

#30 Novembro 2020

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

REALIZANDO SONHOS



PRESENTE EM TODO O BRASIL

Sócios da Incorpore Group:
Vanter Júnior,
Antônio Ires (Tunico),
Ricardo Assunção,
e Marcelo Torquato.

GRAMADO PARKS INAUGURA
GESTÃO HOTELEIRA PRÓPRIA

VERTA APRESENTA CASE
DE VENDAS ON-LINE

WAM RECEBE PREMIAÇÕES DE
PUBLICAÇÕES EMPRESARIAIS



Líder mundial em vendas de multipropriedades

A credibilidade e o reconhecimento do mercado



Única empresa do mercado de multipropriedade brasileira com certificação ISO 9001



Três anos consecutivos entre as melhores empresas para se trabalhar

3º lugar no indicador Liquidez Corrente, no setor de serviços especializados

727ª posição geral do ranking



1º lugar na categoria Desempenho Financeiro, do setor de Serviços

12º lugar geral dentre todas as empresas do ranking.

131ª posição geral do anuário

3º lugar na categoria de Serviços Especializados
653ª no ranking geral do anuário





Aumente o volume de vendas do seu produto consideravelmente com vendas online!

- • • • •
- • • • •
- • • • •

Não perca mais tempo, **estruture seu canal de vendas online** e tenha previsibilidade e consistência todos os meses!



Gestão e Governança



Interesses alinhados com o incorporador



Alta Performance

- • •
- • •
- • •



Saiba mais em nosso site



EDI TO RIAL

Jornalista Responsável

Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte

Flávia Correia

Capa

Duality Media

Foto Capa

Nay Araújo

Executivo de Contas

Dayson Ferreira

Impressão

Gráfica Alpha Ultra Press

Tiragem - 2.000 exemplares

Caldas Novas - GO CEP: 75694-610



Acesse: www.turismocompartilhado.com.br

redacao@turismocompartilhado.com.br

novosnegocios@turismocompartilhado.com.br

(64) 99336-4554 / (64) 99206-0604 / (64) 99217-0051

EXPEDIENTE

NOVO MOMENTO DO TURISMO COMPARTILHADO

Qualquer publicação, seja jornal ou revista, necessita ter uma periodicidade definida, para que os leitores tenham conhecimento quando sairá a próxima edição. Com a Turismo Compartilhado não é diferente. Até o início deste ano a revista impressa era publicada bimestralmente. Porém, como todas empresas do mundo, tivemos que readequar nossos custos para enfrentar a crise e as publicações impressas foram suspensas.

Em 2020 havíamos publicado a edição em janeiro e nos preparávamos para a seguinte, em março, mas tivemos que cancelá-la. Agora voltamos a publicar uma nova edição. Felizmente, o mercado de propriedade compartilhada retornou da pandemia com força máxima, com salas de vendas reabertas e bons resultados, contratações de profissionais e novos lançamentos, tanto para projetos de timeshare como multipropriedade.

Para essa edição, tentamos captar esse momento. Na verdade, parece que nem houve pandemia e *lockdown*. Teve sim um período complicado, principalmente em março e abril, muito mais pela surpresa e ineditismo do momento e não saber muito bem o que poderia ser feito. Mas logo após, o mercado começou a se restabelecer e hoje está muito semelhante ao período pré-pandemia.

Nas próximas páginas vocês irão verificar como as empresas atuantes nesse mercado conseguiram não apenas sobreviver durante o período agudo da pandemia, mas continuar a realizar vendas, novos negócios e crescer.

Enquanto a nós, ainda não sabemos se iremos voltar a periodicidade bimestral da revista. Nas próximas semanas devemos nos reunir com nossos parceiros, analisar a viabilidade da revista impressa e de nossos outros projetos que já estão em andamento.

Aproveite a nova edição da Turismo Compartilhada para se atualizar sobre a propriedade compartilhada e ter *insights* para novos negócios.

Boa Leitura!



Fábio Mendonça
Diretor de Jornalismo



CAPA 28

REALIZANDO SONHOS

INCORPORA GROUP É A ÚNICA DO MERCADO
COM PROJETOS NAS CINCO REGIÕES DO PAÍS



Página 21

INCASA: SERVIÇOS EXCLUSIVOS
E PAY-PER-USE SERÃO DIFERENCIAS



Página 46

GR VACATION:
INVESTIR PARA CRESCER



Página 51

PORTO DE GALINHAS GANHA
RESORT DE LUXO E EMPREGARÁ
MAIS DE 500 PESSOAS



Página 52

GRUPO MANHATTAN E MVC
INVESTEM EM POTENCIAL
REGIONAL DE TURISMO

MERCADO

06 EXCLUSIVE GUEST amplia atuação no Brasil e apresenta novidades

08 VERTA mostra que comercialização pela internet é viável

10 T.A GRAMADO: Empreendimento com estilo hotel de montanha é lançado em Gramado

12 TC BRASIL expande suas fronteiras com lançamento de clube de férias na Argentina

15 RCI está de cara nova e com produtos mais flexíveis

18 Campos do Jordão ganha o GRAN PARADISO RESORTS

ARQUITETURA

20 MASTER PLAN: A estratégia do negócio implantada no terreno - Por Milton Filho

EXPERIÊNCIA

24 COMPARTILHA CLUB: "Não paramos de crescer mesmo com a pandemia"

ENTREVISTA

32 GRAMADO PARKS inaugura gestão hoteleira própria para seus resorts

GESTÃO

35 TUDO CONSULTORIA: "A venda on-line já era praticada por nós de modo 'tímido' e a pandemia impulsionou este processo"

36 Você conhece o conceito de MULTIEXPERIÊNCIA na multipropriedade?

41 ASC apresenta planejamento de crescimento pós-covid

42 WAM, única empresa do segmento a ser premiada pelo Valor Econômico e Época Negócios

44 Descubra o que é um gestor de cotas

TECNOLOGIA

48 Aplicativo resolve todas as dúvidas fiscais de corretores da multipropriedade

PARQUES

50 Novos parques para levar mais diversão para famílias

EXCLUSIVE GUEST AMPLIA ATUAÇÃO NO BRASIL E APRESENTA NOVIDADES

Clube de férias da rede GJP Hotels & Resorts inaugurará novas salas de vendas, projetos de expansão do modelo multipropriedade de alto padrão e novos produtos para o público consumidor de viagens

A GJP Hotels & Resorts anuncia a retomada total do Exclusive Guest, o vacation club da rede, com reestrea da sala de vendas localizada em Gramado (RS) desde o mês de julho, e novidades em biossegurança em todas as unidades, após implantação e auditoria de novos processos e procedimentos com consultoria do hospital **Sírio-Libanês**, uma das maiores instituições de saúde do Brasil.

A partir dessa novidade e da reabertura de 100% das 10 unidades da rede em todo o Brasil, o Exclusive Guest dará continuidade a seus projetos de salas de vendas, começando pelo novo espaço a ser implantado no **Wish Natal**, ampliando a capacidade de atendimento ao público dos resorts, assim como a ampliação da própria infraestrutura de lazer dos hotéis, que ganharão novos espaços.

A empresa também anuncia o lançamento do projeto de expansão em diversas unidades pelo país, com novos apartamentos previstos para os próximos anos, envolvendo unidades de alto padrão na modalidade de multipropriedade. "Acreditamos que os novos apartamentos para fractional devem seguir um modelo de alto padrão. Isso é uma tendência mundial, são imóveis que as famílias investem para terem uma vida média bastante duradoura, sem a necessidade de grandes intervenções ou reformas, por isso esse cuidado na

qualidade dos materiais e da arquitetura", reforça **Rafael Albuquerque, diretor de Vacation Ownership da GJP**.

Além disso, o clube de férias da GJP aposta num produto especial para a próxima temporada de verão 2020/2021, o **Exclusive Guest One**, com duração de até três anos para utilização, sendo duas semanas em hotéis de bandeira **Wish** e uma semana em hotéis de bandeira **Prodigy**. De acordo com Rafael, esse produto nasceu para compor projetos parceiros do mesmo segmento e que completam o portfólio como um excelente produto de entrada. "Investimos muito na experiência do cliente. Mudamos o formato de prospecção e o tour de vendas, agora é mais aspiracional, nos inspiramos em grandes cases do México, Caribe e Estados Unidos para trazer ainda mais inovação aos nossos produtos".

Apesar das dificuldades do setor de turismo nos últimos meses, o diretor do Exclusive Guest GJP mantém o otimismo e comemora bons resultados do clube de férias, especialmente neste último trimestre: "Deveremos chegar ao mesmo resultado do último trimestre de 2019, o turismo doméstico vem com força total neste verão. Já voltamos a contratar e compor novos times de vendas e pós-vendas, além de iniciar um trabalho de vendas online, via plataforma da RCI, um excelente complemento nos nossos canais de vendas". 🌞

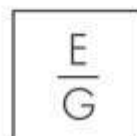


Viva experiências
de viagens únicas,
com vantagens exclusivas.



Consulte condições do clube de férias da GJP Hotels & Resorts e tenha à disposição o maior inventário disponível no mercado.

exclusiveguest.com



EXCLUSIVE GUEST
GJP HOTELS & RESORTS

VERTA MOSTRA QUE COMERCIALIZAÇÃO PELA INTERNET É VIÁVEL

O CEO da empresa, Fernando Salomão, apresenta o modelo on-line de sucesso implantado nas operações comerciais de multipropriedades

Nos últimos meses as vendas on-line de multipropriedades evoluíram significativamente, principalmente considerando que até o início de 2020 poucas empresas do mercado sabiam como implantar um modelo de comercialização pela internet. A pandemia da covid-19 acelerou esse aprendizado e alguns projetos apresentaram resultados excelentes, mesmo assim, vendas on-line ainda geram desconfianças e dúvidas para as incorporadoras e comercializadoras, ainda mais com as reaberturas das salas de vendas presenciais.

Para apresentar seu case de sucesso de vendas on-line e a importância de implantar esse modelo de comercialização mesmo com salas de vendas presenciais performando bem, o CEO da Verta, Fernando Salomão, conversou com a Turismo Compartilhado. O modelo on-line representa 25% das vendas brutas e 50% das vendas líquidas de multipropriedades da Verta.

Comercializando três produtos de multipropriedades, Lagoa Eco Towers, Lagoa Jardins e Itaparica Axé Praia Resort, a Verta conta com cinco salas de vendas presenciais e uma sala exclusiva para vendas on-line. Contando com a solução de negócio completa para gerenciar as fases de comercialização, marketing e pós-vendas de produtos imobiliários turísticos no modelo fracionado, a Verta tem três sócios, somando mais de 36 anos de atuação no mercado imobiliário tradicional: Fernando Salomão, Paulo Henrique Barbosa e Rafael Caiado.



**Acima, Itaparica Axé Praia Resort;
ao meio, Lagoa Jardins;
abaixo, Lagoa Eco Towers.**

Por que projetos de multipropriedade devem investir em vendas pela internet?

Branding positivo para marca: através de conteúdo rico na estratégia digital e controle total das informações feitas no convite de captação para as salas de vendas;

Maior previsibilidade: utilizamos o funil de vendas e de marketing para acompanhar os percentuais de conversão e buscar processos de melhoria contínua;

Escalabilidade: a abrangência é incomparável com a estratégia de captação off-line. Temos campanhas rodando tanto no Brasil quanto no exterior;

Otimização constante: através de análises diárias através de dados, conseguimos identificar as melhores oportunidades dentro das campanhas e potencializá-las.

Omnichannel: Conceito muito forte no varejo e que acreditamos muito para o mercado imobiliário, principalmente para multipropriedades. Hoje é o cliente que escolhe sua jornada, e temos que dar suporte a ele em todos os canais, o guiando em direção ao fechamento da venda.

Quais resultados a Verta atingiu com vendas pela internet?

No final de outubro completamos 180 dias de atuação nas vendas on-line. Apenas no Lagoa Eco Towers acumulamos mais de R\$ 12 milhões, com quase nada de distratos.

Para 2021, esperamos performar nossos produtos atuais com uma média de R\$ 6 milhões por mês, além de fecharmos com mais incorporadores que tenham interesse em inserir seus projetos em nossa plataforma on-line e, conseqüentemente, aumentando nosso resultado de vendas.

Mesmo com o retorno das salas de vendas, o on-line ainda continua estratégico para a Verta?

Atualmente, a venda on-line representa em média 25% do nosso resultado em vendas brutas. Era uma venda que não tínhamos antes da pandemia e agregamos no nosso resultado mensal, principalmente nas baixas temporadas. Sem dúvidas vamos continuar buscando aumentar a representatividade e contratarmos novos projetos.

Com pedidos de distrato praticamente inexistente dentro da carteira de 180 dias que estamos analisando, no resultado acumulado, temos menos de 2% de clientes que solicitaram o encerramento do contrato.

A taxa de conversão do cliente que está em atendimento é muito parecida com a nossa referência de conversão de sala de vendas, geralmente entre 30% e 40%.

Antes da pandemia pouco se sabia como seriam as

vendas pela internet para multipropriedades. Como que a Verta chegou a um modelo de vendas on-line eficiente?

