

#31 Abril 2021

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

**10 ANOS
DE NEW TIME
NO BRASIL.**

**SOMOS O INÍCIO,
O PRESENTE
E O FUTURO DA
MULTIPROPRIEDADE.**

**A MULTIEXPERIÊNCIA
ELEVADA A OUTRO NÍVEL.**



newtime
Multipropriedade

**GAV RESORTS INAUGURA O
SALINAS EXCLUSIVE RESORT**

**WAM INAUGURA TRÊS GRANDES
EMPREENDIMENTOS DE MULTIPROPRIEDADE**

Nosso negócio é compartilhar



A WAM, pioneira e líder na comercialização de multipropriedades na América Latina, apresenta dois novos empreendimentos para realizar os seus sonhos de férias.




Solar
PEDRA DA ILHA
PENHA - SC


PRAIA RESORT
PORTO SEGURO - BA

EM BREVE, MAIS MOTIVOS PARA COMPARTILHAR.

 3003-0720
 17 99769-7091


WAM
COMERCIALIZAÇÃO

wamcomercializacao.com

 @wamcomercializacao



CAPA 20

NEW TIME - O INÍCIO, O PRESENTE E O FUTURO DA MULTIPROPRIEDADE

Empresa completa dez anos de atividades com mais de 35 projetos lançados e mais de R\$ 4 bilhões em VGV acumulados



Página 08

WAM Hotéis e Resorts inaugura três grandes empreendimentos no primeiro semestre de 2021



Página 16

Aviva Vacation Club comemora a sustentabilidade da carteira de cliente, apresenta novos gestores e posicionamento estratégico



Página 12

GAV Resorts inaugura o SALINAS EXCLUSIVE RESORT



Página 18

Auditoria hoteleira. Por que fazer?

DIREITO

04 Lei Geral de Proteção de Dados na hotelaria e multipropriedade

07 Inteligência jurídica por trás da W.Gobbo

MERCADO

11 O sucesso por trás da Surfland Brasil

NEGÓCIOS

14 TUDO apresenta canal de vendas Ipioca On-line

GESTÃO

15 TC BRASIL explica análise de indicadores para operações de multipropriedade e timeshare

PARQUES

23 Nova fonte de receitas para parques

ENTREVISTA

24 Com Franklin Mira, CEO da Têssera Hospitality

ARQUITETURA

26 Arquitetura e Storytelling, por Milton Filho

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS NA HOTELARIA E MULTIPROPRIEDADE



Anna Bastos OAG/GO 40.848
Escritório EMRICH OAB/GO 484

A advogada Anna Bastos, associada do escritório Emrich Leão, explica a aplicação e impactos desta nova lei no setor hoteleiro e multipropriedade

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a Lei 13.709/2018, apesar de já estar em vigor desde o ano passado e estar sendo amplamente debatida há muito tempo, ainda gera muitas dúvidas na adaptação das empresas para essa nova legislação, como será a fiscalização e as sanções por irregularidades. Os segmentos de hotelaria e multipropriedade, por trabalharem com muitos dados de clientes, devem considerar como prioridade implementar as diretrizes da LGPD.

Para explicar mais sobre a lei e sua aplicação, a advogada Anna Bastos, associada do escritório Emrich Leão, fala o papel da LGPD para a hotelaria e multipropriedade.

Atuando nas áreas de Proteção de Dados e Compliance, Anna Bastos é mestranda em Direito em Governança pela Universidade Federal de Goiás e possui experiência com empresas de pequeno, médio e grande porte nacionais e estrangeiras, com cursos realizados na área pela EXIN, OneTrust e Insper.

O que é a LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados?

LGPD é a sigla utilizada para a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n. 13.709/2018). Esta lei tão comentada atualmente traz diretrizes para o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, e deve ser aplicada por pessoas físicas e jurídicas de direito público ou privado. O seu objetivo principal é proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade dos titulares de dados.

Por que essa Lei é importante?

A importância da Lei Geral de Proteção de Dados está na apresentação de regras para o tratamento de dados pessoais. Essas regras vão desde a determinação dos princípios que disciplinam a proteção de dados pessoais, passando pelas bases legais aptas para justificar o tratamento de dados, até a fiscalização e a responsabilização dos envolvidos no tratamento de dados pessoais.

A LGPD também prevê a possibilidade de que a pessoa física a quem se referem os dados pessoais possa requerer informações acerca de todos os tratamentos realizados que

utilizem os seus dados pessoais, que podem ser: quem tem acesso aos dados, a correção de dados incompletos, a eliminação de dados desnecessários, a portabilidade de dados pessoais a outro fornecedor de produtos e serviços, entre outros.

Com o advento da LGPD, inaugura-se uma nova cultura de privacidade e proteção de dados no país e toda esta construção já foi iniciada, requerendo que as empresas se adequem a esta nova realidade.

Como será a aplicação desta lei para o mercado hoteleiro e multipropriedade?

A Lei Geral de Proteção de Dados aborda de forma bem específica o tema do tratamento dos dados pessoais gerando direito para os titulares de dados e obrigações para as empresas que tratam estes dados.

Quando analisamos as empresas do ramo hoteleiro e de multipropriedade podemos elencar uma série de exemplos de dados pessoais dos clientes que sofrem algum tipo de tratamento: nome completo, nomes dos pais, endereços residenci-

“Uma correta implementação das diretrizes trazidas pela LGPD assegura que a proteção aos dados e privacidade dos hóspedes/titulares de multipropriedade sejam preservados”

ais, datas de nascimentos, números de documentos pessoais (CPF, Identidades, Passaportes), registros dos dados dos meios pagamentos, impressões digitais, imagens, registros de consumo e dispêndio de valores, dados de saúde (a partir do pedido de um cardápio especial ou condições médicas), utilização de serviços, registros de deslocamentos, roteiros de viagem, entre outros dados de natureza pessoal.

Por meio desses dados não só se tem acesso a informações sensíveis (características pessoais) do hóspede e/ou titular de multipropriedade, como também possivelmente de todo seu núcleo familiar, incluindo dados de crianças (que dependeria da autorização dos pais ou representantes legais para serem coletados) e idosos, que recebem atenção especial na LGPD.

São imensuráveis os danos que um vazamento de dados pode acarretar para as empresas, mas, para além disso, é importante pensar também na quantidade de padrões de consumo passíveis de serem mapeados a partir destes dados.

No ramo de turismo, não importando o segmento, sabe-se que nem todas as informações são detidas pelos controladores (empresas responsáveis pelo tratamento dos dados pessoais), que seria a empresa de hospedagem / multipropriedade. Em verdade, boa parte dos dados coletados são compartilhados com operadores (empresas que realizam o tratamento de dados pessoais em nome dos controladores), como por exemplo: empresas intermediadoras de hospedagem, fornecedores, parceiros comerciais, agências de turismo, restaurantes, entre outros. Todos esses compartilhamentos de dados, na maioria dos casos, são realizados sem conhecimento do cliente.

A LGPD é aplicável a qualquer empresa de grande, médio ou pequeno porte, independentemente do segmento e público-alvo, desde que trate dados pessoais. O seu descumprimento pode acarretar diversas sanções administrativas previstas na lei, inclusive multa.

Uma correta implementação das diretrizes trazidas pela

Lei Geral de Proteção de Dados assegura que a proteção aos dados e privacidade dos hóspedes / titulares de multipropriedade sejam preservadas e isso é primordial para manutenção da credibilidade da empresa.

Como a Emrich Leão pode auxiliar as empresas a seguirem a LGPD?

Para alcançar a segurança pretendida pela LGPD, a Emrich Leão possui uma metodologia própria que propõe uma série de ações com a finalidade de:

- Mapear os dados pessoais utilizados pelas organizações;
- Mapear os processos que utilizam dados levando em conta os interesses de cada departamento da empresa;
- Avaliar a Proteção dos Dados Pessoais da estrutura de TI;
- Revisar e/ou estabelecer Políticas de Uso e Proteção de Dados Pessoais;
- Implementar rotinas e processos de Proteção de Dados Pessoais;
- Monitoramento Processos de Proteção de Dados Pessoais.

Cultura de proteção de dados bem implementada no ambiente empresarial e respeito à legislação vigente significam boas chances de se evitar advertências, multas ou outras sanções.

Não se pode esquecer também que nos dias atuais os dados são considerados ativos valiosos. O tratamento adequado destes possibilita que as empresas tomem decisões cada vez mais estratégicas e construam estreito relacionamento com os clientes, o que acabará por tornar seus negócios cada vez mais confiáveis e competitivos.

INTELIGÊNCIA JURÍDICA POR TRÁS DA W.GOBBO



> Wallace Gobbo e os advogados Paulo Henrique Sarmento e Vitor Novaes

A W. Gobbo Solutions atua há 20 anos no setor de multipropriedade. Discretamente, já projetou e corrigiu diversos empreendimentos no país, sendo uma das poucas comercializadoras com este tipo de know-how. A empresa tornou-se a subsidiária no Brasil da Amazone U.S.A. Real Estates Holdings INC, com sede em Nova York. Durante esses anos de trabalho, a W. Gobbo Solutions sempre esteve bem assessorada pelo escritório Moraes Sarmento Advogados, responsável por toda sua estratégia e planejamento jurídico.

