

#40 DEZEMBRO/2022

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

GR GROUP

GR GROUP

GROUP

GR

2023 já começou para o GR GROUP

Nova sede GR Group - Goiânia/GO

New Time abre sua centésima
sala de vendas no Bali Park Resort

GAV Resorts lança dois
resorts no Nordeste

Entrevista com Cristiano Santiago
Vieira, sócio da SurfLand Brasil

Venha para a cidade da
DIVERSÃO!





Cortesia para

2 CRIANÇAS
de até
12 ANOS



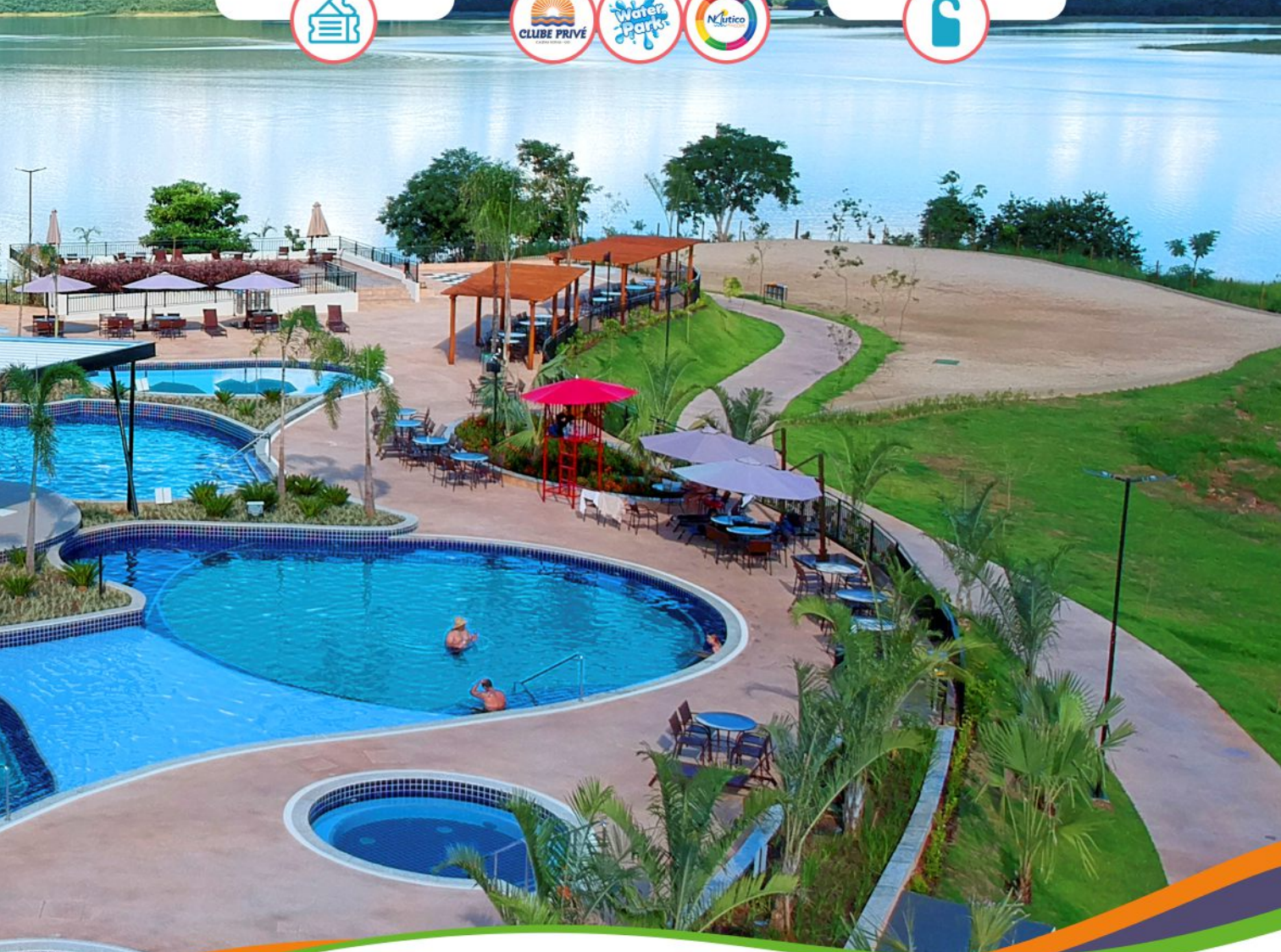
Acesso

GRATUITO
e **ILIMITADO**
aos 3 parques
aquáticos



Transfer

HOTEL
PARQUE
HOTEL



FAÇA SUA RESERVA

0800 620 7575



@privehoteiseparques

www.privehoteiseparques.com.br



PRIVÉ

Hotéis & Parques



Capa 18

2023 já começou para o GR Group



Página 06

Entrevista com Cristiano Santiago Vieira, sócio da SurfLand Brasil e SmartShare



Página 12

Chaud Properties apresenta case de comercialização do Kempinski Laje de Pedra



Página 22

InCasa Residence Club terá mudança no design e desempenho dos ambientes para maximizar experiência exclusiva para a família



Página 24

Hot Beach Residence Club inaugura sala de relacionamento exclusiva para clientes



Página 28

GAV Resorts domina o Nordeste



Página 32

New Time abre sua centésima sala de vendas no Bali Park Resort

TECNOLOGIA

10 Desbravador lança software Multipropriedade

NEGÓCIOS

14 Tradeon apresenta sua expansão no mercado de vacation ownership

GESTÃO

16 Credlar Vacation completa um ano de operação em Praia Grande-SP

ARQUITETURA

26 Arquitetura X produtividade e eficiência, por Milton Filho

MERCADO

30 IBIOBI Smart Club, o vacation club mais flexível do mercado

DIREITO

34 Nova Lei facilita transferência de imóveis sem escritura

PARQUES

36 Novos parques e atrações marcam 2022

SOCIAL

38 Confira os principais eventos da multipropriedade e timeshare nos últimos meses

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



Multipropriedade, Fractional ou Vacation Club

A Solução completa para o seu negócio está aqui!

- Estudo de viabilidade econômica e mercadológica;
- Desenvolvimento do produto;
- Plano estratégico de marketing, vendas e pós venda;
- Desenvolvimento de lideranças;
- Recrutamento, seleção e capacitação para todas as áreas;
- Acompanhamento e gestão de equipes;
- Gestão de processos e controles de gestão por indicadores dinâmicos;
- Assessoria técnica e fiscal;
- Auditoria.

Recursos financeiros com empresas parceiras para:

- Cash Flow negativo;
- Antecipação de recebíveis;
- Equity.



www.tcbrasil.com.br

11 4702-3404 / 4702-3405 / 97509-0330 

  /tcbrasil.consultoria

Quebrando paradigmas na multipropriedade

Sócio da Surfland Brasil, clube e resort no modelo de multipropriedade em construção em Garopaba (SC), Cristiano Santiago Vieira também é um dos executivos mais experientes neste segmento no Brasil. Com a visão de desenvolver um novo modelo de negócio na multipropriedade, juntamente a seus sócios da comercializadora SmartShare, ele entrou no projeto da Surfland Brasil, que traz para o país uma piscina de ondas com tecnologia da Wavegarder 2.0, formatando uma maneira inédita de fazer marketing e vender, trazendo resultados surpreendentes, com baixas taxas de distratos e inadimplência.

Nesta entrevista, Cristiano conta como foi o processo disruptivo dentro da Surfland Brasil, os desafios de implantar essa nova visão na multipropriedade, o projeto de expansão da Surfland Brasil e sobre a gestão hoteleira e entrega da experiência no resort.



Cristiano Santiago Vieira

A Surfland Brasil e a Smartshare provaram que é possível vender multipropriedade pela internet, ter baixas índices de distratos e inadimplências, e carteira de recebíveis saudável. Vocês sentem que estão quebrando paradigmas no mercado de multipropriedade?

Estou nesse mercado desde 1994, peguei todas as transformações, a Abitec (Associação Brasileira da Indústria de Tempo Compartilhado), o surgimento da ADIT Brasil (Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil), a Lei Geral do Turismo, a Lei da Multipropriedade e, agora, a Abrotec (Associação Brasileira dos Operadores de Tempo Compartilhado, na qual Cristiano é um dos fundadores). Nós sempre lutamos para fazermos uma indústria mais adaptada a realidade do país e passamos por grandes aprendizados. Nossa escola veio do modelo argentino e mexicano, muito voltado para atender aos turistas, e fizemos nossas adaptações. Hoje, há uma grande mudança de cenário. Antigamente, quando tínhamos contratamentos ou reclamações, os clientes procuravam os jornais e revista, porém, impactantes, mas de pouca relutância,

afetando o mercado de forma pontual. E claro, passamos por problemas com a imprensa, pelo ineditismo do negócio e falta de regulamentação.

Hoje, temos um cenário completamente diferente, com o acesso à informação muito mais rápido e mais completo. Ou seja, com o advento da internet, temos grupos e redes sociais, então, há a necessidade de se fazer uma indústria diferente. Enquanto as empresas se preocupavam com o formato digital como um problema, nós entendemos como uma evolução natural, por isso, lançamos a Surfland Brasil 100% digital. Então, somos disruptivos, mas não ignoramos a experiência e histórico do que já aconteceu e buscamos fazer diferente as partes que não deram certo.

A união dos sócios da Smartshare (Cristiano, Jeferson Galha, Mário Flores e Douglas Beltrão) foi muito importante para consolidar esse processo. O Jeferson, Mário e Douglas não tinham experiência nem conhecimento do negócio multipropriedade, apenas como clientes. Cada um com uma expertise diferente e vontade de fazer dar certo, alinhados ao André Giesta (idealizador da Surfland

ENTREVISTA

Com Cristiano Santiago Vieira, sócio da Surfland Brasil e SmartShare

Brasil), que teve uma ideia genial e fantástica, e queria algo disruptivo.

Então, tínhamos um incorporador que ansiava pelo êxito da multipropriedade, mas conseguiu compreender que o modelo tinha barrigas financeiras e um fluxo que precisaria de um investimento inicial, além de entender que havia quatro dos sócios com ele que poderiam fazer essa diferença.

Muitos *players* não acreditam em nossas taxas de cancelamentos e inadimplência. Hoje, nossos índices estão na casa de um dígito, estamos com aproximadamente 7% de distratos e inadimplência em torno de 8%.

Acredita que um projeto de multipropriedade possa ser lançado 100% no digital hoje, replicando o modelo adotado pela Surfland?

Sem dúvida que pode lançar 100% na internet. Mas, na nossa concepção, não existe um produto hoje que possa ser vendido 100% digital. Ele tem que ter um ponto comercial, um atendimento direto, para ter uma capacidade maior de geração de *leads*. Lembrando que no digital, o custo do *lead* tem variações, além de uma estratégia de marketing versátil, inteligente e com investimentos assertivos.

É a estratégia que realizamos, começamos 100% digital e no momento que começou a aumentar a dificuldade de atingir o público-alvo, nos tornamos híbridos, com operações digitais e presenciais.

Porém, não posso simplesmente pegar um produto e falar assim, vou lançá-lo 100% digital. Temos que preparar o produto para vender no digital, formatar a estratégia de marketing e estar preparado para em algum momento migrar para o modelo híbrido.

Nós aprendemos muito e o digital requer que não fique estático. Tem que treinar a equipe para essas mudanças constantes. Nós optamos por não ter nenhum corretor nem ninguém da multipropriedade no digital, exatamente para quebrar paradigmas.



► Foto aérea da construção do empreendimento

Quais aprendizados e erros da Surfland Brasil nesses mais de três anos de lançamento do projeto?

Tivemos o acerto de investir em credibilidade no começo, trazendo força para a marca Surfland, juntamente ao Grupo Sall, responsável pelo *branding*, e os fortes embaixadores da Surfland do nosso lado. Também o André Giesta nos deu total liberdade para atuarmos como comercializadores, participando desde o desenho e ajustes do produto.

Não digo erros, mas falhas e aprendizados, pois fomos experimentando e corrigindo ao mesmo tempo, de forma rápida e ousada. Tivemos que ter uma velocidade de adaptações para o formato.

Uma outra dificuldade que tivemos, e faz parte desse processo disruptivo, foi sair de uma venda de impacto, com criação de urgência e necessidade de fechar na hora, e mudar o *mindset* para o digital, onde tem um *delay* de decisão do cliente. Em uma sala de vendas é normal ter 15 a 20 vendas em um dia, para mudar para um processo digital, com duas, três ou quatro vendas no dia. Mas no final do mês com apenas dois cancelamentos.