Nossas origens são do mercado imobiliário tradicional, que tem o modelo de venda on-line performando bem desde 2010, com isso, trouxemos essa expertise para o mercado de multipropriedade. O processo é relativamente simples, nosso diferencial está na inteligência do nosso time e tecnologia aplicada.

A captação de leads do on-line conta com um processo bem técnico, estratégico e também deve passar emoção. Quais mídias dão mais resultados para captar a atenção dos leads: posts, promoções, vídeos, fotos, utilizar influenciadores digitais, etc?

Atualmente, as pessoas consomem especialmente conteúdos que geram valor. Importante parametrizar as campanhas, seguindo um direcionamento de falar menos de preço, menos de produto, menos propaganda, e ser criativo em relação a como aquele produto pode impactar positivamente na qualidade de vida daquela família. O canal depende da região e do produto, mas o que é padrão em toda criação de campanha é a construção da *persona* ideal e com maior *fit* ao projeto, criação de boas peças de vídeos e imagens e com muita atenção no roteiro e *copy* desses anúncios.

Quais ferramentas e softwares são necessários para implantar as vendas on-line?

Desenvolvimento de um site ou uma *landing page*; criação das redes sociais do produto; *set up* de conta de anúncios; contratação de um CRM que tenha as funções de marketing e vendas integrados; software de e-mail e envio de mensagens; e contratação de plataforma para assinatura eletrônica.

A equipe das vendas on-line é a mesma do presencial?

Temos equipes que atuam em salas presenciais e recebem *leads* e temos um time na matriz que só recebe *leads*, e diariamente analisamos as melhores conversões e definimos a distribuição ideal para cada canal.

Não existe fórmula pronta para estruturação de time para venda on-line, o fundamental é ter um time especializado e bem preparado.



Fernando Salomão



EMPREENDIMENTO COM ESTILO HOTEL DE MONTANHA É LANÇADO EM GRAMADO



T.A Gramado Hotel, da Tártari & Almeida Construções, é o novo empreendimento de multipropriedade da Serra Gaúcha

Destino turístico famoso pelo alto padrão, requinte, conforto, Gramado, na Serra Gaúcha, atrai muitos grupos de investidores interessados em empreender no ramo de hotelaria com o modelo de multipropriedade. O novo lançamento imobiliário turístico na cidade é o T.A Gramado Hotel, empreendimento com estilo arquitetônico "hotel de montanha", desenvolvido pela Tártari & Almeida Construções, para ser comercializado e operado no modelo de multipropriedade.

Além da Tártari & Almeida Construções, dos sócios Éverton Tártari e Alexandre Almeida, o T.A Gramado conta com um grupo de sócios investidores para o projeto. Com 122 apartamentos, 3172 cotas e um VGV projetado de R\$ 180 milhões, o projeto será o primeiro empreendimento da construtora e grupo de investidores no ramo do turismo imobiliário e multipropriedade.

O sócio administrador do projeto, Adalberto Penna, explica que o T.A Gramado foi idealizado pela Tártari & Almeida Construções para ser um hotel convencional. O projeto nasceu quando os dois empresários, Éverton e Alexandre, começaram a primeira obra

da empresa em Gramado em 2012, um prédio residencial, o Edifício Altos de Gramado, com 05 andares, 08 apartamentos de 2 e 3 suítes.

A Tártari & Almeida Construções é originária de Tubarão/SC e já atua no ramo da construção civil há muitos anos, principalmente no sul de Santa Catarina, com várias obras. No total já são 23 prédios entregues e 08 em construção, o que soma aproximadamente 138 mil metros quadrados construídos.

"Enquanto construíam este novo empreendimento, ainda maravilhados com a cidade e analisando as oportunidades de negócios que teriam na Serra Gaúcha, visualizaram a possibilidade de construção de um hotel. Encontrado o terreno ideal, próximo à Expo Gramado, local de realização dos principais eventos na cidade, inclusive o Natal Luz. O passo seguinte foi procurar a arquiteta Andréa Guglielmi para iniciarem as discussões sobre a concepção do "conceito" do hotel", conta Adalberto Penna.

Assim, seguindo o conceito de contemporaneidade e sustentabilidade, o T.A Gramado Hotel foi projetado pelo escritório de arquitetura Guglielmi Meneghel, no estilo "hotel de montanha", em que o design

clean e sofisticado e os materiais como a madeira, as pedras, os elementos, como a água e o fogo, e os tons terrosos aplicados dão todo o aconchego e induzem ao relaxamento, tornando-o uma experiência sensorial. O projeto contou ainda com os serviços do arquiteto Rafael Bazzan Barros.

Devido ao alto grau de exigências legais para um hotel na cidade de Gramado, a concretização do lançamento do T.A Gramado levou muitos anos. "Esta demora exigiu muita paciência e persistência do grupo de investidores, além de muitos quilômetros de estrada, nas idas e vindas entre as cidades de Tubarão e Gramado para reuniões com a prefeitura local, bem como com as assessorias contratadas para a viabilização do projeto", diz o sócio administrador do projeto.



Incorporação no modelo de multipropriedade

Adalberto Penna ressalta que o tempo necessário para atender à todas as exigências legais da prefeitura de Gramado para o lançamento se revelou uma oportunidade para os investidores, pois durante este tempo eles descobriram o modelo de multipropriedade.

"A oportunidade surgiu num evento em São Paulo, quando o Éverton tomou conhecimento do modelo de multipropriedade. Como o empreendimento tinha vários sócios, foi necessário a aprovação de todos para que o modelo de negócio hoteleiro fosse modificado em sua forma de comercialização, operação e utilização", conta o sócio administrador do T.A Gramado Hotel.

À medida que os investidores foram se aprofundando no modelo de multipropriedade, foram tendo mais certeza que aquele era o melhor caminho para o T.A Gramado. "Além de garantir uma rentabilidade maior do que o modelo tradicional, permitiria que muitas pessoas pudessem utilizar-se da multipropriedade para serem donas de seus próprios apartamentos em Gramado, além de usufruir de outros hotéis pelo

mundo através da parceria com a intercambiadora de férias RCI", explica Adalberto Penna.

Contando com a assessoria e consultoria da ASC desde 2018, empresa especializada em todas as etapas de um empreendimento de multipropriedade, para a estruturação da planilha de viabilidade econômica e do cronograma físico/financeiro, de modo a garantir os recursos financeiros necessários para a realização do empreendimento hoteleiro, o T.A Gramado iniciará as vendas das frações imobiliárias em dezembro de 2020.

A ASC também será responsável pela comercialização do empreendimento, com previsão de duas salas de vendas, em Porto Alegre e Gramado. "Em nossas análises de mercado chegamos à conclusão de que Gramado está super bem, apesar da pandemia. É um mercado já consolidado, o que lhe garantiu um rápido retorno a patamares bem próximos a pré-pandemia. Porém, por estratégia de vendas, optamos por abrir primeiramente uma sala de vendas em Porto Alegre e, posteriormente, em meados de 2021, a sala em Gramado", explica o sócio-diretor da ASC, Carlos Lopes.

Além da parceria com a ASC Consultoria, o T.A Gramado Hotel também conta com a assessoria jurídica do escritório Kern & Oliveira, além de toda a gestão do projeto ser realizada por três administradores que decidem tudo conjuntamente. "Para dar ainda mais segurança e credibilidade ao projeto e tranquilidade a todos os sócios e investidores. Tenham certeza de que o T.A Gramado Hotel agregará ainda mais valor à, já valorizada, cidade de Gramado", finaliza Adalberto Penna.



TC BRASIL EXPANDE SUAS FRONTEIRAS COM LANÇAMENTO DE CLUBE DE FÉRIAS NA ARGENTINA



Consultoria fechou parceria com o grupo hoteleiro argentino Bahia Manzano Resort Club

A TC Brasil Consultoria, empresa responsável pela implantação e desenvolvimento de grandes cases de tempo compartilhado no Brasil, está expandindo suas fronteiras e iniciando sua atuação com um novo parceiro na Argentina.

O Grupo Bahia Manzano Resorts Club tem mais de 30 anos de trajetória no mercado hoteleiro e de propriedade de férias na Argentina, com uma base de mais de 4.500 sócios ativos, dois hotéis icônicos no Sul do país, na paradisíaca Villa La Angostura (Bahia



Antônio Carlos Gomes



Manzano Resorts e Bahia Montaña Resort).

Desta forma, as duas empresas se unem com o objetivo de desenvolver as operações de vendas e marketing do novo clube de férias do Bahia Manzano Resorts e potencializar o mercado da propriedade de férias compartilhadas na Argentina.

“Seguindo a nossa estratégia de crescimento, há muito tempo queríamos levar a nossa experiência para fora das fronteiras do Brasil e encontramos o grupo ideal com trajetória, performance e valores alinhados com os que nos caracterizam”, comenta Antônio Gomes, sócio-diretor da TC Brasil.



Clube de férias com multidestinos

Durante o ano de 2020, as empresas dedicaram vários meses trabalhando em conjunto e desenvolveram um produto multidestinos único e inovador que recebe o nome de “Wow Club Vacacional”. O clube já nasce com o portfólio de dez hotéis nos melhores destinos na Argentina, estrategicamente selecionados, além de um programa de benefícios “On-Line” que oferece aos clientes descontos exclusivos em centros gastronômicos, atrações, entretenimento, aluguel de veículos, e outros serviços e produtos no país.

Todos estes benefícios estão em linha com as expectativas dos sócios atuais do clube de férias. “Por isso temos total certeza que o Wow vai ter um impacto muito positivo no mercado Argentino”, afirma Alejandro Márquez, sócio da TC Brasil/Argentina.

O Wow Club Vacacional está em fase de “pré-venda”, exclusivamente para a base de clientes do grupo e, posteriormente, irá ser comercializado para o público em geral através de um extenso plano comercial com várias salas de vendas.

“Acreditamos muito no sucesso deste clube de férias, que consegue reunir os melhores destinos na Argentina e no mundo e um amplo programa de benefícios aos sócios, onde os mesmos podem se hospedar nos empreendimentos do clube por noites, semanas ou fins de semana, com o mesmo nível de serviço e qualidade do Bahia Manzano Resorts Club. Sem dúvidas é um produto único e com um grande diferencial para todo o mercado”, finaliza Márquez.



Alejandro Márquez



CONSULTORIA EM
TEMPO COMPARTILHADO

Nosso foco está na entrega de excelentes resultados e na sustentabilidade do negócio.

A TC Brasil oferece serviços que englobam desde um Estudo de Viabilidade até a entrega do produto final ao consumidor.

- Desenvolvimento do produto de acordo com a necessidade do projeto, por meio de estudo de viabilidade mercadológica;
- Desenvolvimento de plano estratégico de marketing, vendas e pós-vendas;
- Desenvolvimento de lideranças;
- Recrutamento, seleção e treinamento de pessoal de marketing, vendas e pós-vendas;
- Implantação, desenvolvimento e gestão de toda operação de marketing e vendas;
- Manuais de treinamento;
- Desenvolvimento e implantação de processos, procedimentos e controles por indicadores dinâmicos;
- Assessoria financeira, técnica e fiscal;
- Auditoria;
- Assessoria para afiliação em rede de intercâmbios internacionais.

Além de:

- Gestão do pós-vendas e cobrança por equipe própria especializada;
- Processo de vendas e revendas não presenciais por equipe independente;
- Gestão de redes sociais, mídias digitais e geração de leads;
- Sistema de software de controle com empresa parceira.

Acesse nosso site e saiba mais!

www.tcbrasil.com.br

RCI ESTÁ DE CARA NOVA E COM PRODUTOS MAIS FLEXÍVEIS



RCI

Empresa não parou durante a pandemia: manteve seus planos de desenvolvimento, se reposicionou, apresentou nova marca e lançou a RCI Nights, além de seguir afiliando novos empreendimentos hoteleiros à sua rede de intercâmbio de férias

O período pandêmico não foi empecilho para que a maior empresa da Indústria da Propriedade Compartilhada do mundo, a RCI, seguisse seus planos para 2020. Com a mudança de posicionamento de negócio, de *branding* e lançamento de novo produto, além da concretização de novas afiliações de empreendimentos pelo Brasil, a RCI é peça importante para a retomada dos negócios em multipropriedade e timeshare. “Mantivemos nossos planos de inovação e de mudanças que já estavam previstos para este ano”, diz Fabiana Leite, líder de Operações da RCI Brasil.

Ao todo, até o fechamento desta edição, a RCI já havia confirmado a afiliação de 10 novos empreendimentos em 2020. Deste total, sete afiliações aconteceram durante a pandemia (**ver quadro das afiliações RCI 2020**): Porto Alto Resort, em Porto de Galinhas/PE; Leaves Premium

Suite, em Foz do Iguaçu/PR; Kiteland Maramar, em Luís Correa/PI; Pousada Port Louis, em Caraguatatuba/SP, Transamerica Resort Comandatuba, na Ilha de Comandatuba/BA; Gran Paradiso, em Campos do Jordão/SP; além do La Liberté, em Gramado/RS, que foi afiliado pela The Registry Collection, a marca de intercâmbio de férias para o mercado de luxo.