Com sede na região metropolitana de Campinas, a Moraes Sarmento Advogados tem atuação nacional, atuando em processos de alta complexidade, destacadamente em processos da “operação lava jato”, com empresas dos setores de transporte ferroviário, têxtil e petroquímica; atua ainda junto a prefeituras de grandes capitais e cidades de porte médio, além, é claro, de assessoria a empresas do setor de multipropriedades. Nessa entrevista inédita, o advogado Paulo Henrique de Moraes Sarmento, fundador do escritório, e seu associado, o advogado Vitor Novaes Ferreira Padula de Moraes, respondem algumas dúvidas de empresários e profissionais do mercado de multipropriedade e timeshare.

É possível a escrituração do timeshare, mesmo não sendo um produto imobiliário?

É perfeitamente possível, a própria W.Gobbo já oferece essa segurança a seus consumidores desde 2003. O procedimento é juridicamente complexo, entretanto, os custos para sua implantação são indiscutivelmente mais baratos. A escrituração do timeshare pode ser adequado a empreendimentos finalizados ou ainda para as pequenas incorporações, podendo inclusive ser utilizado para comercialização de fracionados, o produto mais vendido no Brasil.

Qual a responsabilidade da consultoria quando contrata profissionais para operações em outras cidades? A consultoria pode ser solidária nas reclamações trabalhistas?

A princípio não, visto que o trabalho da empresa de consultoria deve ser apenas o auxílio técnico para o bom andamento do empreendimento. Outrossim, é sempre importante que a consultora ou o empreendimento prestem a atenção aos requisitos formadores do vínculo empregatício. Isto porque, independentemente de qual empresa registrou o funcionário, a Justiça do Trabalho irá analisar se a consultora, por um acaso, praticou em sua relação com o funcionário esses requisitos. Pode ocorrer em alguns casos que, a empresa ou pessoa responsável pelo serviço de consultoria preencha esses requisitos, como, por exemplo, intermediar a mão-de-obra, negociar diretamente as condições salariais, de transporte e moradia para os profissionais, dar ordens diretas ou até mesmo realizar a rescisão da relação. Felizmente, a maioria das empresas do

setor atuam com seriedade, sendo importantíssimo o empreendedor ter ao seu lado um departamento jurídico competente para saber quais são seus direitos e tomar as medidas cabíveis com rapidez, discrição e eficiência.

Como o empreendedor pode se resguardar contra passivos trabalhistas, já que contrata um trabalhador em regime PJ?

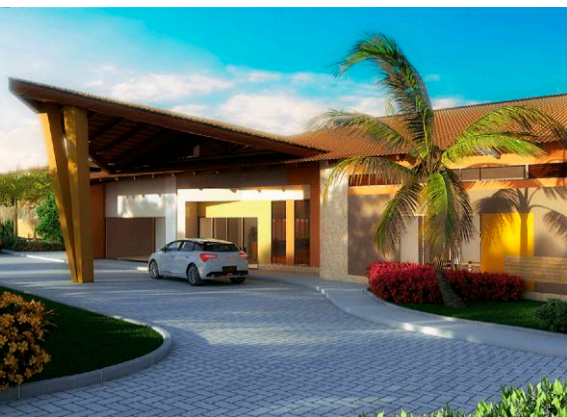
O empreendedor poderá optar para contratar sua equipe de profissionais nos termos da CLT ou até mesmo optar por pessoas qualificadas a prestar o serviço que necessita, sempre a depender de seu Plano de Negócio.

Em ambos os casos, é imprescindível que a relação com o profissional seja formalizada, seja por um contrato formal ou nos termos da CLT, obedecendo os requisitos legais, principalmente o registro em CTPS.

No segundo caso, já está previamente estabelecido pela legislação a obrigação hierárquica entre o empregado e o empregador. No entanto, no caso de o empreendedor, ou até mesmo pelo profissional, optar-se por firmarem um contrato de prestação de serviços, neste é imprescindível constar quais são as obrigações de cada parte, para que todos estejam protegidos quanto à performance desse contrato e também possam corrigir as falhas que decorrem daí.

Em decorrência das recentes mudanças na legislação trabalhista torna-se imprescindível o auxílio de um profissional da área jurídica. A atuação do profissional deve ser feita de modo preventivo, até para se evitar uma ação judicial e todos os gastos advindos de uma ação trabalhista.

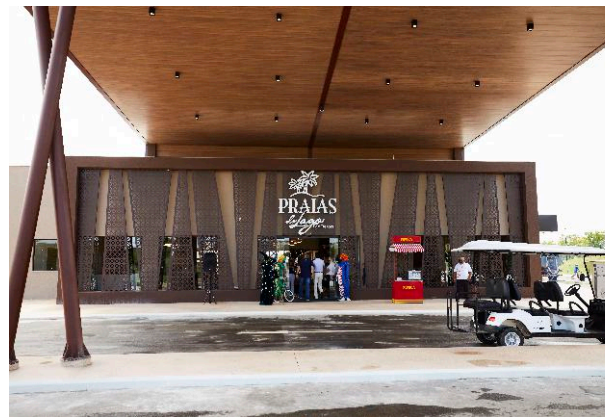
WAM HOTÉIS E RESORTS INAUGURA TRÊS GRANDES EMPREENDIMENTOS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2021



Ondas Praia Resort



Solar Pedra da Ilha



Privé Praias do Lago Eco Resort

Os novos hotéis estão nas cidades de Penha-SC, Porto Seguro-BA e Caldas Novas-GO, este último já em operação

Mesmo em meio a um ano difícil, onde a hotelaria mundial experimentou um cenário de queda devido à pandemia da Covid-19, a WAM Hotéis e Resorts segue investindo no lançamento de novos produtos. A primeira inauguração foi na cidade de Caldas Novas, com o Privé Praias do Lago Eco Resort, no dia 13 de dezembro de 2020. Em abril outros dois novos empreendimentos serão lançados, sendo o primeiro na cidade de Penha, o Solar Pedra da Ilha, e o segundo em Porto Seguro, o Ondas Praia Resort. Vale ressaltar que, em todos os casos, têm seguido as exigências sanitárias de cada município e aplicado o Protocolo de Segurança WAM Clean & Safe contra a Covid-19.

Em localização privilegiada, à beira do Lago Corumbá, o Privé Praias do Lago Eco Resort une tudo o que se busca naquela viagem perfeita: comodidade aliada ao conforto e lazer, numa estrutura com mais de 73 mil m², especialmente ambientada para estimular a sintonia com a natureza com muitas opções para quem busca entretenimento, diversão ou dias de descanso em família, e ainda com a realização e expertise do Grupo Privé Hotéis e Parques.

O Solar Pedra da Ilha, que entrou em operação no dia 4 de abril, é uma realização da WAM Hotéis e Resorts do Grupo Pedra da Ilha, de Santa Catarina. Apostando num conceito ímpar de turismo e lazer, o empreendimento chega com a proposta de fomentar ainda mais empregabilidade na região ao oferecer conforto e serviços de qualidade para quem deseja visitar o Beto Carrero World. Somada à proximidade ao maior parque temático da América Latina, o empreendimento tem acesso facilitado a 19 praias na cidade de Penha.

E no dia 18 de abril é a vez de abrir as portas para o Ondas Praia Resort na cidade de Porto Seguro. O Ondas é um convite aos olhos em meio a uma das paisagens mais bonitas do País. Localizado à margem da Praia de Coroa Vermelha, o empreendimento promete atrair quem ambiciona a agilidade aliada ao conforto, afinal apenas poucos passos o separam do mar. Ideal para famílias que prezam pela logística, facilidade e também pelo pé na areia.

Resort com Responsabilidade Ambiental

O **Privé Praias do Lago Ecoresort** é um projeto que conta com uma arquitetura moderna desde a sua fachada até as áreas de lazer, que primou por suprir todas as necessidades dos mais diversos públicos e deve proporcionar experiências inusitadas a todos os clientes. "Como foi construído próximo ao Lago Corumbá, também tivemos muito cuidado no que diz respeito ao meio ambiente. Investimos em muita tecnologia que será utilizada, por exemplo, para um melhor aproveitamento dos recursos naturais, como na água utilizada no empreendimento, que será 100% reutilizada", explica o engenheiro responsável pelo empreendimento, Moisés Calil Musse.

Em localização privilegiada, a 15 minutos de bancos, postos de gasolina, do centro da cidade e a 4 km do Náutico Praia Clube, o empreendimento foi projetado para que o hóspede tenha diversão sem precisar se locomover a distâncias importantes.

Preparado para receber hóspedes dos mais variados perfis, o Praias do Lago Eco Resort promete contribuir com o turismo da maior estância hidrotermal do mundo ao ocupar visibilidade no mercado hoteleiro nacional, garantir geração de empregos fixos e de temporada, além de ampliar a oferta de leitos e lazer na cidade.

