

TARGET COMPANY

BLIND PROFILE

DISCLAIMER

O presente documento foi elaborado por sendo confidencial e para seu uso exclusivo.

O relatório baseia-se em informações de carácter económico-financeiro e operacional disponibilizados pela empresa, não tendo procedido à verificação ou confirmação independente da precisão, abrangência e não omissão de factos materialmente relevantes.

Todas as opiniões, projeções e estimativas incluídas neste documento sintetizam os principais aspetos da presente análise na data da sua realização, podendo estar sujeitas a alterações posteriores.

CORPORATE SCORECARD

Propósito: Angariar parceiro estratégico;

Exportação: Potencial único;

Enterprise Value: 2 500 000 €;

Produtos: Estruturas Inteligentes –
Smart Urban Resorts;

Atividade: Estruturas Inteligentes – Smart Urban
Resorts;

Volume de Negócios (2019): 500 000€

Localização: Distrito: Porto; Concelho:

EBITDA (2019): 300 000 €;

QUEM SOMOS?



QUEM SOMOS?

O **Smart Urban Resort (SUR)** será a primeira **cadeia de Resorts do mundo constituída por Estruturas Inteligentes** que seguem o Sol, implantadas em ambiente urbano (ou natureza). A **inovação da solução permite a colocação em espaços nobres das cidades**, onde outras soluções não seriam permitidas.

O **objetivo** atual é:

- **constituir a empresa que será responsável por este Franchising; e**
- **construir uma primeira unidade deste resort, com 6 Estruturas Inteligentes.**

QUEM SOMOS?

Em Portugal poderá haver um Franchisado por município, com **garantia de exclusividade** nesse território.

O **investidor estratégico** com **participação** na **empresa-mãe do Smart Urban Resort** terá direito de preferência para qualquer dos municípios. Estas **Estruturas Inteligentes** são **modulares** e de **fácil transporte** (com **custos controlados**).

Isto permite a alteração de um local de implantação para outro, como forma de adaptação aos níveis de procura em função da sazonalidade, minimizando assim o risco incorrido na seleção dos locais de implantação iniciais.

QUEM SOMOS?

Para financiamento da primeira unidade do Smart Urban Resort, o **investidor / grupo hoteleiro identificado e interessado** investirá **500.000 €**, com base numa **avaliação de 2.500.000 €**.

As restantes necessidades de financiamento são anuladas em função de **parcerias já estabelecidas com a Cadeia de Valor**, que resultarão na oferta de equipamento e serviços tendo como contrapartida a promoção das suas marcas nas **Estruturas Inteligentes do SUR** e o fornecimento de equipamento aquando de encomendas futuras de outras **Estruturas Inteligentes da Casas Em Movimento**.

Este **investimento** permitirá ter um **retorno em 4,5 anos**.

QUEM SOMOS?

A **gestão** de cada uma das unidades do **Smart Urban Resort** poderá ser efetuada pelo **Franchisado**, por empresa a definir por si, **ou pela entidade parceira da empresa Smart Urban Resort**, com esse know-how.

Visão:

Ser uma nova referência no âmbito de experiências turísticas de alojamento a nível mundial.

Missão:

Oferecer experiências ímpares de alojamento, amigas do ambiente, inovadoras e em espaços únicos das cidades ou em Natureza

Objetivo:

Iniciar a construção do Smart Urban Resort no primeiro semestre de 2018, e em operação antes do final do ano.

INVESTIDORES E PARCEIROS



GRUPO HOTELEIRO
(a identificar)

AWARDS



ANÁLISE SWOT

FORÇAS

- Tecnologia Casas Em Movimento (Arch In Motion) patenteada em 77 países (incluindo EUA);
- Solução inovadora e pioneira no mundo;
- Responde às necessidades do séc. XXI (sustentabilidade, mobilidade, flexibilidade, modularidade);
- Integração de outras tecnologias presentes no mercado;
- Tempo de construção / montagem

FRAQUEZAS

- Conceito novo desafia o status quo;
- Requer a disponibilização de espaços com características únicas (espaços nobres em ambiente urbano);
- Necessidade de otimização das estruturas;

