



## Caio Sergio Calfat Jacob

[caio@caiocalfat.com](mailto:caio@caiocalfat.com)

Rua Henrique Monteiro, 234 - 11º andar

São Paulo - SP - Brasil - 05423-020

Fone/Fax: (55 11) 3034-2824

Celular: (55 11) 8105-8200



**CAIOCALFAT**  
REAL ESTATE CONSULTING

[www.caiocalfat.com](http://www.caiocalfat.com)

# CONDO-RESORT

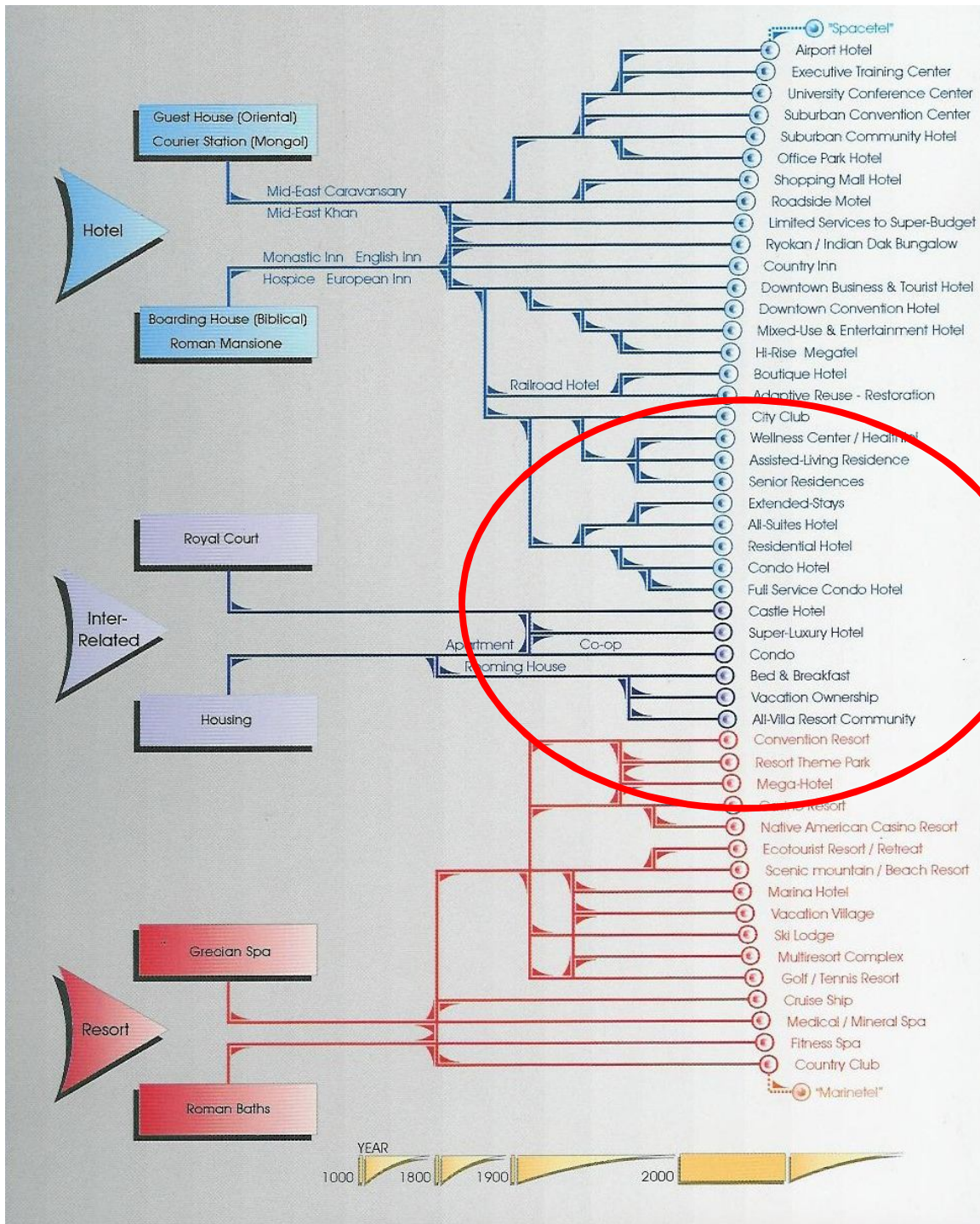


*Um sistema para agregar valor e potencializar a performance de vendas de imóveis turísticos*

*Engº Caio Sergio Calfat Jacob*



**CAIOCALFAT**  
REAL ESTATE CONSULTING



**EVOLUÇÃO DOS TIPOS DE EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS NO MUNDO, AO LONGO DO SEGUNDO MILÊNIO**



## RESORTS



- Apartamentos *de luxo*, amplos e confortáveis (família; convenções)

- Quantidade, qualidade e variedade de atividades culturais, esportivas, de entretenimento, lazer e saúde (relaxamento, estética, emagrecimento, recuperação)

- Serviços diferenciados

- Gastronomia destacada e internacional

- Lojas de produtos relacionados com as atividades de entretenimento, lazer e saúde do resort.

## EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIO-TURÍSTICOS

- 5% dos europeus que visitam o Brasil são proprietários de imóveis próprios de lazer (Fonte: Revista Exame).



# RESORTS EM EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIO-TURÍSTICOS

## • Terravista Trancoso

## • Txai Itacaré



TERRAVISTA  
CONDOMÍNIO, RESORT & GOLF



# RESORTS EM EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIO-TURÍSTICOS

## • Yacamim Ilhabela



PARCEIROS

**ODEBRECHT**  
Empreendimentos Imobiliários

**de f a u**  
de founrier developers

**ILHA**  
IMOBILIÁRIA E TURISMO

**Silfialho**  
IMOBILIÁRIA

Operado por **HotelariaBrasil**

**L'OCCITANE**  
EN PROVENCE

**CJ&N**  
Real Estate Consulting

Two floor plans are shown: 'Térreo' (Ground floor) and 'Superior' (Upper floor). The ground floor plan shows a living area, kitchen, and dining area. The upper floor plan shows a bedroom and bathroom. Below the floor plans is a photograph of a house with a tiled roof and a balcony, surrounded by tropical landscaping.

Térreo.

Superior.

Casas de 120m<sup>2</sup>, opção 1.

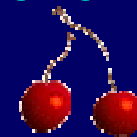
**YACAMIM**

Os layouts ilustrados são apenas para fins informativos e não representam a realidade final. Consulte o projeto arquitetônico para mais detalhes.



## CONDO-RESORT , "A CEREJA DO BOLO"


- *Resort + Imobiliário-Turístico (casas, apartamentos, bangalôs, chalés, flats), administradas por uma mesma empresa, que presta serviços hoteleiros, administração condominial e gestão da ocupação das casas quando não estiverem sendo utilizadas pelos proprietários.*



- *A "cereja do bolo" CONDO-RESORT *

- *Oferece-se a possibilidade da realização do intercâmbio de algumas semanas de férias por ano ao comprador do imóvel, de modo a que ele possa usufruir de outros resorts pelo mundo.*

- *Este benefício é incorporado ao empreendimento em seu lançamento, agregando valor ao imóvel.*

- *O CONDO-RESORT  não modifica o produto original, oferece um diferencial a mais e agrega valor ao imóvel. Não é time sharing.*

- *Deste modo, o proprietário de uma unidade residencial em um condomínio junto a um resort poderá desfrutar, além do título de propriedade do imóvel, de três situações alternadas durante o ano:*

- *O uso do imóvel por um período à sua escolha;*

- *A rentabilidade gerada pela gestão do imóvel nos outros períodos e*

- *O usufruto de resorts pelo mundo, através do intercâmbio.*



## A INTERCAMBIADORA DE FÉRIAS:

RCI – RESORTS  
CONDOMINIUM  
INTERNATIONAL



- *Pertence à Whindham Worldwide, uma das maiores empresas de hospedagem do mundo ([www.cendant.com](http://www.cendant.com)).*
- *Fundação: 1974.*
- *Resorts Afiliados: 4.400 em mais de 100 países (85 no Brasil).*
- *Famílias Associadas: 4 milhões (18.000 no Brasil).*
- *Escritórios: 50, em 35 países.*
- *Funcionários:*

*Whindham Hotel Group: Franqueadora de algumas das maiores marcas hoteleiras internacionais*

- *10% da oferta de aptos. hoteleiros dos USA.*

*RCI: Franqueadora de algumas das maiores marcas hoteleiras.*

- *Maior desenvolvedora de propriedades de férias do mundo.*
- *Mais de 140 resorts e mais de 750.000 famílias proprietárias.*



*QUANDO O NEGÓCIO É BOM, TODOS GANHAM*

- *INCORPORADOR*
- *COMPRADOR*
- *IMOBILIÁRIA*
- *INTERCAMBIADORA*
- *ADMINISTRADORA DE CONDOMÍNIO E/OU*
- *REDE HOTELEIRA*

- *Adapta-se ao projeto original imobiliário-turístico, estabelecendo ampla sinergia com o condomínio e o eventual resort;*
- *Não modifica o conceito arquitetônico, sendo necessárias pequenas alterações de projeto para eventuais enquadramentos em parâmetros da intercambiadora;*
- *Não altera significativamente o modelo jurídico original, pois a contratação entre incorporadora, comprador e intercambiadora é realizada através de um aditivo ao contrato original já existente.*
- *Melhora a performance das vendas imobiliárias:*
  - *Amplia o universo de compradores;*
  - *Agrega valor ao produto;*
  - *Possibilita maior velocidade de vendas.*
- *O custo inicial de afiliação da intercambiadora é compatível com as despesas de marketing do empreendimento.*
- *A inserção do empreendimento no diretório internacional da intercambiadora proporciona à incorporadora melhor desempenho nas fases seguintes de venda e a continuidade no sistema, visando inserir futuros empreendimentos.*