Este é um problema para todos os projetos de multipropriedade, pois, por mais que o incorporador não queira a venda de alto impacto, ele precisa de velocidade de vendas para formar a carteira. Como vocês trabalharam esse alinhamento da velocidade para formar a carteira, com as salas de vendas físicas e digitais na Surfland?

Hoje temos mais de R\$ 400 milhões comercializados e uma carteira extremamente saudável. Nós somos interessantes para as securitizadoras, elas nos procuram. Na maioria das vezes, as empresas de multipropriedade quando buscam os fundos imobiliários conseguem um capital muito caro para o mercado, por causa das taxas, garantias e altos índices de cancelamento que são comuns em nosso mercado. Nós entendemos isso e o Giesta também, de forma que não nos pressionou para formar a carteira e sim compactuou de buscarmos qualidade.

O que nos ajudou muito foi um lançamento muito forte, em que já saímos com 500 frações praticamente vendidas e começamos a fazer um trabalho de fidelização desses proprietários. Então, os clientes ficam satisfeitos vendo as obras acontecerem, os avanços, a piscina de ondas tomando forma.

Nós implantamos algumas estratégias do mercado imobiliário para o nosso produto também, como atualização de valores e viradas de lotes, proporcionando valorização. Além de atuarmos fortemente com vendas por indicação, o chamado "member get member".

Já em nossas salas físicas, atuamos com uma venda na base de argumentação e não pressão, eliminamos o *drop* de preço na mesa, por exemplo. Ou seja, criamos outros argumentos para a tomada de decisão. Isso torna a venda saudável, o cliente satisfeito e mantém os índices de cancelamentos baixos e isso fez total diferença.

ENTREVISTA

Com Cristiano Santiago Vieira, sócio da Surfland Brasil e SmartShare

Com surgiu o projeto de expansão da marca Surfland Brasil?

Desde o início, não pensamos em apenas um empreendimento Surfland Brasil. Claro, tínhamos que fazer as entregas primeiros. A primeira entrega foi a venda, e fomos bem-sucedidos. A segunda entrega é a experiência, e estamos trabalhando fortemente para isso e com nomes de peso no mercado.

Então, quando se entende que a primeira entrega é uma venda saudável, torna-se o processo mais simples, nossa régua de exigência bem mais rigorosa e a consolidação do resultado mais rápido. Assim, começamos a atrair os olhares do mercado para nossos resultados, entendendo que o nosso projeto era viável, e ainda conta com uma marca muito forte, a visibilidade que ganhamos com a piscina de ondas com tecnologia inédita no Brasil, os embaixadores da Surfland e a visão ousada do André Giesta.

É fácil imitar o nosso projeto, construir uma piscina de ondas e um resort, mas para ter sucesso teria que ter uma marca forte e consolidada, somada a expertise sobre a multipropriedade e surf, parceiros e embaixadores que são referências em suas áreas de atuação, uma estrutura de comercialização já formatada, saudável, séria e disruptiva. Bancamos a curva de aprendizado.

Então, pensar que é só começar do zero, como é o modelo de muitos projetos no Brasil, em que os empresários só olham para o VGV, sem fôlego financeiro para o início e no final, não conseguem entregar o que é prometido.

Podemos afirmar que somos uma startup, quase franquia, pois podemos replicar o formato da Surfland em outras regiões.

O que vocês levam em consideração para fechar negócio com incorporadores/terreneiros/investidores para os novos projetos de Surfland Brasil?

Em breve, poderemos ser mais claros sobre esses projetos de expansão, há muitos com memoriais de intenção assinados e projetos sendo desenvolvidos. Mas o primeiro ponto para o negócio evoluir e ter *fit* entre os empresários interessados e sócios da Surfland Brasil, e também com o projeto.

Estamos sempre trabalhando forte para sermos assertivos nos projetos futuros. Tudo deve ser analisado, pois são muitas variáveis para um projeto dar certo. Há a localização, se o destino conta com outras atrações agregadas, o cenário comercial e de mercado da região, pois não adianta colocar em uma cidade que não tem potencial de vendas. Mas, ao mesmo tempo, podemos fazer em uma região e ajudar a desenvolver o destino.

Outros pontos para serem analisados: quem entra com o capital, se o sócio quer ser apenas investidor do projeto, se entra apenas com o terreno, etc. Mas o primeiro é o *fit* entre as pessoas e depois com o produto.

A Surfland Brasil anunciou que entrará em operação em outubro de 2023. Por que optaram em contratar uma gestora



Sócios da Surfland Brasil: Mário Flores, André Giesta, Cristiano Santiago Vieira, Douglas Beltrão e Jeferson Galha

hoteleira para o empreendimento e não cuidar vocês mesmo dessa parte?

Na verdade, nós quisemos buscar um parceiro que tivesse a expertise de um hotel com clientes de multipropriedade, e sinergia com o ineditismo do nosso formato, além do pensamento de prosperar e seguir com a Surfland, e querendo fazer algo diferente.

Com inúmeras particularidades, o André definiu a Livá para a hotelaria. Então, é "cada macaco no seu galho". Nós não somos hoteleiros, ninguém do quadro societário e investidores conseguiria assumir a gestão do empreendimento com a excelência que buscamos entregar a nossos clientes.

Entregaremos a Surfland no ano que vem, focados em entregar uma experiência única para nossos proprietários. A Livá tem tido uma relação bem próxima conosco, pois estão empenhados em entregar o que vendemos.

Alguma consideração final?

Quero enaltecer a nova geração de profissionais, que é extremamente animadora e está se destacando nas salas de vendas, com uma mentalidade mais aberta e atualizada. Há pessoas que estão no mercado há mais tempo, como eu, e também estão sentindo essa necessidade das mudanças e fortalecimento de nossa indústria. E isso foi o que aconteceu na união com meus sócios, juntamos pessoas de outros segmentos e utilizamos a multipropriedade como referência para fazer algo disruptivo.

Ser disruptivo significa não se contentar com 40% de cancelamento, não achar normal que o profissional tenha que atravessar a rua quando encontra o seu cliente, que foge das redes sociais para o cliente não o encontrar.

Nós queremos o contrário, estar próximo do nosso cliente o tempo todo, e que esse proprietário feliz nos indique mais potenciais compradores. Isso é extremamente positivo para nós e consolidou a primeira entrega: VENDAS.

E reiterar que o sucesso foi o conjunto: ousadia, coragem e a ideia do André Giesta, somados a união e sintonia de quatro profissionais sérios, com credibilidade e multidisciplinar que sou eu, o Mário, Jeferson Galha e Douglas.



MULTI PROPRIEDADE by DESBRAVADOR®

**AUTOMATIZE E CENTRALIZE A OPERAÇÃO
DE TODAS AS ÁREAS EM UM ÚNICO SOFTWARE**

Um sistema **completo, integrado e inteligente.**

Engloba a organização, controle e gerenciamento, tais como:

- ✓ de proprietários, contratos, cotas e semanas;
- ✓ do condomínio, das unidades habitacionais e reservas;
- ✓ Fiscal, Financeiro e Contábil;
- ✓ de alimentos e bebidas;
- ✓ de hospitalidade.

Poderá contemplar outras ferramentas, como, por exemplo:

- ✓ Reservas online;
- ✓ Channel Manager;
- ✓ Business Intelligence.

○ **Multipropriedade é flexível
e adaptável** às regras do negócio.

Entre em contato e solicite uma demonstração.

✉ vendas@desbravador.com.br ☎ (49) 3321 0900



BRASIL



INTERNACIONAL

Onde você encontra a Desbravador

Boca Raton – FL – EUA
Brasília – DF
Buenos Aires – ARG
Chapecó – SC
Ciudad Del Este – PY
Curitiba – PR
Florianópolis – SC

Fortaleza – CE
Foz do Iguaçu – PR
Maceió – AL
Porto Alegre – RS
Porto Seguro – BA
Salvador – BA
São Paulo – SP





— MULTI —
PROPRIEDADE
by DESBRAVADOR®

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA PARA MULTIPROPRIEDADES

O **MULTIPROPRIEDADE** É UM SOFTWARE DE ALTO DESEMPENHO PARA GESTÃO INTEGRAL, EFICAZ E INTELIGENTE DE PROPRIEDADES COMPARTILHADAS

DESBRAVADOR SOFTWARE DE GESTÃO

Atrair inovação, originalidade e alta tecnologia nos torna referência no desenvolvimento de software há quase 35 anos.

Nesse tempo, transformamos o mercado, aprimoramos processos e criamos soluções para atender com excelência grandes redes, hotéis, pousadas, hostels e multipropriedades, restaurantes e lojas, postos de combustíveis e lojas de conveniência.

Esses setores somam mais de 3.500 clientes nacionais e internacionais, presentes em 10 países, que são: Brasil, Argentina, Bolívia, Estados Unidos, Itália, México, Paraguai, Peru, Portugal e Uruguai.

Desbravar está no nosso nome e na nossa essência, por isso, impulsionar constantes evoluções sempre será o plano para o futuro.

TECNOLOGIA PARA MULTIPROPRIEDADES

Nossa expertise em inovação para o setor hoteleiro nos coloca também como pioneiros no mercado de multipropriedades.

Para o nicho de imóveis de uso compartilhado, identificamos uma latente demanda e idealizamos um *software* completo, integrado e inteligente.

A efetividade do sistema é demonstrada em números. Como resultado de um único cliente, atualmente geramos mais de R\$ 6 milhões, em valor de condomínio.

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES DO SISTEMA

O Multipropriedade organiza, controla e gerencia todas as áreas que envolvem a operação dessas segundas residências. Tudo isso com agilidade, segurança e flexibilidade, pois pode ser adaptado para diferentes modelos de negócios.

CONHEÇA ALGUNS DOS RECURSOS DE GESTÃO DO MULTIPROPRIEDADE

Proprietários - Área completa com todas as informações relativas aos clientes. Inclui dados e informações pessoais, classificação como proprietário, procurador, favorecido ou beneficiário, assim como contratos e documentos, com detalhamento das características do bem adquirido.

Unidades habitacionais - Essa funcionalidade permite a realização de cadastros detalhados de todos os imóveis dispo-

níveis e a classificação conforme as categorias das unidades.

Salas comerciais - O controle das salas ocorre da mesma maneira que a utilização de UH's, sendo possível efetuar reservas e controlar as demandas.

Garagens - Na gestão de garagens, tem como cadastrar uma ou mais vagas e associar veículos para a utilização dos espaços.

Ambientes comuns - A administração dessas estruturas, o controle de uso e a distribuição das despesas também podem ser realizados via sistema.

Cotas - Permite o acompanhamento detalhado das unidades, pessoas relacionadas e tipos de cotas adquiridas, assim como a categorização, por exemplo, o ouro, a prata e o bronze. Além disso, dá acesso às reservas e histórico financeiro.

Orçamentos - É uma previsão das despesas futuras do condomínio baseada nos custos dos meses anteriores. É com base na previsão orçamentária que é atualizado o valor da taxa condominial.

Fiscal - O sistema está habilitado para atender todas as obrigações fiscais de âmbito Federal, Estadual e Municipal.

Desde a apuração dos impostos até a geração dos arquivos EFD's.

Taxa de condomínio - O sistema está preparado para fazer a gestão e a geração das taxas condominiais de acordo com as regras estipuladas nos cadastros dos produtos, cotas, UHs e devidas associações às pessoas.

Títulos a receber e a pagar - Dentro do módulo Financeiro,

é possível controlar e integrar os títulos a receber e a pagar, assim como gerar e-mails transacionais para lembrar aos condôminos os vencimentos dos títulos.

Reservas de proprietários - O sistema de gestão de reservas centraliza as solicitações do proprietário. Ele poderá utilizar o período escolhido, disponibilizar a semana para o pool de venda ou repassar o direito de uso a uma intercambiadora.

Controle das semanas - Essa funcionalidade simplifica o controle das semanas, que são classificadas como: super alta, alta, média e baixa temporada. Também organiza os direitos de escolha de períodos antes ou depois de outros proprietários, conforme o produto contratado.

Relatórios completos - Todos os módulos geram documentos detalhados para análises profundas do negócio. Esses relatórios podem ser acessados de forma online e distribuídos para todos envolvidos de diferentes equipes. Com uma visão geral do negócio, novas estratégias poderão ser traçadas, assim como novas metas podem ser estabelecidas por condomínio, por pool e por condomínio e pool.