OPORTUNIDADES

- Aumento na procura de experiências diferenciadas e associadas à sustentabilidade;
- Aumento no rendimento disponível das famílias portuguesas e estrangeiras;
- Boom turístico em Portugal;
- Parcerias com grandes empresas internacionais;
- Interesse de outros arquitetos / empresas em recorrer à tecnologia CEM;

AMEAÇAS

- Dificuldades legais na implantação das Estruturas Inteligentes do Smart Urban Resort em alguns espaços urbanos;
- Nova crise financeira;
- Fim do boom turístico em Portugal

MARKETING MIX - OBJETIVOS

Primeiro semestre 2018

- Constituir nova empresa detentora do Franchise Smart Urban Resort;
- Constituir a primeira Estrutura Inteligente do Smart Urban Resort para testes e otimização;
- Iniciar construção das restantes Estruturas Inteligentes do Smart Urban Resort;

Até ao final de 2018

- Iniciar operação de alojamento;

MARKETING MIX - POSICIONAMENTO

Para quem?

- Turistas nacionais e internacionais que procuram experiências inovadoras;

O quê?

- Experiências únicas de alojamento em locais especiais;

Como?

- Espaços de habitar inteligentes que podem ser personalizados com através de app, que permitem diferentes vistas ao longo do dia, colocadas em espaços nobres de cidade e com integração de serviços prestados pela economia local;

MARKETING MIX – UTILIZADOR TIPO

Estrangeiro	Nacional	Nacional
Jovem / Adulto	Jovem	Adulto
Viaja sozinho / com parceiro (a)	Viaja sozinho / com parceiro (a)	Viaja com família
Nível de vida elevado	Nível de vida elevado	Nível de vida médio

MARKETING MIX – PRODUTO/ SERVIÇO

Uma **experiência única** que junta a **inovação** ao tradicional, o **novo** ao antigo.

O Smart Urban Resort será o **primeiro Resort do mundo que segue o Sol**, construído em ambiente urbano, junto a centros históricos e outros espaços de grande valor cultural. Este será expandido com base num modelo de Franchising.

A diferenciação do Smart Urban Resort começa nas próprias Estruturas Inteligentes que o compõe, cujo mecanismo de rotação permite ao utilizador ter:

- diferentes vistas ao longo do dia;
- controlar a iluminação natural;
- controlar a temperatura no espaço interior de forma passiva;
- melhorar a eficiência na produção de energia solar;
- responder às orientações de Feng-Shui.

MARKETING MIX – PRODUTO/ SERVIÇO

O utilizador tem **acesso a uma app**, que lhe permite **personalizar o espaço** (iluminação, temperatura, orientação) e **efetuar o check-in** através de tecnologia de **reconhecimento facial**, não sendo assim necessários recursos humanos para **receção dos hóspedes**.

Essa app permite ainda **comunicar qual a hora mais adequada para ativação do serviço de limpeza**.

Adicionalmente, **funcionará como *city guide***, orientando o utilizador em função dos seus gostos pessoais (arquitetura, gastronomia, etc.)

A **ligação das Estruturas Inteligentes em rede** permitirá aos utilizadores que, estando numa dessas estruturas, tenham acesso a informação sobre as restantes, sendo assim incentivadas a fazer um percurso entre todas.

A experiência deverá ser complementada através da **cooperação com a economia local** (restaurantes, ginásios, etc) e com o património (museus, teatros, etc.)

MARKETING MIX –PREÇO

Com base nos preços atualmente praticados no mercado (no contexto das experiências turísticas para classe média / alta), será cobrado um **preço por noite de 150€**. Este preço coaduna-se com a estratégia para o Smart Urban Resort (SUR), que tem como **foco competitivo a diferenciação**.