O *mixed use* foi a modalidade escolhida para se diferenciar numa cidade com turismo consolidado e que recebe mais de dois milhões de pessoas anualmente. Composto com essa oferta diversificada está um *mall* que poderá ser acessado por turistas e hóspedes, ofertando algumas opções de lojas e entretenimento.

Exibindo um complexo aquático de tirar o fôlego, o resort do Praias do Lago Eco Resort oferece também um ambiente com faixa de areia e muitas opções para desfrutar as celebradas piscinas, que fazem de Caldas Novas um local único. Os hóspedes têm acesso à piscina com palco, piscina adulto e infantil, piscina coberta e também com hidromassagem. Além de outros recursos de lazer, como: quadra de vôlei de praia, quadra poliesportiva, salão de jogos, espaço fitness, campo de futebol, mini golfe e espaço teen. Complementando os inúmeros atrativos estão cinema, quiosque gourmet e brinquedoteca com programação para as famílias.

Para Ricardo Meinberg, superintendente do Privé Hotéis e Parques, a inten-

ção do grupo é trazer a proprietários e clientes serviços de hotelaria e atividades únicas na região. "Contamos com uma equipe especializada em trazer novidades em atividades de lazer. A programação dessas atrações acontece diariamente para atender desde crianças até os jovens, investimos em música ao vivo e para quem vai ao Praias do Lago Eco Resort em busca de descanso, também temos inúmeras opções. Estamos muito felizes em poder entregar à cidade de Caldas Novas um dos melhores empreendimentos da região", afirma.

"Tenho certeza do sucesso desse novo empreendimento por termos selecionado um time de profissionais altamente qualificados que já comprovaram sua experiência nas mais renomadas redes hoteleiras do Brasil. Todos estão entusiasmados para contribuir com este novo projeto que também conta com a experiência do Grupo Privé. Estamos entregando um produto de altíssima qualidade, que chega para marcar e fazer história no Centro-Oeste do país", afirma o diretor executivo do Privé Hotéis e Parques, Eduy Azevedo.

A qualidade de atendimento e *know-how* do Grupo Privé foram pontos positivos que colaboram com o sucesso do projeto. A Ala Residencial com serviço de hotelaria está 90% comercializada na modalidade de multipropriedade.

O empreendimento Praias do Lago Eco Resort oferece 423 apartamentos com 1 ou 2 quartos e metragens que variam de 46,53 m² a 59,4 m². Dispõe de recepção, serviço de quarto, entrada porte-cochère, além de uma área comum completa entregue já mobiliada e equipada. Com plantas intuitivas e uma boa distribuição dos ambientes, todos os apartamentos são equipados com móveis e eletrodomésticos como fogão, ar-condicionado e TV, além de enxovais de primeira linha.



Parque aquático do Praias do Lago

Primeira multipropriedade de Penha



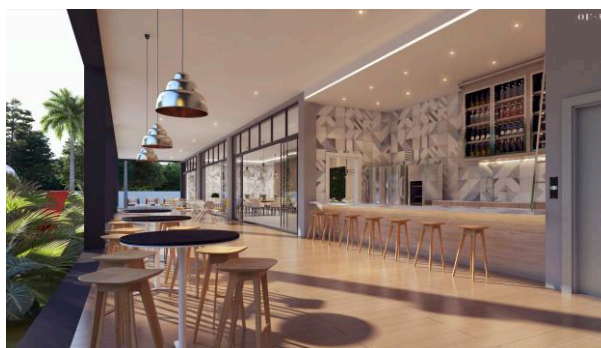
O **Solar Pedra da Ilha** é composto por um bloco principal contendo 10 pavimentos e 102 quartos, todos munidos de ar-condicionado, cofre, TV LCD, sofá-cama, entre outros itens. Algumas opções de hospedagem ainda contam com banheira de hidromassagem. Além da área de quartos, a estrutura é composta por áreas comerciais e estacionamento. Os espaços de lazer contemplam duas piscinas, um playground seco e molhado, uma academia, um spa, um bar, um restaurante, uma brinquedoteca, um espaço teen, uma sauna, um salão de jogos, com uma equipe de monitores para animar o tempo livre em família.

Como explica Marco Gonzaga, CMO da WAM Group, a escolha do destino não é mera coincidência. “Antes de definirmos a nossa ida para uma região, levamos em consideração vários pontos, como por exemplo o fluxo e o padrão turístico da região. E neste caso, por tudo o que o local oferece, já sabemos que a escolha foi assertiva”, reflete.

O Solar Pedra da Ilha está numa localização privilegiada. Na região é possível encontrar desde as festas tradicionais da cultura alemã, passando pelas regiões ricas em cervejas artesanais e vinícolas. Na vizinha Balneário Camboriú, localizada a 25km, é possível encontrar equipamentos de entretenimento

fantásticos, como a maior Roda Gigante do Brasil, um super aquário, além de um teleférico seguido de uma mega tirolesa.

Dados de uma pesquisa realizada pela Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur), no final de 2020, apontam que Santa Catarina é um destino com 90% da intenção de viagem dos entrevistados. No total, foram ouvidas 1.460 pessoas de 20 estados e do Distrito Federal, além de cidadãos de nove países, sobre planos para as próximas viagens.



Bar do Solar Pedra da Ilha



Resort para “tirar onda”

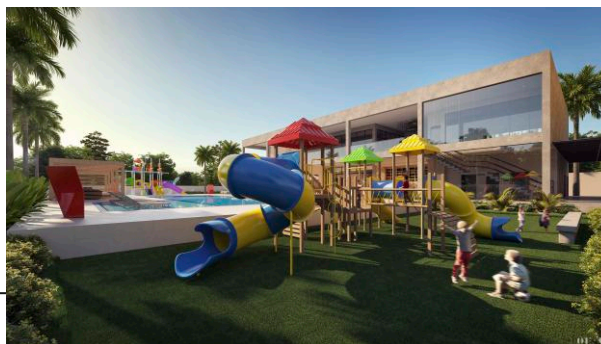
O **Ondas Praia Resort** chega com a essência da Bahia, na alegria do seu povo representada pela equipe de recreação com programação completa para toda a família. Todo o espaço é inteiramente pensado para que os turistas possam “tirar onda”, expressão escolhida para acolher todos os sentidos da experiência da hospedagem no resort e em sua praiana vizinhança. Para diversão da família inteira, as atrações ainda são variadas em seu interior, que conta com cinema, diversas piscinas, recanto verde, choperia, brinquedoteca, quadra poliesportiva e restaurantes.

Já a cidade é a sua ponte aérea para o litoral nordestino. Para fugir da rotina ou dar aquela esticadinha no descanso, Porto Seguro é a escolha certa. Afinal, é um destino que fica a menos de duas horas de todas as capitais do Sudeste e comporta os mais famosos complexos praianos de lazer e entretenimento do Brasil, como: Axé Moi, Barramares e Tôa Tôa.

Pela localização e pela diversa gama de programações, a WAM crê em uma maneira muito mais contemporânea de viver a brasilidade, através de representações por todos os lados e em todas as formas. Em suas investidas no turismo

nacional, a empresa costuma sempre priorizar e elevar a regionalidade, trazendo à tona os atributos que melhor representam suas regiões.

Localizado em uma das regiões que mais crescem na Bahia, o Ondas Praia Resort fica próximo à Praia de Coroa Vermelha, em Porto Seguro. Com mais de 32 mil m² de área, oferece uma estrutura que abrange 484 apartamentos, com metragens a partir de 44,5 m². Além disso, possui estacionamento próprio, segurança 24h, recepção bilíngue e acessibilidade. Apostando em experiências, possui um beach club completo, com quadra poliesportiva, fitness center, playground, restaurante, Choperia & Pub, sorveteria, boutique, entre outros.



Playground do Ondas

O SUCESSO POR TRÁS DA SURFLAND BRASIL

A consultoria SmartShare desenvolveu o modelo de comercialização do resort temático de multipropriedade em Garopaba

Primeiro projeto de multipropriedade do Brasil lançado com vendas 100% online, a SurfLand Brasil, que está sendo construído em Garopaba/SC, após quase dois anos de comercialização, passando pela pandemia, períodos de lockdown e atualmente com quatro salas de vendas em operação, já atingiu o VGV (Valor Geral de Vendas) de mais R\$ 200 milhões e vendeu mais de 30% das unidades.

As mentes por trás deste modelo de comercialização bem-sucedido são de quatro empresários, originalmente de ramos de atividades diferentes, que se uniram e fundaram a consultoria SmartShare: Jeferson Galha, Cristiano Santiago Vieira, Mário Flores Neto e Douglas Beltrão.

"O facilitador desta união foi, apesar de pensamentos distintos, todos manifestarem a vontade de criar um formato de comercialização disruptivo, transformando as salas de vendas em coadjuvantes e o digital protagonista, explorando a atratividade e juntando as expertises", conta Cristiano Santiago Vieira.