PORTAL DO CONDÔMINO

Um dos diferenciais do Multipropriedade é disponibilizar uma ferramenta exclusiva para os multiproprietários.

Algumas facilidades:

- Possibilita o acesso a toda a documentação, contratos, escrituras, IPTU;
- Facilita a consulta aos períodos já utilizados e aos disponíveis, permite fazer as reservas do imóvel adquirido ou liberar para a *pool* hoteleiro, ou para a intercambiadora;

- Dá acesso a todo o histórico e dados financeiros, títulos a pagar e a receber e proporciona a inclusão de comprovantes de pagamentos.
- Viabiliza que a administradora inclua toda a prestação de contas do empreendimento para consulta dos condôminos.
- Propicia a realização de assembleias online, garantindo assim a participação de todos os proprietários nas tomadas de decisões.

Além dos recursos do Multipropriedade e do Portal do Condômino, é possível integrar ao sistema outras ferramentas para melhorar ainda mais a performance do negócio.

Reservas online: Solução inteligente para as reservas via internet. Atualiza em tempo real as disponibilidades, reservas e tarifas.

Channel manager: Um sistema para gerenciar os principais canais de vendas diretas e de distribuição da internet. Além disso, é uma ótima oportunidade de aumentar a presença em grandes e-commerces de viagens.

Business Intelligence: Esse recurso transforma dados em informações compreensíveis e *insights* estratégicos para tomadores de decisão.

Google Hotels: A Desbravador e o Google se uniram para impulsionar ainda mais a expansão do mercado hoteleiro. Por

meio de uma plataforma sem custos extras, é possível ter o hotel na página principal do Google Hotels.

A modalidade de investimento coletivo atrai novos adeptos todos os dias. Aproveite o momento de expansão para automatizar e integrar todas as áreas do seu negócio com um software de alta tecnologia.

Entre em contato para receber uma demonstração completa e conhecer todas as vantagens do Multipropriedade.



desbravador.com.br
vendas@desbravador.com.br
(49) 3321 0900

CHAUD PROPERTIES apresenta case de comercialização do Kempinski Laje de Pedra

Em parceria com o empreendimento em Canela, a consultoria desenvolve um modelo exclusivo de vendas para o mercado de luxo e turismo imobiliário



Projeto de revitalização do Hotel Laje de Pedra, localizado em Canela-RS

O Kempinski Laje de Pedra, em Canela (RS), inaugura um novo paradigma no mercado de turismo imobiliário no Brasil. Além de trazer para o Brasil o primeiro Kempinski da América do Sul, uma das marcas mais importantes na hotelaria de luxo mundial, o projeto une o padrão de serviço europeu com a revitalização de um ícone local, o Hotel Laje de Pedra, e através da consultoria da Chaud Properties, desenvolve uma nova abordagem para a comercialização das Kempinski Residences.

Para as vendas das unidades, no formato fracionado ou integral, o modelo desenhado pela Chaud Properties e Kempinski Laje de Pedra une venda de relacionamento, tecnologia imersiva com o espaço Laje Xperience e tours guiados pela galeria de arte.

Com mais de 30 profissionais atuando na operação comercial, o Kempinski Laje de Pedra inaugurou em 2021 o

Laje Xperience, um espaço de antecipação de experiência. Com abertura do empreendimento prevista para 2026, os clientes já podem viver o futuro hotel em um complexo que une arte, cultura e alta gastronomia. O local, que abrigará um dos melhores hotéis de montanha do Sul, apresenta atualmente ao público um restaurante, além de uma programação cultural com concertos musicais e exposições artísticas que contam a história e o legado do antigo hotel, as belezas naturais da região - traduzidas pelo olhar de grandes nomes da arte e do design brasileiro.

Consultoria especializada na formatação e comercialização de produtos turísticos e imobiliários de luxo e alto padrão, bem como na capacitação de profissionais voltados para projetos nesse nicho, a Chaud Properties é um braço de negócios da TUDO Desenvolvedora de Negócios, empresa especialista em gestão e vendas de multipropriedades.

Mercado de luxo exige uma consultoria especializada

A CEO da TUDO e Chaud Properties, Adriana Chaud, explica o trabalho desenvolvido no Kempinski Laje de Pedra e sobre o desenvolvimento desse braço de negócio voltado para o mercado de luxo.

Como surgiu esse braço de negócio da TUDO, a Chaud Properties? O que diferencia a TUDO e a Chaud Properties?

Com o posicionamento da TUDO como Desenvolvedora de Negócios, surgiu a necessidade de atender a demanda de um cliente no segmento de luxo. Apesar de muitos projetos se auto intitulem de alto padrão e luxo, são pouquíssimos os que realmente se encaixam neste nicho. Sendo um produto de público específico, que exige diferentes formas de operar e vender, veio a necessidade de entregar uma consultoria à altura, que atenda esta parcela dos projetos.

A TUDO atende todos os tipos e tamanhos de projetos, enquanto a Chaud Properties é especialista em mercado de luxo, com equipes, treinamentos e produtos específicos do nicho.

A Chaud Properties enxerga muitas oportunidades dentro do segmento de multipropriedade para o mercado de luxo?

Por definição, o mercado de luxo é exclusivo, raro e de acesso restrito. Desta forma, a escala dos produtos é menor, todavia, nossa empresa está pronta para atender outros projetos que cumpram os critérios e se encaixem no segmento de alto padrão.

Com a pandemia, o foco passou a ser “ter experiência e não a propriedade” e, apesar de a multipropriedade ser voltada para classe média, esse conceito está expandindo para o nicho mais exclusivo.

É uma venda mais complexa, por se um público mais qualificado, e que tem gatilhos específicos, que procuram exclusividade, onde atendimento e entrega são diferenciais, daí a importância de uma Consultoria especializada nesse tipo de comercialização.

Outro fator que proporciona novas oportunidades nesse mercado de luxo foi a regulamentação do mercado através da Lei 13.777/18, que facilitou a entrada de hotéis 5 estrelas e outros empreendimentos de luxo no mercado da multipropriedade, que não se aventuravam por questões jurídicas.

Como a Chaud Properties atua no Kempinski Laje de Pedra?

O Kempinski Laje de Pedra desenvolveu um produto singular e único e, para tal, conta com várias empresas específicas e renomadas dedicadas a essa formatação de produto e

modelo exclusivo. No quesito vendas realizadas no showroom conta com a gestão a quatro mãos da diretoria e Chaud Properties. Vendas externas estão sob a gestão de outra empresa, que conta com nosso apoio quando precisa de algum reforço no showroom. Sem dúvidas, esse projeto inaugura um novo paradigma no mercado de turismo imobiliário no Brasil.

Como o Kempinski Laje de Pedra é um empreendimento voltado para o público AAA, diferente da multipropriedade convencional, quais as diferenças e desafios na comercialização?

O formato é completamente diferente. Uma venda muito mais sutil, consultiva, em que se formam vínculos com os clientes, o que demanda treinamentos de produtos de luxo de outros nichos, treinamento de história e de arte, por exemplo, além de parte das vendas acontecerem em mais de um encontro pelo valor do tíquete médio.

Os profissionais são escolhidos a dedo, passam por extenso treinamento para entender nosso público, que são clientes que vão do A ao AAA, o que é diferente do convencional do mercado turístico imobiliário. É fundamental ter conhecimentos aprofundados não só do produto, mas também do mercado de luxo, de gastronomia e de arte, que são elementos que permeiam a apresentação e serão os grandes destaques do empreendimento quando for entregue.

Para ser parte da equipe é preciso excelente postura e apresentação pessoal, vocabulário mais formal, jogo de cintura para lidar com um público culto e muito exigente. Intimidade demais, brincadeiras exacerbadas e muito barulho não combinam com o ambiente de vendas para este público.



Equipe de vendas

TRADEON APRESENTA SUA EXPANSÃO NO MERCADO DE VACATION OWNERSHIP

ALÉM DO CASTELO DE ITAIPAVA VIP CLUB, CONSULTORIA INICIA OUTROS PROJETOS EM 2023 E CONTA COM PARCERIA EXCLUSIVA COM FUNDO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO, PARA AUXILIAR O INCORPORADOR A BUSCAR FUNDING

Com pouco mais de dois anos de fundação, a Tradeon, consultoria para gestão, vendas e pós-vendas em multipropriedade e timeshare, através de resultados e fortes parcerias para fechar novos negócios expande seus projetos, já contando com quatro salas de vendas ativas e mais outras para serem abertas em 2023.

Atualmente, a Tradeon conta com a parceria do vacation club do Castelo de Itaipava Eventos e Hotel, já tem assinado contrato para iniciar a comercialização do Samba Resort e outros projetos de multipropriedade deverão ser lançados em 2023, além de revelar acordos com fundo de investimentos e banco digital.

O primeiro projeto da Tradeon e seu principal case é o Castelo de Itaipava Vip Club, clube de férias do Castelo de Itaipava Eventos e Hotel. Lançado no final de 2020, hoje o programa de timeshare do Grupo conta com quatro salas de vendas, em Petrópolis (RJ), Búzios (RJ), Arraial do Cabo (RJ) e Foz do Iguaçu (PR), além de mais de 70 profissionais atuando (marketing, vendas, pós-vendas e *back office*).

O Castelo de Itaipava Vip Club tem uma grande importância na expansão da marca Castelo de Itaipava. Quando a Tradeon assinou o contrato com o hotel e iniciou as vendas dos produtos de férias, o Grupo contava com apenas o empreendimento em Itaipava, distrito de Petrópolis, na região serrana do Rio de Janeiro. Atualmente, o Castelo de Itaipava possui mais oito hotéis, adquiridos ou arrendados, mais três em Petrópolis, Búzios, Arraial do Cabo, Foz do Iguaçu, Blumenau (SC) e Salvador (BA).

O sócio-diretor da Tradeon, Cláudio Pereira Barbosa, explica que a Tradeon auxiliou e incentivou os sócios do Castelo de Itaipava a adquirirem novos empreendimentos, utilizando o timeshare para ajudar a viabilizar os negócios. “Os sócios não conheciam o modelo de vacation ownership. Fizemos a viabilidade e implantamos o timeshare”, conta ele. Hoje, o Castelo de Itaipava tem seu negócio focado em hotelaria, eventos e timeshare.

Resultados do timeshare

Os resultados nestes dois anos do Castelo de Itaipava Vip Club incentivam ainda mais a expansão da marca hoteleira. “Hoje estamos vendendo entre 2 e 3 milhões de Reais na soma de todas as salas”, revela Juliano Pereira, diretor da Tradeon.

De acordo com Marlucio Júnior, diretor comercial da Tradeon, não é apenas com na comercialização o sucesso do produto. A grande maioria dos clientes do clube de férias é o regional, estando em um raio entre 200 km e 250 km de Petrópolis. “Não temos taxa de manutenção, a utilização é rápida e com café da manhã incluso”, diz o executivo, que lembrou que com os novos empreendimentos, o Castelo de Itaipava Vip Club disponibiliza uma rede de intercâmbio interno para os associados.

A parceria com a intercambiadora de férias Compartilha Club também tem sido positiva para a Tradeon e Castelo de Itaipava. “Já disponibilizamos mais de 1500 diárias para serem intercambiadas pela Compartilha. O produto Castelo Vip Club funciona bem na Compartilha, pois tem um poder de intercâmbio bem alto, já que é um produto diferenciado”, afirma Débora Tristão, diretora administrativa e de pós-vendas da Tradeon.

O timeshare também tem sido um aliado da hotelaria do Castelo de Itaipava. Além das vantagens já conhecidas do modelo, como receita recorrente e antecipação de caixa, a Tradeon ressalta que há um incentivo para que os sócios do clube de férias utilizem seus pontos nos dias de semana, combatendo a sazonalidade da hotelaria.



Diretoria da Tradeon: Cláudio Pereira Barbosa, Débora Tristão, Juliano Pereira e Marlucio Júnior

PRIMEIRO RESORT TEMÁTICO DE SAMBA



Samba Resort, Rio das Ostras-RJ

Os sócios do Castelo de Itaipava entraram de vez no segmento de vacation ownership. Neste final de 2022, em sociedade com outros empresários, eles lançaram o Samba Resort, o primeiro resort temático de samba do Brasil, em Rio das Ostras, a aproximadamente 160 km da capital fluminense. No modelo de multipropriedade, o novo projeto também contará com a

consultoria da Tradeon. A primeira sala de vendas do Samba Resort é em um shopping center no Rio de Janeiro e os planos da consultoria é abrir outra em São Paulo para 2023.

