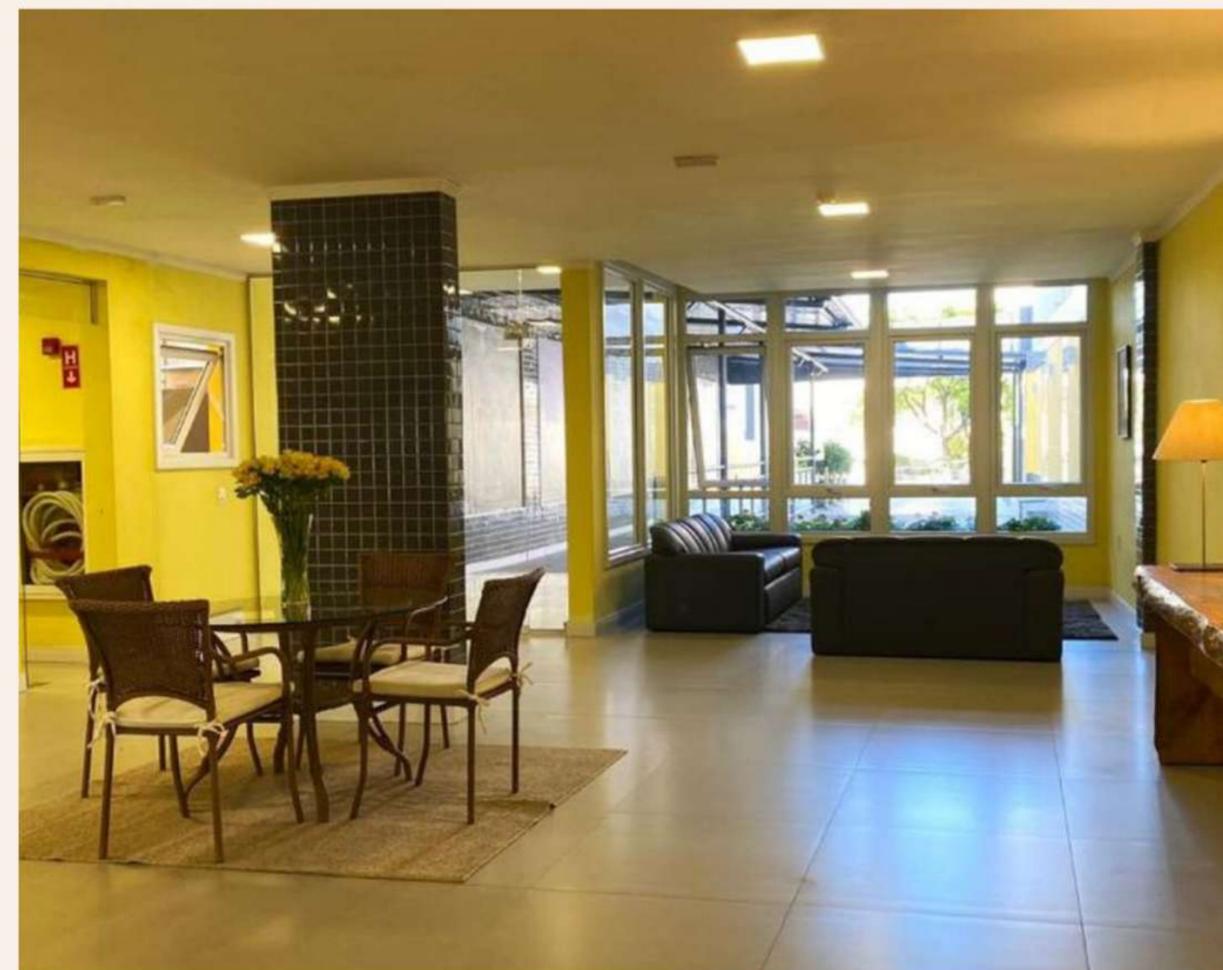
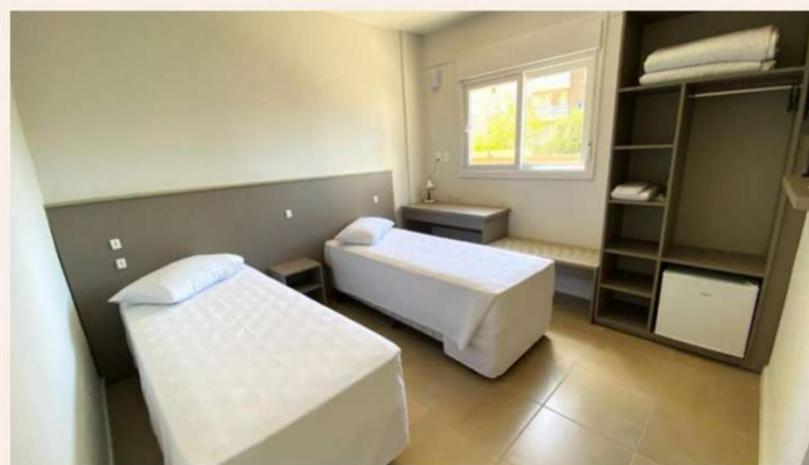
O P1 Hotel é o maior hotel e o mais novo de todos. O Hotel tem apenas 2 anos e conta com uma estrutura bem nova e várias categorias para atender aos mais diferentes tipos de demanda. Além dos quartos padrões com TV, frigobar e ar condicionado, possuem também quartos sem TV e sem frigobar para atingir o público de pessoas que querem apenas passar a noite, tomar o café da manhã incluso na diária na manhã seguinte, e seguir sua viagem. O hotel ainda conta com estacionamento, restaurante próprio, recepção 24 horas e uma sala de eventos.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - Óper Smart Hotel

