

#37 Junho/2022

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

QUEM SÃO OS BIG BOSSES

DA TECNOLOGIA PARA

MULTIPROPRIEDADE
TIMESHARE
ENTRETENIMENTO

 eSolution 

*Multipropriedade atinge
R\$ 41,2 bi em VGV e
156 empreendimentos*

*Funding de Fundos
Imobiliários alavancam
projetos de Multipropriedade*

*Entrevista com Maria Carolina Pinheiro,
VP de Novos Negócios para América Latina
da Wyndham Hotels & Resorts*



NOSSA **SOMA** TEM O PODER DE

COMPARTILHAR

Há apenas 9 anos no mercado, a WAM Group já assume o título de **maior comercializadora de multipropriedades do mundo.**

Os números impressionam, mas é a fórmula que traz os resultados. Somamos força, talento e dedicação para que cada vez mais pessoas realizem o sonho de férias compartilhado.

Esse é o **segredo do sucesso!**

A WAM EM NÚMEROS:



Mais de
4mil
colaboradores
e parceiros



31
salas de vendas
em 9 estados



8bi
em VGV



28
empreendimentos
comercializados

510mil
casais atendidos



160mil
contratos vendidos



wamgroupoficial

wamcomercializacao.com

DE NORTE A SUL!

A GAV Resorts tem um empreendimento feito para você!



 Showrooms de Vendas

 Resorts Lançados

 Lançamentos Programados 2022

 Em breve novos Showrooms



O nosso embaixador
Gusttavo Lima tem uma
mensagem para você!

No Ano da expansão, a GAV prepara cinco novos e incríveis destinos para receber seus resorts de padrão internacional.

Novos lançamentos programados para 2022 alcançarão destinos no Ceará, Rio Grande do Norte, Alagoas e Rio Grande do Sul.

GAV resorts

CAPA 32

ESOLUTION COMEMORA 15 ANOS OLHANDO PARA O FUTURO!



Página 08

Grupo Ferrasa lança quinto resort e consolida marca Hot Beach Parque e Resorts nacionalmente



Página 14

Casa Hotéis e Intercity lançam novo conceito de propriedade de luxo com o OWN TIME



Página 20

GAV Resorts projeta lançar mais cinco empreendimento em diferentes regiões do país



Página 30

Entrevista com Maria Carolina, Vice-Presidente de Novos Negócios para América Latina da Wyndham Hotels & Resorts



Página 40

Aviva Vacation Club proporciona nova experiência imersiva para seus clientes



Página 44

Funding de Fundos Imobiliários alavancam projetos de Multipropriedade



Página 56

Plátano Consultoria apresenta novo modelo de negócio, com poesia e resultados

MERCADO

- 10** Curupy Acqua Park Hotel é o novo parceiro TC Brasil
- 12** New Time apresenta seu novo projeto, o Terras de Gaia
- 18** Confiança e credibilidade atraem profissionais para a Credlar Vacation
- 22** WAM Group comemora 9 anos
- 24** Bourbon Hotéis e Resorts se prepara para lançar Multipropriedade
- 26** Laghetto Golden Multipropriedades chega a mais de 1,5 bi em VGV

PERFIL

- 36** Conheça a trajetória profissional de Jeferson Gralha, sócio da Surfland Brasil e da SmartShare

EXPERIÊNCIA

- 38** Absolute Consultoria anuncia comercialização do Marinas Oceans, em João Pessoa-PB

NEGÓCIOS

- 42** Não existe crise na multipropriedade! Mercado atinge R\$ 41,2 bilhões em VGV
- 47** 2022: No Turismo, a hora e a vez da propriedade compartilhada
- 48** Viesa Consultoria se torna sócia do empreendimento Bombas Summer Beach
- 50** Surfland Brasil se aproxima de finalizar a comercialização

ARQUITETURA

- 46** A Arquitetura pode contribuir para que o produto desperte desejos e ao mesmo tempo seja viável economicamente? Por Milton Filho

DIREITO

- 51** Diego Amaral analisa três anos e meio de vigência da Lei da Multipropriedade

GESTÃO

- 52** Compartilha Club e seu segredo de sucesso na retenção de clientes
- 54** Tecnologia nas operações de Multipropriedade
- 58** GR Group investe em inovação e consolida vendas on-line
- 60** O que faz o Pis e Cofins na hotelaria ser mais complexo?

PARQUES

- 62** Oportunidades para complexos turísticos implantarem o ESG

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável
Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte
Flávia Correia

Impressão
Gráfica Alpha Ultra Press
Tiragem - 2.500 exemplares



Acesse: www.turismocompartilhado.com.br

redacao@turismocompartilhado.com.br

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

Um gigante pedacinho
da Amazônia *no sul do Brasil.*



©2021-2022 NotToScale Architecture



Parque temático
com 90.000m²
de área construída



Centro Científico



Centro esportivo



Hotel &
Multipropriedade
com 699
apartamentos



19.000m²
de área comercial



Spa

O **Amazon Parques & Resorts** é o primeiro empreendimento desenvolvido com o conceito de "amazonizar o mundo" e primeiramente será **construído em Penha, SC.**

O complexo será situado a 7 minutos do maior parque temático da América Latina, o **Beto Carrero World**, e incluirá o primeiro resort da região - o **"Wyndham Garden Amazone Penha"**, além de Parque Temático de Diversões, com um Centro Científico, SPA/Clube, Multipropriedade, Lojas, instalações esportivas e eventos exclusivos, compondo experiências de estilo de vida inovadoras e alinhadas como o mundo contemporâneo consciente.

As atrações imersivas com tecnologia de ponta mantém os visitantes conectados ao empreendimento antes e depois de sua visita, resultando numa programação em constante atualização e fidelização de público.

#vocêdeamazoncomavida

Saiba mais
acessando
nosso site





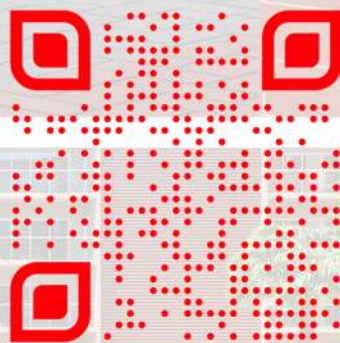


CONHEÇA A SUA MAIS NOVA CASA DE FÉRIAS EM OLÍMPIA/SP

7 torres / 800 apartamentos, conforto + praticidade + experiências incríveis + muita diversão em único lugar!

Hot Beach You, um gigante de **800 apartamentos** divididos em **7 torres** que proporcionará experiências incríveis com muita diversão, conforto, praticidade e segurança. Um empreendimento que dispõe de um projeto arquitetônico primoroso, totalmente conectado à cidade, com lojas, bares e restaurante. Tudo isso para chamar de seu!

APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR E FAÇA O TOUR 360° PARA CONHECER O **HOT BEACH YOU** DE PERTO.



HOT BEACH
RESIDENCE CLUB

Imagens meramente ilustrativas / 3D do produto
Foto meramente ilustrativa

GRUPO FERRASA LANÇA QUINTO RESORT E CONSOLIDA MARCA HOT BEACH PARQUE E RESORTS NACIONALMENTE

Segunda multipropriedade da rede terá 800 apartamentos distribuídos em sete torres

O Grupo Ferrasa dá um passo adiante no objetivo de consolidar a marca Hot Beach no mercado de lazer e entretenimento e expandir o legado de megaempreendimentos que estão transformando a cena turística de Olímpia (SP).

Com o lançamento do Hot Beach You, um empreendimento de 800 apartamentos, distribuídos em sete torres, o grupo redobra a aposta no modelo de multipropriedade depois do enorme sucesso do Hot Beach Suites, inaugurado em julho de 2021. Fiel no conceito de oferecer infraestrutura, serviços e as melhores experiências a quem viaja em família, o Hot Beach Suites superou todas as expectativas do grupo, com a venda de 10.787 frações para um edifício com 442 apartamentos.

“Em termos de imagem e marca alcançamos ótimos patamares, o que nos fez aprofundar estudos de mercado antes de partir para uma segunda investida”, afirma o CEO do Grupo Ferrasa, Sérgio Ney, que além do potencial de público destaca como pontos positivos a localização privilegiada de Olímpia e a qualidade e diversidade da oferta turística que vem sendo construída, em muito impulsionada pelos empreendimentos da rede Hot Beach.

Somadas as operações do Hot Beach Olímpia, um dos dez parques aquáticos mais visitados da América Latina, e das unidades Thermas Park Resort & Spa, Celebration Resort Olímpia, Hot Beach Resort e Hot Beach Suites, o Grupo Ferrasa é um dos maiores empregadores de Olímpia, com cerca de mil colaboradores. “Além de sermos uma empresa hoteleira genuinamente olimpiense”, lembra Sérgio Ney. A quinta unidade, que tem valor geral de venda avaliado em R\$ 1 bilhão, vai mais que dobrar a oferta hoteleira atual.

“O Grupo Ferrasa tem como premissa o acompanhamento de todos os projetos desde a sua idealização, execução, comercialização, administração e entrega das melhores experiências dentro dos empreendimentos”, ressalta o CEO. “Somos integralmente responsáveis pelos negócios, por isso não lançamos nada de forma intempestiva. Cada operação nos trouxe um ensinamento que nos permitiu evoluir nos novos projetos e na entrega da melhor experiência de entretenimento, lazer e hospedagem para as famílias”, completa.

À semelhança do Hot Beach Suites, o Hot Beach You terá apartamentos de um e dois quartos, alguns com terraço, todos



► Fachada do Hot Beach You, em Olímpia

mobiliados e equipados com tudo que “uma casa fora de casa” pode proporcionar a famílias mais numerosas. Cada unidade habitacional pode abrigar, com conforto, de cinco a sete pessoas, e algumas serão configuradas para abrigar também os pets.

Dividido em três conjuntos, o resort será entremeado por piscinas, bares, restaurantes e quadras poliesportivas. “Pensando em proporcionar as melhores experiências, destacamos o rooftop com uma vista privilegiada para a rua compartilhada e que integra o empreendimento à cidade, proporcionando experiências incríveis também aos moradores e turistas que estarão em Olímpia”, explica Sérgio Ney. Seguindo os preceitos da sustentabilidade, o projeto inova ao propor grandes portas no lugar de janelas para garantir iluminação natural pelo maior tempo possível. O resort utilizará led em todas as áreas e 100% da água será aquecida por sistema solar.

Soma-se a toda essa infraestrutura a vantagem de estar a poucos passos do Hot Beach Olímpia, que em breve ganhará uma extensão na oferta de entretenimento, com a inauguração da Vila Guarani. No entorno do parque e dos hotéis Hot Beach Suites, Hot Beach Resort, e do futuro Hot Beach You, visitantes e hóspedes encontrarão lojas, bares, restaurantes e mais opções de lazer, diurno e noturno, numa configuração que também estimula a integração da comunidade local.

“As obras do Hot Beach You serão divididas em três fases, sendo que a primeira é a maior delas, e não estamos medindo esforços para entregarmos o projeto antes do prazo previsto em contrato, com uma venda projetada de 21 mil frações”, conta Sérgio Ney. “Além de números, o Grupo Ferrasa tem como legado para Olímpia a valorização do destino, o compromisso em fomentar cada vez mais a cultura e o folclore local em nossos empreendimentos e estimular cada vez mais o desenvolvimento econômico e social”, finaliza.



**SISTEMA DE GESTÃO DE MULTIPROPRIEDADE,
COTAS IMOBILIÁRIAS E TIMESHARE**

***Venha para
o melhor!***

***Cuide do seu negócio com a
Ferramenta Certa***

- ✓ MARKETING
- ✓ MOTORISTA
- ✓ RECEPÇÃO
- ✓ QUALIFICAÇÃO
- ✓ BRINDES
- ✓ BRINDES DE PARCEIROS
- ✓ CONTRATOS
- ✓ COMISSIONAMENTO
- ✓ RELATÓRIOS
- ✓ GRÁFICOS
- ✓ METAS
- ✓ BUSINESS INTELLIGENCE (BI)
- ✓ FINANCEIRO
- ✓ REAJUSTE
- ✓ RECORRÊNCIA
- ✓ PÓS-VENDAS
- ✓ CORRESPONDÊNCIAS
- ✓ GESTOR DE COBRANÇA
- ✓ DIGITALIZAÇÃO DE DOCUMENTOS
- ✓ REVENDA
- ✓ INTERCAMBIADORAS
- ✓ MENSAGERIAS
- ✓ CONTROLE DE PERMISSÕES

**Mais de 80 Salas de vendas
em todo o Brasil**

**Entre em contato conosco pelo (64) 99240-3993
e faça já o seu orçamento.**

Saiba mais acessando o site: www.gtcplus.com.br

Curupy Acqua Park Hotel é o novo parceiro TC Brasil

*Parque Aquático em Mato Grosso lança
seu primeiro empreendimento de multipropriedade*

A TC Brasil Consultoria, empresa responsável pela implantação e desenvolvimento de grandes cases de tempo compartilhado no Brasil, chega ao estado do Mato Grosso com mais um grande parceiro. Cumprindo seu planejamento para o ano de 2022, a empresa amplia as fronteiras e inicia no segundo semestre a implantação da operação de Multipropriedade do Curupy Acqua Park Hotel.

O Curupy Acqua Park é um parque aquático localizado a 20 minutos do centro da cidade de Sinop, no

Mato Grosso, em uma área total de 22 alqueires, o que equivale a aproximadamente 532.400 m² sendo 12.000 m² de área construída.

Os irmãos Dall Agnol, Rozani, Mauro, Valmir, Ilberto e Ibanez, proprietários do Curupy, iniciam a incorporação hoteleira no modelo de Multipropriedade, onde será construído um hotel com 228 unidades anexas ao parque aquático, formando um grande complexo turístico, melhorando ainda mais a experiência de todos aqueles que já conhecem e apreciam o destino.



► Curupy Acqua Park, em Sinop

Importante atração turística de Sinop, no Mato Grosso



O Curupy Acqua Park, que recebe mais 200 mil visitantes ao ano, conta com vários tipos de piscinas, desde as tradicionais, até as piscinas com ondas, além de playground e uma praia artificial com areia tratada com 36 bangalôs destinadas para o conforto e bem-estar dos usuários, associados do parque e futuros hóspedes do empreendimento hoteleiro.

Para quem gosta de algo mais radical e sentir um pouco de adrenalina, o empreendimento possui vários taboáguas e atrações, como o Freefall e o Acquahalf.

Além destas atrações o Curupy conta com o EcoPark, uma área destinada às mais variadas opções de lazer como caiaque, pedalinho, clube de tiro de arco e flecha e Arena Airsoft. E a maior tirolesa do norte de Mato Grosso, com 32 metros de altura, que passa sobre o parque, num percurso de aproximadamente 220 metros, com uma vista incrível!

O parque passou por uma grande expansão inclusive no setor de alimentação. Atualmente, o Curupy Acqua Park conta com lanchonetes, sorveteira, pastelaria, quiosque para drinks, tererê e dois grandes restaurantes, além de uma loja de artigos de banho, infláveis e *souvenirs*.

Com uma grande expectativa com o lançamento deste empreendimento, o diretor executivo da TC Brasil, Antônio Carlos Gomes, explica que um empreendimento hoteleiro faz muito sentido para completar o portfólio de serviços oferecidos pelo grupo, pois o parque Curupy Acqua Park já é reconhecido na região como um importante polo de entretenimento e lazer.

“Estivemos recentemente no projeto e é inegável o potencial tanto do empreendimento como do destino. Sinop é uma cidade muito bonita e com grande potencial turístico, além de ser uma região muito forte economicamente. Estamos muito entusiasmados em iniciar esta operação, que temos certeza que será um sucesso”, finaliza Antônio.

‘Sinop é uma cidade muito bonita e com grande potencial turístico, além de ser uma região muito forte economicamente’



► Parque Infantil



► Equipe TC Brasil junto aos sócios do empreendimento



► Atração radical, Acquahalf



► Antônio Carlos, da TC Brasil, junto aos sócios do Curupy

NEW TIME APRESENTA SEU NOVO PROJETO, O TERRAS DE GAIA

Com conceito de sustentabilidade, empreendimento de multipropriedade em Caldas Novas conta com a New Time como comercializadora das aproximadamente 6 mil frações imobiliárias

Inovador e diferencial empreendimento de multipropriedade em Caldas Novas (GO), o Terras de Gaia Green Residence traz design e conceito único na cidade, contando com a New Time como consultoria para gestão e vendas das frações imobiliárias do projeto.

Desenvolvido pelos empresários Fernando Pupo e Nelson Gonzalez, empreendedores varejistas e do ramo de economia, com mais de 30 anos de experiência em gestão e investimentos, o Terras de Gaia tem o conceito de turismo ecológico e sustentabilidade.

“O projeto é único e exclusivo em todo o estado de Goiás. Localizado a 8 minutos do centro de Caldas Novas, o Terras de Gaia possui mais de 100 mil metros quadrados e será composto por aproximadamente 200 casas, todas com piscinas de águas quentes, garagem, paisagismo exuberante, ambientes climatizados, churrasqueira privativa, onde o proprietário poderá receber familiares e amigos durante a sua estadia”, conta Nelson Gonzalez.

Segundo o sócio do Terras de Gaia, a parceria entre a New Time e os incorporadores do Terras de Gaia nasceu de uma pesquisa minuciosa de mercado, em que os empresários buscavam parceiros com expertise em multipropriedade reconhecidos na região. “A New Time é uma das melhores empresas do Brasil no segmento de multipropriedade”.



Eduardo Honorato, Nelson Gonzales, Priscila Nunes e Fernando Pupo



Perspectiva frontal da residência

ARQUITETURA INSPIRADA NA NATUREZA

A diretora comercial da New Time, Priscila Nunes, comenta que o design e arquitetura do Terras de Gaia foi minuciosamente projetado para oferecer uma experiência de turismo sustentável. “Nosso escritório de arquitetura se inspirou em um projeto minimalista, preservando o meio ambiente e incorporando a arquitetura da região. Nosso propósito é conscientizar as famílias e multiproprietários para um mundo melhor, com respeito ao próximo e a natureza”.

As obras estruturais do Terras de Gaia já se iniciaram, com as fases de terraplanagem, divisão de quadras, lotes e preservação da área verde. “Os clientes podem conferir o andamento nas redes sociais do Terras de Gaia, no Instagram ou visitando com a equipe de vendas”, declara Priscila.