Com 480 apartamentos, o Samba Resort conta com uma parceria exclusiva com a Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro. “Também teremos essa parceria com a Liga das Escolas de Samba de São Paulo”, conta Cláudio. “O Samba Resort é voltado para o mundo samba, quem torce para a Mangueira, irá comprar cota do quarto tematizado da Mangueira, e parte do valor será repassado para a escola de samba”.

Além desses projetos, a Tradeon confirma novos contratos assinados na comercialização de empreendimentos de multipropriedade, para serem lançados em breve, em Três Rios (RJ), Santos Dumont (MG), Juiz de Fora (MG), Tiradentes (MG), litoral norte da Bahia e na serra de Santa Catarina. Através de um grupo de empresários norte-americanos, vai comercializar propriedades de férias em Cancun, no México, e Miami, nos EUA. “Estaremos entre as quatro maiores consultorias do Brasil”, projeta o sócio da consultoria.

FORMAÇÃO DE EQUIPE E FUNDO IMOBILIÁRIO

A Tradeon destaca a sua força em formar novos talentos e equipes para seus projetos. Claudio afirma que mais de 90% dos profissionais contratados são novos no mercado. “Mas contamos com os pilares das salas de vendas, que são pessoas com experiência”, disse. “Temos profissionais que estão conosco desde o começo do projeto, há mais de 2 anos”.

Na captação de novos projetos, a Tradeon possui uma parceria com a RE/MAX, uma das maiores imobiliárias do mundo, que conecta a consultoria com investidores, incorporadores e empresários interessados no segmento de multipropriedade.

Para as incorporadoras parceiras, a Tradeon oferece uma maior facilidade para acessar *fundings*, já que possui um acordo com um fundo de investimento imobiliário, que possui uma linha exclusiva para multipropriedade.

Porém, a consultoria está formatando um projeto de utilizar um banco digital, em que otimizará os processos da operação. “O cliente ao adquirir o produto já terá a sua conta no banco aberta automaticamente, e o banco será o responsável pela cobrança das parcelas com débito em conta ou através da cobrança por boletos. Utilizaremos as ferramentas tecnológicas disponíveis

para reduzir taxas, custos financeiros e minimizar ao máximo cancelamentos e inadimplência”, disse Cláudio. Este banco também será um diferencial para os empresários da multipropriedade, pois os projetos poderão adiantar o recebimento das carteiras muito mais facilmente do que por CRIs (Créditos Recebíveis Imobiliários). “Estas expertises levaremos para todos os nossos parceiros”, conclui o sócio da Tradeon.



Castelo de Itaipava Hotel, Petrópolis-RJ

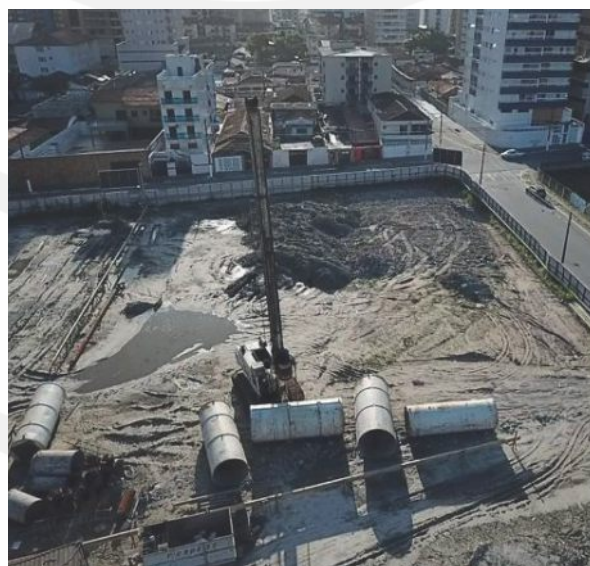
CREDLAR VACATION

COMPLETA UM ANO DE OPERAÇÃO EM PRAIA GRANDE

Neste período, a empresa superou desafios, desenvolveu e planeja expandir para outras cidades da Baixada Santista

A Credlar Vacation completa um ano de operação em Praia Grande/SP no dia 29 de dezembro de 2022. Diante do cenário vivenciado neste período, os gestores comercial, administrativo e de marketing da empresa de multipropriedade, Thiago Coelho, Guilherme Coelho e Daniel Dias afirmam que o ano foi concluído com muitos avanços, aprendizados e crescimento. Isso porque diversos desafios foram superados, os resultados de vendas e estruturação da empresa foram crescentes e as obras do empreendimento Long Beach Multiresidence foram iniciadas antecipadamente. “Vivemos um ano intenso de muito aprendizado com erros e acertos, mas certos de que estamos trilhando um caminho de conquistas”, declarou Thiago. A empresa responsável pela obra do Long Beach Multiresidence é a Credlar Construtora, que ocupa o 39º lugar no ranking do Brasil, presidida pelo empresário Sérgio Leal.

Na oportunidade, os gestores fizeram uma retrospectiva de 2022 da Credlar Vacation, falaram das expectativas do projeto e planos de expansão da empresa. Eles ressaltaram ainda que um dos pontos principais para o desenvolvimento da instituição foi a parceria firmada com a Prefeitura de Praia Grande, principalmente, na área de Turismo.



■ As obras do Long Beach Multiresidence iniciaram antes da data prevista

Quais foram os destaques nesse um ano de empresa?

Thiago Coelho: Chegamos há um ano em Praia Grande com um grupo de 50 pessoas vindas de outras cidades para iniciarmos a Credlar Vacation. Começamos com uma equipe de vendas, no bairro Boqueirão e um local onde funciona a sede da empresa, no Canto do Forte. Atualmente, já estamos com 170 colaboradores na



■ Thiago Coelho, Socio-diretor da Credlar Vacation

instituição, sendo que a maioria deles é de Praia Grande e trabalhamos com três equipes de vendas, nos bairros Boqueirão e Campo da Aviação, sendo que uma funciona no período da manhã e duas no período da tarde. Além disso, estamos com estrutura completa dos departamentos de Marketing, Relacionamento com o Cliente, Desenvolvimento Humano Organizacional (D.H.O), Financeiro e Vendas. Neste período, realizamos muitas ações para colaboradores e clientes, patrocinamos a ida de 60 pessoas para o Top Seller 2022, em Goiás, e iniciamos as obras do Long Beach Multiresidence antes da data programada.

Guilherme Coelho: É interessante ver o quanto a empresa cresceu neste tempo. A parte administrativa começou com apenas três pessoas e hoje contamos com 17 pessoas, trabalhando nos departamentos Financeiro, Relacionamento com o Cliente, D.H.O, ASG, recepção e Marketing. A equipe está crescendo e a tendência é desenvolver ainda mais.

Daniel Dias: É importante ressaltar

que a empresa possui um departamento de Marketing próprio. Tudo é criado aqui mesmo, tanto campanhas, ações, vídeos, comunicação visual, redes sociais e layout de brindes. Conseguimos firmar ótimas parcerias na cidade que nos atendem com ótimo trabalho.

Quais foram os aprendizados neste ano de 2022?

Thiago Coelho: O ano de 2022 foi de muitos desafios, seja na contratação de colaboradores, clima, parcerias comerciais, implantação do mercado de multipropriedade na cidade, vendas e outros. No entanto, certifico que superamos cada desafio. A maioria dos colaboradores que chegaram conosco, há um ano, permanece na empresa e vários deles foram promovidos de cargo. Nesse período nós treinamos pessoas de Praia Grande para trabalhar neste novo mercado que está expandindo na cidade; conseguimos fazer parcerias com o comércio local que continuam até hoje; firmamos novas parcerias comerciais; contamos com o apoio da Prefeitura nas áreas de



■ Equipe no evento Top Seller, da RCI, realizado em Goiás



■ A Credlar Vacation iniciou a operação na cidade de Praia Grande em 29 de dezembro de 2021

Turismo e Ação Social; e conseguimos implantar com segurança e credibilidade o negócio de multipropriedade em Praia Grande. Todas as situações geraram crescimento para a empresa e já traçamos novos planos e estratégias para o próximo ano.

Quais as principais ações realizadas neste ano?

Guilherme Coelho: Quando iniciamos a Credlar Vacation, estabelecemos que trabalharíamos com o propósito de conquista tanto para colaboradores, quanto para clientes. Então, oferecemos uma estrutura completa para os funcionários nas salas de vendas e sede, com premiações por meta de vendas, spiff através de gamificação, mimos em datas comemorativas, como Páscoa, Dia das Mães e Pais, Dia do Trabalhador, Dia da Mulher, homenagem de aniversário, benefícios de vale transporte, vale alimentação, seguro de vida, plano de saúde e odontológico para trabalhadores de Carteira Assinada. Em novembro, nós patrocinamos o transporte, estadia e inscrição do Top Seller 2022 para 60 colaborado-



■ Guilherme Coelho, Sócio-diretor da Credlar Vacation

res e, para o Natal presentearmos todos com uma cesta natalina. Para os clientes, já realizamos sorteio de parcelas grátis, sorteamos uma viagem para Maceió para três adultos com transporte de avião e hotel por uma semana, durante a Black Novembro realizamos promoções com descontos e sorteio de parcelas grátis.

Daniel Dias: Todas as ações servem como motivação para os colaboradores executarem um trabalho de excelência e também para os clientes desfrutarem de benefícios oferecidos pela Credlar Vacation. É importante destacar que em um ano de operação, cerca de 20 pessoas foram promovidas na empresa. Somos uma organização que oferece oportunidade de crescimento profissional para aqueles que trabalham com foco, dedicação e persistência. Ficamos muito felizes quando vemos colaboradores prosperando, ganhando um salário, muitas vezes, inimagináveis e assim, eles podem mudar de vida e ajudar à família.

Quais são as expectativas para 2023?

Thiago Coelho: Estamos animados com os resultados das vendas neste um ano de operação e o intuito é aproveitar a Temporada de Verão e realizar o maior número de vendas possível. Para isso, contratamos mais de 50 novos colaboradores. Em 2023, vamos abrir mais uma sala de vendas no bairro Ocian, local mais antigo de Praia Grande e também iremos atuar no maior shopping da cidade. Esses locais são bem frequentados e teremos a oportunidade de apresentar o projeto de multipropriedade aos moradores e turistas.

Daniel Dias: Em 2023, vamos trabalhar com uma estratégia mais tecnológi-



■ Daniel Dias, Gestor de marketing da Credlar Vacation

ca e interativa com os clientes. Começando com a apresentação dos consultores, onde permite participação das pessoas e será algo que irá chamar a atenção até das crianças. Inclusive, a nova sala de vendas, já planejamos em fazer de maneira mais interativa. Acreditamos que isso gera mais credibilidade e sucesso na venda. O projeto em 3D da nova sala de vendas já está pronto e iremos partir para o projeto do shopping. O intuito é fazer o melhor sempre, esse é um dos meus lemas.

Guilherme Coelho: No próximo ano, iremos prosseguir com a obra do Long Beach Multiresidence no bairro Campo da Aviação, que foi iniciada em novembro de 2022 de forma antecipada. Alguns materiais de construção já estão no local, além de containers e a máquina de realizar a perfuração do terreno. O empreendimento será um dos maiores da Baixada Santista e contará com diversas atrações de lazer. Nosso grupo já adquiriu três grandes áreas para executar grandes projetos na Baixada Santista e não vamos nos limitar a apenas Praia Grande/SP, mas iremos expandir para Itanhaém, Guarujá e outras cidades do litoral paulista.

2023 JÁ COMEÇOU PARA O GR GROUP

Com números expressivos que superaram as expectativas, o GR Group encerra 2022 já projetando crescimento exponencial para 2023.



Gestão GR Group: Gustavo Rezende (CEO GR Group), Rafael Leite (Diretor de Operações), Filipe Rezende (Vice-Presidente de Construção, Entretenimento e Hotelaria), Winston Rezende (Founder GR Group), Rodolfo Rezende (Vice-Presidente de Marketing e Vendas), Thiago Soeiro (Vice-Presidente Financeiro) e Rodrigo Martins (Diretor de Marketing, Vendas e Pós-venda).

Produtos de multipropriedade, timeshare, hotéis e resorts, parques aquáticos e temáticos, loteamentos e comunidades planejadas em quatro das cinco regiões do Brasil: Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul fazem parte da gama de negócios do grupo.