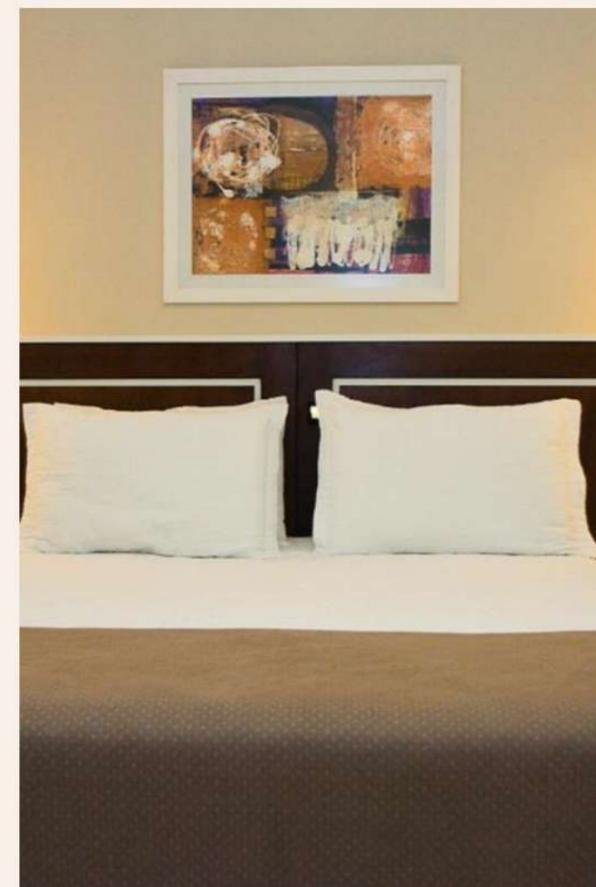
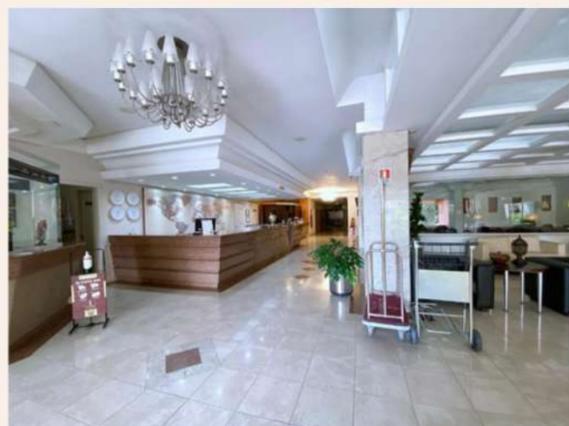
O Óper Smart Hotel é um hotel bem simples de 98 quartos que conta com recepção 24h, estacionamento e café da manhã incluso. Os quartos possuem TV, frigobar e banheiro privativo, além de ar condicionado e estufa. O espaço para café da manhã está em reforma, por isso os hóspedes se dirigem ao hotel vizinho, o Hotel Altadomo, que é da mesma rede, para realizar o serviço. Possui uma boa localização no centro.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Hotéis do Set Competitivo - Altadomo Hotel

O Hotel Altadomo é o mais caro dentre os visitados. São 90 quartos bem amplos em um prédio de 20 anos de idade, mas bem conservado. Além da boa localização, é o hotel que possui mais serviços disponíveis para os hóspedes. Possui estacionamento, café da manhã incluso, restaurante, bar e café, academia, salas de reunião para aluguel, piscina, sauna seca e molhada e os quartos contam com banheiro privado, TV e frigobar.



## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Análise SWOT de Santa Maria

<b>Pontos fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Investimento em melhoria da infraestrutura da cidade;</li><li>- Apoio e incentivos fiscais para novos negócios;</li><li>- Polo de saúde, educação e militar na região;</li><li>- A cidade é a maior da região e atende demanda de aproximadamente 40 outras cidades;</li><li>- Muitos eventos acontecem na cidade durante o ano.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pista do aeroporto não permite receber voos maiores;</li><li>- Malha aérea de voos pequena;</li><li>- Quantidade de leito as vezes insuficiente e com pouca qualidade;</li><li>- Falta de mão de obra qualificada para hotalaria</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Desafios</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Empresas de aviação têm interesse em trazer mais voos para o aeroporto;</li><li>- Criação de novos projetos turísticos e revitalização dos existentes;</li><li>- Condomínios residenciais em construção;</li><li>- Criação de um centro de eventos na UFSM;</li><li>- Mais de um bilhão de investimentos na área de novos empreendimentos no setor de comercio para até o final de 2025.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Atrair investidores de novos negócios;</li><li>- Colaboração dos empresários da cidade em repassar dados para a secretaria;</li><li>-Mão de obra qualificada no seguimento da hotelaria e hospitalidade;</li><li>-Malha aérea limitada, poucas opções de voos diretos para cidade que conectam com grandes cidades/capitais;</li><li>- Trazer eventos para a cidade que aconteçam nos períodos de baixa da cidade.</li></ul>

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Composição do Set Competitivo

Aplicamos os seguintes filtros no levantamento competitivo dos hotéis pesquisados:

1. Primária: compete 100% com o hotel em estudo e todas as Uh's são consideradas no grupo competitivo;
2. Secundária: Compete 50% com o hotel em estudo e metade do número total de Uh's são consideradas no grupo competitivo.
3. Terciária: compete 25% com o hotel em estudo e um quarto do número total de quartos são consideradas no grupo competitivo.
4. Não competitivo: onde o produto é retirado do grupo por não oferecer Uh's que possam vir a concorrer com o hotel em estudo.

### Cesta Competitiva

Para o set competitivo foram levantados 6 hotéis, caracterizados por empreendimentos que possuem diária média para duplo variando entre R\$ 206,00 a R\$ 309,00, São hotéis que atendem neste momento o perfil de hóspede que consome a cidade, com acomodações em padrão entre 3 e 4 estrelas.

A taxa de ocupação dos hotéis selecionados na cesta competitiva é de 69%, com uma diária média de R\$ 249,83 para quarto duplo. As informações foram obtidas por meio de pesquisa de campo realizadas nos hotéis, coleta de dados em fontes secundárias e ponderações da equipe da Eninova.