Serviços incluídos:

- Estadia de uma noite;
- App SUR (check-in, personalização do espaço, city guide)
- Experiência SUR (integração na economia local)

MARKETING MIX –PREÇO

Taxa de ocupação objetivo: $\geq 70\%$

Se a taxa de ocupação for inferior a 70%:

Opção A: reforçar experiência SUR

- Criação de novas parcerias com economia local;
- Análise de possíveis localizações alternativas para implantação do SUR

Opção B: redução de preço / criação de campanhas promocionais

MARKETING MIX –COMUNICAÇÃO

Táticas:

- Incentivar utilizadores a divulgarem a sua experiências nas redes sociais próprias (permitir upload de fotos para Instagram / facebook através da própria app do Smart Urban Resort);
- Criação de comunidade online (recolha de feedback, partilha de experiências);
- Criação de chat na app Smart Urban Resort (recolha de feedback e assistência em tempo real);
- Convite aos Media nacionais e internacionais para dormirem no SUR e partilharem a experiência;
- Criação de desafios online (ex: criação de conteúdo viral) com oferta de noites como prémio;
- Plano de comunicação em conjunto com os parceiros envolvidos;

Canais:

- Web Site (a criar);
- Redes Sociais;
- Imprensa escrita e audiovisual;
- App SUR;

MARKETING MIX – DISTRIBUIÇÃO

- 1. Utilização de canais em função de parceria estabelecida com parceiro do setor hoteleiro;**
- 2. App Smart Urban Resort;**
- 3. Site Smart Urban Resort;**

Alternativa (plataformas de alojamento online):

- Airbnb;
- Booking.com;
- Trivago;

MARKETING MIX – PROCESSO

A) Hóspede instala app SUR a partir da qual o pode fazer reserva diretamente do espaço que pretende, ou na qual pode fazer login através de código resultante reserva efetuada por outro canal;

B) Personalização da experiência (iluminação, temperatura, música ambiente, orientação do SUR);

C) Check-in (entrada) na Estrutura Inteligente sem necessidade de Recurso Humano para abertura de porta;

D) Utilização da app como guia turístico, em função dos gostos indicados, e que sugere espaços a visitar e negócios locais a frequentar;

E) Check-out (saída) e comunicação com o serviço de limpeza

F) Convite ao preenchimento de pequeno inquérito de satisfação

MARKETING MIX – EVIDÊNCIA FÍSICA

Experiência proporcionada pelo Smart Urban Resort é suportada pelas **6 Estruturas Inteligentes** que o compõe, **cada uma com 40m²**, divididos em dois quartos de 20m².

O mecanismo de rotação permitirá ao utilizador ter **diferentes vistas ao longo do dia, controlar a iluminação natural e a temperatura no espaço interior de forma passiva e melhorar a eficiência na produção de energia solar.**

Os **Painéis Fotovoltaicos**, discretamente integrados no edifício, permitem a produção de energia suficiente para funcionar off-grid (sem ligação à rede elétrica) e ainda excedentes de energia, que poderão ser utilizados para carregamento de gadgets como laptops e smartphones, e ainda de viaturas elétricas.

Por forma a **comunicar as marcas parceiras**, são embutidos no **SUR ecrãs LED outdoor**.

MARKETING MIX – EVIDÊNCIA FÍSICA

A app que acompanha o SUR permite personalizar o espaço (iluminação, temperatura, orientação) e **efetuar o check-in sem necessidade de recursos humanos**, através de tecnologia de reconhecimento facial, não sendo assim necessários recursos humanos para receção dos hóspedes.

A ligação das Estruturas Inteligentes em rede permitirá aos utilizadores que, estando numa dessas estruturas, tenham acesso a informação sobre o que está a acontecer nas restantes.

A possibilidade de transportar os módulos, a fim de os colocar noutra local, permite uma **capacidade de adaptação à realidade do mercado em função da oferta e da procura**, minimizando assim o risco incorrido na seleção inicial dos locais de implantação, e em função da própria estação do ano, e sempre com **pegada ecológica zero** .
(conforme demonstrado em Madrid e no Porto).