A executiva destaca que a empresa cumpriu a meta de afiliações para este ano, que era incluir entre 10 e 12 novos empreendimentos à sua rede internacional de intercâmbio de férias, que conta com mais de 4.200 empreendimentos em todo o mundo e mais de 200 no Brasil.

De acordo com Fabiana Leite, a pandemia não desanimou os hoteleiros e incorporadores a investirem na multipropriedade ou timeshare, pois “eles compreendem que um empreendimento que conta com propriedade compartilhada tem uma retomada mais rápida, porque já possui uma base de clientes”.

Fabiana Leite também fala sobre os desafios de 2020 e sobre o impacto de atuação sem o apoio estratégico das salas de vendas. “Neste ano, nossa expectativa é atingir 70% da meta projetada, antes da pandemia, para o crescimento de nossa base de sócios”, revela.



Fabiana Leite, líder de Operações da RCI Brasil

Lançamentos buscam flexibilidade na utilização

Além do crescimento dos empreendimentos afiliados no Brasil, a RCI também apresentou várias novidades ao mercado, que impactam tanto os sócios, os empreendimentos afiliados e os profissionais atuantes no segmento de propriedade compartilhada. Visando oferecer mais flexibilidade em seus produtos, a RCI lançou seu novo posicionamento: "A Forma Diferente de Viajar". Trata-se de uma rede mundial de viagens desenhada para que os sócios encontrem tudo em um só lugar e para ser uma conexão entre as pessoas e suas experiências de viagens.

Esta mudança de posicionamento faz parte da reorganização das linhas de negócios da Wyndham Destinations e que, entre outros, deu origem à Panorama – a RCI e a The Registry Collection, as duas marcas presentes no Brasil, atuam sob a guarda estratégica desta nova marca.

O portfólio da Panorama contará com três áreas de foco, incluindo companhias de intercâmbio de propriedade compartilhada, onde estão a RCI, a 7Across e a The Registry Collection; a divisão de negócios de viagens e lazer, que conta com as operações da Love Home Swap, TripBeat, Extra Holidays; e plataformas de tecnologia em viagens, com a @Work International e a Alliance Reservati-

ons Network (ARN).

"O mercado e os associados pediam mais flexibilidade", afirma Fabiana Leite, que explica que o lançamento do novo produto da intercambiadora, a RCI Nights, veio para atender esse desejo. O conceito é que os clientes RCI possam realizar reservas de diárias com preços diferenciados, não apenas em hotéis de lazer, mas também utilizando a semana de propriedade e obter descontos nas diárias hoteleiras.

A líder de Operações da RCI Brasil conta que são mais de 600.000 hotéis que já estão disponíveis mundialmente e que serão oferecidos aos sócios da RCI no Brasil no início de 2021.

Não apenas os sócios RCI ficaram satisfeitos com a RCI Nights. Os empreendimentos afiliados poderão oferecer mais benefícios aos seus clientes, tanto do timeshare como multipropriedade. E os profissionais de vendas terão mais um diferencial para apresentar aos *prospects*, aumentando a conversão em vendas.

"A RCI não faz a venda direta, mas faz parte do processo. E todas as novidades apresentadas este ano nos consolidam ainda mais como uma empresa que, mais do que intercâmbio de férias, entrega soluções completas de viagem", finaliza Fabiana.

Empreendimentos Afiliados pela RCI Brasil em 2020

Antes da pandemia	Bello Mare Hotel - Natal/RN
	Park Hotel Modelo - Pinhalzinho/SP
	Poehma Lago Negro - Gramado/RS
Durante a pandemia	Porto Alto Resort - Porto de Galinhas/PE
	Pousada Port Louis - Caraguatatuba/SP
	Transamerica Resort Comandatuba - Ilha de Comandatuba/BA
	Gran Paradiso - Campos do Jordão/SP
	Kiteland Maramar - Luís Correa/PI
	Leaves Premium - Foz do Iguaçu/PR
	La Liberté Gramado - Gramado/RS (The Registry Collection)

CAMPOS DO JORDÃO GANHA O GRAN PARADISO RESORT



Gran Paradiso Resort

Somah Construção e Incorporação lança empreendimento no sistema de multipropriedade na Suíça Brasileira

Inspirado nas belas vistas montanhosas, na arquitetura e no clima ameno de Campos do Jordão/SP, na Serra da Mantiqueira, a Somah Construção e Incorporação lança o Gran Paradiso Campos do Jordão Resort, empreendimento hoteleiro no modelo de multipropriedade imobiliária.

"Surgiu da inspiração na vista da região do terreno, onde se assemelha com a região de Gran Paradiso nos Alpes Italianos. Gran Paradiso é uma montanha dos Alpes, mais propriamente nos Alpes Graios", conta como surgiu a inspiração para o projeto o sócio da Somah, Luciano Dutra.

Com um VGV projetado de R\$ 200 milhões, 130 apartamentos, 13 bangalôs e 3718 frações imobiliárias, o Gran Paradiso chega com a proposta de oferecer ao

mercado de multipropriedade um projeto diferenciado para a região turística de Campos do Jordão, no que se refere a qualidade da estrutura física dos edifícios, além de ser um dos maiores empreendimentos hoteleiros da cidade, com a sustentabilidade energética e de uso de água. "Onde a preocupação ecológica se insere desde os momentos iniciais de construção até a sua operação", diz o sócio da Somah.

Com vasta experiência em incorporações e construções de hotéis, este será o primeiro empreendimento no modelo de multipropriedade da Somah. "O sistema de multipropriedade vai de encontro a uma tendência mundial, agora no Brasil, de se tornar uma opção de férias familiares com possibilidades de intercâmbios e com preços muito mais acessíveis".

Gran Paradiso conta com fortes parcerias

Para concretizar este projeto e entregar experiências diferenciais aos proprietários e hóspedes do Gran Paradiso, a Somah contará com fortes parcerias estratégicas. Para a comercialização das frações imobiliárias, a ASC. Para a gestão hoteleira, a Hotelaria Brasil. E também da RCI, para oferecer intercâmbio de férias aos clientes.

A sócia da ASC, Viviane Lopes, conta como será lançar a comercialização de um novo empreendimento de multipropriedade no atual momento de pandemia. "Nos preparamos e nos adequamos a nova realidade. Vamos iniciar de forma simultânea o showroom em Campos de Jordão e São Paulo, em pontos estratégicos para facilitar a captação de convidados".

De acordo com ela, a Somah e ASC optaram pela abertura de uma sala de vendas off site em um shopping center de São Paulo. "Pois é a cidade que mais alimenta Campos do Jordão com turistas", afirma a sócia da ASC. A captação de clientes será através de parcerias estratégicas e direcionada e agendada pelo call center para a sala de vendas.

"Temos grandes expectativas, pois o Gran Paradiso é um projeto inovador, criado e projetado para proporcionar qualidade e estilo, além de ser um projeto que se preocupa com o meio ambiente, vamos oferecer aos nossos clientes um resort exclusivo em Campos do Jordão, por isso a certeza de sucesso na operação", diz Viviane Lopes.



Gran Paradiso Resort



Master Plan

A estratégia do negócio implantada no terreno!

* Por Milton Filho

O que de fato é um *Master Plan*? E por que ele é tão importante para o negócio de Parques e Resorts?

O *master plan* é um planejamento abrangente do projeto ou negócio como um todo, termo muito utilizado pelos arquitetos e urbanistas em projetos urbanos, para definirem os rumos que as cidades irão tomar, mas essencial no mercado turístico, principalmente a hotelaria e o entretenimento.

Desenvolver o *master plan* para um hotel, resort, parque aquático ou temático é desenhar no terreno a estratégia do negócio a longo prazo, é visualizar e tangibilizar como a estratégia financeira do *business plan* e o posicionamento proposto pelo *branding* será concretizado no terreno.

E se o negócio ainda é embrionário e não tem *business plan* e *branding* definidos? O *master plan* deve ser trabalhado de forma que seja uma referência para o desenvolvimento desses dois trabalhos posteriormente, que são tão importantes para a consolidação do negócio.

Como deve ser o processo de desenvolvimento do *master plan*, e o que de fato é entregue?

Nós gostamos muito do conceito e da metodologia de "co-criação" e "*design thinking*".

Ninguém cria algo sozinho, precisamos trabalhar em equipe, integrar todo o conhecimento e experiência das pessoas que fazem parte do negócio, porque todas as visões são interessantes (em uma mesa redonda, todos observam um mesmo objeto, mas cada um tem uma perspectiva diferente dele, e as empresas e negócios funcionam da mesma forma, então integrar todos no processo de criação do *master plan* é mais que interessante, é essencial).

Já a metodologia do *design thinking*, em que entregamos ferramentas e colocamos todos para pensar como *design*,

independente da sua área de formação ou atuação, uma vez que para construir algo, primeiro precisamos desenhá-lo, vem aí a importância do pensamento de design.

Após essa co-criação, é necessário o arquiteto com conhecimento e experiência no mercado de turismo, hotelaria, parques e resorts para consolidar todas essas informações, formatar o conceito do negócio, transcrevendo isso em uma implantação, com detalhes, informações e dimensionamento correto no terreno. É necessário que a estratégia da empresa, se adeque as questões legais, a área disponível para construção ou ampliações. É necessário o dimensionamento correto da quantidade de *uh's*, área de lâmina d'água das piscinas, tamanho do parque aquático com quantidade correta de atrações, faseado por etapas de lançamento e entregas, o conceito e posicionamento dos produtos hoteleiros dentro de uma visão do público-alvo junto com a área comercial. Temos os fluxos operacionais e de serviços, áreas administrativas, almoxarifado, controles, que são extremamente importantes para operar o empreendimento. A relação "Experiência X Custo" precisa ser interessante tanto para o cliente, justificando o valor do ticket, diárias ou compra de produtos de multi-propriedade e timeshare, como para o investidor, tendo um retorno que justifique o investimento, e esse equilíbrio é fundamental para o sucesso do empreendimento.

São inúmeros os pontos a serem discutidos e definidos no *master plan*, e após uma primeira versão, é necessária muita discussão para aprovação desse documento. E esse *master plan*, deverá ser revisto e discutido com a empresa, sempre em conjunto com o *business plan* e o *branding*, periodicamente a cada ano, porque o mercado muda muito rápido e a estratégia da empresa precisa acompanhar e se atualizar a essas mudanças, tendo o *master plan* como ferramenta.



* Milton Filho é arquiteto e urbanista, sócio da MFDC Arquitetura & Design, Professor do MBA da FAG no curso de Archidesign no mercado de luxo, com ampla experiência em arquitetura e construção civil, possui MBA em gestão de projetos pela FGV, e no segmento de turismo atuou por seis anos na AVIVA como coordenador de projetos, gerenciando o portfólio de projetos da empresa.



@miltonfilho.arquiteto



@mfdc.arq.design



milton.arquitetura@gmail.com

SERVIÇOS EXCLUSIVOS E PAY-PER-USE SERÃO DIFERENCIAS PARA HÓSPEDES DAS CASAS NO SISTEMA DE PROPRIEDADE COMPARTILHADA DA AVIVA

Casas no sistema de propriedade compartilhada da Aviva oferecem experiências diferenciadas

O turismo está mudando. Destinos nacionais têm ganhado mais destaque, assim como os programas de timeshare. Poder programar as férias com antecedência e ainda ficar hospedado em um espaço com exclusivos serviços de hotelaria, são alguns dos diferenciais do InCasa Residence Club, da Aviva, que terá 40 casas de até 300 m², com duas, três ou quatro suítes, e com uma ampla estrutura de lazer.

“Nosso objetivo é agregar ainda mais valor à experiência de férias em família. Além do conforto dos serviços hoteleiros, o cliente contará com diferenciais inclusos e outros *pay-per-use* (pagos conforme a utilização) que oferecerão SPA/Salão de Beleza, Chef em Casa, Motorista, Room Service 24 horas, Cesta de Café da Manhã

e Baby Sitter”, conta Bruna Apolinário, gerente geral da Aviva Vacation Club.

O InCasa foi criado para ser inovador no quesito de hospedagem e experiência. Segundo Bruna Apolinário, estar em uma casa e ter a opção de serviços diferenciados devem atrair novos clientes para o sistema de timeshare. “Acreditamos que ao unir o conforto e o aconchego que só uma casa pode proporcionar a uma família com serviços exclusivos como concierge à disposição, menu de travessieiros, reservas preferenciais nos restaurantes, carrinho elétrico, e aromaterapia, por exemplo, tornarão esse momento único. Temos certeza que o InCasa confirma que o turismo compartilhado pode ter experiências exclusivas.”, reforça.



Foto ilustrativa

Retomada das obras

Com a chegada da pandemia, as obras precisaram ser suspensas, assim como foi o funcionamento do complexo. A retomada das construções está marcada para o mês de janeiro 2021. “Entendemos que a paralisação foi necessária por uma questão de saúde e segurança de todos. Queremos seguir com as obras em um ritmo adequado para que o atraso na entrega seja o menor possível, tentando recuperar parte do nosso cronograma”, explica a gerente geral da Aviva Vacation Club.