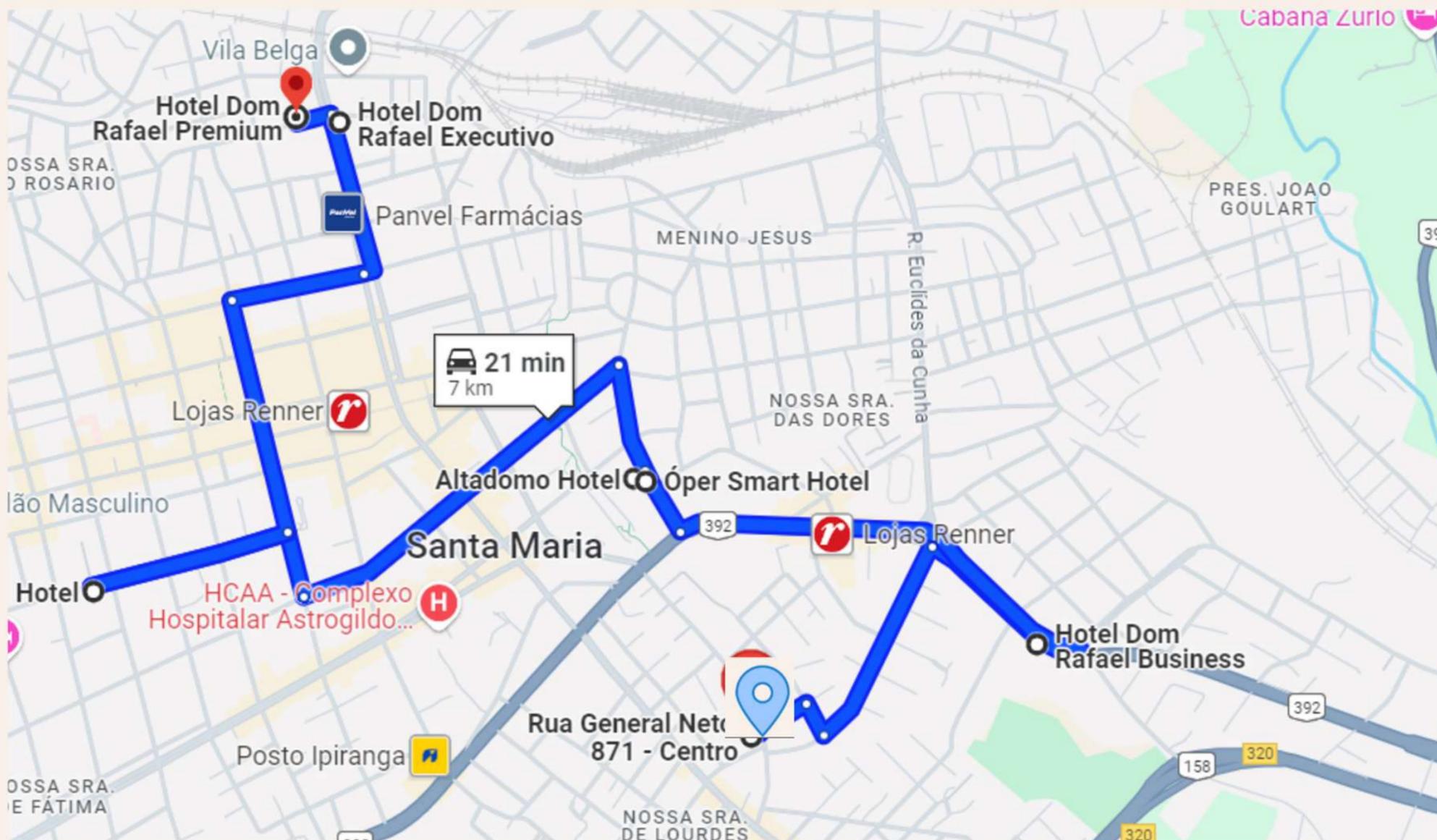
Com base nas informações coletadas, para fins de estudo, iremos considerar a ocupação da cesta competitiva, já a diária média, aplicaremos uma marjoração de 20% a mais, analisando então a marca Ibis e seu posicionamento no mercado, com objetivo de adequar os valores a qualidade da marca.

Valores do Set Competitivo	
Diária Média	R\$ 249,83
Taxa de Ocupação	69%

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Composição do Set Competitivo

Identificamos que a cesta competitiva encontra-se dentro de um raio máximo de 2,5 km do terreno em estudo.



Hotel	Distância do terreno em estudo
Óper Smart Hotel	1 km
Altadomo Hotel	1 km
Hotel Dom Rafael Bussines	1,2 km
P1 Hotel	2,4 km
Hotel Dom Rafael Executivo	2,4 km
Hotel Dom Rafael Premium	2,5 km



Localização do terreno em estudo

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Cesta competitiva - Características

Abaixo, apresentaremos os hotéis que compõem a cesta competitiva, competitiva traçada com suas principais características, referentes a nota de avaliação na Booking.com, número de quartos, diária média, bem como a presença ou não das principais áreas comuns, que são: Espaço para reuniões, Estacionamento, Restaurante, Academia e Piscina.

**Tabela de Oferta - Hotéis Santa Maria**

Item	Hotel	★	Nota	Uhs	Diária média	Espaço Reunião	Estacionamento	Restaurante	Academia	Piscina
1	Hotel Dom Rafael Executivo	3	8,2	59	R\$ 222,00	Não	Sim	Sim	Não	Não
2	Hotel Dom Rafael Premium	4	8,7	76	R\$ 271,50	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
3	Hotel Dom Rafael Bussines	2	8,2	90	R\$ 206,00	Sim	Sim	Sim	Não	Não
4	P1 Hotel	3	8,2	150	R\$ 216,00	Sim	Sim	Sim	Não	Não
5	Óper Smart Hotel	3	9,6	98	R\$ 274,00	Não	Sim	Não	Não	Não
6	Altadomo Hotel	4	8,6	90	R\$ 309,50	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
				<b>563</b>	<b>R\$ 249,83</b>	<b>67%%</b>	<b>100%</b>	<b>83%</b>	<b>33%</b>	<b>17%</b>

## 4. Análise do mercado hoteleiro por segmento e perspectivas de sua evolução

### Cesta competitiva - Levantamento competitivo

Dos 6 empreendimentos constantes no set competitivo, todos eles são considerados como concorrentes primários, pois, todos os quartos disponíveis comcorrem diretamente com o hotel em estudo.

<b>Tabela de Oferta Geral - Hotéis Santa Maria</b>				
<b>Item</b>		<b>Uhs</b>	<b>Uh Comp.</b>	<b>Lev. Competitivo</b>
<b>1</b>	Hotel Dom Rafael Executivo	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>Primário</b>
<b>2</b>	Hotel Dom Rafael Premium	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>Primário</b>
<b>3</b>	Hotel Dom Rafael Bussines	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>Primário</b>
<b>4</b>	P1 Hotel	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>Primário</b>
<b>5</b>	Óper Smart Hotel	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>Primário</b>
<b>6</b>	Altadomo Hotel	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>Primário</b>
<b>Total Uh's</b>		<b>473</b>	<b>473</b>	

# 5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado

## O Hotel x Mercado: Posicionamento

De acordo com o perfil de mercado da cidade e levando em consideração a atual cesta de hotéis analisada, podemos identificar as principais características necessárias que o hotel em estudo deve ter para ter uma eficaz taxa de penetração no mercado hoteleiro de Santa Maria:

- O hotel em estudo deve estar direcionado para atender o mercado de negócios, que é hoje a principal motivação dos viajantes da cidade.
- Atualmente Santa Maria conta com número reduzido de hotéis, sendo a maior parte deles independentes ou pertencentes a redes de administração local. A predominância é de empreendimentos no estilo econômico.
- As características do produto procura atingir principalmente pessoas que procuram conforto e um conceito de integração e vivência do ambiente do hotel, além de atender a demanda de eventos, o empreendimento deve possuir espaço para convivência, negócios e entretenimento, dentro de um conceito econômico, o que fortalece o diferencial das demais ofertas da região.
- O hotel se posicionará como o empreendimento mais novo em estrutura da cidade, atrelado a uma marca já consolidada no estado.
- O posicionamento tarifário refletirá os valores apurados na pesquisa de mercado realizada.
- Possuir área Kids e espaços de convivência em família são oportunidades de mercado identificadas, durante a pesquisa de campo, identificamos que as pessoas que viajam à trabalho estariam dispostas a estender sua permanência na cidade ou ainda a levar familiares eventualmente, caso haja atividades de entretenimento no hotel.