*Representa a aquisição de um produto imobiliário, cujo documento de propriedade é uma sólida, perene e valiosa (para o brasileiro) escritura e registro imobiliário;*

- Proporciona a decisão, unicamente, ao proprietário do imóvel, que não precisa compartilhar do bem com outro proprietário, o que pode lhe causar desconforto;*
- Agrega valor ao imóvel, em caso de revenda;*
- Proporciona ao comprador, através do intercâmbio, com o pagamento de uma pequena taxa, usufruir ótimos resorts em destinos do mundo inteiro, não se restringindo a um único local;*
- Possibilita ao comprador três situações alternadas durante o ano, potencializando a importância do produto: o uso do imóvel por um período, a rentabilidade proporcionada pela locação do imóvel no período em que não o estiver utilizando e a possibilidade de desfrutar de outros resorts ao redor do mundo, a um custo baixo.*

*Proporciona melhor performance de vendas;*

- Possibilita maior ganho aos corretores, devido ao maior valor do imóvel;*
- O treinamento de corretores é relativamente simples e rápido;*
- É um forte argumento de vendas, a ser explorado na campanha publicitária, facilitando a operação comercial.*

- *Potencializa o número de seus afiliados, no momento em que a indústria imobiliário-turística se desenvolve a grande velocidade no país;*
- *Proporciona amplos e inéditos benefícios de Marketing, tais como:*
  - *Torna seu produto mais conhecido em outros mercados, como o imobiliário e o turístico-imobiliário, o que antes se restringia ao setor hoteleiro de Time Share.*
  - *Propicia exposição de marca e conceito durante a campanha de vendas do empreendimento, normalmente por longos períodos, atingindo novos mercados.*
  - *Associa sua marca às de empresas de excelência que compõem a realização dos empreendimentos – construtoras, incorporadoras, imobiliárias, redes hoteleiras e de spas, academias de fitness center, restaurantes, administradoras de condomínio, escritórios de consultoria, de arquitetura e urbanismo, de publicidade – durante a campanha de vendas, em sofisticados folhetos, outdoors, generosos anúncios em jornais, revistas, televisão, internet, etc., sem custo algum para a intercambiadora.*
- *Desenvolve produtos para novo tipo de público, com a possibilidade de fidelizar clientes e a estes poder oferecer variados tipos de serviços, até o Time Share em outros resorts, ou Fractionals em condomínios, etc.*

- *Proporciona aumento de arrecadação de taxa de condomínio, em virtude de:*
  - *Quantidade e variedade de serviços oferecidos;*
  - *Aumento do número de empreendimentos e de unidades por empreendimento, pelas razões apresentadas nos itens anteriores;*
  - *Sinergia com empreendimentos complementares como spas, restaurantes, hípicas, marinas, campos de golfe, tênis, etc.*
- *Potencializa o número de empreendimentos a serem administrados, em comparação com os residenciais simples, residenciais com serviços para primeira e segunda residência, flats e apart-hotéis.*
- *Possibilita aumentar a abrangência de serviços a serem oferecidos, tanto à administradora de condomínios como à rede hoteleira, proporcionando – a ambas – mais extenso setor de atuação.*

- *Deve ser considerado desde o planejamento inicial, para se oferecido desde o lançamento do empreendimento.*
  - *Contrato entre a Incorporadora e a Caio Calfat.*
  - *Contrato entre a Incorporadora e a Intercambiadora.*
  - *Contrato entre o Condomínio e a Administradora Condominial e/ou Rede Hoteleira.*
  - *Contrato entre o Comprador da unidade residencial e a Intercambiadora.*
  - *Regras pré-estabelecidas entre a Incorporadora, a Caio Calfat, a Administradora Condominial (e/ou Rede Hoteleira), a Intercambiadora e a Imobiliária, para a venda do produto.*

- *Planejamento e Desenvolvimento de um Empreendimento Imobiliário-Turístico:*

- *Atuação da Caio Calfat Real Estate Consulting em planejamento e desenvolvimento de empreendimentos hoteleiros e imobiliário-turísticos que envolvam o* 

- *Definição do nicho de mercado.*

- *Assessoria para a compra do terreno.*

- *Elaboração dos Estudos de Vocação Mercadológica, de Viabilidade Econômico-Financeira e Business Plan.*

- *Suporte à elaboração do Masterplan Urbanístico e dos projetos arquitetônicos.*

- *Definição de gestora hoteleira e/ou condominial.*

- *Definição da melhor engenharia financeira para o empreendimento.*

- *Assessoria no planejamento de vendas, na criação da campanha de marketing, no treinamento dos corretores.*