As residências do InCasa variam entre R\$ 280 mil a R\$ 450 mil e, ao comprar uma fração, o cliente adquire o direito de uso da casa por 25 anos. O Club House, um espaço composto por bar, restaurante, *lounges*, *fitness center*, piscinas privadas e vários outros serviços exclusivos, garantirá conforto e exclusividade aos membros. Além disso, estará disponível aos clientes toda a estrutura do Complexo – Parque das Fontes, Hot Park, Eko Aventura Park, bares e restaurantes.



Fotos ilustrativas

"Não paramos de crescer mesmo com a pandemia"

Sócio da Compartilha Club, Reginaldo Reis, conta como a empresa especialista em férias vem conquistando cada vez mais mercado



A Compartilha Club vem se destacando no mercado de viagens e turismo compartilhado como a empresa de intercâmbio de férias que mais cresce no país, já são 33 empreendimentos.

Além do apetite para negócios, a Compartilha Club também entrega muitas experiências para os clientes associados à plataforma, sempre inovando e desenvolvendo novos produtos para levar cada vez mais vantagens e benefícios a eles.

O sócio da Compartilha Club, Reginaldo Reis, apresenta os motivos que cada vez mais empreendimentos hoteleiros e multipropriedades fecham parceria com a intercambiadora de férias e os produtos únicos que deixam sua base de clientes muito satisfeita.

Qual a vantagem para empreendimentos hoteleiros e de multipropriedades serem parceiros da Compartilha Club?

A melhor do mundo: melhor preço garantido, uma empresa com orgulho de ser brasileira, atendimento 24h em português, inglês e espanhol, tarifas em moeda nacional, mais de um milhão de opções de propriedades para intercâmbio com disponibilidade imediata, possibilidade de troca da semana por outros tipos de serviços como: voos, locações de carros, cruzeiros, ingressos de parques e muito mais. A única presente em todos os países do mundo!

O melhor custo-benefício para o investidor com as melhores tarifas do mercado. Amplo material de apoio para as salas de vendas e suporte operacional.

Confira nossas tarifas:

Associação de 3 anos: R\$399,00

Associação de 5 anos: R\$599,00

Intercâmbio Nacional: R\$499,00

E para o Adit Share 2020 estamos com uma oferta exclusiva! Nos procure em nosso stand e garanta a isenção da sua taxa de afiliação.

Quantos empreendimentos a Compartilha Club tem em seu portfólio?

Atualmente com 33 projetos afiliados à Compartilha Club e podendo fazer intercâmbio com mais de 1 milhão de opções em todos os países do mundo.

Quais os planos da Compartilha Club para o futuro?

Inovamos o mercado de multipropriedade permitindo a troca de semanas por todos os tipos de serviços de turismo. Não paramos de crescer mesmo com a pandemia e temos metas ainda maiores para os próximos anos.

Neste ano de 2020 trouxemos grandes novidades para os nossos associados: casa de câmbio, onde o nosso cliente pode enviar e receber moeda estrangeira através do câmbio da Compartilha Club e assessoria para retirada de passaporte e visto.

Hoje contamos com mais de 250.000 frações em mais de 30 projetos espalhados por todo o Brasil e para o ano de 2021 planejamos dobrar esse número.

Nossa sede fica em Goiânia-GO, uma estrutura completa com mais de 700m² equipada para atender mais de 1.000.000 de clientes em nossa base.

Além do nosso sistema on-line, os nossos concierges e executivos estão sempre prontos para atender aos nossos clientes, 24h por dia auxiliando, seja na programação e/ou durante as suas viagens de férias e negócios. Estamos sempre prontos para atender e proporcionar a melhor experiência para os nossos clientes.

Pelo Clube de Vantagens, nossos clientes têm o melhor preço garantido!

Temos o compromisso de estar sempre presente nas operações de multipropriedade, com treinamentos e auxiliando nas estratégias, para alavancar cada vez mais as vendas de cada parceiro comercial.



Os projetos da
PLANALTO
crescem junto com os
SONHOS
dos nossos clientes.

Por isso, a multipropriedade agora
também faz parte do nosso mundo com
a chegada do Terra Santa Éden Resorts.

Em breve, o paraíso pertinho de Goiânia,
em um projeto único para o segmento.
Um resort praticamente urbano, onde a natureza
está hospedada dentro do **Terra Santa Cidade do
Lazer** e com vista para o incrível **Arca Parque**.

Realização:





A PLANALTO

também faz parte dos
projetos de quem procura
as melhores férias

EM BENTO GONÇALVES.

Vem aí o Castelos do Vale Resorts. Um novo capítulo inédito na história da multipropriedade: com direito a castelos, experiências inesquecíveis e o melhor da região do Vale dos Vinhedos.

Um projeto nunca antes visto, fruto da propósito e da vontade de fazer diferença no segmento da multipropriedade. **Aguarde.**

Realização:



REALIZANDO SONHOS

INCORPORA GROUP É A ÚNICA DO MERCADO
COM PROJETOS NAS CINCO REGIÕES DO PAÍS



Sócios da Incorpore Group:
Vanter Júnior, Marcelo Torquato, Ricardo
Assunção e Antônio Ires (Tunico)

NOVOS EMPREENDIMENTOS SERÃO ANUNCIADOS EM BREVE



Resort do Lago Park - Caldas Novas/GO

O ano 2020 começou promissor com novos lançamentos, aquisições hoteleiras, abertura de novas salas de vendas e a fusão da Incorpore Soluções com a VR4 Share, duas das principais empresas do segmento de multipropriedade imobiliária no país.

Em um ano atípico mundialmente, a pandemia não foi barreira para que o braço comercial do grupo, a Incorpore Share, desse prosseguimento para seus planos de expansão, já que a empresa havia se estruturado e planejado para passar por momentos de diversidades, além de contar com fortes parcerias com fundos de investimentos. Isso tudo propiciou continuar investindo em novos projetos de multipropriedade, que deverão ser lançados oficialmente nos próximos meses.



Golden Dolphin Grand Hotel - Caldas Novas/GO

VGv DE R\$ 3,5 BILHÕES

Atualmente, a Incorporate Group emprega 2486 colaboradores em seu sistema produtivo, em vários departamentos, sendo eles: sala de vendas, captação de clientes, pós-vendas, *back office*, construção, serviços hoteleiros e cargos estratégicos.

Contando com 34 salas de vendas ativas e 14 empreendimentos em comercialização (sete já em operação e sete em construção), além de oito novos projetos em fase de implantação para início das vendas. A soma de todos os VGv's (Valor Geral de Vendas) dos empreendimentos da Incorporate Share totaliza R\$ 3,5 bilhões, correspondendo a 14.5% do Market Share da multipropriedade.

A Incorporate Share é a única empresa do segmento de multipropriedade que atua nas cinco regiões do Brasil, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Os destinos nos quais a empresa possui operações de vendas são:



Resort do Lago - Caldas Novas/GO

- **Caldas Novas/GO**
- **Cabo Frio/RJ**
- **Salvador/BA**
- **Natal/RN**
- **Subaúma/BA**
- **Canavieiras/BA**
- **Itabuna/BA**
- **Salinópolis/PA**
- **Belém/PA**
- **Balneário Camboriú/SC**
- **Bombinhas/SC**

Salas para serem inauguradas em breve:

- **Porto Seguro/BA**
- **Campos do Jordão/SP**
- **Guarujá/SP**
- **Canela/RS**
- **Sinop/MT**
- **Arraial do Cabo/RJ**

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA NEGÓCIOS TURÍSTICOS-IMOBILIÁRIOS

Com sede em Goiânia/GO, a Incorpore Group oferece a solução completa para negócios em multipropriedade, desde o estudo de viabilidade até a operação, desenvolvendo as melhores estratégias para cada tipo de empreendimento:

Incorpore Hotels

- Gestão hoteleira para hotéis, resorts, multipropriedade e time share;
- Gestão e implementação de condomínios fracionados;
- Gestão imobiliária para todos os tipos de empreendimentos;
- Incorporação imobiliária e construtora civil especializada em resorts, hotéis e parques aquáticos.

Incorpore Share

- Comercial e marketing utilizando as melhores ferramentas estratégicas de mensuração e análise das atividades de vendas;
- Estudos mercadológicos e viabilidades financeiras para empreendimentos imobiliários;
- Clube de Vantagens através da parceria com a Compartilha Club.

Incorpore Soluções

- Pós-vendas e gestão de carteira especializadas em impulsionar o faturamento e garantir a expansão do negócio;
- Serviços de cobrança;
- Securitização por meio de certificação de recebíveis imobiliários;
- Constituição de fundos de investimentos;
- Assessoria jurídica completa.

“A pandemia não alterou em nada os nossos planos, crescemos ativamente todos os meses deste período, com um trabalho contínuo e somando mais empreendimento para o portfólio. O ponto relevante desse período está no retorno das vendas, que retornaram fortes desde setembro, e até no final do ano acreditamos que estaremos dentro da normalidade ou até mesmo superá-la”, afirma Vanter Junior, sócio da Incorpore Group.



Golden Dolphin Hotel - Canavieiras/BA

GRAMADO PARKS INAUGURA GESTÃO HOTELEIRA PRÓPRIA PARA SEUS RESORTS



Empresa também desenvolveu o modelo Experiência 360° para seus clientes

Vindo com várias novidades neste segundo semestre: novo modelo de negócios, nova marca, apresentação dos planos de expansão dos negócios em hospitalidade, parques e rodas-gigantes e lançamento de um complexo na Praia dos Carneiros, em Pernambuco; a Gramado Parks anuncia mais notícias ao mercado e público: a empresa iniciará a gestão hoteleira de seus novos resorts e apresenta o modelo Experiência 360° para os clientes.

O primeiro empreendimento que contará com a gestão hoteleira da Gramado Parks será o Grama-

do Exclusive, que entrará em operação ainda este ano. Nos próximos anos mais resorts entrarão em operação com a marca Gramado Parks: Gramado BV Resort, Gramado Buona Vitta Resort Spa e Aquan Prime Resort, em Foz do Iguaçu, além do recém-lançado empreendimento em Pernambuco.

O vice-presidente de Hospitalidade da Gramado Parks, Ronaldo Fagundes, destaca os desafios da empresa e os benefícios que os clientes da hospitalidade e entretenimento e proprietários das multipropriedades terão com gestão hoteleira da Gramado Parks e o modelo de Experiência 360°.

Por muito tempo a Gramado Parks esteve focada na parte de entretenimento e incorporação. Agora inaugura uma nova fase com a gestão hoteleira. Como foi o processo de desenvolver esse novo braço de negócios?

A gestão hoteleira faz parte da estratégia de expansão e queremos levar o DNA gramadense de bem receber em todos os lugares que tivermos projetos Gramado Parks. Como um dos principais negócios é multipropriedade, precisamos ter em todos os hotéis nosso jeito de ser e fazer, seja ele no Sul ou Nordeste do país. Para isso estamos buscando e integrando à nossa equipe profissionais do ramo da hotelaria, com vasto conhecimento na área, que irão nos auxiliar na construção de mais este segmento de atuação.

A Gramado Parks conta com vários resorts em construção, quais os desafios de atuar com gestão hoteleira?

A gestão hoteleira reforçará outra premissa da nossa empresa que é o empreendedorismo consciente e o compromisso em desenvolver os destinos nos quais temos projetos, trazendo o desafio de traduzir nosso DNA gramadense de atendimento para parceiros e colaboradores em todos os lugares.

Como será a experiência 360° do cliente da Gramado Parks?

Os clientes estarão cada vez mais no centro das nossas decisões e teremos uma visão única deles, integrando todos os nossos negócios e mapeando as oportunidades durante a jornada para oferecer o melhor produto de nosso portfólio e de acordo com o contexto que eles estejam vivendo. Dessa forma, proporcionaremos uma experiência única e inédita no nosso setor, oferecendo tudo que nosso público precisa para viver momentos de lazer, isto é, hospitalidade e entretenimento nos principais destinos do nosso país.

Os proprietários da multipropriedade também serão beneficiados com a gestão hoteleira própria e Experiência 360° da Gramado Parks?

Sim. Além da qualidade que entregamos como incorporadora, o compromisso com os detalhes será percebido também na gestão hoteleira própria. Estamos preparando um plano que contempla benefícios extras para os nossos clientes proprietários, como por exemplo, a possibilidade de trocar suas semanas para aproveitar outros empreendimentos e destinos da própria Gramado Parks, ou seja, intercâmbio entre os proprietários da nossa base. Outro ponto que estamos trabalhando fortemente com a gestão hoteleira é o pilar de entretenimento e vamos oferecer experiências únicas nesse sentido em todos os nossos empreendimentos.

Recentemente, a Gramado Parks apresentou seu planejamento de expansão. Como a empresa se estruturou para iniciar essa expansão em meio a uma crise econômica e do segmento do turismo?

Essa estruturação começou há mais de um ano, quando percebemos que tínhamos muito a oferecer aos nossos clientes com o aproveitamento das sinergias entre os nossos negócios. Tivemos uma consultoria que nos ajudou a

olhar como poderíamos fazer essa expansão e, no início do ano, nosso plano de ação já estava pronto.