O GR Group é um dos maiores grupos de incorporação imobiliária para turismo no país, com foco na experiência, na transformação das pessoas e no desenvolvimento dos destinos onde está inserido. Trabalha para, além do crescimento econômico, evoluir com seus parceiros e colaboradores, valorizando o público interno com treinamentos e promovendo ações sociais e parcerias com as comunidades.

"Podemos dizer que este ano para o GR Group foi excelente. Seguimos confiantes em nosso propósito, fortalecemos nossos negócios e acreditamos em nosso potencial. Resultado disso foram de metas superadas, muito aprendizado e melhoria contínua do grupo", endossa o CEO, Gustavo Rezende.

Visando a expansão, uma nova sede em Goiânia/GO foi inaugurada em novembro, para abrigar mais setores de gestão e mais colaboradores. "Nossa nova sede vem consolidar nossa história e abrigará todo o time estratégico em um mesmo local. São 23 anos no mercado de construção, incorporação e de tempo compartilhado, transformando o sonho de inúmeras famílias em todo o país", disse Gustavo.

A nova sede no Centro-Oeste, foi reformulada para seguir os pilares e os valores da empresa e em consonância com o novo branding do Grupo apresentado em agosto deste ano. "Somos um dos maiores grupos da indústria de entretenimento e de incorporação imobiliária do Brasil, nossa nova sede vem endossar a autoridade que adquirimos ao longo dos anos. Contribui para nossa forma de comunicar, relacionar e conectar pessoas e negócios", ressalta o CEO.

No Sudeste, o Grupo possui, em Barretos/SP, três salas de vendas dentro do complexo Barretos Country Park e Resort e o gerenciamento de todo setor de hospedagem e do parque aquático. Na cidade de Olímpia/SP, possui três prédios que comportam os setores corporativos, bem como marketing e pós-venda. E as estruturas das oito salas de vendas de multipropriedade e timeshare, sendo duas dentro do Wyndham Olímpia Royal Hotels, uma no Parque Vale do Dinossauros, e cinco salas que abrigam os times on-line.

No Nordeste, são quatro salas de vendas: duas em Maceió/AL, sendo uma no Pratagy Beach Resort e uma na Praia do

Gunga e duas em Natal/RN, ambas no Hotel Villa do Mar. No estado do Rio Grande do Norte, o grupo ainda tem a gestão administrativa do Pitangui Lagoa Park, localizado em Extremoz.

No Centro-Oeste, além da sede, detém o empreendimento Serra Madre Hotel, localizado em Rio Quente/GO e as comunidades planejadas, em Goiânia. Ainda tem participação nas rodas gigantes Yup Star do Rio de Janeiro, no Estado carioca, e de Foz do Iguaçu, no Estado do Paraná.

Toda estrutura do GR Group é resultado de um projeto sólido que visa, em primeiro lugar, olhar para dentro valorizando seus colaboradores, bem como atentar para as questões culturais dos destinos onde está inserido. Projetos como GR Inside, GR Sociale e ações ESG estão sendo desenvolvidos em conjunto com resultados comerciais.



GR Group em números

No mercado de multipropriedade, o Grupo incorporou à sua base ativa, apenas no ano de 2022, cerca de 10 mil famílias, e no de timeshare foram quase 6 mil. "São 40 mil clientes, crescimento de 70%. Famílias que estão ativas em nossos negócios, usufruindo suas aquisições e mantendo seus sonhos de férias. Com um trabalho exemplar, mantivemos nossa base ativa durante a pandemia e com os resultados somados deste ano podemos afirmar que estamos no caminho certo", disse o Vice-Presidente de Marketing e Vendas, Rodolfo Rezende.

O destaque do setor comercial é a frente on-line do GR Group. "Desenvolvemos, consolidamos e colhemos recordes. Hoje as vendas do setor representam 12% de todo VGV da nossa operação e a expectativa para 2023 é que o digital conquiste 20% de todo VGV", disse Rodrigo Martins, Diretor de Marketing, Vendas e Pós-Venda.

Ainda no mercado de turismo, o Grupo galgou marcas expressivas. Apresentou um crescimento de 30% nas frentes de parques e hospedagens, e na frente de loteamentos e comunidades planejadas venda total dos produtos, fechando 2022 com efetividade em todos os seus negócios.

Para 2023 a expectativa é de crescimento de pelo menos 25%. "Posso dizer que por enquanto nossa expectativa é essa. Nossos loteamentos e comunidades planejadas estão praticamente sold out. Além disso, há a possibilidade de novos lançamentos. Portanto, podemos dizer que, no próximo ano, continuaremos crescendo com rapidez e assertividade!", destaca o CEO Gustavo.



GR Social

Em todas as regiões onde está presente, o GR Group busca focar nas necessidades da comunidade, incentivar o desenvolvimento econômico e apoiar a educação. São apenas alguns dos posicionamentos do pilar social do grupo.

"Foram inúmeras ações no ano de 2022. Podemos dizer que demos os primeiros passos, oferecendo continuidade a projetos existentes e a expectativa para 2023 é aumentarmos ainda mais nosso posicionamento junto às comunidades", ressalta o Vice-Presidente de Construção, Entretenimento e Hotelaria, Filipe Rezende.

Um dos exemplos é a ação social do Barretos Country Park. Todos os meses, o parque recebeu crianças carentes da cidade de Barretos para um dia de diversão. Fruto de uma parceria entre a Prefeitura Municipal, Fundo Social de Solidariedade e o parque aquático, 600 alunos da Escola Municipal Maria Alves Barcelos puderam aproveitar as piscinas, a fazendinha, brincar com as mascotes e a equipe de recreação neste ano. Também na cidade de Barretos, o GR Group promoveu a arrecadação de alimentos e materiais de construção para as famílias atingidas por fortes chuvas em janeiro de 2022.

Em Olímpia, no mês de agosto, o grupo foi responsável pelo patrocínio do 58º Festival do Folclore, evento cultural que reúne a cultura de todo Brasil. Durante uma semana, o estande do GR Group, localizado dentro do Pavilhão de Artesanatos, recebeu visitantes, turistas e alunos da rede municipal de Olímpia, já que o espaço também abrigou o Mini Festival. Na educação, o GR apoiou o "Dia da Juventude", que ofereceu uma aula gratuita de Língua Portuguesa para cerca de 900 jovens da rede pública de ensino em agosto.

Na cidade de Natal, o patrocínio de uniformes para trabalhadores autônomos do nicho turístico, foi uma das ações de destaque. Já no Pitangui Lagoa Park, uma série de ações ESG estão sendo implementadas e o destaque vai para a atenção e garantia da balneabilidade da lagoa, bem como excursões pedagógicas com escolas da região com o intuito de formação de uma cultura de preservação do ecossistema. "Seguiremos com nosso propósito de fazer a diferença na vida das pessoas", endossa o VP Filipe.



GR Inside

Completando um ano em dezembro de 2022, o GR Inside mostrou que o “olhar para dentro” fez toda a diferença no relacionamento entre o GR Group e os GR Insiders, seu público interno.

Construiu-se diariamente um ecossistema fortalecendo as relações humanas. O grupo investiu e confiou no crescimento pessoal e profissional de cada colaborador. Ações de Endomarketing, com base na conscientização de campanhas nacionais, datas comemorativas, interação entre os GR Insiders, integração e, principalmente, corroboração da cultura corporativa. “O time GR Group é diferente! Temos um engajamento, uma alegria inestimável dentro de cada colaborador e isso é fundamental para que nosso ecossistema seja leve e, acima de tudo, feliz”, disse Rodolfo Rezende.

Em 2022 os eventos de reconhecimento foram retomados de forma presencial em todas as localidades onde o GR Group está presente. No Nordeste, duas edições do GR Inside Stars foram realizadas, em maio e em dezembro, tanto com o time de Natal/RN como em Maceió/AL.

“São oportunidades de reconhecermos talentos e pessoas. Reconhecemos empenho, comprometimento e comportamentos que fazem a diferença no nosso negócio”, disse Rodrigo Martins, Diretor de Marketing, Vendas e Pós-venda.

Com os times do Estado de São Paulo, foram três celebrações. O 1º GR Inside Stars, edição São Paulo aconteceu em agosto, reunindo cerca de 500 colaboradores e prestadores que fazem parte dos times de Olímpia e Barretos, desde os núcleos corporativos até as salas comerciais presenciais, digitais e Central de Relacionamento com Cliente, alinhando o GR Group com a cultura local, em uma noite realizada na ECO – Estação Cultural de Olímpia.

Em Barretos/SP, no mês de agosto, o grupo realizou o 3º Country Stars, evento que reconheceu o time operacional do Barretos Country Park e Resort, além de apresentar o novo branding do complexo. “Essa edição foi importantíssima para integrarmos nossos colaboradores, responsáveis por receber diariamente nossos hóspedes e clientes, no conceito do novo Barretos Country, pois eles perpetuam nossa marca”, disse o Vice-Presidente de Entretenimento, Engenharia e Parques do GR Group, Filipe Rezende.

No mês de dezembro, o 2º GR Inside Stars, edição São Paulo, integrou os times de Olímpia e Barretos, além do time de Goiânia/GO no Centro de Eventos Dr. Paulo Prata, do Hospital de Amor, na cidade de Barretos. “Encerramos o ano com a união de alguns de nossos times, confraternizando e reconhecendo entre nossos GR Insiders aqueles que atuam no dia a dia conforme nossos valores”, destacou o Vice-Presidente de Marketing e Vendas, Rodolfo Rezende. “Valorizamos todos os aspectos que nos tornam únicos, que nos tornam humanos”.



“Nós somos um time unido e coeso. A empresa é formada por pessoas e processos que estão em melhoria contínua. Temos muito forte a cultura de pertencimento, ela é fundamental para nossos negócios, valorizando nossos GR Insiders e projetos como o GR Educa. O que mais importa para nós são as pessoas, esse é o nosso foco! Transformar Insiders e clientes em pessoas felizes!”, endossou o CEO Gustavo.



GR Educa

Em consonância com o GR Inside, porém com foco no treinamento e desenvolvimento do público interno do GR Group, desde 2019, o GR Educa expande suas diretrizes estratégicas para oferecer ambiente colaborativo e de capacitação.

Em 2022 foram workshops, intercâmbios e mapeamento de talentos, tudo pensado para a melhoria contínua das equipes. “Temos questões importantes que foram trabalhadas com diversos níveis nos times comerciais. A venda consultiva, saudável, é um dos desafios da multipropriedade atualmente. A experiência do cliente tem que ser valorizada desde o primeiro contato até sua aquisição e utilização do produto. Assim, como processos do funil de vendas, assertividade e manutenção dos clientes na base ativa. São algumas questões trabalhadas no GR Group com todo o time comercial durante todo o ano”, ressaltou Rodrigo Martins, Diretor de Marketing, Vendas e Pós-venda.

Segundo ele, em 2023 serão mantidos projetos que tiveram resultados positivos e novas competências serão aprimoradas. “O mercado de multipropriedade e timeshare é dinâmico, essa volatilidade requer times comprometidos e que trabalhem em nível de excelência”.

Na mesma sintonia, o departamento de Gente e Gestão esteve atento às necessidades internas, iniciou o PDL – Plano de Desenvolvimento de Líderes em nível gerencial, trabalhando principalmente competências de gestão, liderança e mentoria para a expansão de habilidades importantes de performance na condução diária. “Na primeira etapa, 15 gerentes têm trabalhado temas diferentes em cada encontro. Como eles vêm de setores diversos há uma troca de expertise muito produtiva”, endossa a Gerente Geral do setor, Cecília Satsuki Gushiken.

“Tudo entra na pauta, desde autoconhecimento, comunicação eficaz, inteligência emocional, planejamento estratégico, foco e disciplina, gestão de tempo e produtividade, posicionamento profissional e liderança colaborativa. O foco do processo é voltado para as habilidades que o GR Group considera prioritárias, conforme as necessidades detectadas por nós”, finalizou a Gerente de Gente e Gestão.

O planejamento para 2023 do GR Group visa intensificar ações de aperfeiçoamento dos times de ponta a ponta, valorizando o público interno e incentivando o desenvolvimento individual.



TOP Seller

GR Group foi destaque em premiação sobre propriedade compartilhada promovido pela RCI Brasil

O Top Seller Event 2022 premiou em novembro, em Caldas Novas, os melhores profissionais que atuam no mercado de propriedade compartilhada no Brasil. Promovido pela RCI Brasil, foram dois dias de palestras com temas atuais e importantes para o segmento de timeshare e multipropriedade, além de confraternizações, finalizando com a grande premiação.