## 5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado

### O Hotel x Mercado: Projeção de demanda e oferta

Para efeitos de cálculo da taxa de projeção de demanda, foram utilizados os seguintes dados:

- PIB da Cidade de Santa Maria de 2011 a 2021, sendo 2021 o último ano de dados oficiais disponibilizados pelo IBGE, totalizando um índice de crescimento médio de 5,99% a.a. no período de 2011 a 2021.
- Crescimento de empresas 4,11% e de pessoal ocupado entre 2012 a 2022, de 1,25%.
- Os dados do aeroporto foram apurados entre 2014 e 2023 via informações da Infraero, sistema Hórus e informações do aeroporto, apresentando taxa de crescimento com índice de -2,63%, portanto, eles não foram utilizados para cálculo da projeção de demanda.
- Os dados de IDH-M apresentando taxa de crescimento 0,84%.
- A taxa de projeção obtida foi ponderada por meio de pesos aplicados pela equipe da Eninova, considerando a potencialidade do crescimento da cidade e os dados sócio econômicos apurados. Assim, a taxa de projeção inicial foi de 3,45% ao ano.
- A taxa de projeção utilizada para valorização da diária média nos primeiros 5 anos, foi de 3,5%, conforme IPCA- Índice Longo Prazo.

## 5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado

### O Hotel x Mercado: Projeção de demanda e oferta

Aplicando-se as taxas de projeção de demanda obtidas no número inicial de demanda, gerada pelo número de diárias vendidas em 2023, chega-se à seguinte projeção de demanda – diárias vendidas/dia para a cesta competitiva em estudo:

Taxa de Projeção de Demanda		
Item	Taxa	Peso
PIB	5,99%	3
Empresas	4,11%	3
Pessoal Ocupado	1,25%	2
I-DHM	0,84%	2
<b>Taxa de Projeção</b>	<b>3,45%</b>	<b>10</b>

Taxa de Projeção de Demanda		
Período	Corte	Taxa
2024 a 2037	0%	3,45%

Projeção de Demanda	
Ano	Demanda
2024	307
2025	318
2026	329
2027	340
2028	352
2029	364
2030	377
2031	390
2032	403
2033	417
2034	432
2035	446
2036	462
2037	478
2038	494
2039	511

## 5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado



Rubrica do responsável pelo estudo:

### O Hotel x Mercado: Projeção de demanda e oferta

Com base na pesquisa realizada na região e em conversa com a Prefeitura local, não foi identificado nenhum novo projeto hoteleiro com inserção de apartamentos na cidade, bem como nenhum projeto de ampliação unidades hoteleiras já existentes na cidade.

Além do empreendimento analisado, existe, portanto, nenhuma perspectiva oficial de entradas futuras de mais leitos na cidade. Ao analisar o set competitivo, identificamos que o perfil hoteleiro da região não apresenta risco de saída por possuir um índice baixo de leitos muito antigos na cesta projetada.

<b>Projeção de Oferta (do grupo competitivo)</b>				
	<b>Inicial</b>	<b>Entrada</b>	<b>Saída</b>	<b>Final</b>
<b>2024</b>	473			473
<b>2025</b>	473			473
<b>2026</b>	473			473
<b>2027</b>	473			473
<b>2028</b>	473			473
<b>2029</b>	473			473
<b>2030</b>	473			473
<b>2031</b>	473			473
<b>2032</b>	473			473
<b>2033</b>	473			473
<b>2034</b>	473			473
<b>2035</b>	473			473
<b>2036</b>	473			473
<b>2037</b>	473			473
<b>2038</b>	473			473

## 5. Análise do posicionamento competitivo e da penetração do empreendimento no mercado

### O Hotel x Mercado: Desempenho

O estudo de performance aponta qual será o desempenho de um hotel com 100 unidades hoteleiras, conforme gráfico abaixo:

	Oferta			Hotel x Mercado			Demanda		Desempenho	
	Mercado	Hotel	Total	D. Ideal	Penetração	Pick Up	Mercado	Hotel	%TO	DM
<b>2028</b>	473	100	573	17,45%	100%	10	374	75	75,23%	R\$ 344,03
<b>2029</b>	473		573	17,45%	100%	10	387	77	77,49%	R\$ 356,07
<b>2030</b>	473		573	17,45%	100%	10	400	80	79,81%	R\$ 368,53
<b>2031</b>	473		573	17,45%	100%	10	414	82	82,22%	R\$ 381,43
<b>2032</b>	473		573	17,45%	100%	10	428	85	84,71%	R\$ 394,78

A diária média é sugerida, não é promessa de resultado.

## 6. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro

Conforme tabela abaixo, seguem os valores do apartamento e as taxas cobradas (conforme informações cedidas pelo cliente):

- Os preços de venda sugeridos estão apontados na tabela.
- Os apartamentos serão ofertados com o mesmo valor e está composto por Aquisição + FF&E (móvel).
- Gastos pré-operacionais e capital de giro incluídos no preço de venda.

Nº de Uhs	Valor imóvel	MONTAGEM, EQUIPAGEM, DECORAÇÃO E ENXOVAL:	TAXAS (PRÉ-OPERACIONAL + CAPITAL DE GIRO)	VALOR IMÓVEL + TAXAS
100	R\$349.200,00	R\$ 42.000,00	R\$ 7.800,00	R\$399.000,00

### LEGENDA:

Tipologia: Tipo de unidade habitacional com base no layout físico e metragem.

Número de Unidades: Oferta de unidades habitacionais contempladas pelo hotel em estudo por tipo.

Área Privativa Unidade: Área privativa equivalente a cada unidade habitacional.

Valor da Unidade: Valor da unidade habitacional com base no valor do m<sup>2</sup>, sem custos de decoração, pré-operacional e capital de giro.

Valor FF&E (Furniture, Fixtures & Equipments): Valor de decoração e enxoval com base no valor por m<sup>2</sup>, por unidade.

