




10 VILAS TEMÁTICAS

EM UM EMPREENDIMENTO ÚNICO
INSPIRADO NOS MAIS LINDOS DESTINOS
TURÍSTICOS DO MUNDO ÀS MARGENS DA
LAGOA DO PARAÍSO EM JERICOACOARA

JERICOACOARA
VILA DA
AMIZADE
RESORT

UM ENCONTRO DE CULTURAS
E EXPERIÊNCIAS COMO EM
UMA VIAGEM INESQUECÍVEL

 França |  Itália |  Espanha |  Marrocos |  Grécia |  China |  Japão

- ◆ Hot Park inaugura nova atração, o Turbilhados
- ◆ Entrevista com Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts
- ◆ Desafios na viabilidade e orçamento da obra na multipropriedade



A MAIOR COMERCIALIZADORA DE MULTIPROPRIEDADE DO BRASIL



+40 EMPREENDIMENTOS
LANÇADOS DE
FRAÇÃO IMOBILIÁRIO

+100 SALAS DE VENDAS
EM 15 ESTADOS BRASILEIROS
E 3 PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL

+5 BILHÕES
EM VENDAS DE
MULTIPROPRIEDADE

 www.newtimeadmkt.com.br

 @newtimeadmkt

 (64) 3453-5512

 **+40**
newtime
Multipropriedade

O ano do amadurecimento da multipropriedade

Eis a primeira edição da Revista Turismo Compartilhado em 2023!

O mercado de multipropriedade deve continuar sua curva de expansão em 2023, como ocorreu nos anos anteriores, com uma média de 24% de crescimento anual.

No entanto, analisando mais friamente o mercado, há muito o que se preocupar também. Não podemos nos esquecer que empresas importantes na multipropriedade, com vários lançamentos, empreendimentos entregues e recordes de vendas, deixaram de existir em 2022.

Entender onde que o negócio, que parecia ser promissor, fracassou deve ser o dever de casa de qualquer *player* que queira continuar atuando neste mercado. Muito mais que crescimento, desejamos que 2023 seja um ano de amadurecimento para a multipropriedade, aprendendo com os erros para não os repetir.

Como grande destaque desta nova edição da revista, trazemos o Grupo Alchymist com um novo lançamento de multipropriedade, a Vila da Amizade Resort, em Jericoacoara (CE), em parceria com a Swiss Investimentos Imobiliários e New Time. Também podemos destacar a entrevista com Manuel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts; uma reportagem falando da viabilidade da obra

na multipropriedade, a eSolution Tecnologia anuncia um novo aplicativo que impactará positivamente a relação entre empresas e clientes, e muito mais.

Neste mês de março, no dia 21/03, também realizamos nossa primeira edição do ano do Meeting Geral, evento destinado aos profissionais de multipropriedade e timeshare, desta vez em Foz do Iguaçu (PR). A cidade é um dos destinos em que os modelos de negócios mais cresceram, contando com nove operações, sete salas de vendas e quase 500 profissionais.



Aproveite a leitura!
Fábio Mendonça
Diretor de Jornalismo

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



CAPA 24

VILA DA AMIZADE RESORT

Grupo Achymist apresenta seu novo lançamento em Jericoacoara, no Ceará



Página 06



Entrevista com Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da **GAV Resorts**

Página 08



Proxy comemora sua primeira temporada com números surpreendentes

Página 09



Royal Thermale traz novos sócios para o empreendimento

Página 10



Diego Amaral explica como amenizar o alto valor de devoluções de distratos

Página 11



My Mabu bate recordes do projeto e apresenta nova coordenação e gerência de pós-vendas

Página 12



Exclusive Guest registra números excelentes em 2022

Página 13



Leaves Premium Suites se consolida no mercado de Foz do Iguaçu



Página 14

Desafios na viabilidade e orçamento da obra na multipropriedade



Página 22

Evolution anuncia app que conecta pessoas às experiências de hospedagem e férias



Página 30

Hot Beach You atinge a marca de mais de 2.200 frações imobiliárias vendidas



Página 33

Diretor Comercial da **Surfland Brasil** explica modelos de vendas imobiliárias



Página 36

Allimulti lança o OKAN: multipropriedade de alto padrão em Pipa



Página 40

Turbilhões é a nova atração do **Hot Park**



Página 44

Arquitetura inclusiva - por **Milton Filho**



Página 18

DESBRAVADOR: tecnologia em prol da multipropriedade



Página 28

André Beghini explica como a qualificação profissional pode ajudar no crescimento da multipropriedade