Devido ao adiantamento do início das obras, a entrega do empreendimento deverá ser mais rápido que o previsto. “Ao nosso favor, há o fantástico trabalho da equipe de engenharia e



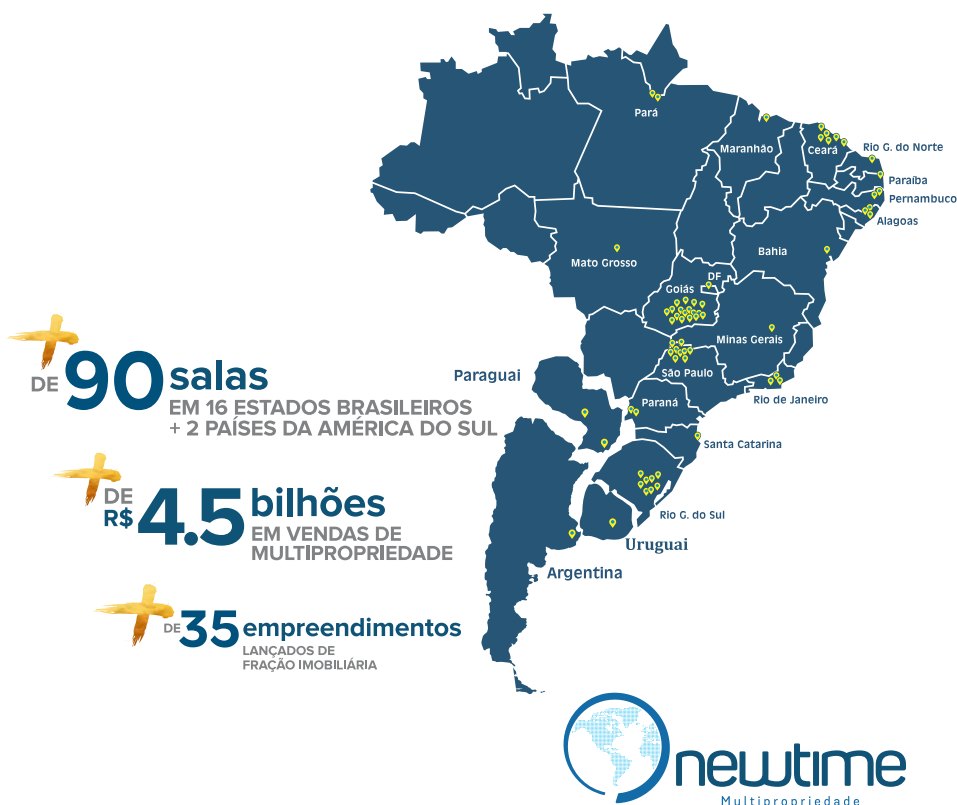
Vista da piscina e área de lazer da residência

o investimento feito no método construtivo Steel Frame. A primeira fase juntamente com a primeira quadra, parque aquático, recepção e áreas comuns estão previstas para os anos a seguir”, garante o sócio do Terras de Gaia.

SALA DE VENDAS

Com mais de 6 mil frações imobiliárias e cerca de 200 casas, o Terras de Gaia já conta com uma sala de vendas em operação em Caldas Novas, com 30 profissionais experientes em multipropriedade, e oferecendo uma experiência de como será o empreendimento. “No nosso show room o cliente já tem logo de cara a experiência completa de como ele irá receber o imóvel. A essência é a harmonia da natureza e a mãe terra”, detalha Priscila Nunes.

“Estamos tendo muito êxito nas vendas do projeto, pois temos a maior experiência em multipropriedade na América do Sul, onde já lançamos 35 projetos de fração e mais outros tantos de timeshare, implantando mais de 90 salas de vendas e elevando o nível do conceito de multiexperiência”, conclui Eduardo Honorato, sócio-diretor da New Time.



CASA HOTÉIS E INTERCITY LANÇAM NOVO CONCEITO DE PROPRIEDADES DE LUXO COM O OWN TIME

Fruto da sociedade das duas marcas hoteleiras, o Own Time Home Club é um empreendimento de alto padrão no segmento de fractional em Gramado



O que é um Home Club?

"Muito mais inteligente que o modelo tradicional de condomínios, o Home Club permite que o uso da moradia de lazer seja compartilhado. Ao invés de um único proprietário assumir o investimento no imóvel e nos custos de manutenção, ele divide com outros proprietários e paga apenas pelo período que utiliza".

Rafael Peccin, sócio-diretor de Marketing do Casa Hotéis.

O Casa Hotéis e a Intercity inovam no mercado fracionado e lançam o Own Time Home Club, em Gramado, na Serra Gaúcha, o primeiro empreendimento com o conceito Home Club do Brasil. Diferentemente da multipropriedade, o projeto será no modelo fractional, destinada a um segmento de alto padrão e luxo.

O Casa Hotéis é conhecido por suas unidades de alto padrão, incluindo o icônico hotel Casa da Montanha, em Gramado. Já a Intercity é uma das maiores marcas hoteleiras do Brasil com 42 hotéis de Norte a Sul do Brasil, pertencente a holding ICH. Outra famosa marca do grupo é o hotel design Yoo2 Rio.

Com previsão de inauguração da primeira etapa em dezembro de 2025, o projeto completo do Own Time terá 24 casas e 40 amplos apartamentos com arquitetura de montanha conectados à natureza.

Casas de alto padrão

Localizado em uma das áreas mais nobres do centro de Gramado, em um bosque urbano de 36 mil metros quadrados, as 64 propriedades do Own Time serão divididas nas seguintes configurações: 12 casas de 448m², com quatro suítes, spa privado, churrasqueira e duas vagas na garagem; 12 de 325m², com três suítes, churrasqueira e duas vagas na garagem; e 40 apartamentos com tamanhos entre 57m² a 65m². Todas as

unidades possuem churrasqueira, lareira e hidromassagem.

Oferecendo uma infraestrutura completa de lazer e recreação para toda a família, o Own Time conta com um Club House com 2.000 m² de área construída. O ambiente contará com restaurante, sala de estar com lareira, empório, bar e adega integrados com ampla varanda externa, espaços gourmet com churrasqueira, além de piscina aquecida, SPA com massagem, sauna, espaços *kids* e *teen*, *playground* externo e *fitness* com pilates. Outros serviços exclusivos como *concierge*, *housekeeping*, *babysitting*, chef de cozinha, chef assador e lavanderia estarão disponíveis, alguns em modelo pay per use.

Com uma empresa gramadense, o Own Time pretende desenvolver um turismo sustentável na Serra Gaúcha, preservando o meio ambiente e cuidando da qualidade de vida de seus habitantes, por isso, lançou o programa "Gramado Ame e Cuide", que prevê, entre outras iniciativas: empreendimento com certificação ambiental LEED; compensação de carbono; captação e uso de água da chuva; instalação de lareiras ecológicas; energias renováveis; horta orgânica para uso dos proprietários; preservação do cinturão verde e da mata nativa em estágio avançado que envolve o empreendimento; Fundo de Propósito Socioambiental com recursos destinados às demandas da cidade, com foco em projetos que envolvam a educação e formação de crianças e jovens.

Tradicionais marcas hoteleiras se unem para lançar fractional

Para desenvolver o conceito e a marca Own Time Home Club, empresários de Gramado, o Casa Hotéis e a Intercity fundaram a incorporadora OwnerInc. A expectativa é obter um Valor Geral de Vendas (VGV) superior a 500 milhões de reais com o projeto fractional.

“A OwnerInc é uma empresa gramadense que nasceu das experiências de seus sócios nos ramos de hospitalidade, construção civil e infraestrutura urbana, com foco específico em oferecer imóveis *premium* com uso inteligente e solução completa em serviços e gestão. Nossa missão é desenvolver e operar Home Clubs que promovam o máximo de conforto, bem-estar e conveniência aos seus frequentadores, para que eles invistam o tempo apenas no que é realmente importante”, define Jeferson Braga, CEO da OwnerInc.

De acordo com ele, a sociedade com as duas marcas hoteleiras nasceu para solucionar uma dor do mercado. “A inexistência de projetos residenciais (condomínios) inteligentes na região, com imóveis que possuam dimensões e estrutura para permanência de média e longa duração, em localizações nobres e com serviços de hospitalidade e gestão de alta qualidade, além do uso flexível, preço justo e características de bem receber da Serra Gaúcha”.



Gestão hoteleira e condominial

Ambas as empresas, Casa Hotéis e Intercity, atuarão em conjunto na gestão e hospitalidade dos serviços hoteleiros e serviços pay-per-use. Cada uma com o seu *know-how*, com seu *core business*.

“Será o primeiro projeto de residências com a assinatura Casa Hotéis e o cliente terá toda a atenção da nossa marca, em cada etapa da sua jornada”, afirma Rafael Peccin, sócio-diretor de Marketing do Casa Hotéis.

“Para a Intercity é uma satisfação fazer parte desse empreendimento único. O Own Time é singular justamente por estar localizado em uma área *premium*, em meio à natureza e em uma cidade tão especial turisticamente como Gramado. Outro pilar importante da nossa entrada no projeto é o fato dele estar ancorado em uma tendência mundial de propriedade compartilhada com o diferencial da flexibilidade de uso do tempo. Temos certeza que nosso *know-how* em serviços e administração hoteleira, aliado à inovação e tecnologia, trará uma experiência única para esse Home Club extraordinário”, explica Alexandre Gehlen, fundador e CEO da Intercity.

Além do Own Time, o grupo desenvolvedor tem mais projetos em seu *pipeline* na Serra Gaúcha. “Somos uma empresa boutique, formada por empresários gramadenses e não acreditamos que um alto nível de entrega e qualidade combine com expansão geográfica acelerada. Temos outros projetos *premium* em desenvolvimento na cidade de Gramado, destino que acreditamos e temos o compromisso de seguir ajudando a qualificar”, conta o CEO da OwnerInc.



► Ricardo Peccin, do Casa Hotéis; Jeferson Braga, da OwnerInc, e Alexandre Ghelen, da Intercity Hotels

‘O Own Time foi desenvolvido para atender a necessidade do público classe A’

Entrevista com Jeferson Braga, CEO da OwnerInc, e Cleber Severo, diretor comercial do Own Time

Como que descobriu a multipropriedade e se interessou em desenvolver um projeto neste modelo?

Jeferson Braga - Sou um apaixonado pelo mercado imobiliário e seu fim social – proporcionar boas experiências de bem viver. Atuo desde 2005 no setor e sempre pesquisei as tendências no segmento. Vivemos na era da experiência e não do consumo. As pessoas querem viajar, se inspirar, fazer novos amigos e compartilhar. Então, para muitas pessoas não faz sentido possuir 100% de uma propriedade e usar poucas vezes ao ano, ao mesmo tempo em que arca com todos os custos e dores de cabeça de manter um imóvel de segunda residência. Gosto de uma frase que ouvi: Gramado: melhor do que ir, é poder voltar! Aqui há uma combinação de fatores, entre eles: crescimento acelerado do turismo, ociosidade nos imóveis de lazer, território escasso e caro, dificuldade de mão de obra em diversas áreas, alto preço do m² dos imóveis (entre os mais elevados do Brasil), além da baixa oferta de empreendimentos com serviços. Esse seria o local adequado para testarmos um empreendimento premium com uso inteligente, localização nobre e com muita experiência agregada.

Como que vocês desenvolveram e chegaram ao produto final do Own Time, um empreendimento no estilo fractional de alto padrão?

Cleber Severo - O produto foi pensado em cada detalhe para superar a expectativa do cliente. O Own Time foi desenvolvido para atender a necessidade do público classe A que deseja ter um imóvel de segunda moradia em Gramado. No entanto, com um aumento frequente no valor do m² na cidade, a aquisição do imóvel convencional acaba se tornando inviável e sem sentido. Com o Own Time, o cliente pode ter acesso a uma residência de aproximadamente 450m², pelo valor que ele investiria em um apartamento convencional de 60m², que muitas vezes não atenderia a real necessidade de sua família e acabaria utilizando poucas vezes ao ano.

Jeferson Braga - Fizemos pesquisas de comportamento e tendências de consumo em vários segmentos, inúmeras reuniões com grupos multidisciplinares e do segmento de fractional, bem como o alinhamento do produto imobiliário com nossos propósitos e as características do destino. Ao longo do desenvolvimento chegamos a alguns pilares que nossos projetos devem abordar: encantar nossos clientes e suas famílias com imóveis amplos e com completa infraestrutura de lazer,



confortáveis e de uso inteligente, com localização *premium*, serem referência em arquitetura e design, contribuir com o desenvolvimento sustentável do destino e adotar iniciativas sociais e ambientais.

Como o público-alvo do Own Time é o consumidor da Classe A, há alguma diferença na abordagem e venda do empreendimento em relação aos outros projetos de multipropriedade no país?

Cleber Severo - Nossa jornada do cliente começa com a experiência Casa Hotéis, onde o padrão de excelência no atendimento é considerado uma referência no segmento hoteleiro gaúcho e no Own Time. Toda a jornada foi pensada para proporcionar uma experiência única ao cliente. Nosso objetivo é fazer com que todos que tenham qualquer tipo de contato com a marca sejam surpreendidos positivamente e passem a ser divulgadores espontâneos. Não perdemos a chance de nos apresentar pela primeira vez. Buscamos auxiliar o cliente através de um modelo de promoção concierge nos hotéis onde atuamos, nossos veículos de transporte e até experiências sensoriais com marketing olfativo na sala de vendas remetem a experiência Own. Dentro da sala, por sua vez, oferecemos o show completo, onde toda arquitetura remete ao que será a entrega do empreendimento no futuro, bem como todos os serviços oferecidos, desde um cardápio assinado por um chef até as experiências de datas comemorativas para as crianças que estão em nosso Kids Place.

Marketing estratégico

Multi soluções Multi resultados

Sua agência **full service** especializada em
**Marketing Hoteleiro e
Multipropriedade**

Alguns de nossos
cases de excelência



Conheça-nos e
entenda porque
somos o parceiro
perfeito para
sua estratégia.



duality.com.br



@dualitymkt

Confiança e credibilidade atraem profissionais para a Credlar Vacation

Profissionais de diversas regiões do Brasil aceitaram o desafio de trabalhar em Praia Grande

Desde que foi inaugurada em Praia Grande/SP, há cinco meses, a empresa de multipropriedade Credlar Vacation tem mostrado que seu intuito é proporcionar aos clientes e colaboradores viver novas experiências, conquistar e realizar sonhos. O resultado dessa missão tem se concretizado, quando o crescimento da empresa em número de clientes, colaboradores e a elaboração de novos projetos é calculado.

Estabelecer uma proposta inovadora em Praia Grande/SP, ter confiança na equipe de gestores e conceder a oportunidade de crescimento profissional são razões apresentadas pelos colaboradores se sentirem atraídos para trabalhar na empresa. Até o momento, cerca de 150 empregos diretos com base

salarial acima da média da cidade já foram gerados pela Credlar Vacation, sendo que 46% dos funcionários vieram de outras regiões do Brasil, como Caldas Novas/GO, Olímpia/SP, Maceió/AL, Bahia, João Pessoa/PB, Ribeirão Preto/SP, e os demais são moradores de Praia Grande e São Vicente.

A maioria dos colaboradores deixaram um emprego estável de vários anos, outros se distanciaram da família por um período, mudaram de cidade para enfrentar o desafio e acreditar em uma chance promissora. A seguir, alguns colaboradores foram selecionados para relatar o motivo de aceitarem o desafio do projeto Long Beach Multiresidence em diversas áreas de atuação.



Edinaldo Monteiro

Gerente da sala de vendas do Boqueirão e está no mercado há 11 anos.

“Antes de mudar para Praia Grande/SP, eu trabalhava em Maceió/AL e, o que me levou a aceitar esse desafio foram as pessoas envolvidas. Des-

de que começamos a trabalhar nesse segmento, surgiu um sonho de estarmos juntos e liderar um projeto. Eu vim para Praia Grande pelo desafio, pois já iniciei outros projetos e, com a experiência, tenho certeza de que iremos crescer muito. Eu e minha família estamos muito felizes aqui”.



Karla Rejane

É de Caldas Novas, gerente da sala de vendas da Aviação e está no mercado há 10 anos.

“Eu trabalhei em outra empresa durante 10 anos e aceitei vir para Praia Grande porque acredito muito no projeto e nas

pessoas envolvidas. Estamos felizes onde trabalhamos com pessoas que confiamos - isso para mim é o princípio de tudo. Eu vejo que esse projeto vai prosseguir, crescer mais rápido do que pensamos e eu estarei aqui para viver isso. Me sinto desafiada o tempo todo e estou muito feliz, como nunca estive antes”.



Rubens Marcelo

Líder de transporte da Credlar Vacation, está na empresa há 5 meses e reside em Praia Grande.

“Eu trabalhava como autônomo, mas conheci o projeto aqui em Praia Grande, achei muito interessante e me candidatei

à vaga. Eu vejo que é uma empresa totalmente familiar e oferece oportunidade para quem se dedica. Aqui vejo a possibilidade de crescimento e estou muito feliz na empresa”.



Anderson Silva

Promotor de marketing, reside em Caldas Novas e está na área há 6 anos.

“Eu deixei a cidade de Caldas Novas e vim para Praia Grande por se tratar de um projeto novo que não tinha na cidade. Além disso, acredito nas

pessoas que direcionam a Credlar Vacation. Minha esposa e meu filho vieram comigo e estamos muito felizes. O nosso futuro aqui está certo, pois a empresa está crescendo e gerando empregos”.

**Maurício Sant'Anna**

Supervisor de vendas e atua no segmento de multipropriedade há 12 anos.

"Antes de vir para a Credlar Vacation eu estava gerenciando uma sala de multipropriedade e uma startup de férias em

João Pessoa/PB. Decidi vir para Praia Grande, pois um dos diretores é alguém que confio bastante e a convite dele aceitei o desafio. Antes de tomar a decisão pesquisei a respeito da empresa Credlar Construtora (empresa responsável pela construção do Long Beach) a qual me atraiu por sua idoneidade. Estou feliz na Credlar Vacation, porque acredito na metodologia da mesma e consigo enxergar uma empresa que mudará a realidade de férias de Praia Grande, modificando seu perfil de turista e atraindo muitos outros investimentos para a região".

**Danilo Mateus**

Supervisor de vendas na Credlar Vacation e trabalhou com time share em Rio Quente durante 6 anos.

"Decidi trabalhar na Credlar Vacation em Praia Grande, pois a hotelaria de alto padrão na cidade

é praticamente inexistente, o que não condiz com o altíssimo fluxo de famílias e com a facilidade geográfica de acesso, especialmente, por parte da região metropolitana de São Paulo. Não há resorts, não há projetos de multipropriedade, há um fluxo tremendo e uma cidade muito bem estruturada. A curto prazo quero que alcancemos a comercialização total do Long Beach Multiresidence e o início de mais dois projetos (de preferência na baixada/litoral Sul) antes de 2025, a entrega do Long Beach Multiresidence em 2026 e até 2030 ser um dos principais players do mercado".

**Maurício Jefferson**

Gerente de Captação e está no mercado de multipropriedade há 8 anos.

"Os princípios que os gestores implantaram na Credlar Vacation são os mesmos que tenho e, esse é um dos motivos de estarmos juntos neste trabalho. Eu

não tinha experiência em fazer captação de praia, mas posso afirmar que esse desafio me motiva e me faz crescer profissionalmente".

**Adelino Ferreira**

Promotor de Marketing na Credlar Vacation há 4 meses e reside em Praia Grande.

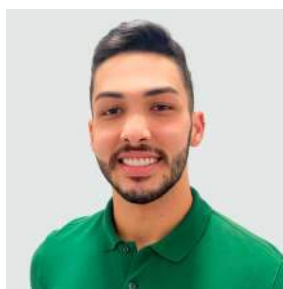
"É a primeira vez que trabalho na área de multipropriedade. Eu saí do meu emprego para entrar na Credlar Vacation e

estou aqui, devido a credibilidade da empresa. Penso em ter um futuro melhor, pois a empresa nos dá essa oportunidade".

**Matheus Felipe**

Recém promovido a Líder da Captação. Trabalhou como promotor de marketing em Caldas Novas/GO por 5 anos.

"Comecei a acompanhar o projeto do Long Beach Multiresidence antes de estar pronto. Acompanhei a construção da primeira sala, ajudei a montar cadeiras e tenho muito orgulho de participar desde o começo. Agradeço aos líderes do projeto pela oportunidade, estou muito feliz e não tenho do que reclamar. É um desafio que aceitei e coloquei em meu coração que iria desempenhar o máximo que eu pudesse".

**Leonardo Moraes**

Líder do departamento de Relacionamento com o Cliente.