Pré-Operacional e Capital de Giro: Valores relacionados ao período que antecede o início da operação do hotel em estudo.

Valor Total da Unidade: Valor de venda da unidade, composto pelos custos de construção, montagem e equipagem. Soma do Valor da Uh + Valor FF&E (total) + Pré-Operacional e Capital de Giro.

Os preços de venda sugeridos estão apontados na tabela.

Os apartamentos serão ofertados com o mesmo valor e está composto por Aquisição + FF&E (móvel).

Gastos pré-operacionais e capital de giro incluídos no preço de venda.

## 6. Estimativa dos custos de construção, montagem, equipagem, decoração, enxoval, despesas pré-operacionais e estimativa dos custos administrativos e tributários a serem incorridos pelo investidor na aquisição do CIC Hoteleiro

**Conforme tabela abaixo, seguem os valores do apartamento e as taxas cobradas (conforme informações cedidas pelo cliente):**

### **Taxas que incidem sobre o Cic ofertado\***

O investidor da unidade terá taxas consideradas como custos fixos e variáveis, conforme abaixo:

- **Taxas Administrativas - Variáveis**

- Incentive Fee: 10% GOP

\*Taxa de Distribuição : 2% da Receita Bruta de Hospedagem

- Asset Management: R\$ 8.000,00 mensais

- **Taxas Administrativas - Fixas**

- Contas de consumo: energia, gás e água;
- IPTU

- **Taxas Tributárias**

- Será criada uma SCP – Sociedade em Conta de Participação para a exploração imobiliária do residencial, no modelo de pool, onde lucros ou prejuízos são rateados proporcionalmente entre os sócios participantes conforme sua fração ideal na sociedade.
- A SCP terá taxas tributárias como Lucro Presumido, com alíquota até 16,33%.
- A distribuição do aluguel é isenta de impostos.

\*Taxas inclusas no no item 8 destes estudo, inclusas nos valores bases da pesquisa realizada.

## 7. Metodologia escolhida

**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** (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, 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, CSLL e IRPJ.

## 8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira

### Receitas – Projeções das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 anos de operação hoteleira

<b>Estimativa de Vendas - Hospedagem</b>					
	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
<b>Disponibilidade</b>	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500
<b>Taxa de Ocupação</b>	75,23%	77,49%	79,81%	82,22%	84,71%
<b>Diárias Vendidas</b>	27461	28282	29132	30011	30920
<b>Diária Média</b>	R\$ 344,03	R\$ 356,07	R\$ 368,53	R\$ 381,43	R\$ 394,78
<b>Receita</b>	R\$ 9.447.200,86	R\$ 10.070.350,91	R\$ 10.735.993,01	R\$ 11.447.076,75	R\$ 12.206.758,34
<b>Número de Hóspedes</b>	41191	42423	43698	45017	46381
<b>Rev Par</b>	R\$ 258,83	R\$ 275,90	R\$ 294,14	R\$ 313,62	R\$ 334,43
<b>Receita de Alimentos e Bebidas</b>					
	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
<b>Receita A&amp;B</b>	R\$ 944.720,09	R\$ 1.007.035,09	R\$ 1.073.599,30	R\$ 1.144.707,68	R\$ 1.220.675,83
<b>Alimentos</b>	R\$ 661.304,06	R\$ 704.924,56	R\$ 751.519,51	R\$ 801.295,37	R\$ 854.473,08
<b>Bebidas</b>	R\$ 283.416,03	R\$ 302.110,53	R\$ 322.079,79	R\$ 343.412,30	R\$ 366.202,75
<b>Valor médio por venda</b>	R\$ 22,94	R\$ 23,74	R\$ 24,57	R\$ 25,43	R\$ 26,32
<b>Departamentos Menores</b>					
	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
<b>Outros</b>	R\$ 188.944,02	R\$ 201.407,02	R\$ 214.719,86	R\$ 228.941,54	R\$ 244.135,17
<b>Total de Receitas</b>	R\$ 188.944,02	R\$ 201.407,02	R\$ 214.719,86	R\$ 228.941,54	R\$ 244.135,17

## 8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira

Receitas – Projeções das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 anos de operação hoteleira

<b>Estimativa de Folha de Pagamento</b>						
	<b>Funcionários</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
<b>Hospedagem</b>	15	R\$ 130.788,00	R\$ 135.365,58	R\$ 140.103,38	R\$ 145.006,99	R\$ 150.082,24
<b>Alimentos e Bebidas</b>	9	R\$ 188.112,00	R\$ 194.695,92	R\$ 201.510,28	R\$ 208.563,14	R\$ 215.862,85
<b>Administração</b>	1	R\$ 49.296,00	R\$ 51.021,36	R\$ 52.807,11	R\$ 54.655,36	R\$ 56.568,29
<b>Manutenção</b>	2	R\$ 55.200,00	R\$ 57.132,00	R\$ 59.131,62	R\$ 61.201,23	R\$ 63.343,27
<b>Subtotal</b>	27	R\$ 423.396,00	R\$ 438.214,86	R\$ 453.552,38	R\$ 469.426,71	R\$ 485.856,65
<b>Encargos e Benefícios</b>	95%	R\$ 402.226,20	R\$ 416.304,12	R\$ 430.874,76	R\$ 445.955,38	R\$ 461.563,82
<b>Total de Folha de Pagamento</b>		R\$ 825.622,20	R\$ 854.518,98	R\$ 884.427,14	R\$ 915.382,09	R\$ 947.420,46

	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>	<b>2031</b>	<b>2032</b>
<b>Receita Bruta</b>	R\$10.580.864,97	R\$11.278.793,02	R\$12.024.312,17	R\$12.820.725,96	R\$13.671.569,34
<b>Receita Líquida</b>	R\$9.628.587,12	R\$10.263.701,65	R\$10.942.124,08	R\$11.666.860,62	R\$12.441.128,10