Página 32

CEO da **TUDO Consultoria**, Adriana Chaud, conta as expectativas da empresa para 2023



Página 34

Credlar Vacation leva cliente para Maceió, em Alagoas



Página 38

GR Group promove expansão dos investimentos no Nordeste brasileiro



Página 42

Grupo Lagoa Quente: da descoberta termal ao crescimento contínuo



Página 46

Thiago Azevedo Barreto deixa seu legado de inspiração e comprometimento com o tempo compartilhado

ENTREVISTA

Com Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts

"A GAV foi um divisor de águas para o destino Salinópolis"

Fundada em 2014, a GAV Resorts é considerada um dos maiores *players* do mercado de multipropriedade e turismo imobiliário, com 10 empreendimentos hoteleiros lançados e operações comerciais em todas as regiões do Brasil.

O presidente da GAV Resorts, Manoel Vicente Pereira Neto, conta como a empresa chegou no patamar de desenvolvimento atual e as mudanças que os três resorts multipropriedade em operação em Salinópolis trouxeram para o turismo e economia do destino paraense.

Antes da multipropriedade e mercado imobiliário, Manoel passou pelos setores de varejo, automóveis, indústria, comércio exterior e, em 2010, fundou a

loteadora Vallepar Empreendimentos. Em 2014, entrou como sócio de um projeto de multipropriedade, que se tornou, posteriormente, a GAV Resorts.

Além de Salinópolis, a GAV Resorts também conta com empreendimentos lançados (em construção) em Ipojuca, região de Porto de Galinhas (PE), Gramado (RS), Pirenópolis (GO), Cruz (CE) e Tibau do Sul (RN). Em 2022, o Grupo atingiu o marco histórico de 100 mil frações imobiliárias lançadas em oito anos de empresa e 3.000 empregos diretos.

Para 2023, a GAV Resorts planeja lançar novos empreendimentos, com projeção de disponibilizar mais 40 mil frações imobiliárias, chegando a 30 salas de vendas espalhadas pelo país.

Como a multipropriedade e GAV Resorts entraram em sua vida?

Em 2014, lançamos o primeiro empreendimento em Salinópolis. Nosso cofundador, Atila Gratão, validou o destino para o primeiro empreendimento e nos convidou para esse projeto. Nos primeiros anos era um negócio secundário, porém, desde 2019 passou a ser meu principal foco.

A GAV lançou a primeira multipropriedade em Salinópolis. Quais benefícios os empreendimentos trouxeram para o destino?

Indiscutivelmente, a GAV foi um divisor de águas para o destino, pois antes da multipropriedade, a cidade tinha apenas um turismo sazonal. Com esse novo modelo de negócio, os multiproprietários passaram a frequentar o destino em datas que antes não iriam, o que fez com que Salinópolis deixasse de ser uma região de feriados e férias, para ser um destino frequentado 365 dias por ano.

Nos primeiros anos, após o lançamento, a cidade cresceu acima de 20% ao ano em arrecadação de impostos, e, da inauguração do primeiro resort em 2018 até janeiro deste ano, recebemos mais de 1,2 milhão de turistas nos empreendimentos da GAV Resorts.



Manoel Vicente Pereira Neto



Fundada em 2014



Empreendimentos em 06 destinos do Brasil



20 salas de vendas físicas espalhadas pelo país



10 empreendimentos hoteleiros lançados



100 mil frações imobiliárias lançadas



Mais de 3000 empregos diretos

ENTREVISTA

Com Manoel Vicente Pereira Neto, presidente da GAV Resorts

A GAV lançou vários empreendimentos nos anos 2020, 21 e 22. Como a GAV analisa as oportunidades de negócios? Qual o modelo adotado pela GAV, contando com sócios nos destinos, investidores externos, terrenos, etc?

Diferente do nosso primeiro destino, onde fomos pioneiros no Pará, hoje sempre buscamos estar nas regiões mais desejadas do Brasil, procurando as melhores áreas para desenvolver nosso negócio. Não temos investidores externos, mas fazemos questão de ter sempre sócios terrenos, isso traz agilidade para o negócio, pois, normalmente, são pessoas bem relacionadas no destino.