"Eu vim para Praia Grande a convite dos gestores do projeto, os quais são meus amigos, mas com intenção de viver uma experiência e não dei certeza de que

permaneceria no trabalho. No entanto, me adaptei ao departamento de pós-vendas, tenho vencido os desafios e decidi permanecer na empresa, que me proporciona um crescimento profissional. Deixei meu estabelecimento de moda fitness em Caldas Novas aos cuidados da minha sócia e permaneci em Praia Grande".

GAV RESORTS PROJETA LANÇAR MAIS CINCO EMPREENDIMENTOS EM DIFERENTES REGIÕES DO PAÍS

Com os novos resorts, a companhia atingirá mais de 110 mil frações imobiliárias lançadas



► GAV Resort Pirineus, localizado em Pirenópolis-GO

A GAV Resorts, uma das maiores empresas de multipropriedade do país e referência no setor, vem crescendo nos últimos anos e em 2022 não será diferente. A empresa chegará em quatro estados, com cinco lançamentos. Com os novos resorts, a companhia atingirá mais de 110 mil frações imobiliárias lançadas, divididas em 12 empreendimentos com quase cinco mil apartamentos.

Em março deste ano, a GAV Resorts inaugurou o Salinas Premium Resorts, o seu terceiro empreendimento entregue na cidade de Salinópolis, no Pará. O empreendimento possui diversos diferenciais em sua área de lazer, como quadra de tênis, parede de escalada, SPA, *dog care*, cinema, boliche, além de um completo parque aquático. Com 528 apartamentos, divididos em duas torres, o espaço foi arquitetado para trazer

a segurança e praticidade que somente resorts de padrões internacionais conseguem alcançar.

“O ano de 2022 será o ano de crescimento da nossa força de vendas. Temos o objetivo de duplicar o número de showrooms em todo o Brasil e mais que dobrar o nosso faturamento em relação ao ano anterior. Cidades como Cuiabá, Campo Grande, João Pessoa, entre outras, terão salas de vendas da GAV,” explica Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts.

Com uma estrutura verticalizada, até 2025 a GAV Resorts projeta atingir a marca de sete mil colaboradores, sendo quase dois mil apenas no município de Ipojuca, em Pernambuco, onde a companhia tem dois grandes resorts em construção e três salas de vendas em operação.



► GAV Porto To Life, localizado em Porto de Galinhas-PE

“O ano de 2022 será o ano de crescimento da nossa força de vendas. Temos o objetivo de duplicar o número de showrooms em todo o Brasil e mais que dobrar o nosso faturamento em relação ao ano anterior.”

Sobre a GAV Resorts

A GAV Resorts é uma das maiores empresas de multipropriedade do país, sendo referência no setor. Com sete anos de expertise, o grupo está em uma crescente acelerada e chegou à marca histórica de mais de 80 mil frações imobiliárias disponíveis no mercado até o ano de 2021.

A construtora e incorporadora começou suas operações em Salinópolis, no Pará, e atualmente é personagem principal do impulsionamento econômico, empregatício, turístico e ambiental da cidade. Em 2021, a GAV Resorts lançou o seu quarto resort na cidade praiana de Salinópolis, no Pará. No mesmo ano foi lançando também o maior empreendimento do Grupo, em Porto de Galinhas na praia de Muro Alto. Ainda em 2021 a GAV chegou ao coração do Brasil, na região Centro-Oeste, com lançamento na cidade turística de Pirenópolis (GO), atingindo durante o ano um VGV total de R\$ 2,1 bilhões.



► Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts

WAM GROUP COMEMORA 9 ANOS

Cada vez mais, empresa evidenciando-se
como referência no mercado de turismo e lazer



► Ilhas do Lago, empreendimento da WAM Group

Movimentando a economia, o mercado de turismo segue em crescimento. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que entre os meses de janeiro de 2021 e de janeiro 2022, o turismo no Brasil cresceu cerca de 29,1%. De acordo com o estudo, o volume de atividades turísticas foi impulsionado pela diminuição de casos de Covid contemplando os segmentos de transportes aéreo e rodoviário coletivo de passageiros, hotéis, restaurantes e locação de automóveis. Quem atua no mercado comemora. Caso da WAM Group, que celebrou no último dia 11 de maio, seus nove anos de trajetória e um modelo de negócio pioneiro no país, através da multipropriedade.

Apostando nas potencialidades do turismo nacional e num ciclo completo para atendimento ao cliente, a WAM Group é responsável em operar sete unidades de negócio. A marca que tem foco no ramo hoteleiro de lazer com presença em 7 destinos desejados pelo brasileiro, em 14 hotéis, opera através da WAM Hotéis, a gestora hoteleira responsável por administrar os empreendimentos da WAM Group.

A WAM Comercialização, que é líder mundial em comercialização de multipropriedades imobiliárias, está presente em todos os complexos hoteleiros do grupo e também em outros empreendimentos parceiros pelo país.

Reforçando as vantagens para quem adquire uma casa de férias na modalidade multipropriedade, está a WAM Fidelida-



de, um exclusivo clube de viagens, disponível para intercambiar férias e até monetiza os produtos adquiridos de acordo com o interesse da cada cliente.

Consolidando um modelo de administração sólido e premiado, a WAM Gestão é a unidade de gestão de multipropriedades e relacionamento com cliente, enquanto a WAM Incorporação é responsável por fazer a incorporação de empreendimentos da marca.

Cuidando para sempre oferecer uma equipe qualificada, a WAM Group investe fortemente em sua universidade corporativa, a WAM Ensino. Somada ao foco de desenvolver líderes de alta performance em todos os níveis da organização, a marca também vislumbra abrir sua universidade corporativa à comunidade.

Apostando em levar mais agilidade ao cliente que deseja conhecer e adquirir sua unidade de férias com as melhores vantagens do mercado, está a plataforma de vendas online Segunda Casa.

O empresário Waldo Palmerston, fundador da WAM Group, explica que não é exagero afirmar que um dos fatores para o crescimento positivo no setor é o trabalho desenvolvido através da multipropriedade. "A modalidade viabiliza a

utilização de uma propriedade de férias em unidade de tempo e que é vantajosa para quem gosta de viajar. Ao adquirir uma propriedade nessa modalidade, o cliente tem acesso a diversos destinos, o que representa economia. Para quem é cliente, além dos serviços de hotelaria gerenciados por uma empresa experiente, o processo de aquisição da fração do imóvel também inclui a segurança de escritura registrada em cartório", define.

Os ramos hoteleiro e de lazer são vivos, está em constante transformação e exige atenção aos detalhes. Por isso, a WAM consolida suas atividades em pilares que fazem toda a diferença ao cliente. A sustentação do negócio acontece em cada um dos momentos de todos os processos envolvidos, seja na administração, no acompanhamento jurídico ou na atenção dada durante e depois da execução dos projetos.

"Com orgulho posso afirmar que este grupo possui uma única missão: compartilhar experiências que se multiplicam. A WAM Group completa 9 anos de história, quase uma década de reconhecimento como referência no mercado. Temos respeito com esse modelo de negócio que proporciona tantos momentos inesquecíveis às famílias brasileiras", finaliza Waldo Palmerston.

SOBRE A WAM GROUP <https://wam.group/>

A WAM Group é pioneira e líder mundial na comercialização de multipropriedades no Brasil. Uma sociedade incorporadora que tem o experiente empresário Waldo Palmerston à frente do negócio e que hoje atua como gestora de empreendimentos fracionados.

Com foco estratégico no ramo hoteleiro de lazer, oferece um modelo que possibilita a milhares de famílias realizar seus sonhos de férias a partir de uma estrutura sustentável, profissional e de credibilidade. Atenta a soluções completas para a carteira de clientes que administra, é composta pelas marcas WAM Comercialização, WAM Incorporação, WAM Fidelidade, WAM Gestão, WAM Ensino, WAM Hotéis e outras.

Sob a gestão da WAM, atualmente são administrados 14 hotéis pelo país e três parques aquáticos, além de 26 salas de comercialização de multipropriedades imobiliárias, localizadas nas principais praças turísticas do país. A estrutura sólida e bem-sucedida envolve uma equipe superior a 4 mil colaboradores.

A WAM Comercialização também é reconhecida por entregar soluções completas aos clientes, acumulando quatro indicações consecutivas ao prêmio Época Reclame Aqui. Consolidando resultados cada vez mais expressivos, em 2020 alcançou

o primeiro lugar na categoria Desempenho Financeiro, do setor de Serviços, no anuário da Época Negócios, o terceiro lugar na categoria de Serviços Especializados, no anuário da Istoé Dinheiro e o terceiro lugar no indicador Liquidez Corrente, no setor de serviços especializados pelo Valor 1000. Acesse: <https://wamcomercializacao.com/>



► Waldo Palmerston, fundador da WAM Group

BOURBON HOTÉIS E RESORTS SE PREPARA PARA LANÇAR MULTIPROPRIEDADE

A Bourbon é uma marca 100% brasileira atuando há mais de 50 anos no mercado com empreendimentos de marcas próprias como Bourbon, Rio Hotel e Be. Soma mais de 20 unidades presentes em 3 países e em mais de 20 cidades. São aproximadamente 5.000 acomodações que a colocam entre as 10 maiores marcas hoteleiras atuantes no Brasil.

Com a maior estrutura para congressos e convenções da hotelaria brasileira, a rede tem mais de 41.000 m2 de espaços modernos e confortáveis. É reconhecida por sua gastronomia premiada, ambientes elegantes, acolhedores e atendimento de excelência, tudo para traduzir o padrão Bourbon de hospedar e receber.

Há mais de 15 anos, a parceria exclusiva com a Mauricio de Souza Produções tematiza com a Turma da Mônica algumas acomodações e os complexos de lazer dos Resorts.

As ações de responsabilidade socioambiental são traduzidas por meio da atuação do Instituto Bourbon. Fundado em 2007, vem transformando a vida de diversas famílias através de projetos educacionais, esportivos e culturais, atendendo mensalmente a mais de 2.800 pessoas, de 0 a 80 anos.

Com o Clube de Férias, Bourbon Destination Club (BDC), os membros garantem economia e benefícios exclusivos nos hotéis e resorts da Bourbon e em mais de 4.300 resorts em 100 países, com a parceria da RCI (Resorts Condominiums International).

Bourbon Residence Club

O mercado de timeshare segue em expansão, assim como o de multipropriedade. Outra aposta da Rede é o Bourbon Residence Club, que vai disponibilizar em 02 destinos brasileiros apartamentos com o padrão Bourbon de qualidade e que terá ainda seu valor agregado ampliado pela integração com os hotéis da Rede Bourbon. “A nova operação tem um VGV estimado de mais R\$ 500 milhões e será integrada com o Bourbon Destination Club, oferecendo aos clientes mais opções de aproveitar seus momentos com a família e amigos no Bourbon Hotéis e Resorts”, destaca Edilson Aparecido Rodrigues, diretor financeiro.



Vista aérea do Bourbon Atibaia Resort



Fachada do Bourbon Cataratas do Iguaçu Thermas Eco Resort



Espaço de atendimento ao cliente Bourbon Destination Club



Bourbon
Destination
Club

O CLUBE DE FÉRIAS DA BOURBON HOTÉIS E RESORTS!

O **Bourbon Destination Club** é o clube de férias da Rede Bourbon, uma forma vantajosa e diferenciada de curtir as férias o ano todo. Com ele, você adquire hospedagem de forma antecipada por um valor exclusivo, check-in exclusivo, mimos entre outras vantagens.

São **mais de 20 unidades** da Bourbon Hotéis e Resorts no Brasil, Argentina e Paraguai ou nos mais de **4.300 hotéis e resorts parceiros** da RCI em 100 países.

Ao fazer parte do **BDC**, você garante férias inesquecíveis com sua família!

ATIBAIA
SP



BOURBON ATIBAIA RESORT

FOZ DO
IGUAÇU
PR



BOURBON CATARATAS DO
IGUAÇU THERMAS ECO RESORT



SAIBA MAIS!

bourbonclub.com.br

| (45) 2102-0152



Château du Golden, com 56 apartamentos de alto luxo, em Gramado

LAGHETTO GOLDEN MULTIPROPRIEDADES CHEGA A MAIS DE 1,5 BI EM VGV

Grupo empresarial com cinco empreendimentos lançados na Serra Gaúcha, se consolida como um dos principais players da multipropriedade no Brasil

Um dos pioneiros no setor de multipropriedades no sul do país, o Laghetto Golden Multipropriedades completa sete anos de atuação. As operações iniciaram em 2016 e, de lá para cá, a união de empresas Laghetto Hotéis, WAM, Athivabril, ABL Prime, PRG e Wert se mostrou assertiva abrindo as portas do segmento para toda a região da Serra Gaúcha.

E os números impressionam. O grupo chega a 2022 a mais de R\$ 1,5 bilhão de VGV (Valor Geral de Vendas), 5 empreendimentos, sendo dois entregues e três em construção, 80 mil metros quadrados de área construída, 783 unidades e mais de

35 mil clientes que já adquiriram frações das unidades comercializadas no formato de multipropriedades. São mais de 500 colaboradores empregados diretamente nas operações, obras e comercialização.

Há três anos ocorreu a inauguração do Hotel Laghetto Stilo Borges, primeiro empreendimento de multipropriedades em operação em Gramado.

Em agosto de 2021, o grupo antecipou em nove meses a entrega, em plena pandemia, do Golden Gramado Resort Laghetto. O resort tem 345 unidades em mais de 35 mil metros quadrados de área construída.

Grupo conta com 35 mil clientes

Para julho de 2022, antecipando em mais de um ano a previsão de entrega, está prevista a inauguração do luxuoso Château du Golden. O empreendimento tem 56 apartamentos de alto luxo, com foco na exclusividade, experiências e bela vista para o Vale do Quilombo em Gramado.

Em Canela, o Golden Villagio Laghetto, primeiro resort da cidade, está em estágio inicial de obras e será erguido junto a histórica Casa da Mamãe Noel, revitalizando a atração turística e colocando mais de 300 unidades em operação. A previsão de inauguração é para 2026.

Complementa a lista, outro empreendimento cinco estrelas na Serra Gaúcha: o Reserva dos Vinhedos Laghetto. Localizado em Bento Gonçalves, tem previsão de inauguração para 2023 e colocará em operação mais de 100 unidades entre casas e apartamentos.

O grupo prepara o lançamento, ainda este ano, de seu sexto empreendimento no modelo de multipropriedade imobiliária. Com 160 apartamentos, o novo projeto do Laghetto Golden ficará localização bem no coração de Gramado, na Avenida Borges de Medeiros.

Novo CEO do Laghetto Golden

Com mais de 20 anos de atuação em grandes empresas do setor imobiliário do país, o executivo Ênio Almeida é o novo CEO do Laghetto Golden Multipropriedades.

O grupo, anteriormente nominado como Golden Propriedades de Lazer, também reformula sua identidade visual para marcar os sete anos de atuação na Serra Gaúcha e o pioneirismo no Sul do país quando o assunto é multipropriedades.

Para os novos desafios à frente do grupo, o novo CEO traz na bagagem experiência de 14 anos no mercado imobiliário de residenciais, comerciais, locações e urbanismo. E mais de seis anos no setor de multipropriedades com passagem como CEO na WAM Gestão, maior empresa do segmento no Brasil.

“É um desafio importante e, ao mesmo tempo, uma grande oportunidade assumir a gestão de um grupo que reúne empresas tão relevantes para o mercado nacional. A perspectiva é contribuir trazendo conhecimento adquirido com as experiências no mercado nacional e internacional de multipropriedades. Sempre com foco em fortalecer o turismo na Serra Gaúcha trazendo as melhores referências”, destaca Ênio.

Reposicionamento de marca e nova identidade

A modernização do nome que passa de Golden Propriedades de Lazer para Laghetto Golden Multipropriedades é uma novidade importante.

A mudança chega para valorizar a parceria com a Rede Laghetto de Hotéis que, com 30 anos de atuação, tem atualmente 18 hotéis em seis cidades: Gra-

mado, Canela, Bento Gonçalves, Rio Grande, Porto Alegre e Rio de Janeiro.

Além de sócia do grupo, a rede hoteleira realiza toda a gestão das unidades de hospedagem junto aos multiproprietários.

“Nestes 30 anos de história, desde a fundação da Rede Laghetto, sempre priorizamos o cliente. Não por acaso, nosso lema: paixão em servir, representa exatamente o que entregamos. E os milhares de hóspedes que recebemos anualmente comprovam isso. Estamos muito felizes em ofertar esta qualidade para os empreendimentos do Laghetto Golden, cada vez com mais protagonismo”, destaca o diretor da Rede Laghetto e sócio-diretor do Laghetto Golden, Plínio Ghisleni.



Ênio Almeida, CEO do Laghetto Golden Multipropriedades



CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM MULTIPROPRIEDADE E VACATION CLUB

NOSSA HISTÓRIA

Somos uma consultoria especializada em gestão de tempo compartilhado e multipropriedade. Segmento que mais cresce no Brasil e no mundo. A ASC nasceu da união de profissionais com larga experiência no mercado a fim de oferecer a seus clientes resultados acima dos padrões estabelecidos pelo mercado brasileiro.

Nosso sistema de trabalho oferece soluções completas para seu empreendimento: Assessoria na implantação, vendas, gestão do programa, definição de produ-

to, estratégia de preços, regras de operação, políticas de vendas, definição de contato com compradores. Gerenciamos e administramos todas as etapas necessárias para estruturar seu negócio, seja ele Multipropriedade ou Vacation Club.

Somos a única consultoria especializada em off-site no Brasil, com serviço mais completo em abertura de novos escritórios de vendas, seleção, treinamento, acompanhamento e gestão do projeto.

EQUIPE

Casting com experiência de mais de 25 anos na área com passagem nos principais projetos do Brasil e México.



Trazemos sempre inovações e tecnologia para nossos clientes, temos mais de 10 especialistas dedicados ao seu projeto e somos conhecidos pela eficiência e credibilidade.

Kendgy Amano
Sócio Fundador

NOSSOS SERVIÇOS

- △ Análise de Mercado;
- △ Estudo de Viabilidade Econômica;
- △ Desenvolvimento de Produto;
- △ Implantação;
- △ Gestão Completa da Operação.

RESPEITO
PROFISSIONALISMO
RESULTADO

ÉTICA
INTEGRIDADE
CRESCIMENTO
EFICIÊNCIA

QUALIDADE
COMPETÊNCIA
PERMANÊNCIA

☎ (47) 9 9254-5334

✉ kendgy@amanosc.com.br

🌐 www.amanosc.com.br

📘 /AmanoSalesConsulting

📷 @asc_consultoria

ENTREVISTA

Com Maria Carolina Pinheiro, Vice-Presidente de Novos Negócios para América Latina da Wyndham Hotels & Resorts



“Somos uma empresa que preza pela geração de resultados para nossos investidores”

Maria Carolina Pinheiro ◀

A multipropriedade vem se mostrando atraente não apenas para incorporadores e investidores, mas também para grandes redes hoteleiras internacionais. A Wyndham Hotel & Resorts, a maior rede de franquias de hotéis do mundo, foi uma das primeiras marcas do exterior a enxergar uma grande oportunidade de negócios no mercado brasileiro, se tornando também uma das primeiras operadoras hoteleiras a se especializar na gestão de empreendimentos de multipropriedade.

Mas não é apenas isso! A Wyndham está em expansão em toda a América Latina e Caribe, para todos os tipos de empreendimentos hoteleiros, levando alguma de suas 22 bandeiras hoteleiras. A Vice-Presidente de Novos Negócios para América Latina, Maria Carolina Pinheiro, conta sobre os planos de expansão da Wyndham Hotels & Resorts na multipropriedade e hotelaria.



Quais as vantagens de ter uma bandeira hoteleira internacional em um empreendimento de multipropriedade?