## 8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira

### Receitas – Projeções das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 anos de operação hoteleira

<b>Habitações</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
Receita Bruta	R\$ 9.447.200,86	100,0%	R\$10.070.350,91	100,0%	R\$10.735.993,01	100,0%	R\$11.447.076,75	100,0%	R\$ 12.206.758,34	100,0%
Receita Líquida	R\$ 8.630.017,99	91,4%	R\$9.199.265,56	91,4%	R\$9.807.329,62	91,4%	R\$10.456.904,61	91,4%	R\$ 11.150.873,74	91,4%
Gastos Gerais	R\$ 935.272,89	9,9%	R\$972.683,80	9,7%	R\$1.011.591,15	9,4%	R\$1.052.054,80	9,2%	R\$ 1.094.136,99	9,0%
Folha de Pagamento	R\$ 255.036,60	2,7%	R\$263.962,88	2,6%	R\$273.201,58	2,5%	R\$282.763,64	2,5%	R\$ 292.660,36	2,4%
Lucro ou prejuízo do Dpto.	R\$ 7.439.708,50	78,8%	R\$7.962.618,87	79,1%	R\$8.522.536,88	79,4%	R\$9.122.086,18	79,7%	R\$9.764.076,39	80,0%
<b>Alimentos e Bebidas</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
Receita Bruta	R\$ 944.720,09	100%	R\$ 1.007.035,09	100%	R\$1.073.599,30	100%	R\$1.144.707,68	100%	R\$ 1.220.675,83	100%
Receita Líquida	R\$ 850.248,08	90%	R\$ 906.331,58	90%	R\$966.239,37	90%	R\$1.030.236,91	90%	R\$ 1.098.608,25	90%
Custos de A&B	R\$ 241.848,34	25,60%	R\$ 257.800,98	25,60%	R\$274.841,42	25,60%	R\$293.045,16	25,60%	R\$ 312.493,01	25,60%
Gastos Gerais	R\$ 47.236,00	5,00%	R\$ 50.351,75	5,00%	R\$52.606,37	4,90%	R\$56.090,68	4,90%	R\$ 58.592,44	4,80%
Folha de Pagamento	R\$ 366.818,40	39%	R\$ 379.657,04	38%	R\$392.945,04	37%	R\$406.698,12	36%	R\$ 420.932,55	34%
Lucro ou prejuízo do Dpto.	R\$ 194.345,33	20,57%	R\$ 218.521,80	21,70%	R\$245.846,54	22,90%	R\$274.402,95	23,97%	R\$306.590,25	25,12%
<b>Departamentos Menores</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
Receita Bruta	R\$ 188.944,02	100%	R\$ 201.407,02	100%	R\$ 214.719,86	100%	R\$ 228.941,54	100%	R\$ 244.135,17	100%
Receita Líquida	R\$ 178.363,15	94,40%	R\$ 190.128,23	94,40%	R\$ 202.695,55	94,40%	R\$ 216.120,81	94,40%	R\$ 230.463,60	94,40%
Gastos Gerais	R\$ 24.562,72	13,00%	R\$ 26.182,91	13,00%	R\$ 27.484,14	12,80%	R\$ 29.304,52	12,80%	R\$ 31.005,17	12,70%
Folha de Pagamento	R\$ -	0%	R\$ -	0%						
Lucro ou prejuízo do Dpto.	R\$ 153.800,43	81,40%	R\$ 163.945,31	81,40%	R\$ 175.211,41	81,60%	R\$ 186.816,29	81,60%	R\$ 199.458,43	81,70%
<b>L/P dos Centros de Receita</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
	R\$ 7.787.854,26	73,60%	R\$8.345.085,99	73,99%	R\$8.943.594,83	74,38%	R\$9.583.305,42	74,75%	R\$10.270.125,07	75,12%

## 8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira

### Receitas – Projeções das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 anos de operação hoteleira

<b>Administração e Geral</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
Gastos Gerais	R\$	825.307,47	7,80%	R\$	858.319,77	7,61%	R\$	892.652,56	7,42%	R\$	928.358,66	7,24%	R\$	965.493,01
Folha de Pagamento	R\$	96.127,20	1%	R\$	99.491,65	1%	R\$	102.973,86	1%	R\$	106.577,94	1%	R\$	110.308,17
Resultado	R\$	921.434,67	8,71%	R\$	957.811,42	8,49%	R\$	995.626,42	8,28%	R\$	1.034.936,60	8,07%	R\$	1.075.801,18
<b>Marketing Sales</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
Marketing Sales	R\$	172.600,36	1,63%	R\$	183.985,31	1,63%	R\$	196.146,59	1,63%	R\$	209.138,09	1,63%	R\$	223.017,47
Comissionamento TARS	R\$	94.472,01	0,89%	R\$	100.703,51	0,89%	R\$	107.359,93	0,89%	R\$	114.470,77	0,89%	R\$	122.067,58
Resultado	R\$	267.072,37	2,52%	R\$	284.688,82	2,52%	R\$	303.506,52	2,52%	R\$	323.608,86	2,52%	R\$	345.085,06
<b>Manutenção e Conservação</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
Gastos Gerais	R\$	264.521,62	2,5%	R\$	269.812,06	2,39%	R\$	275.208,30	2,29%	R\$	280.712,46	2,19%	R\$	286.326,71
Folha de Pagamento	R\$	107.640,00	1,0%	R\$	111.407,40	1,0%	R\$	115.306,66	1,0%	R\$	119.342,39	0,9%	R\$	123.519,38
Resultado	R\$	372.161,62	4%	R\$	381.219,46	3,38%	R\$	390.514,96	3,25%	R\$	400.054,86	3,12%	R\$	409.846,09
<b>Gastos com água e Energia</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
Resultado	R\$	317.425,95	3,00%	R\$	328.377,14	2,91%	R\$	339.706,16	2,83%	R\$	351.426,02	2,74%	R\$	363.550,22
<b>Resultado antes FEES Ger.</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
	R\$	5.909.759,66	55,85%	R\$	6.392.989,15	56,68%	R\$	6.914.240,78	57,50%	R\$	7.473.279,08	58,29%	R\$	8.199.361,90
<b>Trademark</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
Uso da Marca	R\$	423.234,60	4%	R\$	451.151,72	4%	R\$	480.972,49	4%	R\$	512.829,04	4%	R\$	546.862,77
<b>Lucro Operacional Bruto - GOP</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>					
	R\$	5.486.525,06	51,85%	R\$	5.941.837,43	52,68%	R\$	6.433.268,29	53,50%	R\$	6.960.450,04	54,29%	R\$	7.652.499,13