Jeferson Galha possui mais de 20 anos de atuação no segmento imobiliário e é sócio de uma das maiores imobiliárias de Florianópolis/SC, a Galha Imóveis. Cristiano Vieira Santiago trouxe sua experiência de mais de 25 anos no mercado de time share e multipropriedade, além da gestão de empreendimentos imobiliários. Mário Flores Neto veio com os conhecimentos e didática da comercialização pela internet, pois possui muitos anos de atuação na publicidade e marketing digital, inclusive lecionando em instituições conceituadas no Sul. E Douglas Beltrão é um grande empreendedor, desenvolvendo projetos na área de hotelaria, habitação sustentável e gastronomia.

"A receita? Respeito mútuo e, principalmente, compreensão das aptidões de cada um. Estas diferenças nos fizeram acreditar e trabalhar para que a multipropriedade pudesse ter um novo viés: vendas digitais em volume e com baixo índice de cancelamento, inclusive nas vendas em salas tradicionais", explica Cristiano.

No momento, a SmartShare possui contrato de exclusivida-



Sócios da SmartShare: Mário Flores, Douglas Beltrão, Jeferson Galha e Cristiano Vieira

de com a SurfLand Brasil e não pode compartilhar toda essa expertise com outras empresas do segmento. "Porém, mais importante que a exclusividade em si é o compromisso com os resultados e a saúde financeira das operações e satisfação dos clientes. Não tratamos sobre este aspecto no futuro. Acreditamos que o planejamento, foco e alinhamento estratégico sejam diferenciais importantes para nosso sucesso, e hoje estão todos direcionado para a SurfLand", conclui Cristiano.

Sobre a SurfLand Brasil

Com previsão de entrega em dezembro de 2022, a SurfLand Brasil é o primeiro clube resort no formato de multipropriedade com piscina de ondas para surfe no mundo, com tecnologia internacional Wavegarden Cove 2.0, que vai garantir surfe o ano inteiro. Com investimento de R\$ 320 milhões, o empreendimento está localizado em Garopaba, próximo à praia da Rosa. O complexo contará com uma Vila Gastronômica, além de área poliesportiva, academia personalizada, espaço de meditação, convivência etc.

GAV RESORTS INAUGURA O SALINAS EXCLUSIVE RESORT

ESTE É O SEGUNDO EMPREENDIMENTO DA EMPRESA A ENTRAR EM OPERAÇÃO,
NA CIDADE DE SALINÓPOLIS/PA



Recepção do novo empreendimento da GAV Resorts

A GAV Resorts, uma das maiores empresas do setor de turismo-imobiliário e de multipropriedade do País, inaugurou, no dia 14 de fevereiro, o Salinas Exclusive Resort. O empreendimento faz parte do complexo de resorts da empresa, localizado na cidade praiana de Salinópolis, que contempla, também, o Salinas Park, lançado em 2018, e o Salinas Premium, que será inaugurado em 2022.

Em 2020, apesar da paralisação de obras devido ao lockdown, oscilações nos preços dos insumos usados na construção, retração na economia, complexidade logística das entregas de materiais por parte dos fornecedores entre outras adversidades, o respeito e a credibilidade com cada um dos

clientes foram preservados pela GAV. Mais uma vez, a GAV Resorts entregou com qualidade, sofisticação, exclusividade e dentro do cronograma planejado, o Salinas Exclusive Resort.

Segundo o CEO da GAV Resorts, Manoel Vicente Pereira Neto, o maior impacto se deu pela redução de produção das indústrias durante este período. “Essa falta de insumos no mercado, somada com o efeito de três meses de paralisação da nossa obra, acabou gerando um aumento em nosso custo, mas não medimos esforços para manter o cronograma e entregar o resort dentro do prazo previsto, superando todos os desafios”, pontua.

EXCLUSIVIDADE É UMA MARCA DO RESORT

O novo empreendimento é composto por 360 apartamentos divididos em duas torres e com uma excelente área de lazer. “São 120 apartamentos de dois quartos e 240 de um quarto. Os itens de lazer são tantos que é até difícil falar de todos, mas além de entregarmos da melhor forma tudo o que o cliente comprou, fizemos ainda itens não vendidos, como o cinema infantil e uma maravilhosa sauna integrada à nossa piscina principal. A gastronomia também será mais uma vez um dos nossos pontos fortes”, comenta o CEO Manoel Vicente. Além dos espaços citados, a área de lazer do Salinas Exclusive terá rio lento, prainha, piscinas teen e infantil; bar molhado, playground, sala de jogos, bicicletários, espaço zen, SPA, salão de beleza, dog care e malocas.

O CEO da GAV Resorts detalha também os diferenciais do empreendimento. “O resort foi pensado nos mínimos detalhes e fazendo jus ao nome, trouxe uma exclusividade única, além de todo o conforto e alto padrão dos apartamentos. Essa será a experiência que o cliente terá depois de passar por nossa belíssima recepção: se deparar com nossa área de lazer que é integrada ao parque infantil e área gastronômica. São ambientes harmônicos como poucos”, define.

A designer de interiores do projeto, Bruna Kehrvald, ressalta a proposta de exclusividade: “A proposta desse projeto foi desenvolver um espaço adequado, agradável e intimista voltado para a família, que proporcione momentos de descanso, descontração e lazer. O diferente, o inusitado e a leveza estão em evidência na concepção e conceito do projeto, que



Manoel Vicente Pereira Neto

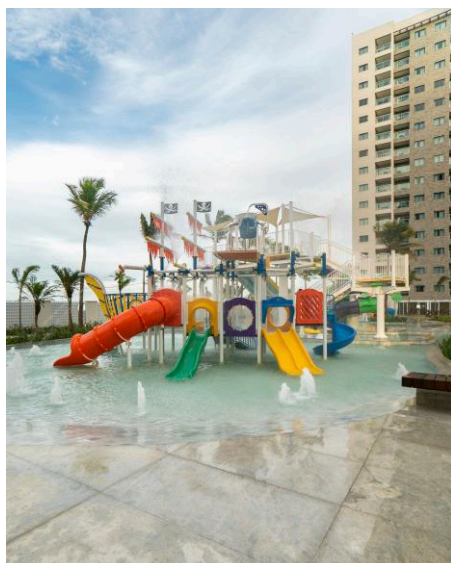


Bruna Kehrvald

se baseia em uma arquitetura atemporal, contemporânea e minimalista. Desta forma, o espaço destaca cores e formas limpas, que garantem conforto, sofisticação e exclusividade, tornando esta uma experiência incrível”.

Os empreendimentos consolidaram Salinas como um destino turístico nacional, o que fomenta a economia da região, gerando mais empregos e qualidade de vida para os moradores da cidade. “Hoje tenho segurança em afirmar que é uma das melhores opções para quem pensa em praia, sem abrir mão do conforto. O Salinas Exclusive Resort é um dos empreendimentos da GAV Resorts em Salinas que, hoje juntos, geram mais de 800 empregos diretos e outros 4 mil indiretos”, descreve Manoel Vicente Pereira Neto.

SOBRE A GAV RESORTS



A GAV Resorts é uma empresa especializada em resorts de alto padrão. Sua história começou há sete anos, na região norte do país, no estado do Pará, onde se tornou líder na construção, incorporação imobiliária e vendas de multipropriedade.

Com previsão de mais de um bilhão de reais em investimento nos diversos resorts até o ano de 2025, emprega mais de dois mil colaboradores e, atualmente, são mais de 20 mil multiproprietários na empresa. Além de toda a estrutura física, 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 e venda até a operação do empreendimento no dia a dia.

Sua essência é a satisfação do cliente e promete transformar o empreendimento numa fábrica de sonhos, projetada para deixar qualquer um à vontade, desde o momento da chegada até o término da estadia.

< **Parque aquático do Salinas Exclusive Resort**

TUDO apresenta canal de vendas Ipioca On-Line

Novo departamento é exclusivo para a comercialização pela internet das frações do Ipioca Beach Residence, em Maceió/AL



Ana Caroline Mundim

A pandemia da Covid-19 trouxe a oportunidade das empresas do segmento de multipropriedade fortalecerem seus canais digitais. A TUDO se especializou nas vendas on-line de frações imobiliárias e recentemente desenvolveu um departamento exclusivo para esta modalidade de vendas para o Ipioca Beach Residence, empreendimento que está sendo construído em Maceió/AL, incorporado pelo Grupo Maceió Mar Empreendimentos (MME).

O projeto de vendas digitais do Ipioca conta com um departamento que funciona em uma sala na própria empresa, o Grupo MME, em Maceió, totalmente adaptada e com uma equipe contratada e treinada exclusivamente para comercialização on-line. A gerente de vendas do Ipioca On-Line, Ana Caroline Mundim, explica mais sobre o projeto em entrevista para a Turismo Compartilhado.

Como surgiu o projeto de um departamento exclusivo de vendas digitais para o Ipioca Beach Residence?