Os benefícios são os mais diversos e cada vez mais o investidor precisa levar isso em consideração. Quando você traz uma marca internacional para o seu empreendimento de multipropriedade está valorizando o seu produto e, desde o começo, potencializando o seu negócio, uma vez que a bandeira internacional chega com reconhecimento de qualidade na entrega dos serviços que vão ser oferecidos, além de oferecer visibilidade internacional nos canais de vendas e distribuição.

Para ganhar ainda mais relevância no mercado, em meio a essa onda de projetos de multipropriedade, não basta ter um

empreendimento interessante. Atender alguns fatores é vital para essa equação: estrutura, lazer, destino, infraestrutura pública, entendimento do serviço hoteleiro e marca forte que lhe confere visibilidade, atração e certeza de qualidade, mesmo antes do projeto estar de pé.

Além disso, ter junto um parceiro que, mais do que entender da estrutura hoteleira, compreende regionalismos e comportamentos do comprador/hóspede – porque temos estudos e análises profundos – é um diferencial para negócios sérios, com objetivos claros e arrojados.

Por fim, não poderia deixar de comentar um ponto nevrálgico nessa operação, que gera insatisfação a muitos proprie-

ENTREVISTA

Com Maria Carolina Pinheiro, Vice-Presidente de Novos Negócios para América Latina da Wyndham Hotels & Resorts

tários: a gestão da informação em meio a um grupo muito grande de proprietários. São poucas as empresas que conseguem administrar com clareza e transparência essa “conversa”, entendemos que a transparência na comunicação deve ser crucial para a administração de um projeto de multipropriedade. Temos uma grande preocupação com o cliente final e um dos meios para essa transparência é a emissão de relatórios constantes.

Qual a visão dos executivos da América Latina e EUA com o mercado e economia brasileira?

À medida que o mercado amadurece, a concorrência aumenta e o profissionalismo se torna mais necessário para que os projetos consigam a liquidez para manter a pujança desse segmento. E é nessa esteira que 2022 promete ser um ano disruptivo para os negócios da Wyndham Hotels & Resorts no Brasil, mesmo diante das nuances da economia. Já somos a maior empresa de franquia hoteleira no mundo, com mais de 8.900 empreendimentos em aproximadamente 95 países. E queremos ser a referência em franquia de projetos e de multipropriedade. E esse objetivo está claro para nós! Estamos otimistas de um avanço que acontecerá independentemente das definições político-econômicas.

A Wyndham passou por uma reestruturação global em seus quadros organizacionais há poucos anos, o que mudou em relação às metas e planejamento? O que a Wyndham alcançou na América Latina e Brasil desde então? Quais os planos para os próximos anos?

A Wyndham Hotels & Resorts é uma empresa de capital aberto que tem o dever de honrar seus compromissos com investidores e mercado. Dessa forma, mudanças no quadro organizacional só vêm para reforçar ainda mais nossos objetivos e metas e dar uma força ainda maior para o crescimento da companhia. O Brasil é um exemplo claro disso. Entramos na rota global da empresa e hoje temos uma estrutura sólida em nosso País para garantir o desenvolvimento das marcas da companhia. Já somos 39 unidades e muitas outras estão por vir em breve. Em 2021 fomos o país número um da América Latina e Caribe em desenvolvimento de negócios e para os próximos anos estamos confiantes que vamos dar passos ainda mais largos para assumirmos a posição que já temos no mundo: maior empresa de franquia de hotéis!

Como que a aprovação da Lei 13.077, que regulamenta a multipropriedade, influenciou nos planos da Wyndham investir mais neste mercado?

Mercados regulados significa mercados mais sérios e profissionais. Para uma empresa de capital aberto como a

Wyndham Hotels & Resorts isso é um cenário cada vez mais favorável para o nosso desenvolvimento nesse setor. Estamos confiantes que a Lei traz robustez a esse setor que é importantíssimo para o turismo e que cresce cada vez mais, além de credibilidade para o negócio perante o mercado. Os números são impressionantes. Os projetos de multipropriedade no Brasil vêm aumentando em número a cada ano: de 2017 a 2021 houve um aumento de 74 empreendimentos no Brasil, de acordo com dados da Caio Calfat Real Estate Consulting.

A Wyndham possui várias marcas hoteleiras em seu portfólio. Como são definidas essas bandeiras para os empreendimentos? Quais marcas a Wyndham possui no Brasil e quais pretende implantar nos próximos anos?

Atualmente, temos 22 marcas em nosso portfólio, sendo sete marcas presentes no Brasil: Ramada, Ramada Encore, Days Inn, Wyndham Garden, Wyndham, TRYP by Wyndham e Dolce by Wyndham. Essas marcas espalhadas em 39 empreendimentos. Nossas marcas estão distribuídas em seis linhas: Distinctive, Upscale, Lifestyle, Midscale, Value e Extended Stay. Ampliar esse portfólio no Brasil depende da necessidade de mercado e isso está diretamente vinculado ao comportamento do viajante e o interesse dele em nosso País, aliado ao perfil da propriedade e interesse dos proprietários que entendem seus mercados.

A Wyndham está expandindo em vários setores da hotelaria (negócios, lazer, tradicional, condo-hotel, multipropriedade). Quais os desafios em ter a bandeira nesses diferentes negócios?

A Wyndham Hotels & Resorts não chegou à posição de maior empresa de franquia de hotéis do mundo à toa. Entendemos profundamente o mercado hoteleiro, suas oportunidades e desafios, e sabemos como encantar nossos hóspedes, independentemente da categoria do hotel em que ele está hospedado. Investimos profundamente em análise do perfil do nosso público e buscamos uma atualização constante em nossas entregas. Afinal, o comportamento muda junto as necessidades. Já identificamos a necessidade de introduzir no País outras sete marcas diferentes de hotéis e vamos continuar trazendo mais bandeiras à medida que o mercado requisite: é assim que funciona e assim que deve ser esse movimento. Somos uma empresa que preza pela geração de resultados para nossos investidores e é com base nisso que tomamos as nossas decisões, além de ter sempre em mente o principal objetivo da Wyndham Hotels & Resorts: tornar a viagem de hotel possíveis para todos. Possuir marcas em diferentes categorias torna esse objetivo alcançável. Por isso, nosso slogan é *we make hotel travel possible for all*.



ESOLUTION COMEMORA 15 ANOS OLHANDO PARA O FUTURO!

Empresa desenvolvedora de sistemas para operações de multipropriedade, hotelaria, parques e condomínios, entra em nova fase e apresenta nova diretoria estratégica

Celebrando em 2022 quinze anos de história nos segmentos de hospitalidade, multipropriedade e timeshare, a trajetória da eSolution Tecnologia traduz toda a evolução desses modelos de negócios, tendo suas soluções como a espinha dorsal da operação dos empreendimentos. Atualmente, cerca de 500 empresas/clientes desses setores utilizam os sistemas da eSolution.

A eSolution é a única empresa do Brasil que fornece soluções tecnológicas completas para hotéis, parques, multipropriedade, timeshare, condomínios, aplicativos e *back office*, sem necessidade de integração com outros *softwares* ou retrabalhos.

Neste ano, a eSolution também inicia uma nova fase. Com o recente falecimento de um dos fundadores, Lincon Cléver, a empresa deu sequência às estratégias e planejamentos deixados pelo empresário, reformulando seu organograma para atender a esse plano. Os filhos de Lincon, Nayara Cléver e Layner Cléver, assumiram o lugar do pai, como Diretora de Relações Institucionais e Diretor Operacional, respectivamente. Além dos dois, a eSolution conta com mais dois sócios: Carmelito Júnior, na posição de CEO, e Marcello Guimarães, Diretor Financeiro. Completando a parte estratégica da empresa, há o Diretor de Novos Negócios, César Couto.

Sucessão dentro da empresa

O CEO da eSolution explica que a perda de Lincon foi difícil, mas a empresa sempre trabalhou com planos de contingência e sucessão, por isso, naturalmente, Nayara e Layner serem designados para posições mais estratégicas, já fazia parte do planejamento.

“O Lincon sempre foi o alicerce do negócio, a eSolution foi fundada tendo ele como líder. Porém, todos os diretores e sócios estão na eSolution desde a fundação e sempre trabalhamos muito próximos, preparando a empresa no sentido de nunca parar”, esclarece Carmelito, que aponta que apesar da dificuldade do momento, todos na companhia estão preparados para o desafio.

Tanto Nayara como Layner já trabalhavam anteriormente na eSolution. A Diretora de Relações Institucionais é advogada com especialidade em Tributário, Compliance e Proteção de Dados, e atuava como Head do Jurídico. Já Layner é graduado em Sistemas para Internet, atuando há 5 anos à frente do time de desenvolvimento WEB da eSolution, na confecção de recursos inovadores e disruptivos.

“Acredito que durante esse tempo em que trabalhamos

juntos estávamos sendo preparados para o futuro da empresa. Meu pai nos liderou com maestria durante esses 14 anos de eSolution, sendo um grande mentor para os sucessores. Estamos confiantes em toda essa experiência que nos foi passada”, afirma Layner Cléver.

Para a Diretora de Relações Institucionais, a atual diretoria se vale de muitas lições aprendidas com Lincon. “Uma vez que a imagem da eSolution sempre esteve muito atrelada a ele”, diz ela. “Eu acredito que ninguém possa substituí-lo, mas com tudo que ele me ensinou sobre as pessoas, negócios e como lidar com desafios, minha expectativa e promessa é manter o que meu pai construiu, com a mesma determinação, coragem e fé com que sempre viveu sua vida e com a mesma ética e compromisso com que sempre conduziu a eSolution”.

Ela explica que a estratégia foi manter a confiança que Lincon construiu com os clientes e parceiros. “Porém, na atual formatação da Diretoria da eSolution usamos as habilidades de cada um para incrementar o que já tinha de bom na gestão e melhorar o que podia ser atualizado e modificado”.

Futuro da empresa passa pela tecnologia e inovação

“Iniciamos essa nova era com a clareza da nossa missão em ser o motor tecnológico da hotelaria e multipropriedade no Brasil e América Latina. Mas além disso, também ser um ponto de referência na difusão desse conhecimento tão importante, para nossos clientes, parceiros e todo o mercado”, indica Nayara Cléver.”

Nayara Cléver e Layner Cléver, sucessores de Lincon Cléver ◀



Layner Cléver explica que por muito tempo sistemas para hotelaria foram vistos e se portaram como um mero componente, muitas das vezes falhando em ser a solução para as operações, porém, empresas de tecnologia mundo afora tem cada vez mais adotado uma postura de voltar sua atenção às necessidades do cliente. “É cada vez mais latente nossa missão de ir além de ser apenas um sistema ou uma ferramenta tecnológica. Nosso compromisso para o futuro é ser uma peça fundamental na operação, na cultura e fomento ao setor da hotelaria e do turismo compartilhado, uma vez que é este o nosso *core*”.

Para alcançar este objetivo, a eSolution tem despendido grandes investimentos no crescimento do time especializado, trazendo para dentro pessoas com vivência no setor, além de investir em novas tecnologias. “Sempre mantemos nossos produtos atualizados, pois se tratando de tecnologia, tudo evolui muito rápido e com a eSolution não pode ser diferente. Já somos destaque em ser inovadores no nosso foco de negócio e pretendemos manter essa característica”, afirma o Diretor de Novos Negócios, César Couto.

O Diretor de Operações, Layner Cléver, aponta que as ferramentas tecnológicas da eSolution evoluíram junto às inovações do mundo. “Ao longo do tempo, adquirimos experiência em desenvolvimento WEB e análise de dados, assim como investimos em inteligência artificial, pois acreditamos que isso levará nossa solução a um nível jamais visto. O futuro da eSolution é *cloud*”.

Porém, além da tecnologia, a nova fase da eSolution terá outras iniciativas, como trabalhar na difusão do conhecimento, tanto na criação de conteúdo quanto promovendo iniciativas de capacitação, boas práticas e ferramentas de gestão. “Iniciativas educacionais que serão parte do nosso relacionamento com nossos clientes e com o setor”, comunica Nayara Cléver. “Damos as boas-vindas aos próximos 15 anos com muita inovação, difusão do conhecimento e uma parceria cada vez mais forte com esse mercado tão promissor e tão importante para nosso país”.

Pioneira na multipropriedade e timeshare

A eSolution nasceu em 2007 como uma empresa de *software* cuja missão era facilitar as operações do cliente através da tecnologia. Fundada por Carmelito Junior, Lincon Cléver e Marcello Guimarães, que uniram suas bagagens profissionais para aplicar toda essa expertise no segmento da hospitalidade, cada um com habilidades importantes para iniciar o negócio.

No ano de sua fundação ainda não havia um mercado de multipropriedade, e os primeiros sistemas de gestão da eSolution foram para a hospitalidade e parques, porém, os

sócios enxergaram uma grande oportunidade onde existiam poucos *players* no mercado, trabalhando com a gestão de timeshare.

Em 2010, a eSolution se fixou como uma das principais marcas quando se fala de *softwares* para hospitalidade, uma ascensão rápida e exponencial para a empresa, que possibilitou expansão nacional e internacional. Neste mesmo ano, a eSolution lançou seu primeiro produto tecnológico para multipropriedade.

Conheça os sócios fundadores da eSolution:



► **Lincon Cléver** começou sua carreira no Rio Quente Resorts, passando por cargos importantes dentro da operação de um dos maiores resorts do Brasil, se consolidando como um grande executivo do segmento. Infelizmente, partiu de maneira prematura no último ano, mas deixou um grande legado profissional e pessoal para a empresa, que hoje tem seus dois filhos como ocupantes de sua cadeira.

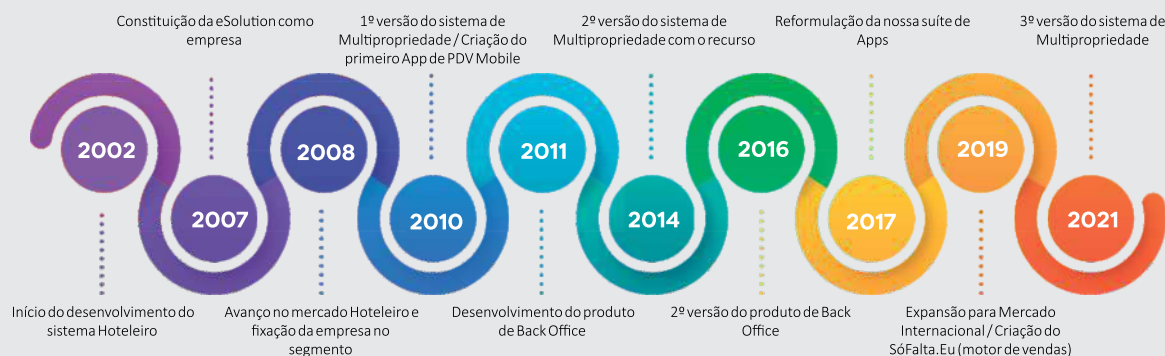


► **Marcello Guimarães** também iniciou sua trajetória profissional no ramo da tecnologia, sempre de maneira proativa e resiliente, características determinantes para uma sociedade próspera e duradoura.



► **Carmelito Junior** iniciou sua carreira de desenvolvedor aos 17 anos se mostrando um prodígio na área. Construiu os primeiros produtos da eSolution de maneira inovadora e intuitiva, resultado da experiência profissional adquirida em grandes *players* da região.

Evolução dos Produtos:



‘Estamos trabalhando em soluções para atender às demandas dos clientes’

Sendo uma empresa de tecnologia, como a inovação é trabalhada e como ocorrem os avanços tecnológicos dentro da eSolution?

Nayara Cléver - Eu acredito muito no processo de educação continuada. Desde que assumi a Diretoria de Relações Institucionais busco incentivar e fomentar esse processo para os colaboradores. Costumamos propor experiências de cursos e eventos fora da empresa, o que fez muita diferença internamente na atuação da equipe e funcionou como uma imersão nesse assunto, ou seja, os avanços acabam sendo de maneira natural para nós internamente.

César Couto - A inovação é o *core* do nosso negócio. Buscamos sempre estar à frente no mercado, lançando produtos e recursos diferenciados e inovadores, bem como mantendo a política de ser uma solução 360°, que atende toda a demanda do segmento de hospitalidade. Os avanços ocorrem através de *roadmap*, que são previamente elaborados de acordo com a direção que o mercado tem tomado e nas ideias dos clientes, que são os maiores contribuintes da lapidação dos produtos.

Com 15 anos, a eSolution é uma das pioneiras em desenvolvimento para sistemas para multipropriedade e timeshare. Dentro dessa história, quais foram os principais erros e aprendizados da empresa?

Carmelito Júnior - Estamos na terceira versão deste produto. Tiramos grandes lições nesse percurso, mas acho que a principal é ouvir e sempre fazer o trabalho de pesquisa e desenvolvimento associado e amparado pelos clientes. Estamos trabalhando em soluções para atender às demandas deles. Sem dúvida, o envolvimento mais de perto de alguns clientes e parceiros mudou completamente nosso produto. A versão atual é simplesmente incomparável com a primeira. Outro fator é a flexibilidade em parametrizações e criação de novos recursos, pois o mercado de multipropriedade é um dos mais dinâmicos da nossa economia.

A eSolution se apresenta ao mercado como um sistema completo, com soluções para hotéis, multipropriedades, parques e back office. Como isso funciona na prática?

Carmelito Júnior - Para atender esse mercado complexo temos cinco produtos totalmente integrados, com diversos recursos que não param de crescer conforme a necessidade do mercado. Um exemplo é a comercialização. A venda ou cancelamento de um contrato de multipropriedade já integram com hotelaria, portal do proprietário, condomínio, distribuição de *pool*, etc. Basicamente, o melhor para o empreendimento é obter uma solução que ofereça uma plataforma única e que atenda a operação de ponta a ponta, isso reduz custo, agiliza a operação, agrega valor e traz confiabilidade à informação.

Qual a dificuldade para uma empresa que atua com hotelaria, multipropriedade e parques contratar diferentes sistemas de gestão e fazer a integração entre eles?

Carmelito Júnior - A maior dificuldade é que para ter toda essa cadeia de sistemas seriam necessários pelo menos quatro fornecedores diferentes: multipropriedade, *pms*, *back* e parque. Ou seja, não ter um sistema centralizado pode gerar investimento alto, necessidade de múltipla especialização do time, erros nas integrações, atraso nas atualizações das informações do sistema, fatores de risco extremamente relevantes.

César Couto - Desde a parte de *hardwares* até a escolha dos *softwares* que irão operar no complexo. Toda cadeia de *softwares* tem que conversar entre si, e isto por si só é algo bastante desafiador. Na maioria dos casos, o índice de falhas e retrabalhos são grandes. Além disso, tem o fator custo, manter a manutenção de sistemas distintos é muito mais caro. O ideal é ter somente *softwares* periféricos que não impactam diretamente no dia a dia do negócio.

Para desenvolver suas soluções, a eSolution utiliza as experiências, cases e sugestões dos próprios clientes?

Carmelito Júnior - Com toda certeza, é nosso maior consultor. Não tenho dúvidas que somos a empresa do ramo mais aberta a implementar e criar novas funcionalidades sugeridas pelos clientes e isso é um desafio diário. Não é simples associar às ideias propostas, buscando sempre reduzir impactos e seguir nossas estratégias. ■

Do Surf à Multipropriedade



► Jeferson testando a piscina de ondas da Fazenda da Grama



► Palestra de Jeferson no Multipropriedade Summit, Goiânia-GO

Conheça a trajetória profissional de Jeferson Gralha, sócio da Surfland Brasil e da SmartShare

Não são apenas negócios que ligam as pessoas envolvidas no desenvolvimento da Surfland Brasil, em Garopaba, mas também a paixão pelo surf. Jeferson Gralha é empresário, corretor de imóveis e mais atualmente incorporou duas novas habilidades: especialista em vendas digitais e multipropriedade. Mas a razão que mais norteou sua trajetória nos negócios foi ser surfista, já que foi pelo surf que ele foi morar em Florianópolis (SC), onde desenvolveu seu primeiro negócio e foi alçado ao posto de diretor comercial da Surfland Brasil, um projeto que uniu suas duas paixões: gestão de vendas e o surf.