## 8. Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira

### Receitas – Projeções das receitas, despesas e resultados para um período de pelo menos 5 anos de operação hoteleira

<b>Gastos de Capital</b>	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
Seguros	R\$ 23.880,00	0,23%	R\$ 24.357,60	0,22%	R\$ 24.844,75	0,21%	R\$ 25.341,65	0,20%	R\$ 25.848,48	0,19%
Taxas da Propriedade	R\$ 122.990,00	1,16%	R\$ 125.449,80	1,11%	R\$ 127.958,80	1,06%	R\$ 130.517,97	1,02%	R\$ 133.128,33	0,97%
Taxa de Distribuição	R\$ 188.944,02	1,79%	R\$ 201.407,02	1,79%	R\$ 214.719,86	1,79%	R\$ 228.941,54	1,79%	R\$ 244.135,17	1,79%
Incentive Fee	R\$ 548.652,51	5,19%	R\$ 594.183,74	5,27%	R\$ 643.326,83	5,35%	R\$ 696.045,00	5,43%	R\$ 765.249,91	5,60%
Asset Management	R\$ 96.000,00	0,91%	R\$ 97.920,00	0,87%	R\$ 99.878,40	0,83%	R\$ 101.875,97	0,79%	R\$ 103.913,49	0,76%
Fundo de reposição	R\$ 211.617,30	2,00%	R\$ 338.363,79	3,00%	R\$ 420.850,93	3,50%	R\$ 448.725,41	3,50%	R\$ 546.862,77	4,00%
Resultado	R\$ 1.192.083,82	11,27%	R\$ 1.381.681,95	12,3%	R\$1.531.579,56	12,7%	R\$ 1.631.447,53	12,7%	R\$ 1.819.138,15	13,3%
	<b>2028</b>		<b>2029</b>		<b>2030</b>		<b>2031</b>		<b>2032</b>	
<b>L/P Antes do IR E Depreciação</b>	<b>R\$4.294.441,23</b>	<b>40,59%</b>	<b>R\$4.560.155,48</b>	<b>40,43%</b>	<b>R\$4.901.688,73</b>	<b>40,76%</b>	<b>R\$5.329.002,51</b>	<b>41,57%</b>	<b>R\$5.833.360,98</b>	<b>42,67%</b>

- Valores reais, sem inflação, correntes de Setembro de 2024.
- Os resultados obtidos acima não são promessas de resultados, são projeções baseadas em pesquisas de mercado e premissas apresentadas neste estudo.

## 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;

### Premissa para o cálculo da taxa interna de retorno (TIR)

- a) A base do fluxo de caixa (FC) para o cálculo da TIR foi a projeção 2028-2037 apresentada neste relatório.
- b) Entre 2033 e 2037, o FC foi majorado em 0,5 a.a. para simular a curva do ciclo de vida do produto, deve estabilizar a partir de então.
- c) A TIR – Taxa Interna de Retorno foi calculada somando o FC com o FC capitalizado pela taxa de CapRate definida.
- d) A forma de pagamento utilizada no cálculo é referencial, a incorporadora e comprador poderão adotar outras formas de pagamento, o que poderá alterar a TIR indicada neste estudo.
- e) O FC está em valores correntes de Setembro de 2024, sem inflação.
- f) O FC é uma projeção de mercado baseada em dados coletados para esse relatório e relacionados com o momento atual. Mudanças nas premissas adotadas ao longo do estudo podem afetar os resultados estimados. Não é promessa de resultado qualquer número apresentado ao longo do relatório.
- g) As receitas e gastos apontados ao longo desse relatório são as consideradas para a análise financeira, qualquer outro gasto ou receita além dos citados ao longo do relatório terão impacto na TIR apurada.
- h) O valor de venda já contempla Construção + Decoração + Gastos Pré-Operacionais.
- i) Há risco do cenário apresentado não ser atingido, não é promessa de resultado.

## 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;

### Cenários de Rentabilidade

<b>Rentabilidade Média 2028 a 2037</b>	13,71%
<b>TIR com Cap Rate</b>	34%
<b>VPL</b>	R\$ 37.480,77
<b>Pay back</b>	7 anos e 7 meses

Preço para venda Imobiliária		
Investimento	Imobiliário	
		-R\$ 399.000,00
(Construção)	R\$ 399.000,00	
2028	R\$ 42.944,41	11%
2029	R\$ 45.601,55	11%
2030	R\$ 49.016,89	12%
2031	R\$ 53.290,03	13%
2032	R\$ 58.333,61	15%
2033	R\$ 58.991,90	15%
2034	R\$ 59.584,88	15%
2035	R\$ 60.166,15	15%
2036	R\$ 60.746,55	15%
2037	R\$ 61.384,96	15%
<b>Capitalização do FC c/CapeRate</b>	R\$ 4.008.759	
<b>Rentabilidade média 2028-2032</b>	12%	
<b>Rentabilidade média 2028-2037</b>	13,79%	
<b>TIR com CapRate</b>	34%	
<b>VPL</b>	R\$ 37.702,44	
<b>Pay back</b>	7 anos e 7 meses	

## 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;

### Cenários de Rentabilidade

UH's	Ano	2028	2029	2030	2031	2032
100	Taxa Ocupação	75,23%	77,49%	79,81%	82,22%	84,71%
	Diária Média	R\$344,03	R\$356,07	R\$368,53	R\$381,43	R\$394,78
	L/P antes do IR	R\$4.294.441,23	R\$ 4.560.155,48	R\$ 4.901.688,73	R\$ 5.329.002,51	R\$5.833.360,98
	Média distribuição mensal por UH	R\$ 3.578,70	R\$ 3.800,13	R\$ 4.084,74	R\$ 4.440,84	R\$ 4.861,13
	% de Rentabilidade Mensal	0,90%	0,95%	1,02%	1,11%	1,22%

UH's	Ano	2033	2034	2035	2036	2037
100	Taxa Ocupação	85,14%	85,56%	85,99%	86,42%	86,85%
	Diária Média	R\$398,73	R\$402,71	R\$406,74	R\$410,81	R\$414,92
	L/P antes do IR	R\$ 5.899.189,87	R\$ 5.958.488,08	R\$ 6.016.614,75	R\$ 6.074.654,78	R\$ 6.138.495,57
	Média distribuição mensal por UH	R\$ 4.915,99	R\$ 4.965,41	R\$ 5.013,85	R\$ 5.062,21	R\$ 5.115,41
	% de Rentabilidade Mensal	1,23%	1,24%	1,26%	1,27%	1,28%

Média de 1,15% a.a. – distribuição de R\$ 4.583,84

Média VPL 0,94% a.a. – distribuição de R\$ 3.770,24

Investimento de R\$ 399.000,00

## 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;

### Cenários de Rentabilidade

- I) As projeções aqui apresentadas são estimativas e estão baseadas em dados obtidos através de estudos de viabilidade e de acordo com o cenário atual do mercado, não são garantias de resultados futuros;
- II) Nos números acima não está sendo considerado o potencial de valorização imobiliária;
- III) O percentual de rentabilidade está sendo baseado no valor do imóvel de R\$ 399.000,00
- IV) Fundo de reposição de ativos garantido dentro do custo operacional;
- V) Informações preliminares, sujeitas a alterações. Base: Setembro/2024;
- VI) Taxa de Desconto de inflação de 3,5% a.a. – VPL do investimento – R\$ 37.702,44;
- VII) Resultado antes do IR;