Os meses de quarentena em que trabalhamos de forma totalmente on-line nos surpreenderam positivamente quanto aos resultados obtidos, através dos colaboradores que atuavam nas salas presenciais, mas com a volta das salas, estes já não conseguiam mais se dedicar também às vendas digitais. Dessa forma, era necessário um departamento exclusivo para tal, até porque percebemos que o perfil do colaborador que atua na sala de vendas presencial nem sempre será o ideal para um projeto de Inside Sales, e, por isso, foi muito importante criar este departamento do zero e treinar pessoas exclusivamente para isso.

Como é o apoio do Grupo Maceió Mar Empreendimentos para este novo canal de vendas?

O Grupo MME acredita tanto quanto nós na importância deste projeto. A ideia inicial era ter o novo modelo junto à central de pós-vendas da TUDO em Goiânia/GO, mas levantamos os benefícios de estar junto à Construtora no modelo de Inside Sales, que se trata de vendas realizadas dentro da própria empresa, com uso da tecnologia para reuniões não presenciais, otimizando tempo e recursos, proporcionando uma operação comercial mais sustentável, haja visto que o índice de cancelamento é próximo de zero. O departamento on-line tem que se pagar independente da sala presencial e para isso foi feito um estudo de viabilidade próprio e mensalmente temos um orçamento a cumprir.

Esse novo canal trabalhará exclusivamente com vendas ou também irá atuar na captação de leads pela internet

para as salas de vendas e com mini vac?

Inicialmente estamos trabalhando exclusivamente com as vendas, e o próximo plano traçado é de que os nossos SDR's recebam *leads* de uma nova tecnologia parceira e passem a também captar *leads* para as salas de vendas, contribuindo para a eficiência da sala. Já o *mini vac* está a cargo de outro departamento.

A TUDO já trabalhava com vendas digitais desde o ano passado, no início da pandemia, o que essa experiência inicial ensinou? O que muda com a implantação de um departamento exclusivo?

Os meses de quarentena com certeza serviram como uma grande escola, tivemos a sensibilidade de testar como num laboratório o que seria o melhor processo, modelo, técnicas de vendas, *speech*, solução para CRM, plataformas, tecnologia para recebimento do pagamento e geração do contrato, marketing digital, entre outros fatores que envolvem este processo. Isso nos munuiu com uma vasta experiência e pudemos trazer para o Ipioca On-line apenas aquilo que realmente traria resultado, e já no primeiro mês de funcionamento, tivemos excelentes e surpreendentes resultados!

O que a TUDO pretende atingir com esse novo departamento?

Sabemos que as vendas digitais vieram para ficar, felizmente. Dessa forma, nós vemos este departamento como um novo ponto de vendas independente da tradicional sala de vendas, capaz de melhorar em muitas vezes as vendas do projeto como um todo. Em novas viabilidades já temos colocado essa visão com todos os ônus e bônus.

TC BRASIL EXPLICA A ANÁLISE DE INDICADORES PARA OPERAÇÕES DE MULTIPROPRIEDADE E TIMESHARE

Ler e interpretar os dados são fundamentais para tomadas de decisões e definições estratégicas

Indicadores de desempenho são fundamentais no processo de planejamento e gestão de qualquer negócio. Além disso, são eles que devem guiar a tomada de decisões e os rumos de qualquer empresa. Através deles é possível corrigir as rotas, mudar as estratégias, redirecionar recursos e gerenciar de forma mais assertiva todas as unidades do negócio.

Pioneira em produtos de timeshare e multipropriedade, a TC Brasil possui um time de inteligência voltado à confecção e análise de indicadores, permitindo à empresa acompanhamento apurado de toda operação e um planejamento adequado para o desenvolvimento de novos negócios.

"Atualmente nossa equipe de inteligência conta com dois profissionais dedicados exclusivamente à produção e acompanhamento de indicadores. Em uma empresa não podemos melhorar aquilo que não é medido, e é exatamente para auxiliar nisso que os indicadores de desempenho existem e precisam

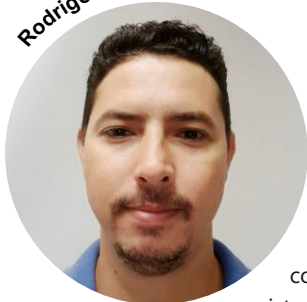
ser acompanhados de perto", explica o diretor de projetos Fabiano Polyceno, responsável por esta área na empresa, e colaborador da TC Brasil há quase 14 anos.

"Os sistemas que atendem hoje as operações, tanto de timeshare como de multipropriedade, possibilitam uma infinidade de dados que podem fornecer um Raio X completo de toda operação. Podemos verificar no detalhe e identificar tudo o que cada gestor precisa melhorar e desenvolver. O papel do nosso time é, além de colher esta informação, poder apresentar um diagnóstico do que precisa ser feito, e como, a partir destes dados, além de acompanhar os planos de ação e resultados dos mesmos", salienta o diretor da TC Brasil.

Fabiano Polyceno



Rodrigo Botelho



TIME DE INTELIGÊNCIA DE DADOS

Hoje, a equipe responsável pela inteligência de dados da TC Brasil conta com a experiência do coordenador de projetos Rodrigo Botelho, profissional que atua há seis anos na indústria, possui experiência na área de TI, seu conhecimento permite que ele extraia dos sistemas através de *queries* (consulta de informação via banco de dados) os dados importantes para a gestão do negócio.

Para Rodrigo Botelho, é possível através dos indicadores visualizar se determinada sala de vendas está cumprindo seu planejamento, e a que custo. Se é viável da forma como está, se vale a pena a expansão da operação ou não. Enfim, é possível definir toda a sustentabilidade e planejamento, somente avaliando os indicadores corretos. Este mesmo padrão se repete para captação de clientes, cobrança, retenção e pós-vendas.

"É muito desgastante e caro a tomada de decisão errada em um negócio. Portanto, nosso foco é poder avaliar o que pode ser melhor e direcionar ao nosso time da consultoria que acom-

panha a rotina das operações o que precisa ser feito. Os indicadores nos permitem criar novos produtos, novas frentes de vendas, otimizar os custos, é inacreditável o poder de uma análise feita de forma apurada e cuidadosa para guiar o desenvolvimento do negócio", explica o profissional da TC Brasil.

Além de Botelho, hoje a empresa conta com o suporte de Bruna Oliveira. A profissional que ingressou na empresa há seis meses é responsável pelos procedimentos, indicadores, *book* gerencial e suporte operacional de cada projeto. O departamento atua também na capacitação dos gestores e conscientização das equipes sobre a importância destas métricas.

Para ela, quando toda equipe se envolve na avaliação dos dados, fica muito mais fácil engajar a todos em qualquer plano de ação. "É muito bom observar a melhoria em um processo, ou mesmo a conquista de um melhor resultado, que se deu a partir de um diagnóstico da nossa equipe, isso faz com que a gente saiba que está no caminho certo! Ser e fazer o melhor para nossos clientes", finaliza Bruna Oliveira.

Bruna Oliveira



EM MEIO A PANDEMIA, **AVIVA VACATION CLUB** COMEMORA A SUSTENTABILIDADE DA CARTEIRA DE CLIENTES, APRESENTA NOVOS GESTORES E POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

Rubens Olivera,
Gerente Nacional de Vendas

Camila Souza,
Gerente de Qualidade

Livia Borges,
Gerente de Operações

Bruna Apolinário,
Gerente Geral da Aviva Vacation Club

Gerenciado por Bruna Apolinário, time passou a contar com Livia Borges na gerência de Operações e Rubens Oliveira como gerente nacional de Vendas

A Aviva investiu em uma nova estrutura da Gestão da Vacation Ownership e em novas estratégias, para maximizar a conexão entre marketing, vendas e relacionamento. Com clientes dos dois destinos - Rio Quente e Costa do Saúpe, as novidades na Gestão da Vacation Ownership trazem experiências exclusivas e a garantia de segurança aos hóspedes, durante esse cenário desafiador, conseguindo proporcionar alegria, cumprindo com o propósito de "Fazer Famílias Felizes".

"O momento em que estamos vivendo nos aproximou ainda mais dos nossos clientes. Conseguimos dar mais exclusividade às nossas experiências, que naturalmente trouxe um crescimento dos nossos indicadores nas salas de primeira venda e revenda/*upgrades*. Nunca o investimento em Qualidade de Vida e em momentos com a família foi tão priorizado. A credibilidade que ganhamos frente aos nossos clientes e ao mercado traz tranquilidade e segurança aos que buscam lazer", afirma Bruna Apolinário, Gerente Geral da Aviva Vacation Club. Bruna atua na companhia desde 2002 e assumiu a gerência geral do maior clube de férias da América do Sul em junho de 2020 com objetivo de garantir a sustentabilidade dos processos durante toda a jornada, promovendo a autonomia do cliente, potencializando a entrega com foco em experiências exclusivas.

Novo time | Profissionais com diversas expertises

Com 19 anos de experiência em timeshare e formada em Administração com Habilitação em Hotelaria, pós-graduada em Turismo e MBA em Marketing pela FGV, Bruna Apolinário passou a contar também com novos gestores estratégicos: Lívia Borges, como Gerente de Operações; Rubens Oliveira, como Gerente Nacional de Vendas; e Camila Souza, que retorna ao grupo, à frente da Qualidade.