Atualmente sócio da Surfland Brasil, empreendimento de multipropriedade em construção em Garopaba (SC), da SmartShare, consultoria de negócios em multipropriedade, e da Gralha Imóveis, uma das principais imobiliárias de Florianópolis, Jeferson tem quase 25 anos de atuação no mercado imobiliário e a partir de 2018, o turismo compartilhado também entrou em sua vida, com a implantação das vendas online da Surfland Brasil, para depois se tornar sócio do projeto.

“Eu praticamente nasci no mercado imobiliário tradicional”, conta o diretor da Gralha Imóveis, lembrando que seu pai era proprietário de uma imobiliária em Porto Alegre (RS). “Trabalhei como *office boy* na empresa de meu pai, me tornei corretor de imóveis e depois tomei a decisão de morar em Floripa por conta do surf, em 2005”.

Ainda quando morava em Porto Alegre, Jeferson tinha que viajar para surfar para o litoral do Rio Grande do Sul, Garopaba

ou Florianópolis. “Já trabalhava há sete anos de corretor em Porto Alegre na imobiliária dos meus pais e sabia que poderia fazer o mesmo trabalho em Floripa e ao mesmo tempo poder surfar mais. Em Floripa, seis meses após a minha chegada e com um empurrãozinho do meu pai, Clóvis Gralha, o destino me colocou na posição de empresário e acabei por assumir sozinho uma operação imobiliária que se tornaria a Gralha Imóveis de hoje, reconhecida como uma das melhores empresas do mercado”.



► Sócios da SmartShare: Mário Flores, Douglas Beltrão, Jeferson Gralha e Cristiano Vieira Santiago

“Multipropriedade não é para imobiliária”

Por conta de estar ligado ao mercado imobiliário e ao surf, por volta de 2018, apareceu um novo negócio para o executivo, a Surfland Brasil. Ele já conhecia um dos sócios do projeto, o Douglas Beltrão, desde Porto Alegre. “Nós estudamos no mesmo colégio e já tínhamos realizado uma *surf trip* para o Peru em 1999 juntos, quando criamos uma boa parceria”.

Em 2018, Douglas que caminhava junto do idealizador do projeto, André Giesta, na busca de investidores, e na companhia do então diretor comercial Luciano Faraco, entraram em contato com o proprietário da Gralha Imóveis para lhe convidar a fazer parte do processo de vendas da Surfland Brasil, que já estaria estruturada para começar a vender no modelo de multipropriedade.

O projeto inicial previa um formato horizontal de comercialização, utilizando várias imobiliárias no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, com possibilidades de abertura para outros estados. “Seriam várias imobiliárias por estado a comercializar o projeto, e a Gralha seria apenas mais uma”, diz Jeferson.

Apesar de não conhecer a fundo o mercado de multipropriedade, logo ele compreendeu que aquele modelo não funcionaria para uma imobiliária tradicional, pois era um produto temático voltado para o turismo, com ticket médio e comissões baixas, e declinou a proposta de entrar no negócio naquele formato. “Não aceitei a Gralha Imóveis entrar no negócio. A multipropriedade não é para imobiliária. O corretor

de imóveis não mantém atenção e foco num único produto por muito tempo, visto a concorrência com outros lançamentos e comissões mais vultuosas, da mesma forma que não é um profissional acostumado a seguir modelos e processos de venda como daquele formato”.

Porém, o executivo não fechou as portas para a Surfland Brasil e se disponibilizou para montar uma equipe exclusiva no formato de vendas digitais e sem profissionais do mercado tradicional, como acreditava. Após um tempo, Luciano Faraco e Douglas o procuraram novamente, para que implantasse o modelo de vendas digitais e exclusivas para atender o mercado catarinense. “Montamos com a ajuda da ‘Hunter’ Karine Capioti uma nova equipe 100% separada da Gralha, um negócio diferente, com 60 profissionais das mais variadas áreas de atuação e, obrigatoriamente, sem experiência no mercado imobiliário e de multipropriedade”.

No início da comercialização, a Surfland Brasil contava com três frentes de vendas: cerca de 40 imobiliárias de Porto Alegre; o time de vendas digitais exclusivo em Florianópolis, e mais algumas imobiliárias locais de Garopaba sob gestão do time já formado por Jeferson, Douglas Mário Flores e Cristiano Santiago.

“Eles esperavam que 70 a 80% de vendas viessem de Porto Alegre e 20% da minha equipe. E no lançamento, a nossa estratégia vendeu 80% e a deles 20”, conta ele.

Sócio da Surfland Brasil



Depois de 45 dias do lançamento da Surfland Brasil, o diretor comercial saiu por um problema de saúde e Jeferson foi convidado para assumir a posição. As condições impostas por ele para aceitar a proposta foram: vendas exclusivas com o time próprio para o Brasil todo, sem mais imobiliárias no processo.

Como Douglas realizava a gestão da comercialização em Garopaba e era sócio da Surfland Brasil; Cristiano Vieira Santiago prestava consultoria na parte de multipropriedade; e Mário Flores cuidava das estratégias das vendas digitais; Jeferson os convidou para fundarem a SmartShare e tocarem o processo comercial juntos. Hoje, por conta do comprometimento com o projeto, muito além das

vendas, Jeferson, Mário e Cristiano também se tornaram sócios do projeto da Surfland Brasil.

“Lapidamos o produto. Mudamos algumas coisas para dar mais velocidade e qualidade das vendas e cuidamos muito das estratégias de relacionamento com o cliente”, afirma o executivo. Atualmente, além de três salas de vendas digitais, a Surfland Brasil conta com sete lojas conceito para comercialização no formato de vendas da multipropriedade. “Até a entrega da Surfland não teremos mais frações imobiliárias para vender”.

Além da preparação para a inauguração do empreendimento, com previsão para o final deste ano, os sócios da Surfland Brasil estudam propostas de lançar outros empreendimentos temáticos da marca em destinos turísticos ou cidades que tenham a cultura do surf. “Temos cinco ou seis projetos sendo avaliados no momento, estamos bastante criteriosos, tanto do parceiro que estará junto da gente, quanto do destino que vamos definir como prioridade. Mas a expansão está clara para nós, vamos replicar a marca Surfland Brasil. Novidades virão em breve”, conclui.

ABSOLUTE CONSULTORIA ANUNCIA COMERCIALIZAÇÃO DO MARINAS OCEANS, EM JOÃO PESSOA

Nomeado como o resort mais oriental das Américas, empreendimento deverá ser um marco para o turismo da capital paraibana



► Fachada do Marinas Oceans, em João Pessoa

Após o grande sucesso de vendas do Infinity at the Sea, em João Pessoa (PB), o grupo Viva Infinity lança o seu primeiro resort no modelo de multipropriedade, o Marinas Oceans, também na capital paraibana, contando com Absolute Consultoria para a comercialização das frações imobiliárias.

O novo resort promete ser um marco para a cidade de João Pessoa, que busca ser referência nacional no turismo, trazendo experiências imersivas de entretenimento e hospedagem conectadas ao universo de cultura e bem-estar, além de dar a oportunidade das famílias se tornarem proprietárias de um imóvel de alto padrão.

“O segmento de multipropriedade continua em expansão! Nem a pandemia foi capaz de frear os novos lançamentos de empreendimentos neste modelo de negócio. Com certeza, o Marinas Ocean vai ser algo nunca visto na Paraíba”, afirma Ângela Matias, sócia da Absolute Consultoria e sócia-diretora comercial do Marinas Oceans.

Com previsão de início das obras para janeiro de 2023 e inauguração do resort em dezembro de 2025, o Marinas Oceans será em um terreno com 144 metros de frente e 57 de fundo, contando com 184 apartamentos, onde a maior parte das unidades habitacionais terão a dimensão de 33m² com varandas privativas, em formatos modulares e semelhantes, com capacidade para até quatro pessoas.

A diretora do Marinas Ocean aponta que o resort trará um design único, oferecendo conforto, tecnologia, segurança, lazer e entretenimento para as famílias que adquirirem frações imobiliárias no novo empreendimento. O objetivo do projeto é fazer com que os proprietários possam ter experiências únicas sem precisar sair do lugar. “No Marinas você vai sentir como se pudesse ter o mundo inteiro a um metro de distância”, conclui.

► Conheça mais sobre o Marinas Oceans:

 [marinas.resort](https://www.marinas.resort)
 <https://marinasocean.com/>

matka.

Sua concierge de viagens

A Matka nasceu para trazer inovação ao mercado de multipropriedade. Com soluções para os proprietários, gestores de projetos e comercializadoras do segmento, temos como objetivo proporcionar a melhor experiência aos multiproprietários.

Simplificamos o atendimento, facilitamos o intercâmbio e a utilização das semanas, além de ser a primeira plataforma de locação de semanas especializada do segmento.

Humanizamos a central de relacionamento, assim aumentamos a retenção e a satisfação dos cotistas e proporcionamos uma experiência exclusiva de uso.

A Matka pensando em auxiliar a Sala de Venda e os projetos em fase de construção, preparou o “Travel”, um produto alternativo que proporciona viver o conceito de multipropriedade.

Este produto além de proporcionar a experiência de viajar pelo modelo, pode gerar receita adicional ao empreendimento.

Uma proposta diferente ao mercado de multipropriedades, a Matka Concierge proporciona ao seus afiliados uma central de atendimento focada em proporcionar a melhor experiência aos proprietários.

Disponibilizando serviços estratégicos ao segmento, possibilitando um intercâmbio inteligente e rentabilidade de semanas ociosas. Aumentando a retenção de proprietários na base.

A Matka não obriga o empreendimento a lhe fornecer semanas do seu portfólio. Tudo é direto com o associado. Ele escolhe se deseja alugar, trocar ou utilizar.

Feito por quem é da área, o Matka.tech é um Sistema de Gestão focado em multipropriedade. Disponibiliza todas as funcionalidades necessárias para uma boa gestão e controle da sua base. Além de possuir uma apresentação interativa que mensura a apresentação da sua sala de venda.

Um sistema totalmente moderno e na nuvem, o que permite acesso simples e descomplicado de qualquer lugar.

Aplicativo para o cotista desfrutar de uma experiência única.

O Matka.app trás benefícios específicos aos afiliados e pode ser disponibilizado como uma versão *white label* para o empreendimento.

► Conheça mais sobre a Matka:

 [matka.travel](https://www.matka.travel)
 www.matka.com.br
 +55 83 99400-8989



Ângela Matias, sócia da Absolute Consultoria e sócia-diretora comercial do Marinas Oceans



DESTINOS PERFEITOS PARA AS MELHORES FÉRIAS EM FAMÍLIA

Natureza exuberante, entretenimento total
e as **MELHORES ESCOLHAS** para o momento
mais esperado do ano você encontra com a gente.

Aviva Vacation Club proporciona nova experiência imersiva para seus clientes

► **Projeção mapeada:** cliente Aviva durante interação na nova experiência imersiva

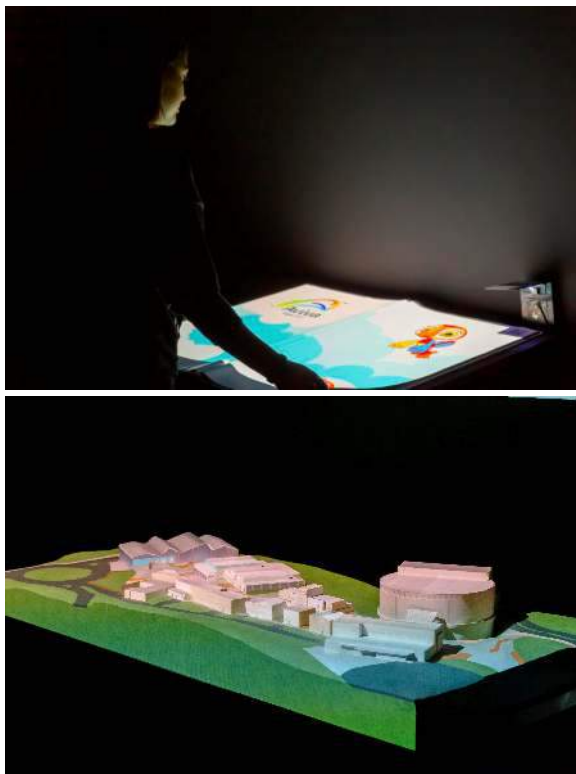
Famílias desfrutam de um momento totalmente inovador enquanto assistem a apresentação do clube de férias

Com tecnologia e experiência imersiva, a Aviva Vacation Club, clube de férias da Aviva - detentora dos destinos Rio Quente e Costa do Sauípe (BA), inaugura um novo conceito de apresentação de fidelização, em que as famílias são convidadas a vivenciarem o entretenimento total da marca. O primeiro espaço do novo projeto já está em operação no Rio Quente, em Goiás.

"Estamos trazendo uma nova proposta de experiência para o cliente, saindo da abordagem tradicional do modelo de apresentação da sala de vendas para uma experiência imersiva. A ideia é que a família se divirta enquanto conhece mais sobre nossos destinos e produtos", explica Bruna Apolinário, gerente geral da Aviva Vacation Club, maior clube de

férias da América do Sul, com 22 anos de existência e mais de 30 mil membros.

O novo formato da Jornada de Fidelização da Aviva Vacation Club consiste em algumas etapas. A primeira é a prospecção de famílias dentro dos destinos que são convidadas a terem acesso aos produtos e serviços de fidelização. Segundo Bruna Apolinário, após serem recebidos pelos consultores, são direcionados para a segunda etapa onde a história da Aviva é contada. "Os clientes vão para uma sala em que há um livro tecnológico. Ao passar as páginas, começam a conhecer toda a história da Aviva através do passeio e narração da arara Lara, personagem da Turminha da Zooloia, de uma forma totalmente inovadora", reforça.



► Apresentação da Aviva Vacation Club: livro tecnológico e maquete eletrônica



► Bruna Apolinário, Gerente Geral da Aviva Vacation Club

Projetos Futuros

Na terceira fase da apresentação, a família é levada para o próximo momento, em que há tecnologia de projeção mapeada. Ali, os clientes descobrem os projetos futuros da Aviva em seus dois destinos, Rio Quente e Costa do Sauípe, através de uma maquete mapeada. Neste momento, os projetos são contados através de um bate papo entre duas personagens da Turminha da Zooeira, a Lara, representando o Rio Quente, e a tartaruga Marina, de Sauípe. O tour de apresentação é finalizado com projeções mapeadas sobre o clube de férias.

"Além de toda essa tecnologia, trazemos uma experiência real ao levar às famílias para um apartamento da Costa do Sauípe que mostra exatamente a experiência do Premium Brisa, que foi montado próximo ao local de apresentação em Rio Quente. Desta forma, cada vez mais, iremos criar experiências mais imersivas e sensoriais, mostrando como são os nossos destinos para os clientes", afirma a gerente geral da Aviva Vacation Club.

Mais exclusividade para clientes do clube de férias

Não é apenas a jornada de apresentação que passa por atualizações, mas a jornada do cliente que já é membro da Aviva Vacation Club também terá novos produtos e experiências.

Gerente geral da Aviva Vacation Club, Bruna Apolinário explica que o clube de férias quer agregar mais valor e exclusividade para seus membros, além dos atuais benefícios e descontos que já possuem nos destinos. Juntamente com as áreas de A&B, Hospitalidade e Entretenimento, a Aviva Vacation Club trabalha em projetos para que os clientes se sintam mais especiais.

"Os membros da Aviva Vacation Club terão pratos exclusivos nos restaurantes, novos mimos, uma comunicação própria do clube de férias e também áreas VIPs dentro dos eventos em Rio Quente e Costa do Sauípe. Estamos potencializando nossas experiências para encantar ainda mais os clientes Aviva Vacation Club", conclui Bruna.

‘Estamos potencializando nossas experiências para encantar ainda mais os clientes Aviva Vacation Club’

NÃO EXISTE CRISE NA MULTIPROPRIEDADE! MERCADO ATINGE R\$ 41,2 BILHÕES EM VGV

Nova pesquisa aponta que segmento alcançou 156 empreendimentos neste modelo em 2022

MULTIPROPRIEDADES 2022	
EMPREENDIMENTOS	156
	21,8% DE CRESCIMENTO
VGV POTENCIAL	R\$ 41,2 BILHÕES
	45,5% DE CRESCIMENTO

Com uma taxa de crescimento de 45,5% no VGV Projetado (Valor Geral de Vendas) e 21,8% em novos empreendimentos, o segmento de multipropriedade acelerou sua expansão em 2022. Isso é que foi registrado no estudo Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2022, realizado pela Caio Calfat Real Estate Consulting.

O controle da pandemia da Covid-19 impulsionou o segmento de multipropriedade no segundo semestre de 2021 e início de 2022, apesar do momento delicado da economia brasileira. Foram 28 novos empreendimentos lançados no período, contabilizando cerca de R\$ 12,9 bilhões em VGV, atingindo um total de R\$ 41,2 bilhões em VGV e 156 multipropriedades

O segmento mostra um crescimento acima da média, em comparação a pesquisa publicada no ano passado. Em 2021, quando o estudo registrou o mercado no auge das restrições da pandemia, a multipropriedade teve um crescimento de cerca de 17%, em ambos, no VGV e número de empreendimentos, com 19 lançamentos e R\$ 4,2 bi em VGV.

Entre os dados verificados pelo estudo, o que mais chama atenção é a diferença entre o crescimento do VGV, 45,5%, e o número de empreendimentos, 21,8%, o que evidencia que os lançamentos tiveram VGV's maiores.

Este é o sexto ano consecutivo que a Caio Calfat publica o Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades e, como em 2021, registrou que a taxa média de crescimento anual do segmento manteve os 24%.

Resumo 2022	
País	Brasil
Empreendimentos	156
Unidades Habitacionais	29.887
Frações	767.465
Semanas/Frações	2,03
Valor das Frações - Média	R\$ 53.627
Valor da Semana - Média	R\$ 26.482
VGV Potencial (Bilhão)	41,2
VGV Vendido (Bilhão)	23,7
Estoque	43%

Evolução da Oferta							
Ano	2022	2021	2020	2019	2018	2017	TCM
Cidades	77	68	60	45	39	27	24%
Estados	20	20	18	16	14	12	11%
Empreendimentos	156	128	109	92	80	54	24%

TCM: Taxa de Crescimento Médio Anual

Aumento das Vendas de multipropriedades

O estudo de 2022 também registrou o aumento das vendas das frações imobiliárias. Em 2021 havia cerca de R\$ 14 bilhões de VGV vendido, e neste ano, R\$ 23,7 bi, um aumento de 64%. Agora, o mercado de multipropriedade tem 43% de VGV em estoque e um total de 767.465 frações lançadas, o que resulta em 437.455 multiproprietários.

A média da conversão em vendas ficou em 26%, mas pode se verificar no estudo que algumas operações atingiram até 50% em eficiência e outras menos de 15%, enquanto a maior parte das salas de vendas ficou entre 16% e 40% de conversão.