MODELO DE EXPLORAÇÃO DO SUR

Smart Urban Resort:

Identifica os parceiros municipais (ou outros) que concedam espaços para implantação da primeira unidade do Smart Urban Resort e que suportem custos de infraestruturas necessárias (CM Matosinhos já demonstrou interesse);

Parceiros:

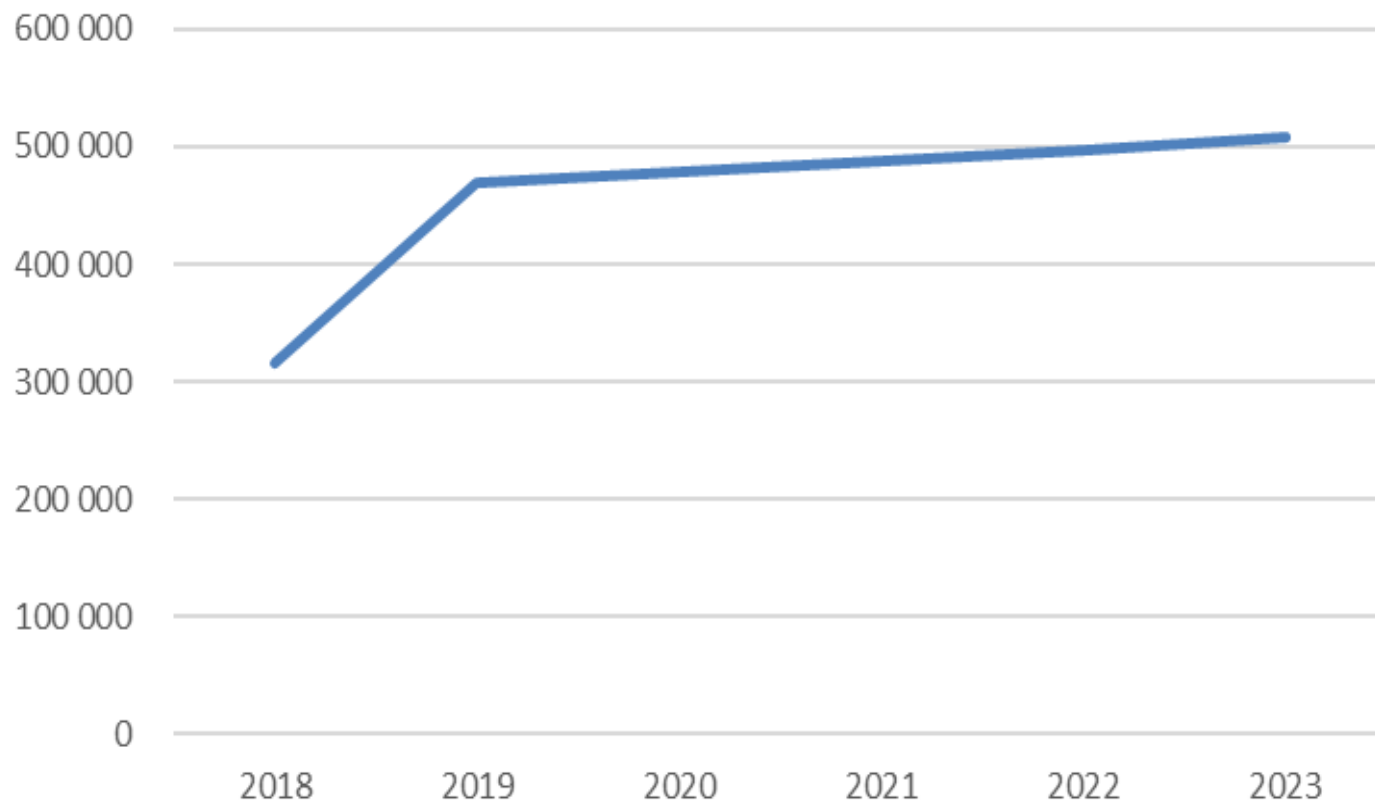
A Cadeia de Valor do Smart Urban Resort procede à construção e montagem do Smart Urban Resort nos locais contratualizados. Grupo hoteleiro dá acessória à gestão do Resort.