Com a pandemia, em um primeiro momento, paramos e analisamos este novo cenário que estávamos vivendo para fazer adequações no nosso plano. Apesar de toda crise, a pandemia trouxe com ela o lado bom das pessoas valorizarem mais momentos em família. O turismo de lazer já está voltando com bastante força, além do reforço de que a tendência das pessoas aproveitarem a flexibilidade quanto ao local de trabalho veio para ficar, o que também vai continuar impulsionando o setor.

Por acreditar que esta retomada aconteceria e nesse novo estilo de vida em que lazer e trabalho podem se misturar, a gente nunca parou o plano e agora estamos prontos e estruturados para atender a demanda. Assim nasceu a nova Gramado Parks - Hospitalidade e Entretenimento, que tem como propósito: criar experiências turísticas que realizem sonhos, aproximem famílias e gerem memórias encantadoras.

“Os clientes estarão cada vez mais no centro das nossas decisões”



GRAMADO PARKS HOSPITALIDADE E ENTRETENIMENTO

*Cuidando de cada detalhe da experiência do cliente
para proporcionar memórias inesquecíveis.*



GRAMADO PARKS
HOSPITALIDADE E ENTRETENIMENTO

gramadoparks.com.br



"A VENDA ON-LINE JÁ ERA PRATICADA POR NÓS DE MODO 'TÍMIDO' E A PANDEMIA IMPULSIONOU ESTE PROCESSO"

Diz Adriana Chaud, da TUDO Consultoria



Nos cinco ou seis meses de paralisação das salas de vendas com as medidas de lockdown, as operações de multipropriedade tiveram que enfrentar alguns desafios: manter a carteira de recebíveis sadia e os clientes da base fiéis, reduzir custos e evitar demissões de colaboradores, trabalhar para manter os profissionais de vendas que não estavam atuando motivados e criar novas estratégias de vendas, para continuar tendo entrada de receitas.

A sócia da TUDO Consultoria, Adriana Chaud, explica como a consultoria, especializada em gestão e vendas de multipropriedade e vacation club, auxiliou seus parceiros neste período, minimizando os riscos e prejuízos, e planejou a retomada das salas de vendas.

No período mais crítico da pandemia, com as salas de vendas fechadas e aumentando os pedidos de distratos pelos clientes, como a TUDO atuou auxiliando seus parceiros?

Este momento de pandemia nos trouxe reflexões em todos os sentidos, e assim como nossos clientes a TUDO percebeu que precisava agir rápido e de modo humanitário com o foco de demonstrar a importância das férias nas vidas das famílias. A TUDO possui pós-vendas próprio e atua em outros pós-vendas também e em ambos buscamos trabalhar a compreensão e flexibilidade durante este momento tão sensível. Adotamos medidas individuais com cada cliente pelo momento que enfrentavam, nos disponibilizamos a negociar conforme condições que estes podiam pagar. Congelamos e renegociamos parcelas. Mantivemos um relacionamento ainda mais íntimo com eles buscando mantê-los como proprietários e que o cancelamento não fosse a única alternativa e, podemos afirmar que obtivemos excelentes resultados. A tratativa com clientes que se encontravam inadimplentes também foi positiva de reativação e voltaram a pagar devido à conscientização de que já não estava fácil viver no confinamento e ainda mais sem a perspectiva de férias em algum momento é de forma garantida.

A TUDO e seus parceiros conseguiram manter os empregos dos captadores e consultores?

Para a TUDO e nossos parceiros as pessoas importam muito, e este é um de nossos pilares. Dessa forma, juntamente com nossos parceiros traçamos o melhor plano para conseguir manter a maior parte de nossos colaboradores e conseguimos. Infelizmente, pelo longo tempo de salas e hotéis fechados tivemos alguns poucos desligamentos por não haver outra solução no momento. E, em meio a pandemia, criamos o Projeto do TUDO Acelerado, que visa exclusivamente a venda on-line e

podemos dar a oportunidade de trabalho para pessoas que estavam paradas devido ao momento. Além de lançarmos uma segunda sala de vendas do Ipioca Beach Residence em Porto de Galinhas-PE, que gerou cerca de 30 empregos diretos e mais de 50 indiretos.

A TUDO realizou vendas durante o período das salas de vendas fechadas? Como foi a experiência?

Com certeza. A venda on-line já era praticada por nós de modo "tímido" e a pandemia impulsionou este processo. Desenvolvemos nosso processo e fizemos muitos treinamentos a distância com toda nossa equipe. Algumas pessoas encontraram o caminho logo cedo, enquanto outros levaram um tempo maior para se acostumar com essa nova forma de vender. Tivemos excelentes meses de vendas, metas batidas, campanhas de spiffs e, por isso, para nós foi uma experiência extremamente positiva, por toda a evolução profissional que percebemos em nossos colaboradores. A venda online é, felizmente, um caminho sem volta!

Como foi o planejamento para retomada das salas de vendas? Teve que recontratar profissionais, novos treinamentos e adaptação aos novos protocolos?

Para a retomada das salas de vendas foi preciso nos adequar ao novo normal e para isso traçamos nossos novos protocolos e metas para os projetos. Tivemos treinamentos e laboratórios de reciclagem e trabalhamos muito a forma da venda na realidade atual, bem como treinamentos sobre os protocolos de segurança contra a covid-19. Havíamos mantido a maior parte do nosso quadro de colaboradores, mas ainda assim, contratamos novos profissionais para as equipes de marketing e vendas, todos treinados e em conformidade com o novo normal.

Você conhece o conceito de **MULTIEXPERIÊNCIA** na multipropriedade?

New Time explica como esse modelo de negócio ajuda na retomada de suas salas de vendas

Em todas conversas e negociações após a reabertura das salas de vendas que a New Time, consultoria especializada em multipropriedade e vacation club, tem com empreendedores a primeira pergunta deles é: "Como está o retorno do mercado?".

E a resposta dos diretores da New Time é que a retomada do mercado e reabertura das salas de vendas vieram com muita força, similar ao período pré-pandemia. A empresa reabriu 10 salas no Brasil e América do Sul e planeja a abertura de mais cinco novos *showrooms* de vendas até o final do ano. "Para a New Time não foi nenhuma surpresa. Temos 10 anos de empresa e nossos diretores com até 20 anos de atuação no mercado, sabemos que a multipropriedade é um produto que sobressai muito bem em períodos de crise", afirma Priscila Nunes, diretora comercial da New Time.

Priscila Nunes reforça que essa forte retomada em várias salas de vendas em diferentes destinos foi possível por conta do grande *know how* dos executivos da New Time e do novo modelo aplicado pela empresa, a Multiexperiência.

"A Multiexperiência é o resultado do nosso grande portfólio de inúmeros cases de sucesso na multipropriedade brasileira, com mais de 30 empreendimentos de frações imobiliárias lançados e responsáveis pela implantação e atuação em mais de 70 salas de vendas, resultando assim um VGV acumulado em mais de R\$ 4 bilhões em vendas de multipropriedades", destaca ela.

A executiva da New Time explica que a grande experiência da New Time possibilita a pluralidade de projetos, podendo ser no campo, na praia, na serra, projetos grandes, médios, seja timeshare, ou fração imobiliária, operações nacionais e internacionais. "Nos tornando assim a empresa com a maior experiência na venda de produtos de multipropriedade e isso assegura aos nossos clientes/parceiros a maior assertividade em cada um de seus projetos".



Priscila Nunes



Novas estratégias para salas de vendas

A retomada exigiu da New Time criar novas estratégias de captação de clientes e conversão de vendas, já que as salas teriam menos atendimentos, por conta das medidas restritivas nos destinos. "Evoluímos em algumas estratégias pontuais e, principalmente, levamos a nossa multiexperiência (devido ao grande número de projetos, tipos diferentes de captação de clientes) que a New Time tem, e isso facilitou muito a nossa retomada", conta a diretora da New Time.

Porém, Priscila Nunes esclarece que a pandemia não diminui o interesse das pessoas por férias, viagens, lazer e, conseqüentemente, a propriedade compartilhada. "A limitação e a sensação de "prisão" durante a pandemia fizeram com que os clientes dessem maior valor à liberdade, a vontade de viajar, de conhecer lugares novos e estar mais com a família, com novas experiências, prezando assim a qualidade de vida. Tudo isso, aliado aos argumentos emotivos de vendas, são convertidos em altas eficiências".

Com 10 anos de atuação, a New Time consolidou a

sua trajetória no mercado nacional de propriedade compartilhada com vários projetos, atuando na comercialização e gestão. A empresa foi pioneira nas vendas de frações imobiliárias em Gramado, na Serra Gaúcha; atuou em inúmeros projetos na região das águas quentes, em Caldas Novas; em grandes projetos no interior de São Paulo, em Olímpia e Barretos; há dois anos atuou no lançamento de vendas de um grande empreendimento de marca mundialmente conhecida com seis salas de vendas em Fortaleza; e no último verão iniciou uma gigantesca operação com três salas de vendas nas praias catarinenses, em Balneário Camboriú; além de contar com operações de vendas na Argentina e Paraguai.

"E para 2021 temos a certeza de que será um ano de muito sucesso e prosperidade para a indústria de multipropriedade, e continuaremos fazendo história! Temos grandes projetos vindo por aí! Somos o início, o presente e o futuro da multipropriedade no Brasil!", finaliza Priscila Nunes.

GRUPO MAPAH EXPLICA AS VANTAGENS E BENEFÍCIOS DE UMA CONSULTORIA CONTÁBIL E TRIBUTÁRIA PARA HOTÉIS

Empreendimentos que delegam a gestão contábil e tributária para uma empresa especializada conseguem se concentrar em outras atividades estratégicas e aumentar a competitividade do negócio



Manoel Estevam

Serviços que a Mapah desenvolve para hotéis, parques e resorts:

- **CONTABILIDADE FINANCEIRA E GERENCIAL;**
- **CONSULTORIA TRIBUTÁRIA;**
- **REVISÃO DOS PROCESSOS E CONTROLES;**
- **ASSESSORIA NA IMPLANTAÇÃO/ PARAMETRIZAÇÃO DE SISTEMAS;**
- **ASSESSORIA EM DEPARTAMENTO PESSOAL (FOLHA DE PAGAMENTO);**
- **AUDITORIA FINANCEIRA E OPERACIONAL.**

A gestão de um empreendimento hoteleiro envolve grande complexidade. A contabilidade, financeiro, folha de pagamento e obrigações tributárias não podem ser esquecidas, senão mais tarde os órgãos governamentais cobram da empresa o que não está correto através de notificações e autuações fiscais.

Uma das formas de manter esses serviços atualizados é contar com uma empresa especializada, que ficará responsável por essa gestão, entregando resultados eficientes e otimizando o tempo do empreendedor hoteleiro, que pode se preocupar e dedicar às outras áreas do negócio.

“A Consultoria de Gestão prestada pela Mapah tem como prioridade o auxílio na resolução das questões do dia a dia do hotel, principalmente nas áreas contábil, financeira, trabalhista, previdenciária e tributária. A partir de um diagnóstico em que são identificados principais pontos de gestão, traçamos um plano de ação em conjunto com o cliente, estabelecendo prioridades de atuação com o intuito de concentrar esforços, propondo soluções criativas e eficazes”, explica o sócio diretor do Grupo Mapah, Manoel Estevam.

MODELOS ESPECÍFICOS PARA NECESSIDADES DE CADA HOTEL

“Os serviços do Grupo Mapah são organizados em processos, tecnologia e pessoas. Para cada segmento do mercado, há o desenvolvimento de uma metodologia exclusiva que atende aos processos particulares de cada negócio. Utilizamos inteligência tecnológica e contamos com profissionais que recebem incentivos para se manterem atualizados. São condições que garantem tranquilidade ao cliente em delegar a gestão de seus processos à Mapah, enquanto se concentra inteiramente nas atividades estratégicas da sua empresa”, afirma o executivo, especialista em gestão contábil e tribu-

tária de hotéis.

Manoel Estevam aponta que os trabalhos voltados para o segmento hoteleiro são direcionados a partir das necessidades distintas de cada hotel, que podem ser gestão de custos, estruturação societária, planejamento tributário, parametrizações de sistemas e ainda, consultoria financeira. “Somos referência em terceirização de serviços contábeis, fiscais, financeiros, de gestão de pessoas e processos, criados a partir da identificação das necessidades de back office dos clientes”, finaliza o sócio do Grupo Mapah.



A Mapah atende grandes redes hoteleiras, parques e resorts. Goiana e fundada há 20 anos, a empresa tem atuação nacional, com clientes em praticamente todo o território brasileiro, com escritórios nas seguintes cidades:

- **GOIÂNIA - GO**
- **VITÓRIA - ES**
- **SÃO PAULO - SP**
- **SÃO LUÍS - MA**
- **RIO DE JANEIRO - RJ**
- **ANÁPOLIS - GO**



GESTÃO HOTELEIRA EFICIENTE E DE CONFIANÇA: CONTE COM A MAPAH!

A gestão de um empreendimento hoteleiro envolve grande complexidade.