No ranking das regiões brasileiras com mais empreendimentos, o Sul e Nordeste se distanciaram das demais regiões do Brasil. O Sul assumiu a dianteira com 45 multipropriedades, em 2021 estava com 31. O Nordeste vem logo depois

com 44, no ano passado estava com 38. O Sudeste consolidou a terceira posição com mais cinco lançamentos no período estudado, atingindo 37. O Norte teve o incremento de mais um, chegando a seis multipropriedades. A novidade foi a região Centro-Oeste, onde não havia lançamentos há alguns anos, que voltou a ter novos empreendimentos em Pirenópolis e Caldas Novas, e agora conta com 24 multipropriedades.

A Caio Calfat também destaca neste novo estudo pontos sensíveis para a multipropriedade, que incorporadores questionam muito ao entrarem neste negócio, o índice de cancelamento e o custo da comercialização e marketing sobre o VGV. A taxa média de distratos entre as operações pesquisadas ainda está alto, em 33,1%. Já o custo da comercialização teve uma média de aproximadamente 14%, bem abaixo dos primeiros projetos de multipropriedade lançados no começo da década de 2010, em que os valores atingiam mais de 30%.

64 PROJETOS DE MULTIPROPRIEDADE DESENVOLVIDOS EM DESTINOS POR TODO O PAÍS

Fundada em 1996, a **Caio Calfat Real Estate Consulting** atua nas áreas de planejamento, desenvolvimento e gestão de ativos imobiliários, hoteleiros e turísticos. Identificamos novos nichos de mercado, indicamos e orientamos a negociação de terrenos, elaboramos estudos de viabilidade mercadológica e econômico-financeira e prestamos assessoria na busca de investidores e obtenção de recursos para a realização dos projetos.

Nossos serviços incluem ainda assessoramento na seleção e contratação de empresas participantes do processo: escritórios de arquitetura e urbanismo, advocacia, contabilidade e administração, incorporadoras, construtoras, administradoras imobiliárias e hoteleiras e intermediadoras imobiliárias. **Pioneira em Multipropriedades, 25 anos de história.**

CAIO CALFAT 25
REAL ESTATE CONSULTING



FALE CONOSCO



caiocalfat.com

info@caiocalfat.com

(+55 11) 3034.2824

(+55 11) 98644.3474

in **Caio Calfat**
Real Estate Consulting

[@caiocalfat](https://www.instagram.com/caiocalfat)

Funding de Fundos Imobiliários alavancam projetos de Multipropriedade

Trinus explica modelos de FIIs para o mercado de turismo compartilhado



► Vista aérea - Complexo de Lazer do Aqualand, em Salinas (PA)

Após um longo período de restrições da pandemia e com o aquecimento do setor turístico, o setor de multipropriedade está retomando o fôlego. Segundo o último relatório da Caio Calfat Real Estate Consulting, publicado em setembro de 2021, considerando os últimos quatro anos, o total de empreendimentos aumentou 137%. Contudo, para impulsionar a execução dos projetos, um dos desafios encontrados por diversos empreendedores é a garantia de capital.

Uma alternativa fora do óbvio são os Fundos de Investimentos Imobiliários (FIIs), como é o caso do TG Ativo Real (TGAR11), fundo gerido pela TG Core Asset, gestora de investimentos que faz parte da holding Trinus Co - a primeira landtech do mercado, sediada em Goiânia/GO.

De acordo com o CEO da companhia, Diego Siqueira, a parceria é possível em diversos formatos, desde modelos de sociedade em projetos até soluções de crédito em capital de giro e antecipação de fluxo de recebíveis. "Podemos nos tornar sócios do empreendimento em qualquer fase do desenvolvimento imobiliário. Aportamos conforme a participação adquirida e de acordo com o fluxo de caixa", explica Diego.

Aqualand

Um dos projetos investidos pelos Fundos Imobiliários geridos pela TG Core é o Aqualand Resort, localizado em Salinópolis, no Pará, que conta com 60 mil m² e um Valor Geral de Vendas (VGV) de mais de R\$500 milhões. A principal atração, uma piscina de ondas, já está em pleno funcionamento e é uma das maiores da América Latina.

"Nossa atuação é diversificada e nossa plataforma é robusta para oferecer serviços tecnológicos e imobiliários completos, atendendo não apenas as necessidades de funding dos parceiros, mas também de governança, para que os projetos caminhem com segurança", destaca Diego Siqueira.

Um dos focos da Trinus é apoiar empreendedores nas mais diversas regiões do país, sem focar sua atuação nos grandes centros urbanos. A companhia conta atualmente com mais de 260 ativos imobiliários, entre equities, CRIs, ações e carteiras de ativos em seus fundos.



► Piscina de Ondas - Aqualand

A TRINUS ESTÁ TRANSFORMANDO O MERCADO HABITACIONAL BRASILEIRO.

Junto ao investidor, ao empreendedor e ao corretor, com o propósito de realizar o sonho de quem mais interessa: o comprador de imóveis.

Somos uma plataforma tecnológica de soluções imobiliárias e financeiras. Simplificamos e desburocratizamos a jornada de compra do imóvel por meio de tecnologia.

Estamos presentes em

+ de 260 ativos imobiliários em


+ de 100 municípios.

Realizando o sonho de

+ de 40.000 famílias pelo país.

Acesse:

 trinus.co

 [@somotrinus](https://www.instagram.com/somotrinus)



Trinus



A casa é sua, a solução é nossa.

A ARQUITETURA PODE CONTRIBUIR PARA QUE O PRODUTO DESPERTE DESEJOS E AO MESMO TEMPO SEJA VIÁVEL ECONOMICAMENTE?

* *Por Milton Filho*

Vamos falar de sustentabilidade? Essa palavra é muito utilizada no sentido ambiental; porém, não se restringe apenas à natureza. Sustentabilidade econômica/financeira, sustentabilidade recorrente de longo prazo, etc.

Um dos grandes desafios é estruturar a sustentabilidade econômica/financeira, para que o negócio possa perpetuar e ser viável a longo prazo.

E nós da arquitetura voltada para o entretenimento e hospitalidade, o que podemos fazer para atingir a sustentabilidade em nossos projetos?

Esse é um grande desafio e, ao mesmo tempo, é a dor que tiramos do mercado. Temos um propósito bem claro de “criar projetos que contribua para a felicidade e bem-estar das pessoas” e, em contrapartida, temos também uma proposta de valor oferecida aos clientes que consiste em “Sustentabilidade em todos os sentidos”. Desdobrando esse conceito, é criar um projeto que desperte o desejo das pessoas por ele, agregando valor comercial e ao negócio do cliente e, ao mesmo tempo, financeiramente viável na visão operacional onde ocorre um custo recorrente, como na visão de investimento de implantação, que impacta diretamente na margem financeira do empreendimento, garantindo assim retorno e benefício a todos os envolvidos.

Criar desejo é algo muito subjetivo no sentido de que cada pessoa tem necessidades diferentes e enxerga a vida por uma ótica muito específica, que envolve cultura, religião, nível socioeconômico, etc. Porém, para que isso aconteça é necessário ter poucos elementos e muito bem

definidos, e que se tornem marcantes dentro do projeto ou empreendimento; o cliente precisa enxergar o valor desses elementos e eles precisam ser verdadeiros, honestos e fazer sentido para maioria das pessoas.

Elementos como a biofilia são recursos fantásticos para criar valor em um projeto, mas precisam ser verdadeiros; precisa ter integração com a natureza, os elementos não naturais necessitam ter qualidade, bom acabamento, etc.

Outra ferramenta de projeto são os elementos naturais (fogo, terra, ar, água), onde o conceito precisa estar muito evidente para os clientes; assim como tantas outras experiências podem ser geradas.

Em contrapartida, para que esse empreendimento seja economicamente viável, tenha um bom custo operacional recorrente e um bom (ROI) retorno sobre o investimento, o projeto precisa nascer com esse conceito; é necessária uma análise criteriosa de quais áreas, dimensões, tipo de equipamento e mão de obra, para não ter nada em excesso, evitando assim o desperdício, seja ele de recursos, materiais ou tempo.

Essa análise criteriosa precisa retirar tudo o que não é necessário, tudo que não agrega valor na experiência do cliente ou que não gere ganho operacional.

Retirando os excessos, tem-se a disponibilidade maior de recursos, materiais e tempo para investir em elementos que agregam valor na experiência oferecida aos clientes.

Essa não é uma receita ou roteiro a ser seguido, mas um conceito a ser trabalhado, que terá como base ou referência para as tomadas de decisões durante o processo do projeto.



* 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

2022: NO TURISMO, A HORA E A VEZ DA PROPRIEDADE COMPARTILHADA



Pioneira e líder mundial na indústria, RCI tem planos ousados para o Brasil, mercado que deve atingir US\$ 1,4 bi em vendas neste ano

O mundo se transformou de diversas formas e nas relações pessoais e empresariais. De um lado, enquanto milhares de organizações reviram seus modelos de trabalho, centenas de milhões de pessoas revisaram suas prioridades e seu estilo de vida.

As incertezas da pandemia impactaram fortemente e transformaram a indústria de turismo. Hoje, controlada ao redor do globo – ainda que não tenha chegado ao final –, elas mostram os efeitos no comportamento dos vários *players* do setor, aí inseridos investidores, profissionais, líderes de entidades de classe, autoridades governamentais e, claro, o viajante.

Por aqui, nem vamos falar sobre as inúmeras possibilidades daqueles que mudaram o estilo de vida e optaram por unir o desejo de conhecer novos lugares, povos e culturas enquanto trabalha, mudando de destino para destino sempre que possível e desejável, sem amarras às cidades ou escritórios: os nômades digitais são um capítulo à parte.

Vamos falar, exclusivamente do desejo de viajar a lazer,

aproveitando cada tempo de folga ou de férias. Essa ânsia por viagens aparece em inúmeros estudos nacionais e internacionais, entre os quais está o realizado pela Orbit Data Science, *startup* focada em pesquisas qualitativas nas redes sociais. Divulgada recentemente, ela mostra que frequentar shows e viajar dominam o desejo dos brasileiros em 2022. “Curiosamente, vemos a vontade de reencontrar pessoas, reconectar relações e viver novas experiências nestes dois, digamos, ambientes”, diz Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Novos Negócios da RCI para a América do Sul, referindo-se aos eventos e às viagens.

A executiva reforça que, atenta à estas mudanças de comportamento do mercado, a RCI se reposicionou mantendo seu legado histórico como líder global na indústria e passou a oferecer novos serviços para sua base de 3,9 milhões de usuários afiliados em todo o mundo. Como resultado, hoje se posiciona como uma empresa completa, focada mundialmente em viagens e hospitalidade.

A força da propriedade compartilhada no Brasil

Juan Ignacio Rodriguez, diretor Executivo da RCI na América Latina, em recente viagem ao Brasil, falou sobre o modelo de negócio e sobre a empresa. “Nos últimos dois anos, toda a indústria turística sofreu muito. Mas há uma resiliência grande nesse setor. Há desenvolvedores já tradicionais do mercado que continuam aplicando recursos, e há um novo grupo de investidores capitalizando sobre o modelo”, diz, atribuindo o desenvolvimento contínuo também ao perfil de usuário, em especial das propriedades compartilhadas, para utilizar o serviço. “Observamos que os brasileiros querem e devem realizar viagens dentro do próprio País”, diz Juan Ignacio.

Para este ano, depois de atingir a marca de US\$ 1 bilhão em 2021, o setor deve somar vendas aproximadas a US\$ 1,4 bilhão. “Este número mostra a importância estratégica do Brasil para a indústria, de modo geral, e para RCI, como líder, em particular.

Estamos confiantes, continuamos crescendo e seguimos ampliando a nossa oferta de serviços diferenciados e de alta qualidade”, reforça Fabiana Leite, complementando a força das novas afiliações que ocorreram e vêm ocorrendo ao longo deste primeiro quarto de 2022. “Cada vez mais, os investidores de empreendimentos estão compreendendo a relevância do nosso negócio para garantir a rentabilidade em sua operação”, conclui.

Questionada sobre dicas para quem ainda não está e quer entrar neste segmento, Fabiana Leite reforça a importância de uma tomada de decisão bem estruturada e a partir de um estudo de viabilidade. “Para um projeto ser levado adiante e dar bons resultados, tem que se mostrar sustentável, com projeções de venda idealizadas e dentro do que foi pleiteado”, diz, lembrando que a busca por parceiros estratégicos, cada um em sua especialidade, é outro diferencial para a composição do processo.

Com mais de 350 associados na América do Sul, cerca de 250 deles no Brasil, a RCI é a líder mundial em serviços de viagens na indústria da Propriedade Compartilhada. A empresa oferece a plataforma líder de intercâmbios de férias para seus 3,9 milhões de sócios em todo o mundo, oferecendo acesso a mais de 4.200 empreendimentos afiliados em 110 países.



► Fabiana Leite

VIESA CONSULTORIA SE TORNA SÓCIA DO EMPREENDIMENTO BOMBAS SUMMER BEACH

Projeto de multipropriedade em Santa Catarina entra em uma nova fase de sua comercialização

Fundada no começo de 2022 pelo executivo Carlos Eduardo Vieira (Kadu) para realizar a consultoria de gestão e vendas do Bombas Summer Beach, em Bombinhas (SC), a Viesa Consultoria, além de inaugurar uma nova fase do empreendimento, elevar o nível da comercialização e entregar excelentes resultados, também se tornou sócio do projeto de multipropriedade.

A proposta para entrar na sociedade do negócio partiu do próprio sócio da Encavi Empreendimentos, a incorporadora do Bombas Summer Beach, Cristiano Adalberto de Souza. Kadu já havia atuado como gerente da sala de vendas do projeto, entregando excelentes resultados.

Hoje, a Viesa presta serviço não apenas como consultoria, mas é responsável por toda parte de marketing, comercial, pós-vendas, gestão da carteira de recebíveis e relacionamento com clientes, empregando cerca de 50 profissionais. O projeto conta com duas salas de vendas: uma em Balneário Camboriú



Fachada do Bombas Summer Beach ◀

e outra no hotel Bombinhas Summer Beach, também da Encavi Empreendimentos.

Para o segundo semestre de 2022, a Encavi e a Viesa planejam expandir a comercialização do Bombas, com a abertura de mais duas salas de vendas, uma em Itapema (SC) e outra em Curitiba (PR), e, consequentemente, contratar mais profissionais para o projeto.

Um dos maiores gargalos do mercado de multipropriedade, contratação para a equipe de salas de vendas, não é encarada como problema para a Viesa. Kadu ressaltou que logo que a consultoria assumiu a comercialização do Bombas formou um novo time, trazendo profissionais experientes da multipropriedade de outras cidades para atuarem no projeto.

“Nós temos uma facilidade muito grande em formar talentos e ter o próprio time, onde há maior escassez em nosso mercado é a mão de obra”, ressaltou o sócio da Viesa.



Kadu, sócio da Viesa Consultoria



Cristiano Adalberto, sócio da Encavi

Dez anos de multipropriedade

Kadu iniciou no segmento de multipropriedade há dez anos no Grupo RMEX, em Caldas Novas (GO), convidado por dois dos sócios da empresa, Leonardo do Carmo (Léozinho) e Ricardo Assunção. Começando como consultor de vendas (liner), para galgar as posições de FTB e depois fechador (closer), sempre recebendo premiações e reconhecimentos. Com a saída de Ricardo Assunção e Léozinho da sociedade da RMEX, Kadu os acompanhou, primeiramente comercializando os empreendimentos da VR4 Share e depois da Incorporate Share.

O sócio da Viesa destaca que a transição da posição de vendas para um gestor aconteceu na implantação do projeto de multipropriedade Hard Rock Hotel Fortaleza, no Ceará. "Ministrei treinamentos de como vender o fracionamento para as imobiliárias locais e para a primeira equipe de vendas do Brasil da marca Hard Rock. Também auxiliei na implantação do projeto, junto a VR4. Fiquei dois meses em Fortaleza, para depois ser promovido para gerente da sala de vendas do Bombas Summer".

Quando ele chegou a Bombinhas, a sala de vendas do proje-

to vendia em média R\$ 400 mil a R\$ 500 mil por mês, o que é inviável para uma comercialização de multipropriedade. "Quando assumi, começamos a vender uma média de R\$ 3 milhões a R\$ 5 milhões mensais, elevando em números consideráveis o resultado do projeto", conta Kadu. "Eu entrei para dentro e vivi aquele negócio. Formei uma nova equipe e o projeto deslanchou".

Após um ano na gestão do Bombas, ele foi promovido para Executivo Nacional de Vendas da VR4 Share e depois Incorporate Share, sendo responsável pelo treinamento das equipes dos projetos, formatando estratégia de vendas e marketing, atuando na parte administrativa e na estruturação de salas de vendas. No final do ano passado, Kadu foi convidado para ser sócio do Bombas.

Atualmente, além da gestão e vendas do Bombas, outra meta da Encavi e da Viesa é o cumprimento do prazo da entrega da obra do empreendimento. "Hoje estamos fazendo a fundação, em 30 a 45 dias entregaremos a primeira laje", diz Kadu, que revela que a sociedade entre as empresas também terá mais um lançamento de multipropriedade em breve, em Santo Amaro (SC), uma incorporação *brownfield*.



hipi.oss

CASA DE IDEIAS

**A ÚNICA CASA DE IDEIAS
ESPECIALIZADA EM HOSPITALIDADE,
ENTRETENIMENTO E NEGÓCIOS EM
MULTIPROPRIEDADE.**

QUEM SOMOS:

Com sede própria em Caldas Novas, sul de Goiás e berço da multipropriedade no país, somos uma casa de ideias focada em resultado e total service.

Elaboramos, executamos, medimos e direcionamos empresas e negócios para atingirem melhores resultados.

Atendemos clientes em todas as regiões do Brasil, bem como nos EUA e em Portugal.

MAIS DE 15 ANOS DE ATUAÇÃO

Diretores qualificados com experiência em marketing estratégico, branding e gestão de trabalho em alta escala de produção.



Acesse
www.hipioss.com.br
e conheça nossos produtos.

Veja alguns de
nossos clientes:  **hipi.oss**



Sede: Av. E, esq. c/ Rua E-14 - Itanhangá II
75680-368 - Caldas Novas - GO

SURFLAND BRASIL

se aproxima de finalizar a comercialização

Além do sucesso de vendas, projeto conta com baixos índices de cancelamento e inadimplência

A Surfland Brasil, empreendimento de multipropriedade em construção em Garopaba (SC), deverá finalizar a comercialização de suas frações imobiliárias até o começo de 2023, durante a temporada de verão, que também é a época que está prevista a inauguração do primeiro resort com piscina de ondas do país.

Atualmente, já foram vendidas cerca de 80% das 6.950 frações imobiliárias da Surfland Brasil. A operação conta com células de vendas digitais e salas de vendas. Lançada inicialmente com 100% das vendas online, hoje o formato digital representa em média 75% dos fechamentos de contratos. "Hoje, desmobilizamos alguns pontos de venda justamente porque temos poucas frações e entregamos aos nossos clientes uma valorização importante, principalmente para os primeiros compradores", explica Cristiano Santiago Vieira, sócio da Surfland e da SmartShare, comercializadora do empreendimento.

Ele aponta que um dos motivos que irão levar a Surfland Brasil a encerrar a comercialização em 3 anos e meio, desde o lançamento, foi o baixo índice de distrato de 9,87%, além do projeto contar com uma taxa de inadimplência de 8,71%. "O custo de comercialização no nosso segmento é alto, e entender que é mais barato vender melhor do que vender duas vezes fez toda diferença".

Para Cristiano, a operação atingiu esses índices de cancelamento e inadimplência por um conjunto de ações, "O formato online, principalmente no início do projeto, com 100% das vendas digitais; uma política de vendas com menor pressão emocional e mais argumentativa; investimentos fortes em marketing que nos dão apoio comercial e de credibilidade; 90% da equipe formada pela Surfland Brasil e algumas estratégias de fidelização dos profissionais; e claro, temos um produto diferenciado, com um apelo incrível e exclusivo."