A nova gerente de Operações, Lívia Borges, graduada em Engenharia, com mestrado e doutorado em Estatística, especialista em Encantamento com Clientes, pela Disney Institute e professora em especialização MBA em Customer Success, é responsável pela gestão de relacionamento com clientes. Com vasta experiência no mercado financeiro e de seguradoras, Lívia chega a Aviva Vacation Club com o objetivo de inovar e evoluir nos processos e análises de indicadores de forma ágil e consistente, sempre focada estrategicamente no encantamento dos clientes.

"O meu foco está em três pilares: pessoas, produtos e processos. Tenho grandes cases de sucesso onde a melhoria dos processos foram fundamentais em otimizar o trabalho dos nossos associados (colaboradores) para que eles proporcionem as melhores experiências aos clientes", afirma a gerente de Operações.

Já o novo gerente Nacional de Vendas, Rubens Oliveira, associado da Aviva desde 2018, atuando anteriormente como coordenador de vendas na área tática/operacional, passou a ocupar um cargo estratégico dentro do clube de férias. "O objetivo é ter uma maior sinergia entre vendas e relacionamento. Nesses três anos venho me preparando para este momento, trilhando caminhos e objetivos de vida. Esse período em que estive fora do segmento me permitiu uma reciclagem e um olhar 360° sobre venda/cliente. Estar à frente de um grupo como a Aviva é uma grande realização profissional", ressalta o gerente Nacional de Vendas.

Com mais de 16 anos atuando no segmento de timeshare,

com foco em vendas, Rubens Oliveira é graduado pela Universidade de Tiradentes e acumula passagens por grandes empresas, como Groupon e Pestana.

Já Camila Souza retorna ao time para somar à frente da Qualidade. Graduada em Administração de Empresas, com MBA em Gestão Estratégica de Negócios e em Gestão Comercial e Inteligência de Mercado, trabalhou na Aviva entre 2009 e 2020, sendo desde 2012 na Aviva Vacation Club, tendo como pilar a qualidade dos processos. Possui experiência em gerenciar equipes com responsabilidades administrativas, auditoria, treinamento, suporte de atendimento ao cliente e gestão de projetos.

"Retorno à Aviva Vacation Club com o sentimento de alegria e grande gratidão. Minha grande missão é dar continuidade às melhorias de processo e promover a melhoria contínua, com foco no propósito do grupo, que é Fazer Famílias Felizes".

Superação das expectativas

Dar continuidade ao crescimento da base de clientes Vacation Ownership vem sendo o maior desafio do time Aviva. "Precisamos estar sempre um passo à frente, pois ainda estamos em um momento de pandemia. Por isso, estamos sendo vigilantes e guardiões dos protocolos de saúde e segurança, validados pela equipe de imunologia do InCor (Instituto do Coração do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo), dentro das recomendações da Organização Mundial de Saúde.

Nossa missão é fazer com que nossos clientes se sintam seguros ao usufruir do seu clube de férias, vivendo momentos de lazer com a família em meio a natureza, com todo conforto, entretenimento e diversão que os nossos resorts e parque proporcionam. Para isso, contamos com estruturas como o Rio Quente e Hot Park, com suas águas quentes e termais e Costa do Sauípe, com sua orla incrível e paisagens paradisíacas", reforça Bruna Apolinário, Gerente Geral da Aviva Vacation Club.

Um ponto importante para essa travessia é o comportamento da base de clientes existente, que se comporta cada vez mais engajada e fiel à marca. No início da pandemia, em 2020, projetamos uma inadimplência total da base de até 40%, mas o que vemos hoje com ações internas mais assertivas foi um aumento da inadimplência. "Estamos com os melhores índices da história do clube, nossa inadimplência geral da base está em aproximadamente 13%, no acumulado do primeiro trimestre de 2021", explica Bruna.



Auditoria hoteleira Por que fazer?



A auditoria em empreendimentos hoteleiros é importante para a segurança do negócio, transparência das operações, bem como a correta tomada de decisões estratégicas

Maior segurança para hotéis e pool hoteleiros. Essa é a principal proposta de uma auditoria contábil e financeira. Normalmente, é comum que o próprio regimento interno contemple a obrigatoriedade de realização de pelo menos uma auditoria ao ano, para verificação de controles internos e movimentação financeira. Entretanto, como funciona esse serviço? Para responder essa questão e explicar a importância da auditoria para empreendimentos hoteleiros, o sócio-diretor do Grupo Mapah, Manoel Estevam, apresenta as soluções da empresa para hotéis e multipropriedades, objetivando não sofrerem riscos na prestação de contas da gestão junto aos proprietários e investidores.

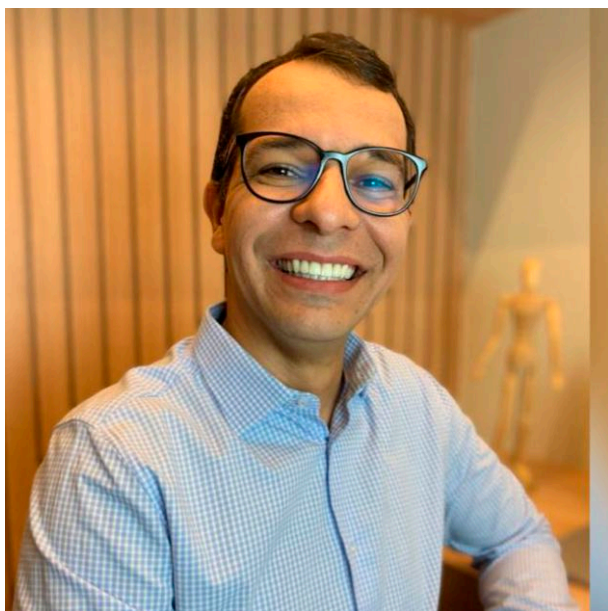
Manoel, que possui mais de 20 anos de experiência na área de auditoria, explica que empreendimentos hoteleiros são regidos por regras e procedimentos que normalmente já contemplam a obrigatoriedade de realização de uma auditoria: "Isso oferece mais comodidade para os sócios, investidores e condôminos, bem como para o próprio administrador, já que isso é uma das formas de prestação de contas da gestão", diz o auditor. Além disso, Manoel esclarece que neste modelo de empreendimentos as auditorias são realizadas normalmente anualmente ou em períodos específicos, duas vezes ao

semestre para garantir maior conformidade.

É comum que a auditoria para empreendimentos hoteleiros concentre-se na parte financeira do negócio, mas atuando junto aos departamentos administrativos, financeiro, contábeis, fiscais e recursos humanos. O tempo de duração de uma auditoria vai depender do projeto, tamanho da empresa, natureza do trabalho, período a ser auditado e vários outros fatores.

O sócio do Grupo Mapah aponta os principais problemas já encontrados pela empresa nas auditorias de empreendimentos hoteleiros: "Não é incomum que encontremos problemas tributários, com pagamento a maior ou a menor, bem como de controles internos, que se mostram ineficientes e oferecem um risco para a operação especificamente no tocante a movimentação financeira".

Especialista no atendimento a hotéis, Manoel explica que o Grupo Mapah não somente levanta os problemas, mas também fornece um mapa de riscos: "Assim, o empresário pode tomar a melhor decisão baseada nos riscos que pode sofrer. Algumas soluções envolvem custos, outras não", conclui.



Manoel Estevam, sócio-diretor do Grupo Mapah

CONFIRA OS SERVIÇOS DA MAPAH NA AUDITORIA DE HOTÉIS:

- Auditoria Contábil e Financeira (validação das entradas e saídas);
- Auditoria Tributária (avaliação do cálculo e obrigações junto ao fisco);
- Auditoria Trabalhista e Previdenciária;
- Auditoria de Processos e Controles internos;
- Revisão do cálculo de rateio das cotas, utilizando o quadro de fração ideal sobre o montante arrecadado por mês;
- Análise da composição de inadimplentes e procedimentos de cobrança.



Eduardo Honorato,
fundador da New Time

NEW TIME

O início, o presente e o futuro
da multipropriedade



AGORA PRESENTE NO
PARAGUAI
& ARGENTINA

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

DE **30** empreendimentos
LANÇADOS DE
FRAÇÃO IMOBILIÁRIA

DE **4** bilhões
EM VENDAS DE
MULTIPROPRIEDADE

Empresa completa dez anos de atividades com mais de 35 projetos lançados e mais de R\$ 4 bilhões em VGV acumulados

Não há como contar a história do timeshare ou multipropriedade no Brasil e não mencionar a New Time, consultoria especializada nesses modelos de negócios. Apesar de fundada em 2011, para suprir uma demanda crescente de *know-how* em projetos de multipropriedade que estavam despontando no Brasil naquele ano, a trajetória da empresa começa bem antes, no final da década de 1990, quando seus sócios ingressaram no mercado.