O Grupo Mapah atua há mais de 20 anos nas áreas de contabilidade, auditoria e consultoria e é especialista em gestão hoteleira. Conheça alguns de nossos serviços para esse mercado:

- Contabilidade financeira e gerencial;
- Consultoria tributária;
- Revisão dos processos e controles;
- Assessoria na implantação/parametrização de sistemas;
- Assessoria em Departamento Pessoal (folha de pagamento);
- Auditoria financeira e operacional.

Com mais de 370 colaboradores, temos sete escritórios em todo o Brasil e atendemos grandes redes hoteleiras, parques e resorts. Conte com a expertise da Mapah e tenha tranquilidade para dedicar tempo a outras áreas do seu negócio.

 /GRUPOMAPAH

 /GRUPOMAPAH

 /GRUPOMAPAH

WWW.MAPAH.COM.BR

 **mapah.** 
anos

ASC apresenta planejamento de crescimento pós-covid



O diretor da ASC, consultoria especialista em gestão e vendas para multipropriedade e timeshare, Takedgy Amano, conta como a empresa passou pelo período de lockdown do comércio no país, com a paralisação das salas de vendas, estabelecendo novas estratégias de vendas, fechando novos negócios e, finalmente, a retomada das vendas presenciais.

Como a ASC atuou durante a pandemia?

Como todos os projetos durante o período mais crítico da pandemia, tivemos que fechar as salas de vendas e trabalhamos com vendas on-line. Neste período também aproveitamos a oportunidade para alinharmos novas estratégias e nos preparamos para o retorno. Após a abertura do comércio, retomamos as salas de vendas com o atendimento presencial. O resultado foi fantástico e acima do esperado. Como somos especialista em salas off-site, não ficamos na dependência do retorno do turismo, pois atendemos na cidade que o cliente reside. Por isso saímos na frente nesse retorno. A ASC é reconhecida pelo respeito e tratamento com os profissionais, em vários projetos mantivemos os profissionais atuantes e outros com o retorno das salas vendas voltaram com toda garra.

Mesmo neste período a ASC fechou novas parcerias e irá iniciar novas salas de vendas, como é começar novos negócios nesta época?

Sim, vamos lançar projetos em várias partes do Brasil. Em novembro o Gran Paradiso, em Campos do Jordão/SP. O TA Gramado Hotel, em Gramado, na Serra Gaúcha, com sala de vendas em Porto Alegre/RS,



Takedgy Amano

no mês de dezembro. E também assumimos todo o projeto do Livyd Angra dos Reis, com sala de vendas em Angra dos Reis/RJ e São Paulo/SP. Abrir novos projetos nesse período foi um desafio muito grande, mas junto com os nossos parceiros analisamos e percebemos que seria o melhor momento para a abertura das salas de vendas.

Quais são os atuais projetos durante da ASC?

Atuamos com os nossos parceiros, GAV Resorts, SOMAH, T.A GRAMADO, MORIAH e HOTEL FLAMBOYANT, estamos presentes em vários estados brasileiros.

Quais são os planos da ASC?

Nossa intenção é proporcionar o melhor para nossos parceiros, estamos sempre presentes e em busca de resultados com qualidade. Buscamos trabalhar dentro dos custos viabilizados e nos preocupamos muito com a qualidade das vendas.

WAM, ÚNICA EMPRESA DO SEGMENTO A SER PREMIADA PELO VALOR ECONÔMICO E ÉPOCA NEGÓCIOS

Empresa também apresenta novos lançamentos de empreendimentos de multipropriedades para este ano

Além dos novos lançamentos e expansão, 2020 marcou mais um ano de premiações para a WAM, que se tornou a primeira e única empresa do segmento de multipropriedade a conquistar três prêmios em algumas das principais publicações empresariais do país: IstoÉ Dinheiro, Época Negócios e Valor Econômico.

Época Negócios



Valor 1000



IstoÉ Dinheiro



A empresa goiana foi listada em terceiro lugar na categoria de Serviços Especializados e em 653ª no ranking geral do anuário "As Melhores da Dinheiro", prêmio da revista IstoÉ Dinheiro voltado para as maiores companhias do país. O ranking realizado há 17 anos pela revista IstoÉ Dinheiro e a Editora Três é reconhecido como ferramenta no mundo corporativo para tomada de decisões.

No ranking do setor de serviços especializados, a WAM destacou-se entre as três melhores empresas de desempenho nas temáticas analisadas pela instituição: sustentabilidade financeira, recursos humanos, inovação e qualidade, responsabilidade social e governança corporativa.

A WAM também foi reconhecida pelo segundo ano consecutivo no Anuário Época NEGÓCIOS 360°, no setor de Serviços.

Considerada a mais completa pesquisa de Excelência Empresarial, o anuário é elaborado pela Revista Época Negócios, da Editora Globo, em parceria com a Fundação Dom Cabral e reconheceu as 334 maiores empresas no Brasil a partir de seus aspectos: desempenho financeiro, governança corporativa, inovação, sustentabilidade, pessoas e visão de futuro.

Nos resultados do setor de Serviços a WAM ficou em 1º lugar na categoria Desempenho Financeiro e em 12º lugar geral dentre todas as empresas do ranking.

Nos destaques por região, alcançou o 6º lugar no Centro-Oeste. Se classificou entre as mais bem posicionadas entre as empresas que entraram no ranking em 2020 (em pontos). Todos esses resultados levaram a empresa a figurar na 131ª posição do anuário.



A performance econômica e financeira da WAM Group em 2019 também reconhecida no anuário Valor 1000, do jornal Valor Econômico. A WAM avançou 160 posições de 2018 para 2019 no ranking geral por receita líquida, ficando na 727ª posição.

No setor de serviços especializados, onde se enquadra a atuação da WAM, dos oito indicadores de avaliação, a WAM ficou entre os 10 melhores em 3 indicadores: margem de atividade (6º lugar), liquidez corrente (3º lugar) e crescimento sustentável (6º lugar).

Por último, a WAM também foi citada como uma das 50 maiores empresas da região Norte e Centro Oeste (48º lugar). Além dos grandes especialistas do mundo corporativo, a WAM também é certificada pelo seu público interno e pelo terceiro ano seguido conquistou a certificação GPTW, o Great Place To Work, o que a coloca no ranking entre as melhores empresas para se trabalhar no Brasil.

"Todos esses reconhecimentos reforçam que nosso trabalho e melhoria contínua estão nos levando ao caminho certo. Esses prêmios mostram a força do nosso time e que no nosso segmento ainda tem muito a ser conquistado", comenta Marcos Freitas, sócio da WAM.

NOVOS LANÇAMENTOS EM 2020

Com os resultados de 2019, o grupo de Waldo Palmerston, André Ladeira e Marcos Freitas se tornou o maior em vendas de mutipropriedade e timeshare, alcançando um patamar de liderança mundial.

E o ano de 2020 ainda trouxe novas conquistas e importantes avanços para o grupo que, apesar dos desafios no cenário turístico do Brasil e do mundo, aposta na expansão e irá fechar o ano de 2020 com três novos empreendimentos, o Reserva dos Vinhedos, em Bento Gonçalves/RS; o Pipa Privilege Ocean, na praia de Pipa, em Tibau do Sul/RN; e o Le Charmant, em Campos do Jordão/SP.

"Também é válido citar que mesmo com o quadro de pandemia e de turismo recessivo, vendemos mais que o ano passado no mês de outubro, mostrando uma tendência de recuperação do seguimento. Ainda destacamos que conseguimos manter todos os colaboradores em nosso quadro e continuamos gerando empregos demandado pelos novos empreendimentos", destaca André Ladeira, sócio da WAM Group.

Segundo Ladeira, "o direcionamento da empresa segue com robustos investimentos no segmento, visibilidade da marca e projeção internacional. A expectativa é de que o grupo dobre de tamanho nos próximos três anos, com novos proje-



Pipa Privilege Ocean

tos e inovação nos produtos de férias. O grupo oferece uma solução completa, atuando com o ramo imobiliário e hoteleiro de lazer".

Outra inovação que a WAM lançou em 2020 foi a sua empresa de vendas digitais de mutipropriedades, a Segunda Casa. Mesmo sem as salas de vendas em operação, por conta da pandemia, a empresa não parou de vender e lançou a plataforma digital que oferece aos clientes uma experiência única, onde em poucos cliques compra a tão sonhada casa de férias de forma segura, rápida e on-line.

Atualmente, as salas de vendas já

estão em operação, seguindo os protocolos de segurança das autoridades de saúde. Ainda no começo de agosto todas as operações da WAM iniciaram a reabertura das salas de vendas. Todas as 14 operações se adequaram aos novos protocolos sanitários, preservando a experiência do turista e dos colaboradores.

"Nos próximos anos a WAM estará em um novo patamar de investimento e realizações, que irão fomentar o segmento de mutipropriedade e o potencial econômico dos destinos onde atuamos", finaliza Ladeira.



Reserva dos Vinhedos



Le Charmant



DESCUBRA O QUE É UM GESTOR DE COTAS

A advogada e empresária Maya Garcia explica a importância deste ator para empreendimentos no modelo de multipropriedade



Fundamental para o sucesso na gestão de empreendimentos no modelo de multipropriedade, o gestor de cotas é desconhecido da maioria dos empresários que atuam neste segmento. Precursora como gestora de cotas e atuando como responsável por essa função nos EUA, no Caribe, na Ásia e Brasil, no empreendimento Paúba-Canto Sul (atualmente um dos três empreendimentos mais longevos do mundo e o único Legacy da América Latina), a advogada e empresária Maya Garcia explica como atua este *player* da multipropriedade e conta o segredo para manter fiel e satisfeita a mesma carteira de clientes durante os 40 anos do Paúba-Canto Sul.

Qual a importância da gestão em um empreendimento de multipropriedade?



A gestão é a fase mais desafiadora da multipropriedade. É onde realmente o multiproprietário usufrui do que adquiriu e começa a viver a sua propriedade no dia a dia. A importância de uma boa gestão é fundamental para o sucesso do empreendimento, e também para permitir a redução do número de distratos e o pleno atendimento dos recebíveis pelo incorporador. Infelizmente, essa fase ainda é muito menosprezada no desenvolvimento do negócio. Diferentemente de uma incorporação padrão, a operação não acaba com a entrega das unidades; na verdade, é aí que a operação começa.



Qual a diferença entre pós-vendas e relacionamento?

Embora toda fase após a venda seja chamada de pós-vendas, existe uma diferença entre pós-vendas e relacionamento.

Pós-vendas propriamente dito é a fase logo após a venda em si. É o atendimento imediato, aquele relacionado ao ato de aquisição, pagamento das parcelas aquisitivas, documentação, recebimento de boletos etc. As dúvidas que são quase subsequentes à aquisição ainda são tratadas pelo pós-vendas. O relacionamento é a fase de apoio e tratamento do uso, já quando o multiproprietário entra na posse do imóvel e está apto a utilizar todos os benefícios. Em um paralelo, é como se o pós-vendas fosse a instrução do jogo, enquanto o relacionamento já é o jogo em si. Não se pode generalizar de pós-vendas toda a relação do multiproprietário com o empreendimento, pois são momentos e escopos diferentes.

Qual o papel de um gestor de cotas? Ele foi o responsável pela permanência dos adquirentes originais do Paúba Canto-Sul durante esses 40 anos?

O gestor de cotas é um ator fundamental no relacionamento com o multiproprietário. Cada empreendimento é diferente do outro e cada carteira de proprietários é única e específica. O gestor de cotas é o responsável por processar e entender todas as demandas multiproprietárias, e por criar o relacionamento com o grupo de multiproprietários durante as semanas em que ele não está fisicamente presente no empreendimento. A criação desse relacionamento ativo e fora dos períodos de utilização é extremamente importante porque, se você tratar o proprietário somente como hóspede, ele passará a encarar o empreendimento como hotel. Se você tratar o proprietário somente como condômino, ele perderá o encanto dos diferenciais oferecidos pelo empreendimento.

O gestor de cotas não faz só o atendimento reativo via call center. É um ator extremamente ativo: ele estuda estatisticamente a carteira de multiproprietários, entende o comportamento do grupo e o segmenta em até 9 tipos de perfis, e por isso realiza o atendimento de forma extremamente personalizada, independentemente do número de cotas do empreendimento. Com o uso de técnicas especializadas, cada multiproprietário é tratado de acordo com seu perfil e suas características pessoais, dando sempre a sensação de que o empreendimento o atende de forma especial. Além disso, o gestor de cotas também estuda os hábitos dos multiproprietários, o ajuda na tomada de decisão quanto aos intercâmbios, entende seus costumes nas férias e proporciona uma experiência ainda mais inesquecível.

Sem dúvida, o único exemplo experimentado pelo Brasil de gestão com retenção da carteira original de adquirentes por quatro décadas (Paúba Canto-Sul) é o maior exemplo do que a introdução da gestão de cotas faz pelo empreendimento.

Então o gestor de cotas não compete com o operador hoteleiro?

De jeito nenhum! Na verdade, o gestor de cotas é um grande auxiliar do operador hoteleiro, na medida em que permite que a hotelaria realmente fique responsável pelo que mais tem expertise: a operação de administração local e das locações. Aliviando o operador hoteleiro de todas as demandas multiproprietárias, todos conseguem performar melhor em seus respectivos campos de atuação.