Com dez empreendimentos lançados, como a GAV está se preparando (com contratações, processos, estruturas físicas, tecnologia, etc) para fazer a gestão de uma carteira de recebíveis gigante, ter relacionamento com milhares de clientes, realizar obras de empreendimentos cidades diferentes e, posteriormente, a entrega e gestão hoteleira?

São muitos desafios, até o final deste ano chegaremos a 4.800 colaboradores diretos, tudo isso por sermos uma empresa totalmente verticalizada, o que é desafiador. Além disso, nos proporciona um controle maior na qualidade da entrega para o nosso cliente. Estamos, também, em uma transformação diária de processos e sistemas para garantir que todo esse ecossistema funcione da melhor forma.

Quais os aprendizados da GAV Resorts nestes quase dez anos de multipropriedade?

Diria que é um aprendizado contínuo. A multipropriedade é um negócio totalmente novo no Brasil, não existe nada pronto para o setor, nem muita oferta de profissionais com a experiência na gestão do negócio. Tudo isso nos obriga a estar sempre imersos na formação de profissionais e no desenho de processos para o grupo.

Quais os principais gargalos que as empresas de multipropriedade enfrentam atualmente no Brasil?

Muitos *players* sofrem com a falta de oferta de crédito, mas enxergamos isso como algo natural, por ser um nicho novo e sem histórico, por isso, resolvemos fazer diferente e depender o mínimo possível de dinheiro externo. Outro grande gargalo talvez seja o desconhecimento dos consumidores quanto a multipropriedade, assim como as comodidades e os benefícios que ela proporciona.

Entre as principais críticas à multipropriedade, há a captação de clientes e a venda alto de impacto. Na sua opinião, é possível lançar um projeto sem utilizar o formato de marketing e sala de vendas utilizados atualmente no mercado?

Hoje ainda não é possível viabilizar um empreendimento sem a abordagem da captação física, justamente por não ser um produto conhecido, tendo em vista que ninguém sai de casa para comprar uma multipropriedade. Assim, entendemos que os clientes precisam ser apresentados ao modelo de negócio. Mas, com certeza, com o passar dos anos esse será um desejo do brasileiro e essa curva começará a mudar, com clientes procurando pelo produto.



Pipa Island Resort, Tibau do Sul - RN



Pyrenéus Residence, Pirenópolis - GO



Gran Valley Resort, Gramado - RS



Porto 2 Life, Ipojuca, região de Porto de Galinhas - PE

PROXY COMEMORA SUA PRIMEIRA TEMPORADA COM NÚMEROS SURPREENDENTES

Consultoria atingiu 580 vendas no período, gerando um VGV acima de R\$ 33 milhões no Hotel Solar Pedra da Ilha, em Penha

Na última semana de dezembro de 2022, a Proxy assumiu a consultoria comercial do Hotel Solar Pedra da Ilha, em Penha (SC), considerado o 2º melhor resort em multipropriedade do país, e já na primeira temporada de verão entregou resultados acima das metas.

“Aceitamos o desafio de pegar uma operação no meio de uma alta temporada, entendendo todos os problemas da gestão anterior. Quando assumimos o projeto, a sala de vendas contava com apenas sete colaboradores, incluindo liderança, fazendo um VGV médio de R\$ 2 milhões por mês. Hoje, com 70 dias sob nossa gestão, contamos com mais de 100 colaboradores e parceiros, 2 salas de vendas e atingimos mais de 580 vendas no período, gerando um VGV acima de R\$ 33 milhões”, pontua Vinicius Pereira, sócio e diretor comercial da Proxy.

A Proxy é uma empresa focada na gestão de negócios compartilhados. À frente da Companhia estão os sócios: Danilo Samezima (Diretor Executivo) e Vinicius Pereira (Diretor Comercial), ambos foram responsáveis em 2019 por mais de R\$ 260 mi em VGV e, ao longo da carreira, participaram no desenvolvimento de mais de 20 empreendimentos imobiliários. A companhia tem como sócia a Oceanic Empreendimentos, holding imobiliária do Grupo Oceanic, com sede em Balneário Camboriú (SC), desenvolvedora de atrativos turísticos e imobiliários.