Dentre os painéis apresentados, destaque para a participação do Diretor de Marketing, Vendas e Pós-Venda do GR Group, Rodrigo Martins, no debate sobre "Paixão, propósito e aprendizado: elementos fundamentais para a construção de uma carreira".

Reflexo da gestão comercial do GR Group, diversos GR Insiders foram premiados em diferentes categorias, mostrando a força e reconhecimento da importância do grupo no mercado de propriedade compartilhada. Pelo quarto ano consecutivo recebendo a premiação, Kimberlly Pereira, supervisora de vendas do Wyndham Club Brasil Maceió/AL, foi o grande destaque no time GR.



Veja os premiados:

Destaque de vendas Timeshare – Adriano Gama Telles

Destaque de vendas Multipropriedade – Túlio Braga

Destaque pós-venda Timeshare – Muller Gomes dos Santos

Destaque pós-venda Multipropriedade – Evelyn Giovana Soares

Trial – 2º Leonardo de Gasperi dos Santos (PEP/Descubra Experience)

Venda on-line Multipropriedade – 2º Giovana Paula Sablewski

Venda on-line Timeshare – 2º Daiana Cristina dos Santos

Telemarketing – 1º Márcio Flávio Pellini (35% conversão na CPL)

Promotor de Marketing Multipropriedade – 2º Janaina Bastos (Royal Olímpia/SP)

Supervisor Multipropriedade – 3º Alvarir Peixoto (Royal Olímpia/SP)

Promotor de Marketing Timeshare – 1º Darlan Izidoro dos Santos (Wyndham Club Brasil Maceió/AL)

Supervisor de Timeshare – 3º Kimberlly Pereira (Wyndham Club Brasil Maceió/AL)



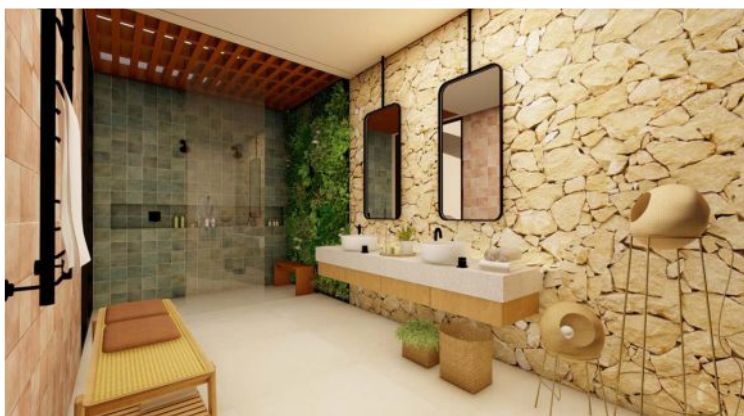
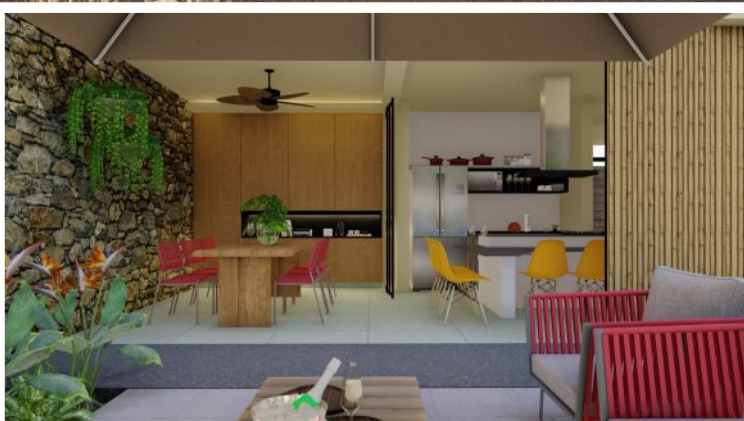
InCasa Residence Club

terá mudança no design e desempenho dos ambientes para maximizar experiência exclusiva para a família



Investir em uma residência de férias, com as comodidades e atrações de um resort, mas com a exclusividade de um espaço único para a família é a proposta do InCasa Residence Club, primeiro projeto de fractional focado no mercado alto padrão, residências de férias da Aviva, localizado em Rio Quente (GO). Para maximizar essa experiência, o projeto recebeu um novo olhar e terá mudanças no design e no desempenho dos ambientes.

"Resolvemos apostar em novos *layouts*, acabamentos, marcenaria e mobiliário, para proporcionar um espaço mais eficiente para a família. Detalhes como a climatização da sala de estar e modificação de pisos de madeira por porcelanatos, trarão essa sensação de frescor que uma cidade quente como a nossa precisa. Estamos animados para entregar as primeiras casas em 2025, e darmos início efetivamente a esse programa com nossos membros do Aviva Vacation Club", conta Bruna Apolinário, Gerente Geral do Aviva Vacation Club, maior clube de férias da América do Sul com 23 anos de existência e mais de 30 mil membros.



Refúgio



Um dos diferenciais do InCasa é justamente unir qualidade de vida, conexão com a natureza, segurança, privacidade e praticidade, dentro de um destino desejado como o Rio Quente, que traz suas águas quentes com o Parque das Fontes, a diversão do Hot Park - que completou 25 anos em 2022 e une adrenalina, diversão e momentos únicos para o público, ocupando 6º lugar como melhor parque de diversão do mundo segundo o Tripadvisor Traveler's Choice 2022, e o entretenimento completo com diversas atrações temáticas.

“O que deixa o time cada vez mais entusiasmado é saber que a Aviva não para de inovar. Sempre estamos ouvindo os nossos clientes e encontrando oportunidades de encantá-los. Com o InCasa não poderia ser diferente. Por isso, vem pela

frente uma temporada cheia de novidades e de muito sucesso”, destaca a Gerente Geral do Aviva Vacation Club.

Ao chegar em sua residência de férias, os proprietários terão alguns serviços inclusos: *welcome drink*, roupões de banho, um serviço de *concierge* personalizado, menu de traveseiros, tecnologia *on-demand* exclusivo InCasa, reservas preferenciais nos restaurantes do complexo, aromaterapia e muito mais.

Os diferenciais exclusivos do InCasa também incluem as experiências *pay-per-use*, que são serviços extras que podem ser contratados por demanda, como: cesta de café da manhã, motorista, limpeza completa extra, *babysitter*, *room service* (24 horas), SPA/salão de beleza, Chef em Casa.

Novidades do Rio Quente Resorts e Hot Park

Antes mesmo de usufruir das residências do InCasa, os membros do Aviva Vacation Club poderão aproveitar a nova atração temática inédita, a “Turbilhados”, a partir de 15 de janeiro de 2023, no Hot Park. Serão dois toboáguas de grande porte, radicais e com elementos inéditos para promover a diversão em família e amigos, com capacidade para atender 1600 pessoas por hora de atividade e boias para até 4 pessoas. Integrada com o Xpirado, uma das atrações mais emocionantes do parque aquático, a atração proporcionará uma nova experiência.

“Queremos criar uma experiência completa para o público, por meio de uma atração em que toda a família poderá se divertir junta e que também seja relativamente radical, para

oferecer muita diversão, mas também com emoção e adrenalina”, destaca Alessandro Cunha, CEO da Aviva.

Outra novidade é o Projeto Ares, em parceria com o IPEVIS (Instituto de Pesquisa da Vida Silvestre) que resgata e reabilita animais silvestres em situação de perigo, proporcionando aos visitantes a possibilidade de conhecer mais sobre esses animais através de uma visita guiada por um biólogo, que explica a importância com a Fauna e a Flora do Cerrado, e todo o cuidado dedicado pelo complexo a isso.

“Nossas novidades não param por aí. Em 2023, a Praia do Cerrado também ganhará mais um restaurante. Estamos sempre atentos aos desejos dos nossos clientes para proporcionar momentos incríveis em nosso complexo”, destaca Bruna.

HOT BEACH RESIDENCE CLUB INAUGURA SALA DE RELACIONAMENTO EXCLUSIVA PARA CLIENTES



HOT BEACH
RESIDENCE CLUB

Espaço aberto no último dia 14/12
conta com serviço de Guest Relations
e configuração para a realização de
eventos exclusivos

HOT BEACH

RESIDENCE CLUB

Aberta há menos de uma semana, a nova sala de relacionamento do Hot Beach Residence Club, localizada no Hot Beach Suites, já contabiliza resultados positivos do investimento aplicado na ampliação do antigo espaço. Em nova e mais aconchegante configuração, a sala triplicou de tamanho e agora conta com serviço de Guest Relations e facilidades para a realização de eventos especiais para hóspedes do Hot Beach Suites e dos demais hotéis do complexo turístico do Hot Beach Parque & Resorts, como o Wine Experience, que já está em sua terceira edição, e outros eventos que serão organizados mensalmente. Também será possível degustar cafés especiais e drinques no Café Lounge que está sendo instalado dentro da sala.

Com cerca de 15 pontos de atendimento, a sala conta, ainda, com espaço que poderá ser utilizado pelos hóspedes, para além de degustar deliciosos cafés, realizar reuniões e contatos virtuais usando a rede wi-fi de alta velocidade disponível no local.

A localização da nova sala tem vista para a área em que será construído o novo empreendimento do Grupo Ferrasa, o Hot Beach You, conjunto de sete blocos, com 800 apartamentos, investimento na obra de R\$ 400 milhões e VGV (valor geral de venda) de 1,2 bilhão. Ainda diariamente da sala será possível contemplar o espetáculo do pôr do sol dando um brilho especial ao ambiente e brindando com o *drink* exclusivo criado para momentos únicos.

Luiz Fernando Mathia, Diretor de Vacation Ownership do Grupo Ferrasa, responsável pela operação do Hot Beach Residence Club, conta que desde que destinaram um espaço exclusivo para atendimento de proprietários e *prospects*, a taxa de conversão dos negócios vem crescendo e já atingiu 40% de eficiência. Outro dado apontado pelo executivo é de que 50% das vendas realizadas nesta sala são de novos produtos para quem já adquiriu uma ou mais frações das propriedades, o que demonstra a qualidade dos produtos e serviços já entregues e o crescimento da fidelização. Lançado em abril, o futuro empreendimento já conta com mais de 2,2 mil frações vendidas, com Valor Geral de Vendas (VGV) superior a R\$ 96 milhões.

A sala funciona diariamente, das 10h00 às 21h00. – inclusive nos fins de semana – e conta com uma equipe qualificada para atendimento com consultores especialistas no sistema de multipropriedade.



Detalhes da Sala de Relacionamento



Coquetel de inauguração da Sala de Relacionamento



Drink exclusivo oferecido aos membros

ARQUITETURA X PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

Em edições anteriores, conversamos sobre *master plan*, *mix-use*, design biofílico, produtos compartilhados, entre outros temas. Todos eles extremamente relevantes para o sucesso dos empreendimentos de entretenimento e hospitalidade.

Hoje, vamos conversar sobre a relação da arquitetura com a produtividade e eficiência nesses empreendimentos. O arquiteto além de ser um guardião da estética, da composição dos elementos, das cores, e do conforto térmico dos ambientes, ou seja, garantir a beleza e bem-estar para os usuários. Ele também é responsável por desenvolver um projeto que atenda o dia a dia da operação, estudando fluxos de pessoas, materiais, produtos, prestadores de serviços, distancia percorrida por cada funcionário, etc.

Entregar um projeto com uma solução estética inovadora, que agregue valor ao investidor, desperte o desejo dos futuros compradores e que fique dentro de um orçamento financeiramente viável que garanta um excelente ROI (retorno sobre investimento) aos empresários não é tarefa fácil, mas esse projeto precisa garantir uma visão operacional eficiente, que vai além das atribuições padrão da arquitetura. É necessário conhecimento e vivência operacional, muita discussão com a equipe do projeto, estressar ao máximo as oportunidades para entregar um empreendimento que, além de garantir a viabilidade financeira inicial, garanta a viabilidade recorrente, ou seja, a longo prazo.

Alguns pontos de atenção que podemos destacar:

> **Experiência gastronômica**

Anteriormente denominado Alimentos e Bebidas ou apenas A&B, tinha como responsabilidade servir o café da manhã, almoço e jantar. Para ser competitivo no mercado é necessário oferecer uma experiência gastronômica aos clientes, que aliado ao entretenimento, não fique limitado apenas

ao ambiente fechado do restaurante. Aliás, o restaurante deve ser multiuso e flexível para se transformar de diversas maneiras e oferecer diversas experiências. Como por exemplo, em uma noite ser um restaurante asiático e em outra se transformar em gastro pub.