E quais os benefícios que esse relacionamento mais próximo pode trazer para um empreendimento?

Empreendimentos com gestor de cotas se provam 80% mais longevos e bem sucedidos do que empreendimentos que não tem essa gestão específica. Esse ator ajuda na redução da inadimplência, no atendimento de insatisfações sem que o multiproprietário pense em se desfazer da propriedade, na criação de benefícios personalizados para a carteira, na identificação de tendências de intercâmbio e de locação, no traçamento de fluxos de tratamento de clientes conforme os diferentes perfis, na criação de customizações de unidades e áreas comuns, na previsão de potenciais riscos jurídicos, na identificação de proprietários adequados à eventual troca de produtos e no aumento expressivo da retenção, do engajamento e da fidelidade de permanência no empreendimento.

E ter o serviço da gestão de cotas custa muito para o empreendimento?

Quase nada. Essa gestão, na verdade, barateia os custos do empreendimento com a redução da inadimplência e o maior engajamento dos multiproprietários em consequência do senso de pertencimento. Em geral, é um valor mínimo acrescido na taxa condominial e que traz um benefício gigante para os multiproprietários e para o incorporador no período de financiamento das parcelas aquisitivas da cota imobiliária.



INVESTIR PARA CRESCER

Otimista com as perspectivas para o cenário do turismo pós-pandemia, GR Vacation anuncia investimentos em novas salas de vendas e no lançamento de incorporações nas regiões Nordeste e Sudeste

Com a queda dos números relacionados à pandemia do novo coronavírus no Brasil e a retomada gradual da atividade turística, o GR Group, por meio de sua divisão especializada em férias compartilhadas, a GR Vacation, inicia a temporada de verão com otimismo renovado e foco na retomada de seu plano de expansão.

Segundo Rodolfo Rezende, CEO da GR Vacation, para 2021, projetos que estavam programados para 2020 e que precisaram ser adiados por conta da pandemia serão retomados. Como destaque, o lançamento de quatro novas incorporações, três no Nordeste e uma na região Sudeste, e a entrega de pelo menos mais cinco salas de vendas, em Gramado, Natal e no litoral de São Paulo.

Além disso, a empresa vem qualificando os times de *back* e *front-office*, por meio da contratação de profissionais com ampla experiência de mercado. “Durante a pandemia, nosso grupo olhou muito para dentro. Foi um período importante de reflexão, de revisar processos, de reestruturar equipes, para que pudéssemos sair ainda mais fortes da ‘tempestade’, tendo sempre como foco oferecer uma experiência de férias cada vez melhor para os nossos clientes”, explica Rodolfo.

A confiança da empresa para a retomada dos investimentos se deve muito também à resposta positiva dada pelo setor no cenário pós-reabertura. “Atravessamos com resiliência esse ano, que foi bastante atípico e difícil por conta da pandemia. Mas o mercado tem respondido até acima de nossas expectativas. As taxas de ocupação e de reserva em nossos empreendimentos comprovam isso”, diz o CEO.



Rodolfo Rezende



Nova sede da GR Vacation

A GR Vacation está hoje entre os principais players do mercado de comercialização de tempo compartilhado, com dezenas de salas de vendas espalhadas de norte a sul do Brasil, em sete estados brasileiros, além de milhares de clientes, para os quais proporciona experiências únicas, completas e com soluções inteligentes de férias.

A empresa pertence ao GR Group, uma das principais companhias dos setores turístico e imobiliário do país, com mais de 20 anos atuando no mercado imobiliário e na indústria do turismo e do entretenimento, com diversos hotéis, resorts, parques e atrações turísticas espalhadas pelos principais destinos do país. Em seu portfólio constam, por exemplo, o maior resort do Brasil, o Wyndham Olímpia Royal Hotels, localizado na cidade de Olímpia, no interior paulista.

Em 2019, o Wyndham Gramado Termas Resort & Spa, construído pelo GR Group em sociedade com a Gramado Parks, foi eleito o Best Project of the Year durante a Wyndham Global Conference, evento anual da rede norte-americana de resorts.

Para mais informações acesse www.grvacation.com.br

Descubra

O MAIOR CLUBE
DE FÉRIAS DO MUNDO!



  [wyndhamclubbrasil](https://www.instagram.com/wyndhamclubbrasil)
wyndhamclubbrasil.com.br



WYNDHAM
CLUB BRASIL

O MUNDO
TODOS
SEU

APLICATIVO RESOLVE TODAS AS DÚVIDAS FISCAIS DE CORRETORES DA MULTIPROPRIEDADE



A startup XMEI apresenta app fácil e simples de utilizar, que emite notas fiscais e habilita o pagamento de impostos para profissionais autônomos

O profissional de vendas de multipropriedade se caracteriza pelas atividades de captação, consultoria e liderança. Na maioria dessas atividades, a prestação de serviço é realizada através da criação de uma empresa, optante pelos regimes tributários MEI (Micro Empreendedor Individual) e/ou Simples Nacional. Em suma, ter uma empresa e um CNPJ implica em muito mais que apenas emitir notas, mas também no pagamento de impostos, gestão e cuidados com o negócio. E na maioria dos casos, o corretor da multipropriedade não possui o conhecimento de seus deveres como pessoa jurídica, se tornando inadimplente em suas obrigações fiscais e exponenciando os casos de autuação pela Receita Federal do Brasil, muitas vezes perdendo todo o patrimônio construído ao longo de uma vida.

Como alternativa de mudança deste cenário e com mais de dois anos atuando com corretores de multipropriedade, a startup XMEI percebeu nessa dificuldade a oportunidade de ajudar os autônomos, mostrando na prática os ganhos e benefícios em se ter regularidade fiscal e financeira. Visando facilitar a gestão dos corretores e mantê-los regularizados perante os órgãos públicos, a XMEI lançou um app que realiza todas as demandas fiscais necessárias para o negócio do corretor, amparando-o também na parte financeira.

"Nosso grande propósito é entregar assessoria fiscal e financeira ao autônomo prestador de serviços via aplicativo. Nos amparamos no valor da gestão do pequeno negócio para esse autônomo, entregando muita qualidade a baixo custo, mostrando na prática os benefícios e ganhos para ele", explica o sócio da XMEI, Victor Borges.

Vantagens do aplicativo para corretores, incorporadoras e comercializadoras



Victor Borges

Para o sócio da XMEI, o app da startup é importante não apenas para que o corretor fique regularizado com a Receita Federal, mas também auxilia na gestão do negócio. "Um autônomo que trabalha como pessoa jurídica é muito mais que um CNPJ. Ele é mais que um número, ele é uma empresa. E quando o corretor controla quanto fatura, quanto gasta, ele passa a ter gestão. Ele inicia uma percepção de que quanto mais imposto paga, é sinal de que mais dinheiro está ganhando. E não só isso, quando um autônomo possui uma empresa, tem acesso a linhas de financiamento com juros mais baratos, compra de carros com grandes descontos, contribuição pela previdência, entre outros benefícios".

O app da XMEI não é vantajoso apenas para os corretores, mas também para as comercializadoras e incorporadoras da multipropriedade. "Para as empresas, as grandes vantagens são, além da separação das responsabilidades, a regularidade fiscal do profissional. Mais ainda, a empresa eleva o grau de incentivo social com seus parceiros, ajudando no crescimento da cultura de controle dos impostos e das finanças. Afinal, neste mercado, muitos corretores ganham quantias elevadas e não sabem onde e como gastam", ressalta Victor Borges.

Todas as dúvidas resolvidas e funções na palma da mão

A utilização do aplicativo XMEI é muito simples. O corretor consegue realizar tudo relativo as obrigações fiscais da sua empresa no próprio app de maneira bem fácil. A comunicação entre a startup e o corretor é realizada pelo app, mas se for necessário também pode ser utilizado os canais de ligação telefônica, Whatsapp e e-mail. As informações relativas a impostos, certidões negativas e itens mais técnicos são inseridas no aplicativo pela XMEI. Já os dados sobre vendas, notas fiscais e documentos pessoais são colocados pelo próprio corretor.

"O próprio aplicativo já resolve praticamente tudo para o corretor. Desenvolvemos um produto muito simples e fácil de usar, exatamente para tornar a experiência do cliente a melhor possível. Como a

maioria possui pouco conhecimento sobre os assuntos, pelo aplicativo ele sanará quase todas as dúvidas. Para as demais que ainda surgirem, temos nosso time interno, pronto para atender pelos canais possíveis, Whatsapp, telefone e e-mail", explica Victor Borges.

Incorporadoras interessadas em levar o aplicativo XMEI para seus corretores, entrar em contato pelo e-mail contato@xmeibrasil.com.br ou pelo site xmeibrasil.com.br

Ao corretor e autônomo interessado, baixe o aplicativo pelo QR CODE:



NOVOS PARQUES PARA LEVAR MAIS DIVERSÃO PARA FAMÍLIAS

Com altos investimentos para construir e custos altos de operação, empreender em parques temáticos e aquáticos não é muito encorajador. Ainda mais em 2020, ano em que os parques no país se viram com desafios inéditos: primeiro tiveram que fechar os complexos, reduzir os custos operacionais, que incluíam demitir alguns colaboradores e readequar salários a nova realidade, depois investir para se adaptar aos novos protocolos de saúde e segurança, recontratar funcionários e treiná-los, e voltar a operar com capacidade reduzida.

Porém, os parques foram muito eficientes na lição de casa e os resultados são satisfatórios, ainda mais com a realidade do turismo e economia do país. E mais parques foram lançados nesse período, de março a novembro. Mostrando que a indústria de parques, apesar dos desafios, é viável e o brasileiro busca cada vez mais diversão, lazer e entretenimento. Vale destacar alguns lançamentos de parques que movimentaram o setor:









- **Acquaventura**, na Praia dos Carneiros/PE: Lançado pela Gramado Parks, o parque fará parte de um grande complexo turístico, também com resort. Com previsão de inaugurar em 2022, o parque será construído em uma área à beira mar de 159,5 m². A atração terá personagens próprios e *storytelling* baseado em elementos históricos de Pernambuco, além de apelo ecológico inspirado em atividades ligadas ao rio, ao mar e à mata da região.
- **Surf World Park**, em João Pessoa/PB. Desenvolvido pela empresa espanhola Ingeparks, disponibilizará em sua estrutura piscina de surf, escola de surf, piscina de onda, praia de areia, área gastronômica e bares, praça comercial, jardim de infância, centro de idosos, discoteca ao ar livre, academia, pista de skate, estacionamento, posto médico, anfiteatro e resort.
- **Park dos Dinossauros**, em Andradina/SP. Lançado pelos mesmos empresários do complexo Acqualinda, em fase de construção na mesma cidade. O parque contará com 40 robôs, fabricados na China, representando diferentes espécies de dinossauros.
- **GExperience**, em São Paulo/SP. Desenvolvido pela TV Globo, em parceria com a Tornak Holding, e utilizando de muita tecnologia para experiências reais e virtuais, entre as atrações do parque, será possível experimentar os figurinos das novelas, ser entrevistado pelos apresentadores da emissora e ter um gol narrado por Galvão Bueno.
- **Brasília Waves**, em Brasília/DF. Desenvolvido pela empresa Global Waves Parks, o parque terá uma piscina para surf profissional, que simula praia, aulas de surf, restaurante e espaço para shows.



Garantindo o lazer de mais de **8 milhões** de pessoas.

#1 em software para clubes e parques no Brasil

Tenha **controle** de todos os processos **administrativos** e **cadastrais**

-  **+8 milhões** de associados e dayusers por ano
-  **+500.000 biometrias** digitais de validação para acesso
-  **+19.000** operações por dia
-  **+ 2 bilhões** de reais em movimentação financeira anual
-  **+300** catracas e cancelas em operação
-  **+7 milhões** de cobranças geradas por ano
-  **+4.200** usuários
-  **+80 milhões de acessos** de clientes

 [multiclubestriade](#)

 [fb.com/multiclubestriade](#)



PORTO DE GALINHAS GANHA RESORT DE LUXO E EMPREGARÁ MAIS DE 500 PESSOAS

GAV Resorts vai investir mais de 300 milhões na região, gerando movimento na economia local mesmo em meio a pandemia

O estado de Pernambuco ganha seu primeiro resort no modelo de multipropriedade, o Porto Alto Resort, na região de Porto de Galinhas, lançado no começo do mês de setembro. Responsável pelo projeto, o grupo GAV Resorts tem previsão de investimento de mais de 300 milhões de reais neste empreendimento, que é o primeiro resort de luxo da empresa na região, e promete movimentar ainda mais o turismo local.

A GAV irá gerar uma média de 500 empregos diretos, divididos em colaboradores envolvidos nos departamentos de vendas, construção e operação. O Porto Alto Resort tem previsão de entrega em 2024.

O empreendimento está localizado à beira mar, na Praia de Muro Alto, além de significar mais um passo na expansão da empresa é também um incentivo ao turismo de Pernambuco, visto que a GAV RESORTS em parceria com a maior intercambiadora de férias do mundo, a RCI, estará ao alcance de seus milhares de associados espalhados por todo o mundo.