Atualmente, com operações comerciais em 13 salas de vendas, distribuídas na Serra Gaúcha, Olímpia/SP, Balneário Camboriú/SC, Jericoacoara/CE, Maceió/AL e Fortaleza/CE, com aproximadamente 300 profissionais ativos, a New Time desenvolveu o conceito de multiexperiência dentro da multipropriedade no ano passado.

A multiexperiência é um termo que vem do grande *background* e *know-how* de mais de 20 anos de atuação na multipropriedade dos sócios da New Time: Eduardo Honorato, Lázaro Cunha, João Paulo Mansano e Marco Vargas.

"Mais da metade dos grandes nomes da multipropriedade no Brasil passaram pelas mãos de Eduardo Honorato. Sem

dúvida um ícone no segmento nacional. E é daí que vem a origem da palavra multiexperiência. Honorato obteve toda sua expertise ao longo de sua trajetória de sucesso de mais de 20 anos, quando iniciou sua carreira em 1999 no Rio Quente Resorts (Aviva), no primeiro grande projeto de sucesso de timeshare no Brasil. Por mais de 10 anos esteve à frente das operações de vendas do clube de férias do Rio Quente, liderando o que para muitos ainda era um mercado desconhecido no Brasil, e após sua saída do grupo, fundou a New Time, que agora comemora 10 anos fazendo história, batendo recordes e sendo responsável pelos maiores cases de sucesso no Brasil, levando o termo da multiexperiência a outro nível", diz a diretora comercial da New Time, Priscila Nunes.

Ao longo desses dez anos, a New Time participou de lançamentos de 35 projetos de multipropriedade, além de vários outros de timeshare no Brasil e América do Sul, atuou em mais de 80 salas de vendas em todas as regiões do país, mais de 3.500 profissionais já foram formados ou treinados pela consultoria e alcançou a marca de mais de R\$ 4 bilhões em VGV (Valor Geral de Vendas).

"Consultorias em multipropriedade são essenciais para o sucesso de qualquer projeto"



Confira a entrevista com Eduardo Honorato, sócio fundador da New Time:

Como o mercado evoluiu nesses dez anos em relação a desenvolvimento de novos produtos, profissionalização e comportamento dos consumidores?

O mercado evoluiu de forma crescente e consistente com o grande aumento de profissionalismo de todos envolvidos no processo, desde o planejamento a execução dos projetos, tendo uma forte adequação tanto da venda quanto dos produtos a fim de satisfazer as necessidades dos clientes de multipropriedade.

Hoje, os segmentos de multipropriedade e timeshare estão mais conhecidos pelas incorporadoras e redes hoteleiras do que dez anos atrás. Uma consultoria para o segmento ainda é essencial para o negócio?

Sim! É claro! O *know-how* das consultorias especializadas em multipropriedade é essencial para o bom desenvolvimento e sucesso de qualquer projeto, visto que todos os projetos de sucesso, sem exceção, contaram com pessoas ou empresas com grandes conhecimentos e experiências no modelo de multipropriedade, já que por se tratar de um produto e uma venda totalmente especializados, não era viável o formato tradicional de comercialização em que as incorporadoras e redes hoteleiras utilizavam. Além disso, contratar uma empresa especializada como a New Time resulta em redução dos custos gerais de comercialização, garantia de sucesso da venda dos produtos, e formatação ideal de produtos, garantindo a maior assertividade desde a concepção de estudos de viabilidade, o planejamento de vendas, assim como o planejam-

to de atendimento a clientes, minimizando problemas e maximizando resultados.

Qual o ponto primordial que vocês atribuem o sucesso da New Time?

De todos os pontos que foram importantes em nossa trajetória, sem dúvida, o mais importante foi e continua sendo as equipes que trabalharam e trabalham conosco. Valorizamos e respeitamos todos os envolvidos nas operações desde equipes de apoio, captação de clientes, vendas e pós-vendas. Tentamos sempre manter um bom clima de trabalho, pois sabemos o quanto é importante proporcionar qualidade de vida profissional às equipes, além do plano de carreira, transformando-os em grandes profissionais desse maravilhoso mercado da multipropriedade. Ficamos muito felizes vendo grandes especialistas nesse mercado que em algum momento já trabalharam com a New Time.

Quais os planos da New Time para 2021?

Os planos da New Time para 2021 são de continuar sendo a maior comercializadora do Brasil, e chegar a 40 projetos de multipropriedade até o final do ano e continuar contribuindo para a força do segmento, prezando sempre pela ética entre parceiros, concorrentes e clientes, para que assim possamos manter a prosperidade do mercado, atuando de forma justa e íntegra, mantendo assim as boas práticas junto as incorporadoras e redes hoteleiras nacionais e internacionais.

NOVAS FONTES DE RECEITAS PARA PARQUES

**Como um parque turístico, temático ou aquático,
pode continuar a ter algum faturamento
durante o lockdown?**

Parques turísticos fechados novamente! A mesma situação do ano passado se instalou em 2021. Porém, como todos estão se reinventando durante a pandemia, o modelo de negócio de parques também precisa disso, buscando outros meios de ter alguma receita durante esse período, menos que com o parque em plena operação, mas com bons potenciais.

Muitos parques no Brasil já trabalham com produtos tipo passaporte, que é um clube de fidelização, em que o cliente compra o ingresso antecipadamente, adquirindo o direito de ir ao parque por um período determinado, ou até mesmo, alguns ainda comercializam títulos remidos. Alguns parques comercializam os passaportes no sistema de vendas de alto impacto, outros com corretores tradicionais, outros com parceiros no destino e também pela internet.

Esses passaportes têm potencial para entrada de alguma receita durante o lockdown. Com o parque fechado, a ampliação das vendas de ingressos antecipados pode ser uma saída, com novos produtos e uma maior presença na internet, através de impulsionamento nas redes sociais e Google.

Certamente o faturamento não será igual ao do parque em operação, já que o departamento de A&B tem uma importante função financeira para parques de entretenimento. Mas, além de ter uma receita durante esse período, o passaporte pode garantir ao parque visitantes quando puderem reabrir, na retomada.

As possibilidades de crescimento são infinitas, o parque pode focar em público apenas da cidade, ou das cidades vizinhas, ou da maior metrópole próxima ao destino, que consigam passar o dia no parque e voltar para sua cidade no mesmo dia. Ter produtos diferenciados para cada público, para cada família, de acordo com o número e idade dos membros.









O importante é estar aberto a novas oportunidades de negócios e entender que estas restrições deverão permanecer por todo 2021, para no próximo ano, retomar os negócios novamente sem perigos de lockdowns.



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](#)



TRIÁDE
SOLUÇÕES INTELIGENTES

www.multiclubes.com.br

“A INFRAESTRUTURA É ALGO FUNDAMENTAL PARA VIABILIZAR UM PROJETO TURÍSTICO”



Para desenvolver um negócio imobiliário turístico exige muitos players envolvidos: incorporador, hoteleiro, comercializador, poder público, investidores, advogados, a comunidade, etc; e ainda somam-se a comercialização, construção, operação e custos. A convergência desses fatores vai determinar o sucesso ou fracasso de um projeto hoteleiro imobiliário.

Para falar sobre alguns desses fatores, a Turismo Compartilhado entrevista o consultor de negócios Franklin Mira, CEO da Têssera Hospitality.

Com mais de vinte e seis anos de experiência no segmento de turismo imobiliário, Franklin Mira é economista, com especialização em Gestão Hoteleira, já tendo atuado em empresa multinacional, empresas do ramo hoteleiro, turístico, imobiliária e terceiro setor, além de Holding empresarial.

Como gestor de empreendimentos imobiliários e hoteleiros, liderou e implementou master plan para áreas de greenfield, projetos hoteleiros, fractional, turísticos, comerciais e de primeira residência, como no projeto de desenvolvimento e consolidação do destino Costa dos Coqueiros, na Bahia, além de ter atuado no desenvolvimento do empreendimento Quintas Private, na Costa do Sauípe, um dos primeiros projetos de fractional no país.

Como a Têssera auxilia os hotéis e resorts parceiros na retomada dos negócios nesse momento de pandemia?

A experiência e êxito obtidos recentemente demonstram uma melhoria significativa nos principais índices de receita do mercado hoteleiro como ocupação, diária média e consequentemente RevPar. Conseguimos isso com a implantação de ferramentas e modelo de gestão que alavancam a distribuição, atrelada a uma correta definição de preços e flutuação de tarifas acompanhadas por profissionais experientes que monitoram em tempo real o mercado e as necessidades de ajustes.

Olhando o lado operacional, temos apoiado os empreendimentos nas melhores estratégias para atravessarem esse momento tão difícil, avaliando processos, equipes e formas de gerir os caixas da maneira mais apropriada.

Quais os maiores entraves para o Brasil crescer no segmento imobiliário e turístico? Quais as dificuldades de investidores nacionais e estrangeiros?

O Brasil sempre se comportou de maneira muito inconstante, com períodos de euforia ou de depressão,

atrelado, na maioria das vezes, a fatores políticos. O mercado e investidores não veem isso de forma positiva e na maioria das vezes se retraem.