Objetivo: Construção do Smart Urban Resort

- ✓ Constituído por 6 Estruturas Inteligentes de 40m²
 - Até dois quartos de 20m² por cada Estrutura;
 - A serem implantados em espaços nobres das cidades;

MODELO DE EXPLORAÇÃO DO SUR

Receitas de Alojamento



Observações

Preço por noite:
150€

Taxa de
ocupação: 70%

MODELO DE EXPLORAÇÃO DO SUR

Redução de custos através de parcerias

Local de Implantação: eliminados através de parceria com municípios;

Comunicações: eliminados através de parceria com ALTICE;

Segurança: eliminados através de parceria com Prosegur;

Recursos Humanos: apenas para limpeza do espaço (logística do Pestana);
A APP iCEM permite fazer check-in nas Estruturas Inteligentes através do smartphone, não sendo necessários recursos humanos para atendimento e abertura de porta;

Outros custos operacionais: cooperação com negócios locais;
Ao contrário de resorts tradicionais, não temos custos com restauração ou outros serviços de suporte

MODELO DE EXPLORAÇÃO DO SUR

Custos Variáveis Anuais

1 /skim			6 /skim
Seguros	60 /mês	720 /ano	4 320 €
Segurança	38 /mês	456 /ano	Anulado
WiFi	37 /mês	444 /ano	Anulado
Fee Logística (para Parceiro)	10%		45 990 €
Gastos / Consumíveis	250 /mês	3 000 /ano	18 000 €
Manutenção	100	1 200 /ano	7 200 €
			71 190 €

Custos Fixos Anuais

Contabilidade	250 /mês	3 000 /ano
Marketing	160 /mês	1 920 /ano
Apoio Jurídico	2 000 /mês	24 000 /ano
Software de Gestão	1 500 /mês	18 000 /ano
Comunicações	100 /mês	Anulado
Human Resources	7 416 /mês	88 992 /ano
Renda Escritório	500 /mês	6 000 /ano
Deslocações	900 /mês	10 800 /ano
		152 712 €

Valores exemplificativos: nesta versão não estão consideradas receitas de unidades adicionais do SUR (modelo de Franchising)

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS PREV.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Vendas e serviços prestados	229 950	469 098	478 480	488 050	497 811	507 767
Subsídios à Exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Trabalhos para a própria entidade						
CMVMC						
Fornecimento e serviços externos	55 040	72 720	75 720	75 720	75 720	75 720
Gastos com o pessoal	75 075	89 824	90 723	91 630	92 546	93 471
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	2 437	4 972	5 072	5 173	5 277	5 382
Provisões (aumentos/reduções)						
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)	97 398	301 581	306 965	315 527	324 268	333 193
Gastos/reversões de depreciação e amortização	20 469	27 292	27 292	28 833	28 417	28 417
Imparidade de activos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
EBIT (Resultado Operacional)	76 929	274 290	279 674	286 693	295 851	304 776
Juros e rendimentos similares obtidos						
Juros e gastos similares suportados						
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	76 929	274 290	279 674	286 693	295 851	304 776
Imposto sobre o rendimento do período	19 232	68 572	69 918	71 673	73 963	76 194
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	57 697	205 717	209 755	215 020	221 888	228 582