O Porto Alto Resort chama a atenção pelo design inovador e moderno, combinando com a bela paisagem, piscinas naturais da região, projeto arquitetônico, obras e aspectos ambientais, com assinatura da designer de interiores, Bruna Kehrnvald e do engenheiro Marco Robin.



Porto Alto Resort

MAIS DE 16 MIL CLIENTES JÁ REALIZARAM O SONHO DE TER UM EMPREENDIMENTO GAV RESORTS

A GAV é uma empresa especializada em Resorts de alto padrão, o começo de tudo foi em 2014, na região Norte do país, estado do Pará, onde se tornou líder na construção, incorporação imobiliária e vendas de multipropriedade. Em expansão para outras regiões do Brasil, a GAV lançou seu quarto resort, e vários outros destinos virão por aí, com cada empreendimento completamente único e projetado na filosofia de "Férias: Qualidade de Vida".

A partir do momento que a GAV Resorts transforma um simples terreno em um resort, cria para seus clientes uma experiência única, com praias paradisíacas, paisagens deslumbrantes, design exclusivo, vistas únicas para o mar, piscinas de águas cristalinas, acomodações elegantes e refinadas, gastronomia de alto padrão e pratos espetaculares preparados por grandes chefs, oportunidades de vivenciar e desfrutar momentos de luxo e diversão para toda família.

Com previsão de mais de um R\$ 1 bilhão em investimento nos diversos resorts até o ano de 2025, a GAV emprega mais

de dois mil colaboradores e só no Salinas Park Resorts já passaram mais de 150 mil hóspedes. Além de toda essa estrutura em forma de sonho, a GAV Resorts prioriza também os valores de preservação ao meio ambiente, respeito à legislação vigente, à cultura local e o atendimento ao cliente; desde o projeto, obra, venda e operação do empreendimento no dia a dia.

A GAV Resorts tem como essência a satisfação do cliente e promete transformar o empreendimento numa fábrica de sonhos, projetado para deixar qualquer um à vontade, desde o momento da chegada até o término da estadia, garantindo que sejam recebidos e tratados sem nenhum tipo preocupação, sentindo-se em casa com serviços de um resort.

Os empreendimentos GAV oferecem aos seus clientes resorts de alto-padrão, com qualidade construtiva superior e acabamentos diferenciados. Sucesso consolidado em Salinópolis (PA) com os Resorts: Salinas Park, Salinas Exclusive e Salinas Premium. Além dos lançamentos que não param de acontecer.

GRUPO MANHATTAN E MVC INVESTEM EM POTENCIAL REGIONALIZADO DE TURISMO

Empresas detalham como migraram da incorporação imobiliária tradicional para o imobiliário turístico e multipropriedade

Com origem no Ceará e foco de atuação voltado para o Nordeste, o Grupo Manhattan nasceu, há 17 anos, com o propósito de consolidar a construção civil enquanto parâmetro de desenvolvimento local e regional. Inicialmente como construtora de condomínios residenciais de alto padrão e edifícios comerciais que aliam modernidade e funcionalidade, com o passar dos anos a companhia ampliou a vocação regionalizada para negócios que vão além da construção civil. O turismo passou a ser, nesse contexto, um dos principais eixos de desempenho da empresa.

Fundada em 2003, a Construtora Manhattan, que deu origem ao grupo empresarial, firmou-se no mercado com projetos inovadores, como o primeiro edifício no Ceará com planta reduzida e pé direito duplo, além de empreendimentos com área de lazer ampla e características de clube particular. Os espaços contribuíram para estabelecer Fortaleza como um dos três principais polos da construção civil no Nordeste.

Da edificação do Manhattan Center em 2002, um ano antes da fundação da construtora, à conclusão dos edifícios Liberty, East Side, Central Park Business e Celebration Residence na primeira década de atuação, a Manhattan empreende uma história na construção civil cearense.

Isso porque desde as primeiras operações a empresa buscou valorizar o bem-estar local e a vocação nordestina para desfrutar do litoral e de todas as potencialidades da região, que possui cerca de 3.000 quilômetros de faixa de praia, sendo 573 quilômetros apenas no Ceará.

TURISMO IMOBILIÁRIO

Em 2011, com a construção do Palm Beach Residence e do Beverly Hills Residence, na praia do Porto das Dunas, a companhia deu os primeiros passos para o que seria, alguns anos depois, o olhar voltado para o turismo, promovendo rentabilidade local e desenvolvimento para a região a partir de atrativos naturais como praias, dunas, falésias e lagoas.

Mas foi entre os anos de 2015 e 2016, com o Manhattan Beach Riviera, um empreendimento de alto luxo, “pé na areia”, criado com o conceito de segunda residência, que os negócios no setor turístico estenderam-se e ganharam impulso. Isso abriu oportunidade para as primeiras experiências de turismo compartilhado, que passaram a ser aplicadas nos empreendimentos do grupo no litoral cearense, inicialmente, através do timeshare, consolidados pelas adequações conceituais nos resorts Beverly Hills Residence e Manhattan Beach Riviera, direcionando-os para o novo modelo de comercialização.

Em 2017 o grupo lançou a Manhattan Vacation Club (MVC), empresa que administra, via timeshare ou multipropri-

idade, imóveis do grupo no litoral. A MVC tem como foco de suas ações a região Nordeste, por sua origem, raízes e crença na sua força e capacidade turística única. Isso, para a evolução local e regional, tem relevância fundamental para o grupo e principalmente para os clientes, uma vez que o atendimento é todo voltado para as potencialidades territoriais.

Nesse sentido, nascer no Ceará, voltar-se para o Nordeste e valorizar o turista que pretende desfrutar dos atrativos regionais são aspectos que fazem da MVC um importante player no trade do segmento.

“Nos orgulhamos de fazermos parte de uma região que sempre se dedica aos nossos visitantes, com calor humano, ótima receptividade e carinho, e que, além do privilégio da natureza exuberante, temos a gastronomia, cultura e história rica do povo nordestino. Isso acaba por deixar no coração das pessoas que aqui passam uma marca sutil de emoção e vontade de retornar sempre”, ressalta Bruno Borges, superintendente do Grupo Manhattan.

MVC CRIA BANDEIRA SUN CITY RESORTS

Sun City

RESORTS

Criada pela MVC, a bandeira Sun City Resorts tem como fundamento a entrega da experiência aos seus clientes. O próprio nome traz o diferencial da região estampado, que é o sol. A partir de então, todos os empreendimentos da MVC passaram a contar com a chancela da bandeira na composição de seus nomes, renomeando os primeiros empreendimentos como Sun City Beverly Hills e Sun City Beach Riviera. Recentemente, a MVC fechou acordo operacional com a Nobile Hotels & Resorts, que passará a administrar todos os seus resorts.

O Grupo Nobile Hotels & Resorts atua há 12 anos no Brasil e América Latina. A companhia ocupa a 3ª posição no ranking das 50 maiores Cadeias e Administradoras Hoteleiras do Brasil, segundo o relatório Hotelaria em Números 2019, da Jones Lang LaSalle. A empresa administra e licencia hotéis em todas as regiões do Brasil, além de manter operações no Chile e no Paraguai.

MVC ENTREGA EM DEZEMBRO SUN CITY ROTA DAS EMOÇÕES

Em dezembro, a MVC inaugura o Sun City Rota das Emoções, no município cearense de Camocim. Com 123 apartamentos e piscina de 1000m², o empreendimento fará parte do destino turístico Rota das Emoções, roteiro formado por 14 cidades e que vai desde o estado do Ceará (a partir de Jericoacoara e com destaque para Camocim) até o Piauí (especialmente o Delta do Parnaíba) e Maranhão (principalmente os Lençóis Maranhenses).

Adquirido em janeiro de 2020, em operação brownfield, o Sun City Rota das Emoções passou por retrofit e teve todos os espaços internos e externos modernizados. "O projeto de retrofit teve como principal preocupação manter as caracterís-

ticas originais do antigo hotel, uma edificação muitíssimo bem construída, que possui um acervo importante de obras de arte, feitas por artesãos locais e da região, que conferem ao espaço muitas oportunidades de contato e valorização desses trabalhos", analisa o diretor executivo da MVC, Fernando Mathia.

A instalação em Camocim é um atrativo a mais, pois o município, entre os que compõem a Rota das Emoções, é o que possui maior extensão de faixa de praia (64 km de orla), dotado de praias inexploradas, lagoas, dunas e paisagens magníficas. A MVC negocia, também no Nordeste, outros hotéis em locais de grande fluxo turístico da região.

LANÇAMENTO DO SUN CITY AQUIRAZ RIVIERA REFORÇARÁ CONCEITO DE LUXO E "PÉ NA AREIA"

Primeiro empreendimento de multipropriedade da MVC, o Sun City Aquiraz Riviera vai transformar o conceito de bem-estar em segunda moradia, com espetacular opção de lazer e turismo para as famílias. "A proposta é aliar requinte à qualidade de vida, com detalhes marcantes que impulsionem uma experiência maravilhosa aos nossos clientes e visitantes", afirma Joaquim Neto, diretor comercial da MVC.

Com base nesse conceito, a expectativa é que o equipamento se mostre ao público como possibilidade também de investimento em um dos municípios cearenses melhor estruturado em concentração de resorts. O empreendimento estará localizado a apenas 35 quilômetros de Fortaleza e a 15 minutos do Beach Park.

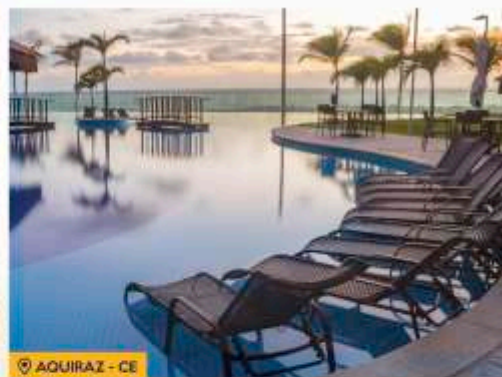
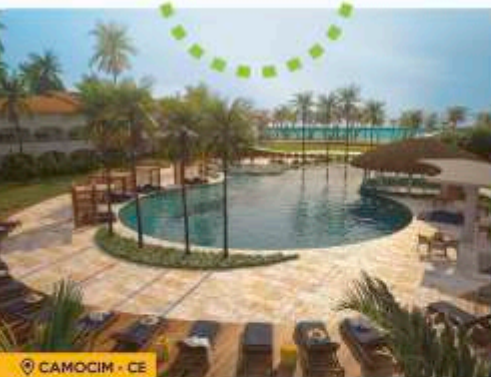
Além disso, faz parte de um complexo que inclui condomínios residenciais de alto luxo, hotéis, campo de golf oficial e

exclusivos 200 metros de frente para o mar, com "pé na areia". Com alto padrão, os apartamentos do Sun City Aquiraz Riviera devem substanciar o turismo local, atrair cada vez mais visitantes do Brasil e de outros países e contribuir para o fortalecimento da multipropriedade como modelo de imóveis.



DESCUBRA A

Terra do Sol



Nós somos da Terra do Sol. Nós somos do Nordeste. Nós somos a MVC.

Os melhores destinos do Ceará em resorts de alto padrão esperam por você e sua família. A MVC oferece a experiência fantástica dos resorts Sun City para transformar as suas férias em momentos inesquecíveis nos cenários mais incríveis da região que tem o sol como anfitrião.

☎ (85) 3013.9860 📞 (85) 99183-4814 🌐 www.mvcferias.com.br 📷 [f @mvcferias](https://www.instagram.com/mvcferias)

MVC ✈

UMA EXPERIÊNCIA FANTÁSTICA PARA VOCÊ

Sua intercambiadora
com infinitas possibilidades
de trocas de experiências
pelo mundo!



Rio de Janeiro - Brasil



Vail - Colorado

+ de 1 milhão



de destinos em todo o mundo



Miami - Flórida



Paris - França



Cancun - México

Compartilha
CLUB

Presente em *todos* países do mundo!



Intercâmbio

Hotéis, Resorts, Casas de Luxo e muito mais!



Clube de Vantagens



**Assessoria de
Vistos e Passaportes**



Casa de Câmbio

  [compartilhaclub](https://www.compartilhaclub.com.br)

 [compartilhaclub.com.br](https://www.compartilhaclub.com.br)



+
DE **30** empreendimentos
LANÇADOS DE
FRAÇÃO IMOBILIÁRIA

+
DE **70** salas
EM 16 ESTADOS BRASILEIROS
+ 2 PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL

+
DE **4 bilhões**
DE REAIS EM VENDAS
DE MULTIPROPRIEDADE

SOMOS O INÍCIO,
O PRESENTE
E O FUTURO DA
MULTIPROPRIEDADE
NO BRASIL,
SOMOS A MULTI EXPERIÊNCIA,
SOMOS A NEW TIME.

 Rua São Benedito, nº 86, Qd. 12, Lt. 23,
Setor Oeste, 75.680-099, Caldas Novas, GO

 64 3453-5512

  newtimeadmkt

 newtimeadmkt.com.br