Como as experiências vão muito além do ambiente fechado, oferecer um jantar na piscina ou na praia, com toda uma decoração e ambientação única.

Agora vem a parte invisível do projeto, porque ela precisa existir, o cliente não pode vê-la ou percebê-la, e se errar, compromete toda a experiência, e produtividade do evento.

A cozinha precisa estar por perto, o fluxo de entrada de materiais, entrega dos alimentos prontos, conservação da sua temperatura, o lixo com suas saídas específicas, armazenamento, etc.

Governança, enxovais e limpeza:

Este é outro gargalo dentro de um empreendimento de hotelaria. É necessário ter controle, reduzir ao máximo as perdas dentro do processo e, principalmente, reduzir o tempo que cada colaborador leva para realizar determinada tarefa.

A cada quantos apartamentos temos um apoio, para que reduza as distâncias percorridas; a escolha dos materiais de revestimentos, ou seja, quanto menos rejunte, quanto mais lisa é a superfície, menor o tempo de limpeza, menor o custo operacional e menor o custo de manutenção.

Esses são alguns dos muitos pontos de atenção que envolvem um projeto de um empreendimento de entretenimento e hospitalidade. Detalhes invisíveis, que aparecem em destaque nos números de resultado da empresa.

Por isso, tamanha a importância, relevância e impacto que o projeto de arquitetura tem na eficiência e produtividade do empreendimento, assim sendo necessário um arquiteto com experiência e vivência operacional.



* 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



Férias com Tauá tem mais sorrisos.

+ 10% off

E se o seu verão tivesse mais **Tauá Resort Alexânia?**
Menos elevadores e **mais escorregadores.**
Menos carros e **mais natureza.**
Menos sofá e **mais sol.**

Tauá,
a vida com mais sorrisos!



RESERVAS:

0800 333 1900 | taua.com.br



Tauá

Resort & Convention
ALEXÂNIA

GAV RESORTS DOMINA O NORDESTE

Para fechar 2022 com chave de ouro, o Grupo, que já está presente em todas as regiões do Brasil, lança empreendimentos na Lagoa do Paraíso, no Ceará, e Pipa, no Rio Grande do Norte



Pipa Island Resort



Jeriquiá Lagoa Resort

Seguindo seu plano de expansão, a GAV Resorts, que já está presente em todas as regiões do Brasil, acaba de lançar dois grandes Resorts, o Jeriquiá Lagoa, em Jericoacoara, no Ceará, e o Pipa Island, em Pipa, no Rio Grande do Norte. O Grupo fecha 2022 com três empreendimentos já em operação, em Salinópolis, Pará, e sete lançamentos, distribuídos pelo Sul, Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

“O Nordeste é um polo de turismo mundial, onde estão localizados alguns dos paraísos naturais mais lindos do planeta e, portanto, uma região super estratégica para o nosso negócio, que é pautado em férias e lazer. O Ceará e o Rio Gran-

de do Norte já eram destinos desejados pela GAV. Temos muito para empreender nesses estados, tenho certeza que faremos história”, explica Manoel Pereira, Presidente da GAV Resorts.

Ele ressalta ainda que este é um momento muito importante para o Grupo. “Para nós, que vivemos todos os processos, lançar esses empreendimentos é uma grande realização, pois trabalhamos arduamente ao longo dos últimos anos, desde as prospecções, os licenciamentos ambientais, os projetos, até os lançamentos. Conseguimos concluir o plano de expansão da marca neste ano”, comenta Manoel.

LAGOA DO PARAÍSO GANHA EMPREENDIMENTO DA GAV

No Ceará, a GAV aportou em frente à paradisíaca Lagoa do Paraíso, na cidade de Cruz, região turística de Jericoacoara, e leva seu DNA de sucesso para um dos destinos mais procurados do País. O Resort cearense ficará próximo à bela praia do Preá (10 min) e a Vila de Jericoacoara (25 min).

O Jeriquiá Lagoa Resort terá 288 apartamentos e, seu diferencial, são as 12 unidades dos bangalôs exclusivos, que conseguem hospedar até oito pessoas, ideal para famílias maiores. Além disso, o empreendimento contará com uma piscina com formas orgânicas, a Grand Poll. Serão cinco mil m² de visual mais rústico, natural e com elementos que se conectam com a natureza, ela também disponibilizará pontos de hidromassagem em que a água fica mais aquecida.

O projeto, assinado pela arquiteta Rúbya Zottele, da RZ Arquitetura, contará com elementos clássicos, toques minimalistas, materiais e cores que se aproximam da natureza local. Tudo isso distribuído em um reservado cenário exuberante, com céu azul e água cristalina e calma.



Jeriquiá Lagoa Resort

RESORT EM PIPA SERÁ CONSTRUÍDO EM CARTÃO-POSTAL DA REGIÃO

Para Tibau do Sul, no Rio Grande do Norte, a GAV leva o Pipa Island Resort. O novo empreendimento será construído em um dos principais cartões-postais da região, no Chapadão, que é um mirante situado em uma enorme falésia de tom avermelhada, de onde é possível apreciar a vista e desfrutar a Praia do Amor.

O empreendimento, que apresenta uma fusão de arquitetura moderna e elementos naturais, como bambu e madeira, possuirá 228 unidades de um quarto e 16 unidades, de dois quartos. Um dos diferenciais desse projeto, assinado por Bruna Kehrvald, da BK Arquitetura e Designer de Interiores, é que todos os apartamentos terão vista para o mar.

Pensado para a família, o Pipa Island contará com ambientes que agradam a todos, como ofurô, espaço zen, piscinas, bar, restaurante, brinquedoteca com palco para apresentações, deck molhado, sauna, salão de beleza, espaço fitness, sala de yoga/dança, SPA, cinema, salão de jogos e muito mais.



Imagens do Pipa Island Resort

EXPANSÃO DA GAV RESORTS



Jeriquiá Lagoa Resort

O Grupo também fecha o ano de 2022 com 10 novas salas de vendas, inauguradas ao longo do ano; o marco histórico de 100 mil frações imobiliárias lançadas ao longo dos oito anos de empresa e 3.000 empregos diretos.

Para 2023, a GAV Resorts lançará novos empreendimentos, com projeção de disponibilizar mais 40 mil frações imobiliárias, e a abertura de 12 novas salas de vendas em diversos estados do país.

ibiobi smart club

o vacation club mais flexível do mercado

Clube de férias possui produtos diferenciados para clientes de alto padrão e oportunidades de crescimento



Espaço de convivência dos associados IBIOSBI Smart Club

Visando dar mais liberdade para o cliente utilizar seu produto, o Ibiobi Smart Club, o clube de férias do Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort, em Itu (SP), a 70 km da capital paulista, possui os produtos mais flexíveis do mercado de vacation ownership.

O Ibiobi Smart Club também anuncia uma grande novidade para os seus clientes, deixando o seu produto ainda mais atrativo, a parceria com o recém-inaugurado Cyan Resort by Atlântica, em Itupeva (SP), que permite o uso dos pontos Ibiobi para hospedagem. Além disso, os sócios também têm acesso a uma enorme gama de destinos nacionais e internacionais, através do intercâmbio RCI ou através do ALL, clube de benefícios da Accor.

Atualmente, contando com quase 100 profissionais, o projeto Ibiobi Smart Club possui duas salas de vendas (uma no Outlet Premium Itupeva e a segunda na área de lazer do Novotel Itu), o Espaço Ibiobi, um local exclusivo para membros do clube de férias, salas itinerantes e ainda projetos de ampliação da operação comercial.

O Head de Projeto do Ibiobi Smart Club, Marco Antunes, explica como funciona a flexibilidade dos produtos do clube de férias. "Neste formato, o membro do Ibiobi pode fracionar uma semana em 2 + 2 + 3 dias dentro da mesma temporada. A vantagem é poder utilizar de uma forma mais prática, ajustando a sua disponibilidade de tempo para suas viagens, mais curtas ou mais longas".

Clube de férias para clientes exigentes



Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort, em Itu (SP)

O público-alvo do Ibiobi Smart Club são os hóspedes do Novotel Itu. “Os membros do clube são pessoas que prezam pelo conforto, que sabem reconhecer e valorizar ambientes e serviços excepcionais, porém, com praticidade e atendimento diferenciado”, define Marco Antunes.

O Novotel Itu é um dos melhores resorts para a prática de golfe, já que seus hóspedes têm benefícios no Terras de São José Golfe Clube, considerado um dos dez melhores campos de golfe do Brasil, além de também ser uma alternativa para famílias com crianças, pois o empreendimento possui quatro piscinas (sendo duas infantis), um parque aquático infantil,

brinquedoteca, *playgrounds*. Além disso, há duas quadras de tênis, quadras de Beach Tennis, campo de futebol, trapézio e atividades circenses, sem falar do acompanhamento de uma excepcional equipe de recreação.

Além do conforto e lazer, o empreendimento também possui os diferenciais de ter a bandeira hoteleira internacional Novotel, da Accor Hotels, e estar inserido num ecossistema de alto padrão, formado pelos condomínios, campo de golfe e hípica Terras de São José e conta com a experiência de mais de 50 anos no mercado imobiliário do Grupo Terras de São José e Grupo Praias, como investidores.

Oportunidades de crescimento



Cyan Resort by Atlântica, em Itupeva (SP)

Além dos produtos diferenciados e clientes de alto padrão, Marco Antunes aponta outras vantagens de trabalhar no Ibiobi Smart Club: pagamento em dia, comissão justa, salário fixo CLT, comissionamento na folha de pagamento, ótimo ambiente de trabalho, possibilidade de crescimento e gestão transparente e participativa.

Com as possibilidades da expansão do projeto, com novos produtos, novas parcerias e abertura de salas de vendas, o Head do Projeto destaca que o Ibiobi Smart Club reconhece seus profissionais com premiações e promoções dentro da empresa. “O Ibiobi tem a política de valorizar a “prata da casa”, dando sempre preferência aos colaboradores da casa quando abrem novas oportunidades”.

Dezembro, já considerado mês de muita comemoração por ser aniversário de três anos do Ibiobi, fechará o ano com chave de ouro. A meta de 2022 está muito próxima de ser atingida, após um último trimestre com a operação alcançando todos os objetivos.

100 vezes New Time

Consultoria abre sua centésima sala de vendas no Bali Park Resort

Novo e surpreendente complexo turístico no Centro-Oeste, próximo a Brasília, lança multipropriedade e conta com a New Time para comercialização do projeto



Bali Park, localizado em Luziânia-GO

Com experiência dos fundadores de mais de 20 anos, a New Time dá mais uma contribuição para o crescimento e consolidação da multipropriedade no Brasil. A consultoria de negócios anuncia o início de mais uma parceria, com o Bali Park Resort, e a abertura da sua centésima sala de vendas no recém-inaugurado parque aquático do complexo turístico, o Bali Park, em Luziânia (GO), a cerca de 80 km do Aeroporto Internacional de Brasília (DF).

Além da localização privilegiada, no Lago Corumbá IV, que já recebe um grande número de visitantes em busca de turismo náutico, o Bali Park tem a maior praia artificial da América do Sul, com quase 20 mil m² de faixa de areia e mais de 4,5 mil metros quadrados de lâmina d'água.

Com uma área de mais de 200 mil metros quadrados e

capacidade de receber até 15 mil pessoas por dia, a expectativa dos sócios do complexo, Fred Costa e Tony Alves, é receber uma média de 10 mil visitantes por dia e mais de um milhão por ano.

A diretora comercial da New Time, Priscila Nunes, celebra o início da nova parceria e conta que a expectativa da New Time é alta pelo enorme potencial de vendas do Bali Resort e pela nova sala de vendas no parque aquático. "É a maior praia artificial do Brasil, foi inaugurada apenas a primeira fase do parque e o *master plan* é gigantesco. O Bali Park está em uma localização estratégica, próximo à Brasília, um público-alvo sensacional para a multipropriedade".

A sala de vendas da multipropriedade está localizada em uma área estratégica dentro do Bali Park, pois o cliente consegue visualizar todo parque de dentro dela.