“Nos últimos anos havia um cenário ótimo para o segmento com demanda reprimida e baixa oferta de produto, por esse motivo o mercado mirou apenas no VGV. Com mudança de cenário, juros altos, funding e mão de obra escassa, as viabilidades dos projetos ficaram comprometidas. Diante disso, a Proxy nasceu com formato inédito e bastante flexível, com objetivo de contribuir com vários projetos que estão no mercado compartilhado, seja como consultoria, estudo de mercado, viabilidade econômica financeira, comercialização “full service”, ou gestão de relacionamento com clientes. Inclusive, a área de relacionamento já está 100% em operação, localizada em Balneário Camboriú, coordenado pelo Diretor de Pós-Vendas Fernando Pysklyvicz”, explica Danilo Samezima.

A empresa atribui esses resultados, foco em gestão de alta performance, treinamento especializado, condições e ambi-

ente de trabalho para seus parceiros e colaboradores; e, principalmente, a forte equipe de gestores selecionada para essa nova etapa: Maik Grecco, Kauê Machado, Leonardo Borges, Weres Cley (Jhow) e Mirella Souza.

Grupo Pedra da Ilha

O grupo foi fundado por Osmar Vailatti e direção de Diego Vailatti, tem mais de 20 anos de Hospitalidade na cidade de Penha, contando com dois hotéis: a charmosa Pousada Pedra da Ilha e o 2º melhor hotel em multipropriedade do país, o Solar Pedra da Ilha. “Estamos felizes em ter um dos melhores hotéis em multipropriedade no país, a expertise e as entregas já realizadas nos validam a novos lançamentos na cidade, fortalecendo nossa liderança na hospitalidade de Penha” pontua Diego Vailatti.



Equipe de uma sala comemorando R\$ 1 milhão em VGV em um dia

Grupo Oceanic

Fundado em 2019 em Balneário Camboriú, já está entre os cinco maiores grupos de atrativos turísticos do Brasil. Possui três atrações na cidade sede: Oceanic Aquarium, Aventura Pirata, Classic Car Show. Em São Paulo (SP), através do consórcio com LivePark, empresa da DC Set Group, conta com seis atrações: Zoo SP, Zoo Safari, Jardim Botânico, Parque Villa Lobos, Cândido Portinari e Parque Água Branca.

As próximas inaugurações são: Aventura Jurássica, em Balneário Camboriú, em Julho/23; Gramado Aquarium, em Gramado (RS), em Novembro/24; e Space Adventure, em Canela (RS), em Abril/23, este último desenvolvido em conjunto com Blast Entertainment e DC Set Group.

Na Holding Oceanic Empreendimentos estão previstos lançamentos imobiliários turísticos nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.



Mirella Souza



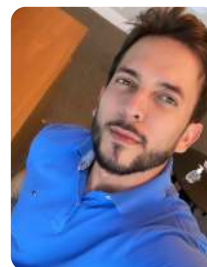
Weres Cley (Jhow)



Maik Grecco



Kauê Machado



Leonardo Borges

ROYAL THERMALE TRAZ NOVOS SÓCIOS PARA O EMPREENDIMENTO

Projeto de multipropriedade em Itaipulândia fecha acordo com novo grupo para assumir a operação, trazendo novos investimentos e marcas de nível internacional

Visando trazer novidades para os segmentos de turismo imobiliário, criar novas experiências e acelerar a retomada do projeto após a pandemia, o Royal Thermale Suítes, empreendimento de multipropriedade em construção em Itaipulândia (PR), cerca de 70 km de Foz do Iguaçu, fecha acordo com um novo grupo de sócios.

Localizado em um dos mais importantes destinos turísticos do Brasil, na região das Cataratas do Iguaçu e Tríplice Fronteira, o Royal Thermale fará parte de um grande complexo turístico formado também pelo Itaipuland Hot Park, parque aquático de água termal a 42°C, e o Resort EAU Thermale Cataratas, ambos já em operação.

Além de assumir a gestão da operação comercial, os novos sócios do Royal Thermale buscarão novos investimentos e marcas de níveis internacionais para fecharem negócios com o empreendimento.

“É um projeto arrojado, desenvolvido por um dos melhores arquitetos da região. O Royal Thermale Suítes terá 2499 apartamentos em 18 torres, com seis etapas de entregas. Com VGV (Valor Geral de Vendas) aproximado de R\$ 4 bilhões, o empreendimento é, sem dúvidas, o maior projeto de multipropriedade da América Latina”, conta o sócio e diretor de operações do projeto, Raphael Palmerston.