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;

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

<b>Quadro de Ponto de Equilíbrio e Risco Operacional - 2037</b>		
<b>Dados da Análise - 2037</b>	<b>Valores</b>	<b>Composição</b>
Receita Total	R\$14.731.790,94	100%
Gastos Variáveis	R\$4.948.153,75	34%
Gastos Fixos	R\$1.918.538,84	13%
Lucro Operacional Bruto Ajustado	R\$7.865.098,36	53%
Receita no ponto de Equilíbrio	R\$2.888.855,39	
Vendas no Ponto de Equilíbrio	7008	
Taxa de Ocupação no ponto de Equilíbrio	19,20%	
<b>Risco Operacional de Vendas</b>	<b>23,76%</b>	

## 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

### Atratividade, Rentabilidade e CapRate para o setor:

Informações Públicas - Venda Secundária / Condo-Hotel				
UNIDADE	Valor Anunciado	Distribuição Divulgada	Rentabilidade Nominal Mês	Rentabilidade Nominal Ano
Ibis Cuiabá	R\$ 299.000,00	R\$ 2.307,80	0,77%	9,26%
Ibis Garanhuns	R\$ 205.000,00	R\$ 3.105,90	1,52%	18,18%
<b>Média</b>			<b>1,14%</b>	<b>13,72%</b>

Se CapRate Mercado < CapRate Mínimo = CapRate Mínimo

Se CapRate Mercado > CapRate Mínimo = CapRate Mercado

1% CapRate Mercado < 3,5% CapRate Mínimo

- CapRate Mínimo (Atratividade para o negócio em análise): 13,72%

- Composição do CapRate Atratividade  
Taxa Livre de Risco Longo Prazo: 3,5%

Projeção Banco Itaú - Ver Anexos

23,76% de Risco Operacional do Hotel não atingir FC Estimado pela proporção das Vendas no Ponto de Equilíbrio em relação às vendas estimadas para o número de diárias vendidas em 2037.

# 11. Anexos

## Taxas e índices a longo prazo

	Data de modificação: 12/07/2024												
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024P	2025P	2026P	2027P
<b>Inflação</b>													
IPCA	10,7%	6,3%	2,9%	3,7%	4,3%	4,5%	10,1%	5,8%	4,6%	4,0%	4,0%	3,5%	3,5%
INPC	11,3%	6,6%	2,1%	3,4%	4,5%	5,4%	10,2%	5,9%	3,7%	4,0%	3,9%	3,5%	3,5%
IGP-M	10,5%	7,2%	-0,5%	7,5%	7,3%	23,1%	17,8%	5,5%	-3,2%	3,3%	3,1%	3,5%	3,5%
IPA-M (preços por atacado)	11,2%	7,6%	-2,5%	9,4%	9,1%	31,6%	20,6%	5,3%	-5,6%	3,1%	2,8%	3,5%	3,5%
<b>Taxa de juros</b>													
Selic – final do ano	14,25%	13,75%	7,00%	6,50%	4,50%	2,00%	9,25%	13,75%	11,75%	10,50%	10,50%	9,75%	9,25%
Selic – média do ano	13,58%	14,17%	9,92%	6,56%	5,96%	2,81%	4,81%	12,63%	13,25%	10,67%	10,50%	9,88%	9,29%
Taxa real de juros (Selic/IPCA) – fim de período	3,23%	7,02%	3,94%	2,65%	0,19%	-2,41%	-0,74%	7,53%	6,81%	6,25%	6,21%	6,04%	5,56%
CDI - final do ano (anualizado)	14,14%	13,63%	6,99%	6,40%	4,59%	1,90%	8,76%	13,65%	11,87%	10,39%	10,39%	9,64%	9,14%
CDI - acumulado no ano	13,33%	14,06%	10,05%	6,48%	5,94%	2,78%	4,40%	12,42%	13,20%	10,63%	10,39%	9,80%	9,21%
TJLP (Taxa nominal) – fim de período	7,00%	7,50%	7,00%	6,98%	5,57%	4,55%	5,32%	7,20%	6,55%	7,03%	6,86%	6,55%	6,44%
TLP (Taxa real) – fim de período	-	-	-	2,98%	1,68%	1,83%	4,10%	5,23%	5,56%	5,90%	5,73%	5,74%	5,70%

# Disclaimer



Este relatório, composto por 78 (Setenta e Oito) slides, incluindo a capa, foi elaborado por Eninova Hospitality (“Autor”) com exclusiva utilização dos “Receptores”. Todas as informações foram coletadas e compiladas pelo Autor e, embora tenham sido obtidas de maneira transparente com fontes confiáveis e assertivas, o Autor não garante a precisão de todas as informações contidas neste documento.

As afirmações, suposições, estimativas e projeções presentes neste documento são baseadas em previsões de desempenho, comportamento e dinâmica futura de componentes do mercado que não são controláveis, podendo ou não se confirmar. Discrepâncias entre as informações previstas pelo Autor e os resultados efetivamente obtidos poderão ocorrer, bem como novos fatos poderão surgir após a entrega datada deste relatório que poderão impactar os resultados. O Autor não está obrigado a atualizar este relatório nem pode ser responsabilizado pela não concretização de estimativas futuras.

Nenhuma reivindicação poderá ser feita por nenhuma das partes envolvidas no desenvolvimento e/ou operação do empreendimento proposto contra o Autor (e/ou qualquer um de seus parceiros envolvidos na elaboração deste relatório) para reaver qualquer tipo de perda ou dano que qualquer investidor (e/ou filiado envolvido no desenvolvimento e/ou operação do empreendimento) possa vir a sofrer.

Este relatório não se propõe a incluir todas e quaisquer informações necessárias à tomada de decisão de um investidor, que devem estar cientes de que as informações aqui presentes são baseadas em estimativas futuras que podem ou não vir a se concretizar, e que o Autor não pode ser responsabilizado sobre essas informações. Futuros e potenciais investidores devem conduzir suas próprias pesquisas e análises, e devem procurar de forma independente por assessoria profissional em relação aos aspectos técnicos, legais, financeiros e tributários, antes de investir no projeto.

Este relatório é confidencial e para uso exclusivo de pessoas interessadas na aquisição do empreendimento referenciado neste estudo, ele só poderá ser distribuído ou divulgado mediante autorização dos contratantes.

Eninova / Setembro 2024.

# Obrigado!

Realizado pelo Ecosistema ENINOVA Hotels e Resorts



[www.eninova.com.br](http://www.eninova.com.br)