Mercado financeiro

André Giesta, idealizador e sócio principal da Surfland, ressalta que com uma carteira de recebíveis saudável, uma boa entrada para aquisição do produto e a velocidade de vendas, o projeto conseguiu atenuar a exposição de caixa e ser um produto interessante para o mercado financeiro, pelo volume x adimplência. "Além de que com as obras evoluindo, conseguimos melhorar as vendas em relação a valores de entrada e à vista, o que contribui para o equilíbrio financeiro do projeto".



Experiência Surfland

A inauguração da Surfland Brasil está cada dia mais próxima. A expectativa dos sócios, investidores e, principalmente, dos multiproprietários é enorme. E a Surfland pretende entregar muito mais do que foi prometido, oferecendo várias experiências para os hóspedes e proprietários.

"Além da satisfação do proprietário com sua unidade e a piscina de ondas, entregaremos mais para eles", revela o idealizador da Surfland. "Com um mix de gastronomia, atividades diversas e a promoção de uma centena de eventos por ano, vamos oferecer a nossos proprietários uma experiência ímpar. Proporcionaremos, ainda, o desenvolvimento de esportes como Surf e Skate, com um centro de treinamento e investimento em atletas da nova geração".

Cristiano também cita o impacto econômico e social que o início da operação do empreendimento terá para Garopaba, com a geração de empregos, renda, tributos e a demanda de novos turistas que visitarão a região atraídos pela Surfland Brasil. "E não para nesse projeto, hoje já são inúmeras as propostas e estudos que estamos desenvolvendo para outros Surflands", conclui.

Sobre a Surfland Brasil

Com investimento de R\$ 320 milhões, a Surfland Brasil é o primeiro clube resort no formato de multipropriedade com piscina de ondas para surf no mundo, com tecnologia internacional Wavegarden Cove 2.0, que vai garantir surfe o ano inteiro.

DIEGO AMARAL ANALISA TRÊS ANOS E MEIO DE VIGÊNCIA DA LEI DA MULTIPROPRIEDADE

A Lei 13.777 regulamentou o segmento e trouxe mais segurança jurídica para empreendedores, multiproprietários e cartórios

Diego Amaral ◀



Conhecida como Lei da Multipropriedade, a Lei 13.777/18, foi uma conquista do mercado de multipropriedade, pois regulamentou os negócios que já vinham sendo realizados e ainda trouxe mais segurança jurídica para a entrada de novos *players*. Com pouco mais de três anos que a legislação entrou em vigência, a situação do mercado hoje é bem diferente, muitos empreendimentos já foram entregues e consegue-se ter uma visão sobre a aplicabilidade da lei.

O advogado Diego Amaral comenta, em entrevista à Turismo Compartilhado, alguns pontos da Lei 13.777 e a compreensão da regulamentação da multipropriedade pelos empreendedores, multiproprietários e cartórios:

Em pouco mais de três anos de vigência da Lei 13.777, pode-se afirmar que a Lei vem sendo aplicada corretamente pelos empreendimentos já em operação?

Eu entendo que vem sendo parcialmente aplicada pelos empreendimentos. Ainda há uma falta de conhecimento sobre a legislação de alguns empreendedores, que acabam se omitindo, em torno de algumas previsibilidades nas operações. Por exemplo, a Lei não obriga a figura do *Pool* de Locação, e tem empreendedores que entendem que isso seria obrigatório. Tais definições são convencionadas mediante Convenção de Condomínio, regulamentadas de acordo com a Convenção daquele empreendimento. A Lei está sendo no geral bem aplicada, para uma melhor definição poderia ser melhor explorada pelos empreendedores, para que utilizem todos os pontos dados e sugestões da própria Legislação.

Uma das dúvidas jurídicas dos multiproprietários é como pode ser definida juridicamente a multipropriedade. A multipropriedade é um condomínio, um hotel, um condomínio com pool hoteleiro, um flat hoteleiro, um condo-hotel?

A multipropriedade pode ser tudo isso e pode ser simples-

mente um apartamento. Tem uma vinculação jurídica, podemos definir como um condomínio em multipropriedade e podem ter diversos formatos. Pode-se ter a multipropriedade dentro de um hotel, de um condo-hotel, um flat. Posso disponibilizar a cota em multipropriedade para o *Pool* Hoteleiro para a gestora daquele empreendimento, bastando que para isso seja regulamentado via Convenção de Condomínio. A estrutura da multipropriedade é sempre em condomínio, podendo ser realizada de várias formas. Por que eu digo que sempre se dá em condomínio? Porque sempre vou ter uma vinculação condominial, ou seja, mais de uma pessoa. Os empreendimentos em multipropriedade têm muitas unidades, e cada uma dessas unidades têm várias cotas, e essas cotas são vinculadas a um regime de condomínio, em vários formatos, hoteleiros ou não.

Com a regulamentação legal da multipropriedade, já pode-se sentir mudanças de entendimento sobre o modelo pelos cartórios?

Sim, a Lei da Multipropriedade, 13.777, é importantíssima para a regulamentação do modelo. Antes já se existia a multipropriedade, com muitos empreendimentos sendo lançados com bases em outras leis esparsas, que regulamentavam a questão, como por exemplo, a Lei de Incorporação, o Código Civil, em relação aos condomínios e, principalmente, através do instrumento da Convenção Condominial, também se instituía a multipropriedade através da escritura pública, vinculada ao cartório.

A multipropriedade veio ratificar tudo que já vinha sendo feito e dar uma segurança jurídica maior para todos atores que estavam envolvidos no processo, o multiproprietário e o empreendedor. Sem contar os cartórios de cada uma das cidades espalhadas pelo Brasil, que até então faziam exigências próprias para cada empreendimento sem ter uma unanimidade para essas exigências, e a Lei regulamentou tudo isso e trouxe uma maior segurança jurídica.

COMPARTILHA CLUB

E SEU SEGREDO DE SUCESSO NA RETENÇÃO DE CLIENTES

Empresa desenvolve ações para trabalhar em conjunto com pós-vendas de projetos de multipropriedades e se consolidou como uma ferramenta fundamental na retenção de clientes

Não restam dúvidas que um departamento de pós-vendas bem estruturado é fundamental para um lançamento de multipropriedade, pois historicamente o modelo de férias tem altas taxas de cancelamento e este setor da operação será o responsável por ter um bom relacionamento com os clientes, mantendo a carteira de recebíveis saudável.

A Compartilha Club provou para os empreendedores que um pós-vendas bem estruturado atuando com uma intercambiadora de férias que realmente entrega a experiência positiva de viagens ao consumidor final, só aumenta a retenção de proprietários na base, diminuindo o custo da operação.

Assim, a Compartilha Club, intercambiadora de férias para empreendimentos de multipropriedade, tem um serviço personalizado para seus parceiros, para auxiliar os departamentos de pós-vendas na tarefa de manter os clientes satisfeitos. Sempre trabalhando em conjunto com os empreendedores.

“Temos em nosso DNA o ideal de realizar as viagens dos proprietários de multipropriedade e tornar essa experiência única”, afirma Reginaldo Reis, CEO e Founder da Compartilha Club.

O “Boas-Vindas” é o primeiro contato que o pós-vendas das operações de multipropriedade realizam com os proprietários, logo após adquirem suas frações. “Assim que o cliente é associado a intercambiadora de férias Compartilha Club, nossa equipe especializada em realizar experiências de viagens, buscam saber de cada associado o seu objetivo de férias, sendo essa viagem nacional ou interna-



cional, através de intercâmbio de semanas ou viagens do dia a dia, nossos Concierges estão prontos para atendê-los 24 horas, 7 dias por semana”, destaca Reis.

O sócio da Compartilha Club explica que o processo de Boas-Vindas permite conhecer o perfil do cliente e suas necessidades, por isso, o associado sempre terá um atendimento personalizado.

“A interação e sinergia com os pós-vendas dos empreendimentos nos permite redirecionar as solicitações dos clientes reduzindo a necessidade do recontato”.

Para Reis, conhecer todos os projetos afiliados é importante para orientar os clientes sobre políticas de uso, as vantagens da sua aquisição, o processo de associação, depósito de semanas, intercâmbio, reservas e utilização da semana.

Dando continuidade ao pós-vendas dos projetos de multipropriedade

Boas-Vindas da intercambiadora de férias:

- Procedimento de Associação rápido e sem burocracia
- Entender as necessidades de viagens dos clientes
- Dúvidas e Orientações sobre Políticas de Uso
- Depósito de semanas
- Intercâmbio e Pontuação
- Roteiros e melhores destinos

A semana do cliente pode intercambiar por:

- Hospedagem
- Passagens Aéreas
- Aluguel de Carro
- Ingressos de Parques
- Cruzeiros
- Transfer
- Passeios
- Assessoria de Visto e Passaporte
- Câmbio de Moedas

Depoimentos de Parceiros Compartilha Club

Claudio Pereira Barbosa - Diretor da Trade On

Castelo de Itaipava, Itaipava (RJ), e Mediterrâneo Hotel, Arraial do Cabo (RJ)



Nós da Trade On, além de parceiros nos empreendimentos Castelo de Itaipava e Mediterrâneo Hotel, também somos clientes, utilizando os serviços da Compartilha nas viagens particulares e corporativas.

Isso por si só já mostra a confiança e certeza de perenidade da parceria que tem sido muito vantajosa para todos os envolvidos. Os nossos parceiros (empreendedores) estão satisfeitos pelo valor que agrega essa parceria aos seus negócios. Os compradores de um timeshare ou fração imobiliária têm a facilidade de um atendimento rápido, profissional e diferenciado oferecido pela equipe de atendimento da Compartilha Club. A integração e sinergia entre os SAC dos empreendimentos e a Compartilha para a melhoria constante dos processos, praticamente personalizando os serviços de acordo com cada necessidade, é outro diferencial.

Ulli Braga - CEO do Aqualand,

Salinópolis (PA)



O Compartilha Club é muito mais que nosso parceiro, é a nossa intercambiadora de férias e clube de vantagens, no qual utilizamos o sistema de tempo compartilhado, em que o cliente adquire o direito de se hospedar em uma rede que

conta com mais de 1 milhão de hotéis, em mais de 450 mil destinos pelo mundo, incluindo a rede Aqualand, por um determinado período e ainda usufrui de toda a diversão proporcionada em nosso complexo aquático. Uma inovação no mercado que torna a multipropriedade muito mais vantajosa, trazendo ao nossos cotistas uma elevada percepção de marca.

Ítalo Diniz - Diretor de Projetos

Vila Atlântida Resort, Luís Corrêa (PI)



A equipe da Compartilha Club é maravilhosa, não tenho feedbacks negativos, o suporte é gigantesco, os atendentes sempre nos dão toda atenção quando precisamos de algo. Os produtos são ímpares,

muitas opções para atender ao nosso público. Gostamos bastante da parceria de sucesso entre Proprietary Resort's e Compartilha Club.

Antônio Ires (Tunico)

Sócio da Incorpora Share



O Compartilha Club é a empresa que tem o intercâmbio de férias mais completo do país. Incorpora Share e Compartilha Club são grandes parceiras há anos. Em todos os empreendimentos que

adotamos a Compartilha, tem demonstrado grande confiança e satisfação com os serviços prestado, sem falar nos clientes do segmento de fração imobiliária, que possuem diversas opções de hospedagens, não apenas em destinos, mas em passagens aéreas, cruzeiros, ingressos em parques temáticos e os tão utilizados aluguéis de carros. Por esses motivos, a Compartilha Club se torna um diferencial em relação as demais do seguimento. Estamos satisfeitos com atendimento e o principal, a interação do Serviço de Atendimento ao Cliente da Compartilha junto aos nossos clientes multiproprietários.

Vanter Júnior

Grupo Golden Dolphin



No nosso mercado de multipropriedade agilidade e facilidade de acesso às reservas e planos de descontos do clube de vantagens, juntamente com um bom atendimento, são cruciais para a satisfação dos nossos clientes e parceiros. Nesses quesitos, a Compartilha

Club sai na frente de diversas intercambiadoras atualmente. Com um sistema moderno, a Compartilha vem a cada dia se destacando, ganhando espaço e confiança no mercado. Nós, do grupo Golden Dolphin, estamos satisfeitos com todo apoio até hoje prestado.

Ricardo Assunção - sócio da VR4 Invest

Pipa Privilege Ocean, em Pipa (RN)



Todos estamos familiarizados com a Compartilha Club, uma intercambiadora e clube de vantagens que confiamos e ofertamos para os nossos clientes. Também somos usuários dos serviços oferecidos e

tudo o atendimento para conosco que está sendo feito com excelência. Nossos clientes estão contentes e animados com as inúmeras possibilidades que a Compartilha Club oferece, e os feedbacks como estes são constantes em nossa base de clientes.

TECNOLOGIA NAS OPERAÇÕES DE MULTIPROPRIEDADE

TUDO Consultoria aponta como as salas de vendas poderão utilizar os avanços tecnológicos

As inovações tecnológicas nunca estiveram tão em evidência. Em todas as áreas, negócios estão sendo impactados pela tecnologia diariamente, inclusive tornando um desafio acompanhar todas as soluções inovadoras que surgem para os mais diversos mercados. Há um amplo debate sobre quais as próximas transformações em cada setor da economia, já que a tecnologia também influencia no comportamento dos consumidores. De acordo com uma pesquisa da Neotrust, responsável por auditar as vendas do *e-commerce* nacionalmente em diversas categorias de produtos, o comércio eletrônico no Brasil registrou um faturamento recorde em 2021: mais de R\$ 161 bilhões, um crescimento de 26,9% comparado ao ano anterior.



Estação de trabalho de vendas *online* da TUDO Consultoria ◀



“É um canal de vendas independente, que já está em funcionamento nos empreendimentos que atendemos, representando uma fatia importante do resultado”

► Adriana Chaud, CEO da TUDO Consultoria



Também há reflexo da tecnologia nas operações no setor de multipropriedade. A pandemia obrigou as empresas do segmento a avançarem na utilização das vendas *online*, fazendo com que hoje a maior parte dos *players* possuam canais de comercialização pela internet. Ainda que a maior fatia das vendas venha do presencial, o *online* tem uma parte importante no resultado final, além de vantagens em relação à sala física. A utilização de canais de venda digitais abre um leque de oportunidades, como por exemplo, atingir públicos geograficamente antes indisponíveis.

A CEO da TUDO Consultoria, Adriana Chaud, confirma que a pandemia impulsionou as vendas *online* e atualmente esse canal se mostra eficiente. “Apesar de ser uma nova modalidade, foi responsável por grande parte do crescimento do mercado durante a pandemia. É um canal de vendas independente, que já está em funcionamento nos empreendimentos que atendemos, representando uma fatia importante do resultado”.

Nas operações em que a TUDO trabalha, as vendas *online* vêm em um ritmo constante de crescimento mensal de 30%, mas o melhor deste modelo é o índice de cancelamentos, que fica próximo a zero. “Sendo um canal atraente para o empreendimento e para os profissionais envolvidos, quando existe a gestão eficiente e adequada”, pontua Adriana.

Além das vendas online, outras implementações tecnológicas avançaram com a pandemia nas operações, como a utilização de assinaturas eletrônicas e a captação de clientes através das mídias sociais. Mas muito antes da pandemia as



► Equipe de vendas *online* do Brava Mundo

operações de multipropriedade já discutiam a utilização de mais ferramentas tecnológicas, além dos sistemas de gestão. A maioria das operações estava abandonando as apresentações de vendas apenas com papel, caneta e um *folder* ou *book* mostrando imagens dos empreendimentos e resorts da rede de intercâmbio de férias, substituindo por *tablets* ou até computadores nas mesas. Outras operações já utilizavam óculos de realidade virtual e projeções mapeadas para melhorar a experiência dos clientes.

A TUDO Consultoria aponta outras ferramentas tecnológicas que poderão ser implementadas nas salas de vendas físicas da multipropriedade: realidade virtual ou aumentada em substituição as maquetes; eliminação de quase todos os processos administrativos em papel, substituindo por automação com sistemas integrados da recepção ao pós-vendas; ficha de atendimento com preenchimento automático via aplicativo, com integração com outras fontes de dados como Facebook, por exemplo (cruzamento de dados); KPIs em tempo real via sistema e/ou aplicativo para gerenciamento total e micro gerenciamento individual de performance; captação através de aplicativo de indicação, georeferenciamento e mini vac via impacto em mídias sociais, em substituição à captação agressiva e excessiva de rua e complemento ao puro telemarketing; experiências imersivas com vídeos 360 graus, tecnologia 5D; telas interativas para demonstração e ilustração do produto, com visualização realista dos empreendimentos através do metaverso e imersão nas marcas.



► Equipe de vendas *online* do Ipioca Beach Residence

Plátano Consultoria apresenta novo modelo de negócio, com poesia e resultados

Empresa lança Manifesto da marca e contrata novos profissionais para entregar números e resultados ainda mais rápidos e precisos para seus parceiros

Com um pouco mais de um ano de fundação e que iniciou sua atuação no Poehma Lago Negro, empreendimento de multipropriedade em construção em Gramado (RS), a Plátano Consultoria celebra os resultados atingidos durante 2021 e 2022, lança seu Manifesto em que apresenta sua visão sobre negócios e anuncia a expansão dos seus entregáveis com a chegada do gerente financeiro Erick Grativol, e da gerente administrativa Rafaela Rissi. A Plátano tem três sócios: César Mór, Eduardo Aquino e Cristiano Lorenz.

“Termos profissionais com as competências e valores do Erick e da Rafaela associados à Plátano é motivo de muito orgulho para os sócios e a certeza da construção de um time de excelência, comprometido com o sucesso do incorporador”, afirma Cesar Mór.

No seu Manifesto, a Plátano traz sua visão de como a consultoria acredita que deva ser o negócio de multipropriedade, através da atuação com os incorporadores, times e clientes finais.

Apesar do Manifesto ter uma parte poética sobre o negócio, ele é muito importante, pois documenta o modelo de negócio e o propósito da Plátano. “Nós temos pilares e premissas que são inegociáveis para nós. Uma das frases que falamos brincando, mas que nos define é: nós negociamos preço, valores jamais”, ressalta o sócio da Plátano.

Primeiro case de sucesso da Plátano

O modelo de atuação da Plátano pode ser conferido com os resultados do Poehma Lago Negro, empreendimento da Liberhaus Incorporações Hoteleiras. “Quando assumimos, a operação estava estagnada, sem perspectiva de crescimento e tivemos um êxito muito grande”, lembra o sócio da Plátano.

Atualmente, a Liberhaus já planeja sua expansão com lançamento de novos empreendimentos e abertura de outra sala de vendas.

Neste um ano de operação no Poehma, a Plátano remodelou toda a operação administrativa, comercial e do produto Poehma: revisão conceitual, produto, sistemas, estratégias e



Cristiano Lorenz, Cesar Mór e Eduardo Aquino ◀

processos comerciais, marketing, jurídico, estruturas internas e atrações, agregando muito valor como produto de hotelaria. “Os sócios da Liberhaus brincam que a única coisa que não mudou com a nossa chegada foram os nomes deles no quadro social e o nome do produto, mas temos a certeza de que hoje comemoramos um sucesso construído a quatro mãos em uma grande parceria”, comenta Eduardo Aquino.

A reformulação do produto também aconteceu na parte de experiência do cliente e marketing, explorando a temática da Poesia. “Trouxemos o poeta Bráulio Bessa como embaixador da marca, o que trouxe muita humanidade e brasilidade ao empreendimento”, conta César.