Outros fatores importantes dificultam muito o turismo nacional, como a falta de infraestrutura, aí incluída questões como a malha aérea, carência de mão de obra e linhas adequadas para financiamento, não só para novos projetos, mas até para capital de giro.

Quanto ao mercado internacional, todos os fatores acima, além da proximidade dos países que possuem destinos estruturados e com um custo-benefício melhor, tornam o turismo internacional incipiente.

Como que desenvolvedores de empreendimentos imobiliários turísticos podem trabalhar em conjunto com o setor público? Qual a responsabilidade de complexos quando implantados em destinos com infraestrutura precária? Qual a responsabilidade do poder público para atrair mais empreendimentos para sua região?

Normalmente, destinos turísticos como resorts ficam em regiões sem infraestrutura e em comunidades carentes. Isso,

“A chegada de complexos turísticos traz oportunidades e grandes questões para serem encaminhadas nas comunidades”

por si só, são grandes desafios para o poder público e privado, que necessariamente precisam se unir para suplantar todos os entraves até a plena operação do empreendimento. Estamos falando de incentivos fiscais, acesso e muitas vezes necessidades básicas como saneamento e energia. Sem uma parceria é inviável a concretização de um empreendimento.

A chegada de complexos turísticos traz oportunidades e grandes questões para serem encaminhadas nas comunidades, como formação da mão de obra, desenvolvimento do empreendedorismo, para apoiar as pessoas a serem protagonistas no processo de desenvolvimento e fazer parte da cadeia produtiva. O papel e a visão do empreendedor compreendendo esse papel é vital.

No caso específico da Costa dos Coqueiros, na Bahia, o que propiciou o surgimento e consolidação de grandes resorts na região? Quais benefícios esses complexos trouxeram para a população da região?

A abertura e duplicação da Estrada do Coco facilitaram muito o acesso aos empreendimentos. A infraestrutura é algo fundamental para viabilizar um projeto e contribui enormemente para dar início a um polo turístico e atrair mais visitantes e empreendimentos, iniciando um ciclo positivo.

Com o sucesso de Praia do Forte e a abertura da Costa do Sauípe em 2000, outros investidores internacionais vieram para a região, que atualmente tem ainda grandes projetos em desenvolvimento. Além de Vila Galé, Tivoli, Iberostar, Gran Paladium e Aviva em operação, a Prima Empreendimentos está apostando no destino Baixo. São quase 7.000 hectares e já vai em julho inaugurar um hotel boutique, operado pela Slavieiro, e um empreendimento de segunda residência. Está sendo proposto a criação de um Parque de Aventura e urbanização da vila de Baixo, em parceria com o Governo da Bahia. Estão previstos, ainda, novos resorts nacionais e internacionais.

Como aprendizado das implantações no Litoral Norte, a Prima possui um projeto social permanente para garantir benefícios duradouros para a população local, não só gerando empregos, mas uma participação mais ativa.

Por ter trabalhado em desenvolvimento de multipropriedade antes da atual expansão, entrada do mercado financeiro e a Lei 13.770/18, que regulamenta o segmento, quais eram as dificuldades de desenvolver um projeto deste nos

anos 2000 e início de 2010? Onde as empresas buscavam capital para lançar os projetos?

A falta de um marco legal é sempre a maior dificuldade em qualquer novo projeto. Na ausência de uma lei são desenvolvidas soluções paliativas, podendo gerar insegurança jurídica. Essa foi a grande dificuldade deparada logo no início.

As fontes de financiamento tinham de ser próprias, pois ainda haviam muitas questões a serem respondidas, além das questões legais como, por exemplo, a receptividade do mercado.

Como enxerga as evoluções do segmento de multipropriedade? O que o segmento ainda tem que evoluir?

A multipropriedade veio para ficar e continuará a crescer no Brasil. Nos últimos anos, as empresas do setor têm crescido de forma contínua e alcançando patamares de faturamento similar aos das grandes empresas do setor imobiliário.

Estamos vendo o surgimento de grandes operadores dedicados a esse modelo de negócio. A cadeia tem se especializado e vem cada vez mais surgindo profissionais de destaque no segmento.

O processo de melhoria é contínuo e tende a especializar cada vez mais o mercado levando aos consumidores mais e melhores produtos.

Como um empreendedor pode avaliar qual o melhor negócio atualmente - lançar um hotel, um condo-hotel, multipropriedade?

Cada um desses modelos têm características e riscos distintos. Depende da localização, situação do mercado, tamanho do investimento, tempo que se deseja para o retorno e vários outros fatores. Importante entender qual a estratégia do investidor e como isso se encaixa em seu portfólio.

A Têssera fala em aumentar a lucratividade do hotel. Qual o melhor caminho, aumentando a ocupação, aumentando o preço da diária hoteleira, ou gestão de custos?

Não excluiria nenhum desses pilares. Precisamos trabalhar em todos eles, a ocupação com um tarifário, distribuição e RM impecáveis, a melhoria contínua dos serviços e da estrutura para potencializar o valor da diária e uma gestão eficiente com planejamento e automação acarretando em uma eficiência diferenciada.

Arquitetura e Storytelling

* Por Milton Filho

Storytelling é a habilidade de contar histórias ou narrativas, e todos nós sabemos como uma boa história ou estória pode prender a atenção e viajar através da imaginação.

O brilho do olhar de uma criança, quando você inicia o “Era uma vez” ou finaliza com “felizes para sempre” é encantador, mas só para as boas estórias! E o que isso tem a ver com arquitetura?

Em todas as áreas da arquitetura é necessário que o projeto conte uma história, por exemplo, uma residência precisa transcender a apenas paredes, tijolos e móveis, ela precisa manifestar a alma das pessoas que ali irão morar, contando essa história através dos detalhes.

Agora voltando ao nosso foco, a arquitetura de entretenimento e hospitalidade, isso é fundamental, porque esses detalhes fazem a diferença para a experiência dos clientes.

Claro que a equipe de marketing e *branding* da empresa são os responsáveis por essa disciplina, e é necessário que isso não fique limitado apenas ao marketing e arquitetura, porque todas as demais áreas, como a experiência com alimentos e bebidas, equipe de lazer, todos precisam encarnar esse personagem para oferecer a experiência aos clientes.

Quando temos um *storytelling* bem elaborado, com uma narrativa envolvente, que prende a atenção das pessoas, que é interessante e gera curiosidade, então conseguimos transmitir isso através de detalhes na arquitetura, e tudo que será projetado passa a ter um sentido, não ficando nada de forma gratuita; esse é ponto principal da ligação entre *branding*, marketing e arquitetura, quando tudo faz sentido!

Para os clientes, quando conhecem a história contada, e chegam no cenário, identificam elementos dessa história, a cada atração, construção, *land*, ele identifica a narrativa através dos personagens e dos detalhes da arquitetura, isso gera uma experiência marcante, um encantamento que ele falará por dias, meses e até anos após esse evento.

Falando em *storytelling* e experiências, a Disney e Universal são os dois maiores exemplos; é incrível, todas as pessoas que vão a Disney ou Universal voltam encantados, e comentam as experiências por anos após as viagens.

E como exemplo dessa união entre arquitetura e *storytelling*, temos o recém-inaugurado parque aquático da Universal, o Volcano Bay, que narra a história do deus do fogo Krakatau, sua filha Tai Nui e o povo da ilha chamado Waturi; toda a temática e paisagismo são referências a essa ilha, no Pacífico Sul, assim como os nomes das atrações, os pratos servidos nos restaurantes, está tudo envolvido e amarrado dentro da narrativa; como resultado é um dos poucos parques que fecham sua entrada no início da manhã por já ter chegado na capacidade máxima de público dentro do parque, tamanho é o interesse e desejo das pessoas de conhecê-lo.

Por fim, todos têm uma história para contar, sendo ela real ou não; se conseguirmos envolver os clientes nessa história, de maneira que eles não se sintam apenas espectadores, mas fazendo parte da história, sendo eles os personagens que estão construindo essa narrativa, ao final da experiência eles podem estar no “felizes para sempre”, e se não for para sempre, que seja pelo menos até a fatura do cartão chegar.



* 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

VEM AÍ



FÉRIAS COMPARTILHADAS

**Evento on-line para viajantes
e proprietários de multipropriedade e timeshare**



Realização
TURISMO
COMPARTILHADO
Negócios, Experiências & Entretenimento



FÁCIL, SIMPLES E DESCOMPLICADO

Um sonho para quem realiza sonhos: regularidade fiscal e financeira para consultores, captadores e corretores de imóveis **POR APENAS**

R\$ 19,90
para MEIs

R\$ 89,90 para
Simples Nacional

PAGUE POUCO E APROVEITE MUITO!

Diversas facilidades no app XMEI:

- Emissão automática de notas fiscais
- Guias de tributos
- Certidões negativas
- Lançamento de receitas
- Gestão e controle de documentos

**Baixe o app XMEI e confira
todas as vantagens:**



Acesse: www.xmeibrasil.com.br