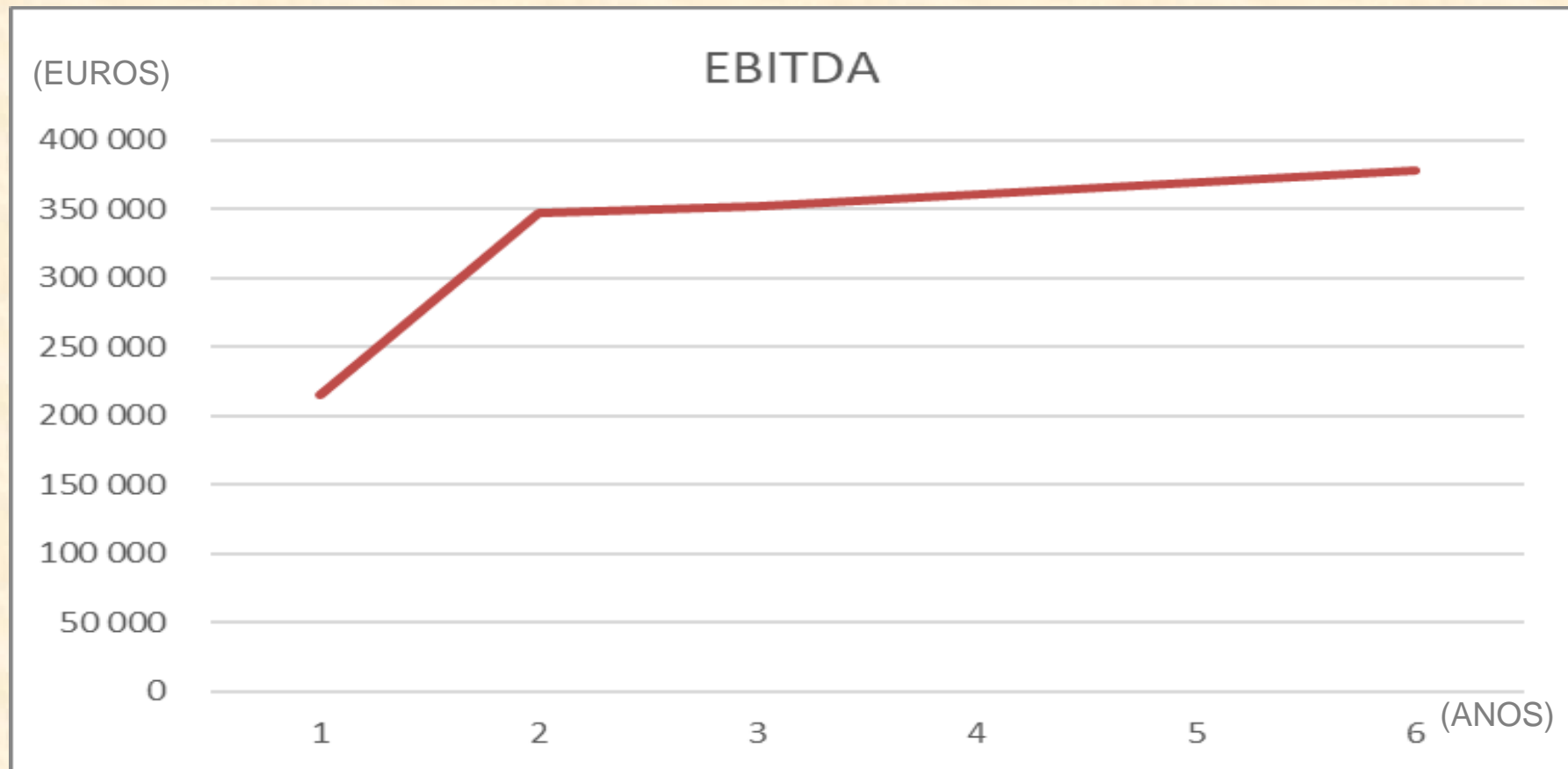
Nesta versão não estão consideradas receitas de unidades adicionais do SUR (modelo de Franchising)

ACORDO DE FRANCHISING

Franchise Fees	
Entrada Inicial	250.000€*
Aquisição de Smart Urban Resort	500.000 € (750.000€ - 250.000€)
Fee Anual	10% (do valor das receitas brutas)*
Marketing Fee Mensal	Nulo no primeiro ano; 200€ / mês nos anos seguintes;*

*Valores sujeitos a alteração

MODELO DE EXPLORAÇÃO DO SUR



Nesta versão não estão consideradas receitas de unidades adicionais do SUR (modelo de Franchising)

INVESTIMENTO

Avaliação: 2,5 Milhões €

Entidade	Participação
Casas Em Movimento	74%
INVESTIDOR A IDENTIFICAR	20%
Individuo X	2%
Individuo Y	2%
Individuo Z	2%

SMART URBAN RESORT