Complexo turístico com parque aquático e resort

Com inspiração na arquitetura da Indonésia para o desenvolvimento do complexo Bali Park Resort, com materiais em madeira, além de cores e símbolos característicos da cultura do país, a primeira etapa do parque aquático conta com, além da praia com piscina de ondas com cascatas, praça de alimentação, parque infantil com o baldão, bangalôs, bar molhado, palco para eventos na área da praia, espaço para beach tennis, quadra de vôlei de areia e futevôlei, além de atrações como tirolesa e wakeboard.

Já a segunda fase do Bali Park terá o rio lento, toboáguas radicais, cachoeira, fervedouro, mini shopping, mirante, trilha ecológica, pescaria esportiva e esportes náuticos.

Seguindo com o *master plan* do complexo, o empreendimento de multipropriedade Bali Resort comercializado pela New Time, com previsão de inauguração da primeira fase em 2026, terá 480 apartamentos, além de piscinas com borda infinita, restaurantes, lojas, *playground*, lavanderia, academia, estacionamento e vista para o Bali Park e para o lago.

Mais um case de sucesso da New Time

Além da centésima sala de vendas, o Bali Park Resort será o 38º projeto fracionado que a New Time comercializa. "Lançamos e vendemos os maiores cases de sucesso do mercado, em Caldas Novas, Olímpia, Gramado, Fortaleza, Jericoacoara, Campos do Jordão, atuamos com marcas internacionais, e em vários outros projetos em todo o Brasil", afirma a diretora da New Time. "Temos certeza que a multipropriedade vai continuar em constante crescente apesar do pós-pandemia e do cenário político-econômico do Brasil e as expectativas são as melhores possíveis para 2023", conclui.





NOVA LEI FACILITA TRANSFERÊNCIA DE IMÓVEIS SEM ESCRITURA

A ADVOGADA CRISTINA VIANA EXPLICA A LEI 14.382, QUE PERMITE A TRANSFERÊNCIA DE PROPRIEDADE DO IMÓVEL PELA VIA ADMINISTRATIVA

Adjudicação compulsória extrajudicial. Este instituto jurídico promete desburocratizar as transferências das propriedades dos imóveis em situações em que os compradores não as fazem ao quitarem as parcelas de pagamentos. A Lei 14.382 de junho de 2022 veio para facilitar o registro de imóveis para o mercado imobiliário e multipropriedade.

A advogada Cristina Viana, sócia do escritório Emrich Leão Advogados, de Goiânia (GO), explica que muitos negócios imobiliários são celebrados inicialmente através de promessa de compra e venda, documento particular, até que seja feita a quitação do preço, para só depois se preocuparem em iniciar no Registro Imobiliário os procedimentos de transferência de propriedade.

“No Brasil é uma prática muito comum as pessoas/empresas firmarem contratos particulares para só após a

quitação do preço ser lavrada a escritura de compra e venda, documento hábil para a transferência de propriedade do imóvel perante o Cartório de Registro Imobiliário”, comenta Cristina Viana.

Porém, como salienta a advogada, ocorre que, em muitos casos, mesmo após ter sido quitado o contrato, o comprador não transmite a propriedade, seja por questões de despesas de escritura e ITBI, seja porque simplesmente não se preocupa em tomar tal providência. Nesse caso, a transferência perante o Cartório de Imóveis será possível apenas através de processo judicial.

“O nome dado para tal procedimento chama-se adjudicação compulsória, que vem a ser uma forma de transferência de propriedade do imóvel quando não há, por uma das partes, a livre e espontânea vontade de formalizar os atos formais para tal procedimento”, descreve ela.

AVANÇO PARA LEGISLAÇÃO DE REGISTRO DE IMÓVEIS

Segundo Cristina Viana, com a Lei 14.382, a adjudicação compulsória passou a ser possível de ser realizada extrajudicialmente. “O que é um grande avanço para evitar que situações desta natureza sejam realizadas perante o Judiciário, procedimento muito mais oneroso e moroso”, opina. Para ela, a adjudicação compulsória extrajudicial é um instituto que evitará ações judiciais que eram feitas somente para tal finalidade, o que trará maior agilidade e menos onerosidade para os envolvidos.

A advogada frisa que a Lei prevê a possibilidade de adjudicação compulsória por parte também do vendedor ou empresa. “Isto aconteceria nos casos em que os vendedores, muitas vezes, empresas, promovem a venda de imóveis de um empreendimento e os compradores simplesmente não aparecem para lavrar a escritura”, comenta ela. “Em outros casos, também pode ocorrer da empresa ter fechado e o comprador não ter condições de localizar os responsáveis para lavrar a escritura do imóvel quitado”.

Para Cristina, a adjudicação compulsória extrajudicial é um instituto que veio permitir àqueles que, de fato, adquiriram um imóvel e já quitaram seu preço, ou foi vendido para terceiros, já foi pago, mas não foi transferida a propriedade. “Se há ausência de registro de propriedade, muitas consequências são advindas disto e com esta nova possibilidade, tal lacuna será preenchida”.

Por fim, a advogada completa que é um procedimento que necessita de advogado para ser realizado, além de que muitas dúvidas poderão surgir ao longo dos procedimentos administrativos da adjudicação compulsória, o que poderá ser esclarecido pelas orientações dos órgãos de regulamentação dos cartórios. “Procurar um profissional que esteja atento às novidades legislativas e tenha conhecimento do procedimento é essencial para resguardar os interesses e conferir segurança jurídica ao ato”, conclui.



Advogada Cristina Viana, sócia do escritório Emrich Leão Advogados, de Goiânia (GO)





NOVOS PARQUES E ATRAÇÕES MARCAM 2022

Confira as inaugurações mais importantes do segmento de entretenimento

Nova atração do Blue Park



O Blue Park, em Foz do Iguaçu (PR), parque aquático da rede Mabu Hotels & Resorts, inaugurou a terceira etapa de seu projeto, uma nova atração infantil e mais uma expansão do complexo, ampliando a capacidade para receber até 5 mil pessoas por dia.

A nova atração consiste em uma ilha completa para crianças de todas as idades, com tobogãs abertos e fechados, jatos de água e o famoso baldão, além do rio lento.

Vila Guarani em Olímpia



Com temática de folclore brasileiro, a Vila Guarani, novo espaço de entretenimento e gastronomia, e a primeira atração seca do Hot Beach Parques & Resorts, fica localizada entre o Hot Beach Suites, Hot Beach Resorts e o parque aquático Hot Beach Olímpia.

A Vila Guarani traz experiências temáticas, instagramáveis e tecnológicas, contando também com apresentações e exposições artísticas. Mas a grande atração é o brinquedo Viiiixi, que é um circuito interativo telado construído na copa das árvores a uma altura que atinge 15 metros, mas em total segurança.

Maior praia artificial

Inaugurado no mês de dezembro, em Luziânia (GO), a cerca de 80 km de Brasília, o Bali Park traz a maior praia artificial do Brasil, com quase de 20 mil m² de faixa de areia e mais de 4,5 mil metros de lâmina d'água.

Com uma área de mais de 120 mil metros quadrados e capacidade de receber até 15 mil pessoas por dia, a expectativa dos sócios do complexo, é receber uma média de 10 mil visitantes por dia e mais de um milhão por ano.

Grandes Lagos inaugura Octopus



O Grandes Lagos Resorts e Parque Aquático, em Santa Clara d' Oeste (SP), inaugurou a atração Octopus, um complexo com tobogãs, escorregadores, esguichos de água, baldes giratórios e personagens.

Novo parque em Caldas Novas

A cidade de Caldas Novas ganhou mais um parque aquático, o Kawana Park, com capacidade para receber até cinco mil pessoas por dia. Com uma área de mais de 38 mil m², a nova atração conta com brinquedos radicais, como um tobogã no estilo kamikaze, com subidas e descidas velozes; um em queda livre de 15 metros de altura; e outro com disparo em cápsulas em direção a um looping, também com queda de 15 metros de altura. Ainda há uma ilha infantil tematizada com navio pirata, piscina com ondas artificiais e piscina com borda infinita.

Maior parque do país



Considerado o maior parque aquático do Brasil e inserido em um complexo com investimento de R\$ 500 milhões, o Thermas Acqualinda, em Andradina (SP), tem 371 mil metros quadrados, podendo receber até 15 mil visitantes por dia, com expectativa de receber 2 milhões de pessoas por ano.

O parque de águas termais conta com mais de 25 atrações, como uma montanha-russa de 380 metros; o maior Rio Lento das Américas, com mais de mil metros de extensão; área kids de 2 mil metros quadrados; vulcão gigante de 47 metros de altura e diversos tobogãs, além de uma praia artificial.

Turma da Mônica chega a Gramado



A cidade de Gramado, na Serra Gaúcha, ganhou mais uma grande atração turística, o parque Vila da Mônica. Com investimento de R\$ 75 milhões e mais de 30 atrações, a Vila da Mônica tem capacidade de receber até dois mil visitantes por dia.

As atrações da Vila da Mônica são inspiradas no Bairro Limoeiro e nos demais personagens do universo criado por Mauricio de Souza, como a casa da Mônica, do Cebolinha, do Cascão, da Magali, Praça do Sansão, Laboratório do Franjinha, carrossel do Chico Bento e até a Casa do Louco, e muito mais atrações.

Área temática de Paris



O Metropolitan Park, parque aquático do Hotel CTC, em Caldas Novas (GO), inaugurou a atração Petit Paris, primeira fase da revitalização e retrofit do parque, em que se transformará em um parque aquático temático, com atrações que serão tematizadas com ícones, história, referência e gastronomia de quatro grandes metrópoles mundiais: Paris, Nova York, Londres e Amsterdam.

Beto Carrero traz Rebuliço











Celebrando seus 30 anos, o Beto Carrero, em Penha (SC), trouxe o brinquedo Rebuliço, que faz parte da mais nova área temática Cowboyland. A atração começa girando na horizontal, depois na vertical, diagonal, e depois gira tudo junto. "Em resumo: você gira, gira de novo, vê céu, vê chão, céu, chão e causa o maior rebu!!", diz o release do Beto Carrero.



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

#1 em software para clubes e parques no Brasil

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

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

 [multiclubestriade](#)

 [fb.com/multiclubestriade](#)



TRIÁDE
SOLUÇÕES INTELIGENTES

www.multiclubes.com.br

CONFIRA OS PRINCIPAIS EVENTOS DA MULTIPROPRIEDADE E TIMESHARE NOS ÚLTIMOS MESES

1 - João Paulo Mansano, da New Time, e Rafael Rezende, da Timeshare Soluções, no seminário da Interval International;



2 - George Daou, Deborah Arena e Fernando Martinelli, da Interval International;



3 - Armando Ramirez, da Wyndham Hotels & Resorts, e Marco Antunes, do Ibiobi Smart Club, durante o Imobtur 22;



4 - Time da RCI durante o Top Seller Event 2022;



5 - Executivo da New Time, Marco Vargas, Priscila Nunes, Felipe Vieira e Eduardo Honorato, juntos a Marcos Ravagnani, da RCI, durante o Top Seller Event 2022;



6 - Equipe da Aviva durante o Top Seller 2022: Rubens Oliveira, Bruna Apolinário, Alessandro Cunha, Camila Souza Silva e Ademar Júnior;



7 - Time do Bourbon Destination Club marcou presença no Top Seller 2022;



8 - Raimundo Pimenta e Mariana Conz, do My Mabu, no Top Seller 2022;



9 - Adriana Chaud, da TUDO, e Carla Gomes, do Premium Vacation Club/Transamérica Comandatuba;



10 - Representando o Exclusive Guest/Grupo Leceres no Top Seller 2022: Emanuel Serbêto, Rafael Albuquerque e Eduardo Nogueira;



11 - Ricardo Gomes e Joaquim Alves, do Grupo diRoma;



12 - Time da TC Brasil no Top Seller 2022, junto a Paulo Bueno, da RCI.



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

3 anos de ibiobi smart club

No dia 15 de dezembro de 2019 iniciamos o projeto ibiobi smart club, seguido de muitos desafios, inclusive uma pandemia 3 meses após nosso início. Hoje temos a alegria de completar 3 anos de ibiobi, formando uma equipe incrível, muita metas batidas e milhares de casais felizes.



Cyan Resort by Atlantica e Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort são resorts parceiros do ibiobi smart club



Um dos grandes sucessos é o espaço ibiobi, dentro do resort Novotel Itu. É um local exclusivo para nossos associados no qual eles podem trabalhar, abrir vinho sem taxa rolha, comemorar aniversários e muito mais.

ibiobi smart club