Com a equipe do Poehma formada quase do zero, a Plátano conseguiu transmitir totalmente os valores que são apresentados no Manifesto para o modelo comercial.

A nova gerente administrativa da Plátano, Rafaela Ribeiro, viveu essa experiência na sala de vendas já no seu primeiro dia. “Estou há oito anos no mercado e fiz o espelho para entender as diferenças e mais sobre o produto do Poehma. É realmente outra pegada, é muito mais leve. Os clientes são convidados para uma forte reflexão sobre o tempo, e de que o tempo em família é nossa prioridade”.



MANIFESTO

Somos a Plátano Consultoria.

Acreditamos no propósito da multipropriedade como decisivo na valorização do núcleo familiar.

Nos orgulhamos ao vermos famílias mais felizes em função da nossa atuação. Refletimos sobre a relação entre a finitude humana, a escassez do tempo e a valorização dos relacionamentos.

Nascemos em Gramado e carregamos seu DNA empreendedor na nossa forma de pensar, ser e agir.

Trazemos qualidade, profissionalismo e compromisso com o sucesso.

Inspiramos empresas e profissionais a prosperarem. Criamos valor no mercado sempre de forma ética e transparente, entregando projetos lucrativos e sustentáveis a longo prazo.

Formamos pessoas que se preocupam com pessoas. Isso muda tudo!

Entregamos uma solução completa para projetos de multipropriedade, com escopo definido sob medida para nossos parceiros.

Temos know-how desde os estudos preliminares até a entrega para o cliente.

Plátano Consultoria, conhecimento aplicado no sucesso do seu empreendimento.

Modelo de vendas: cliente no centro do negócio

A Plátano conseguiu achar o caminho para vender da forma que julga correta sem abrir mão de entregar resultados. "Nosso mérito vem das pessoas e de adequarmos nosso produto a uma necessidade real do cliente. Quando a gente fala em colocar o cliente no centro, isso não pode acontecer apenas na etapa de pós-vendas, isso deve ser pensado desde a pré-venda, no desenho do produto", explica Cesar Mór.

O formato adotado pela sala de vendas também se adaptou ao produto Poehma, com cultura e humanidade, e, principalmente, ao uso efetivo dos clientes. "Isso irá reduzir drástica-

mente o número de insatisfações na entrega do empreendimento. Simplificamos o processo: prometer o que vai ser entregue, e garantir que será entregue aquilo que é prometido", conta o sócio da Plátano.

Com esse modelo de negócio, a Plátano e o Poehma se consolidaram no mercado de turismo e multipropriedade de Gramado. "Contribuímos decisivamente na construção do sucesso das marcas Liberhaus e Poehma Lago Negro é um orgulho para a Plátano. Mais um grande sucesso nas nossas histórias", celebra ele.

Conheça os novos profissionais da Plátano

A expectativa da Plátano com a chegada dos profissionais Erick Grativol e Rafael Ribeiro é trabalhar, principalmente, na parte financeira, contábil e administrativa. Apoiado em um dos pilares da consultoria que é a transparência, pretendem agregar ainda mais aos processos gerenciais, controles e capacidade de entregar mais ferramentas gerenciais para os empreendedores, facilitando nas tomadas de decisão por parte dos executivos da empresa.



Erick Grativol

Com mais de quatro anos na multipropriedade, Erick é técnico em Contabilidade, graduado em Ciências Contábeis, pós-graduado em Controladoria e Finanças e pós-graduado em Gestão Financeira Empresarial e Estratégica. Na Plátano, como gerente financeiro, ele atuará na parte de controladoria, elaboração de orçamento, controle do que é previsto e o que vai ser realizado, além da validação das comissões.

"Embora a Plátano seja uma empresa nova, já possui confiança e know-how no mercado. Conheço a atuação de todos sócios, já trabalhamos juntos, mas quando vamos fazer uma mudança de carreira buscamos informações, e muitos profissionais qualificados querem trabalhar na Plátano".



Rafael Ribeiro

Com passagens pela Gramado Parks e Own Time Home Club, Rafael tem oito anos de experiência no mercado de multipropriedade imobiliária e possui uma ampla bagagem em back office e administrativo de salas de vendas. Graduada em Administração e Processos Gerenciais, ela será gerente administrativo na Plátano Consultoria.

"Trago essa bagagem e visão do incorporador imobiliário. Entendo o que a incorporadora necessita e vejo essa visão na Plátano, de se preocupar com o incorporador, de entregar de ponta a ponta do negócio, de cuidar do cliente e do empresário. Trago também esse viés financeiro, controladoria, gestão de custos e fluxo de caixa".



GR GROUP INVESTE EM INOVAÇÃO E CONSOLIDA VENDAS ON-LINE

Frente digital reestruturada durante a pandemia supera metas e ultrapassa projeções comerciais do grupo para 2022

Durante a pandemia, o mundo enfrentou muitos efeitos negativos em diversos setores da economia, e com o turismo não foi diferente. Alguns efeitos foram mais desafiadores e outros impactaram de forma muito positiva, trazendo como aliada a tecnologia e suas soluções.

Foi o caso do GR Group, que, durante esse período, investiu em inovação, estruturou o time on-line e acelerou seu núcleo de vendas remotas geradas por campanhas digitais. Tudo isso complementando a multidisciplinaridade entre equipes que trabalham em sinergia em todos os canais. Este é um dos pilares do grupo que busca manter a linearidade de ponta a ponta com qualidade de atendimento na oferta de férias completas.

O Núcleo Marketing de Performance tem dado todo respaldo para o modelo de negócios de Inside Sales, que é a venda realizada de dentro da empresa, aproveitando-se da tecnologia para desenvolver campanhas digitais com o objetivo de nutrir o setor comercial. Com isso, a distribuição, o gerenciamento e a avaliação dos investimentos nas mídias digitais tornaram-se mais assertivos, possibilitando a análise do desempenho de cada campanha e suas métricas específicas.

Utilizando diferentes recursos e plataformas de Marketing Digital, foi possível otimizar as campanhas, gerir as demandas e levantar dados com o objetivo de acelerar a performance e os resultados na frente digital. Assim, o impacto do crescimento nas vendas on-line tem sido extremamente positivo desde o início da implantação e do desenvolvimento deste setor, em meados de março de 2020.

Hoje, as vendas realizadas por meio do digital representam 12% de todo o VGV do GR Group, que incluem os produtos de multipropriedade e de clube de férias. Resultados positivos provocados pela pandemia, que acelerou o processo do contato exclusivamente digital.

Em 2022, os números continuam com grande exponencial. Exemplo disso é o aumento de 125% do VGV

no primeiro trimestre deste ano em comparação com os dados de 2021 nos produtos do GR Group. Ações de treinamento direcionadas e personalizadas para as equipes on-line e de gestão refletiram positivamente nos resultados alcançados. No trimestre, o time de vendas de multipropriedade atingiu 101% a meta estipulada, com aumento de 136% do VGV em comparação com o primeiro trimestre de 2021.

Quanto à comercialização do Clube de Férias, o Wyndham Club Brasil, o aumento das vendas on-line do primeiro trimestre de 2022 em comparação a 2021 foi de 136% no VGV. Agora, após a consolidação do time on-line, o GR Group tem como meta ampliar o setor para absorver novos empreendimentos e produtos a serem ofertados decorrentes da expansão dos negócios.



Workshop Vendas Digitais

Com o objetivo de apresentar os resultados da frente on-line, o GR Group realizou, no início de maio, um Workshop de Vendas Digitais reunindo lideranças para alinhar estratégias e apresentar dados sobre a comercialização de multipropriedade, clube de férias, hospedagem e parque aquático, como também o plano de ação para o novo trimestre.

O Diretor de Marketing e Vendas, Rodrigo Martins, explanou sobre o impacto da pandemia no perfil de consumo, destacando as tendências de mercado no setor do turismo. Ressaltou também a importância de contar com uma liderança atualizada e atenta para implementar novas tecnologias, com foco na inovação dos métodos de comercialização dos produtos, buscando assertividade na venda.



Gestores frentes Comercial, Marketing, Pós-vendas e On-line

Intercâmbio GR

Lançado no mês de março pelo GR Group, o Programa de Intercâmbio, da frente GR Educa, foi desenvolvido para ampliar a aprendizagem entre os times de vendas e trocar experiências entre os empreendimentos de outras regiões e parceiros.

Leandro Brittes, coordenador GR Educa, destaca que a ideia principal é multiplicar talentos e desenvolver habilidades compartilhando os conhecimentos. A vertente educacional do grupo vem muito forte promovendo capacitação e mentoria.

Na primeira etapa, os consultores Mariana Oliveira (closer) e Victor Peixoto (liner), que atuam na frente de vendas clube de férias do Wyndham Club Brasil na sala de Natal (RN), foram selecionados para um intercâmbio nas salas no interior

do estado de São Paulo - uma dentro do Wyndham Olímpia Royal Hotels e a outra dentro do Barretos Country Thermas Park.

Em maio, foi a vez de Adriano Cunha deixar Caldas Novas (GO), onde atua como gestor na sala de vendas e fazer o mesmo percurso para, na prática, perceber as diferenças e questões regionais, com os panoramas e particularidades de outra localidade. "A troca de experiências com outras salas e gerentes também mostra as novas tendências e inovações trazidas pelo GR Group para sacudir e expandir o mercado brasileiro de multipropriedade e clube de férias", disse.

O vice-presidente de Marketing e Vendas, Rodolfo Rezende, endossou que com Programa de Intercâmbio o GR Group ganha maior abrangência nas estratégias comerciais, além de contribuir com a evolução e o crescimento de seus prestadores e colaboradores.



Leonardo Thomas, Rafael Molina, Rodolfo Rezende (acionista e Vice-Presidente), Adriano Cunha e Rodrigo Martins



O QUE FAZ O PIS E COFINS NA HOTELARIA SER MAIS COMPLEXO?

Grupo Mapah esclarece como esses tributos devem ser calculados corretamente



Uma das agendas mais importantes para as empresas brasileiras é a da Reforma Tributária, já que a carga de impostos no país, além de alta, é extremamente complexa. Existem dois tributos que todas empresas devem recolher e que, pela sua natureza e semelhança, causam dúvidas na hora da apuração. São eles o PIS (Programa de Integração Social) e a COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social).

As complexidades desses tributos ficam ainda maiores para o segmento de hotelaria, que utiliza várias legislações diferentes. O sócio do Grupo Mapah, Marllon Terra, explica como o PIS e a COFINS incidem em hotéis e resorts.

"Atualmente, o PIS e COFINS são os tributos mais difíceis de apurar, principalmente no ramo de hotelaria, uma vez que existem muitas variáveis que podem tornar o processo de apuração complexo.", afirma Marllon.

O sócio da Mapah esclarece que a apuração dos tributos envolve uma série de legislações específicas que devem ser avaliadas pelo profissional responsável pelos cálculos do PIS e COFINS. "Erros de apuração podem trazer contingências enormes para a empresa. Em uma fiscalização pela Receita Federal isso pode gerar autuações, como multas ou penalidades, além do próprio pagamento indevido, que pode ser um prejuízo para a organização".

Tributos federais, PIS e COFINS seguem dois regimes para a tributação na hotelaria (cumulativo e não cumulativo): um para vendas de diárias hoteleiras e outro para vendas de A&B. A alíquota sobre as receitas referentes a venda de diárias é 3,65% (0.65% de PIS e 3% de COFINS). Já para A&B os tributos incidem em 9.25% (1,65% de PIS e 7,6% de COFINS).



PIS e COFINS também podem gerar créditos na Receita Federal

“Em contrapartida, é uma possibilidade o cálculo para pagamento a maior. Ou seja, a empresa está pagando mais PIS e COFINS do que deveria e é aí que aparecem as oportunidades de crédito, que é a possibilidade de reaver o montante pago erroneamente.”, conta Marllon.

Ele revela que o Grupo Mapah já trabalhou com grandes redes hoteleiras e descobriu alguns casos de recuperação de crédito. “A empresa estava apurando um montante de crédito e quando realizamos a apuração nos deparamos com um número significativo. O que inclusive gerou uma oportunidade para diminuir o valor a pagar para frente e também recuperar valores pagos no passado, referentes aos últimos cinco anos”. O sócio da Mapah ressalta ainda a importância do alto grau de conhecimento sobre as legislações que o profissional que faz a apuração dos tributos deve ter.

“Uma avaliação tributária deve identificar se a empresa não está utilizando os créditos permitidos pela legislação, que por sua vez é uma legislação que mudou nos últimos anos. É uma lei de 2002 que, ao longo desse período, sofreu várias alterações, inclusive com a interpretação da tomada de crédito.”.

De acordo com Marllon, antes de 2002, a apuração do PIS e COFINS era mais simples. “Apurávamos o valor da alíquota com base na receita, não havia muito segredo nesse sentido.”. No entanto, desde 2002, além da receita que gera débito, também passou-se a apurar os créditos envolvidos na operação. A partir daí, mudou-se todo o conceito de apuração, o que tornou o processo de PIS e COFINS mais difícil de fazer”, esclarece.

Ele também ressalta que com a nova legislação, a alíquota que era de 3,65% passou a ser 9,25%. “Vários segmentos entre eles a hotelaria, reivindicaram ao Governo Federal para que uma parcela da receita continuasse no regime anterior. Hoje a hotelaria tem várias receitas, de diárias e de natureza de A&B. As vendas referentes às diárias são apuradas conforme antes de 2002, sob uma legislação específica. Já A&B obedece à lei posterior a 2002”.

O cenário para apuração do PIS e COFINS deverá melhorar nos próximos anos, se o Governo Federal conseguir realizar a Reforma Tributária. Pela Projeto de Lei, haverá uma simplificação dos tributos, por meio de um rearranjo que unificará os dois impostos.



► Marllon Terra

Sobre a MAPAH









Com mais de 20 anos de atuação, a Mapah é uma empresa que nasceu em Goiânia focada nos serviços em auditoria, contabilidade consultiva e consultoria para negócios. Com um vasto portfólio e soluções reais para os clientes, trabalha para atender às demandas mais complexas de efetiva, transparente e legal.

Com atuação em todo o território nacional, sete unidades pelo Brasil e mais de 400 colaboradores, já atendeu mais de 2.000 clientes de todos os portes e segmentos de mercado. O corpo técnico constantemente atualizado e o time de sócios com conhecimento multidisciplinar estão à disposição para o melhor atendimento ao cliente.

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**



www.multiclubes.com.br

OPORTUNIDADES PARA COMPLEXOS TURÍSTICOS IMPLANTAREM **ESG**

Defendendo que a sustentabilidade nas empresas deve ser encarada como planejamento estratégico e não uma escolha ideológica, a consultora de sustentabilidade Patrícia Sá falou sobre "Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - Importância para o setor de parques e atrações", em webinar realizado pela Adibra (Associação Brasileira de Parques e Atrações, no dia 18/05.

A consultora explicou sobre o conceito ESG (Ambiental, Social e Governança Corporativa) e oportunidades de implementar a sustentabilidade dentro dos negócios. "Não existe a possibilidade em sustentabilidade apenas com a natureza, mas também pensar nas pessoas e no econômico, senão a conta não vai fechar".

Ela mencionou que o turismo sustentável, de acordo com Organização Mundial de Turismo, deve atender as necessidades dos turistas e da comunidade do destino, gerando desenvolvimento e transformação social positiva, contando com quatro princípios: preservação ambiental, equidade social (oportunidade para todos e geração de empregos), eficiência econômica (fazer com que a comunidade também seja beneficiada pela geração de riqueza do turismo) e respeito a cultura local (incorporar elementos da cultura local nos projetos).

Para Patrícia, os riscos de uma empresa não adotar a sustentabilidade, além de questões legais como multas, processos e indenizações, são: danos para a reputação da marca, boicote dos clientes, perda de investidores, afastamento de parceiros de negócios e prejuízos financeiros diretos. Porém, há benefícios para empresas sustentáveis: valorização da marca, fidelização de clientes e talentos, possibilidade de receber premiações e certificações, tornar atraente para parceiros, proteção financeira e acesso mais fácil ao crédito.

A palestrante citou os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Organização das Nações Unidas) para que as empresas de todos os segmentos analisem como podem implementar a sustentabilidade em seus negócios. "Há itens que não cabem para algumas empresas, mas para outras sim. Talvez a sua empresa não consiga cobrir todos os ODS, mas é uma oportunidade, para entender o que já está fazendo e o que pode fazer mais", afirmou. As ODS podem ser conferidas no site: www.odsbrasil.gov.br

NOVOS RUMOS PARA A MULTIPROPRIEDADE

Conheça o Grupo Natos, responsável pelos dois maiores empreendimentos de multipropriedade do Brasil

A 10ª edição do Adit Share está acontecendo e, com ele, abrem-se as portas para muita inovação no setor da Multipropriedade.

Em se tratando de Multipropriedade e inovação, o **Grupo Natos** é um grande destaque. A primeira administradora e gestora profissionalizada de multipropriedade do Brasil é pioneira em governança corporativa, compliance e gestão integrada no mercado de **multipropriedade**. Com uma gestão independente, a Natos consegue trabalhar com qualquer comercializadora de cotas imobiliárias, o que garante a transparência do processo e independência no pós vendas.

Apostando no **futuro compartilhado**, a empresa é responsável pela construção de 169.600,96 m² em propriedade compartilhada e possui 72.135 clientes.

A Natos é a administradora de carteira das **duas maiores incorporações** de Multipropriedade do Brasil; o Olímpia Park Resort, que conta com 13.792 proprietários, e o Solar das Águas Park Resort, com 23.504 proprietários.

O **Olímpia Park Resort** é o maior empreendimento de multipropriedade turística e de cotas em pleno funcionamento no Brasil.

Entregue dentro do prazo, totalmente mobiliado e equipado, é um empreendimento completo para que os clientes possam desfrutar de cada momento de suas férias.

O **Solar das Águas Park Resort**, o maior resort de São Paulo em número de apartamentos, é um dos destinos das visitas técnicas realizadas durante o fórum. O resort, que conta com com 1.000 suites novíssimas e amplas, proporciona muito mais lazer aos seus hóspedes. Ele possui piscinas de águas quentes e frias, brinquedos aquáticos, brinquedoteca e quadras esportivas. Também é oferecido o traslado para o Thermas dos Laranjais, o parque mais visitado da América Latina e 4º mais visitado do mundo.

Com tanto conhecimento e experiência em mãos, o Grupo Natos é um importante player do Adit Share que está contribuindo para um grande desenvolvimento do setor de férias compartilhadas.

Não se esqueça:
futuro bom é futuro compartilhado!

Solar das Águas
Olímpia-SP

Solar das Águas
Park Resort



Atendimento
Personalizado 24h

Infinitas
possibilidades
de intercâmbio

Melhor Brinde
de Fechamento

Fidelização de Clientes

Melhor
custo-benefício

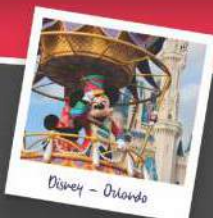
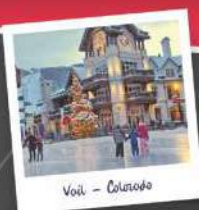
Clube de
Vantagens

Os Melhores
Destinos

Faça parte desta
PARCERIA DE SUCESSO!

Como os parceiros de multipropriedade da Compartilha Club
ELIMINARAM OS PROBLEMAS COM INTERCÂMBIO?

Converse com um de nossos especialistas e descubra!



+de 1 milhão de destinos em
todo o mundo

Seja você também um afiliado!

Intercâmbio



Hotéis



Ingressos



Passagens Aéreas



Casas de Temporada



Cruzeiros



Locações de Carros