Com as vendas impulsionadas pelos turistas do destino (que recebe pessoas de toda a América do Sul), os visitantes do Itaipuland Hot Park e os hóspedes do Thermale Cataratas, o Royal Thermale conta atualmente com duas salas de vendas: no parque aquático do grupo, e uma em Foz do Iguaçu, além de planos de aberturas de novas salas nas cidades próximas e no Paraguai.

“Nosso empreendimento vem com uma nova gestão, uma nova mentalidade e novas ideias”, afirma Edward Ferreira Jr, sócio e diretor comercial do Royal Thermale. “Estamos agressivos no mercado nesta retomada com uma equipe diferenciada e altamente treinada, para quebrar recordes de vendas neste mercado, falando mais de um idioma para melhor atender casais paraguaios, argentinos e uruguaios”.

Além da equipe de vendas, o novo time de marketing do Royal Thermale também está bem motivado, preparado e cada vez mais se qualificando para receber os turistas da região. “Hoje, Itaipulândia é uma cidade bem movimentada, devido a alguns pontos turísticos, como a Santa (maior imagem de Nossa Senhora Aparecida da América do Sul), o Balneário de Jacutinga, que é a Prainha, e também tem o nosso complexo turístico. Após a pandemia, o crescimento do turismo na região se desenvolveu muito e o nosso parque, o Itaipuland Hot Park, tem expectativa de receber mais de 180 mil visitantes no ano”, afirma Raniel Nobre, gerente de marketing do Royal Thermale.



Edward Ferreira Jr



Raphael Palmerston



Raniel Nobre

Resort será mais uma atração turística



O Royal Thermale tem inspiração na cultura escandinava. “Nosso empreendimento chegou das Terras Nórdicas para o Sul do Brasil, onde tudo é maravilhoso. O resort foi pensado para trazer o melhor de um hotel de luxo, com uma belíssima praia de águas termais”, diz Edward.

Os novos sócios também ressaltam a importância do parque Itaipuland Hot Park e as atrações da região das Cataratas. “O Royal Thermale é o destino perfeito e a região da Tríplice Fronteira se destaca pelas diversas opções de turismo. O projeto foi criado para quem quer fugir da rotina do trabalho, renovar as energias e se divertir”, completa Raphael Palmerston.

O Itaipuland Hot Park é um parque aquático localizado na cidade de Itaipulândia, no estado do Paraná. O parque foi inaugurado em dezembro de 1997, e desde então tem sido uma atração turística popular na região. Atualmente, o parque conta com diversas atrações, incluindo as águas termais com temperatura de até 42 °C, piscinas, toboáguas, área infantil, área de camping, restaurantes e muito mais.

DISTRATOS: como amenizar o alto valor de devoluções realizados pelas SPE's da Multipropriedade?

Os “distratos” têm características diferentes em alguns dos segmentos do mercado imobiliário. A Lei 13.786/18, de forma acertada, dividiu suas diretrizes em relação à incorporação e aos loteamentos, determinando, por exemplo, percentuais de retenção diferentes para o caso de rescisões contratuais operacionadas por iniciativas do contratante. Sendo que na incorporação esse percentual de retenção pode ser de até 25% para os empreendimentos que não instituíram o patrimônio de afetação e de até 50% para os empreendimentos que realizaram a instituição do patrimônio de afetação. Nos loteamentos o percentual será único, sendo ele de 10% sobre o valor atualizado do contrato.

Durante a chamada crise dos distratos, período anterior à Lei 13.786/18, a média de cancelamentos no Brasil, em vários anos seguidos, foi de 40%, reduzindo para uma média de 10%, por mês, no período pós-lei, a partir de janeiro de 2019.

Ocorre que, ainda que a incorporação convencional, juntamente com os loteamentos tenham mantido uma média considerada baixa para o número de pedidos de rescisões contratuais nos últimos 4 anos, com pouquíssimas variações do percentual citado, na Multipropriedade esse cenário é muito diferente. Na Multipropriedade, em vários empreendimentos, o percentual de distratos supera a casa dos 50% da carteira de quotas imobiliárias vendidas. Trata-se de uma venda com características muito particulares, que se realiza muito rapidamente.

Esse é um problema gigantesco, que em muitas vezes inviabiliza por completo o caixa da SPE, que não contava com um número tão elevado de rescisões contratuais, que, por consequência, geram devoluções de valores pagos.

Esse problema passa a ser maior, quando, além da devolução das parcelas pagas, o empreendedor e/ou a comercializadora precisa devolver também o valor pago a título de comissão de corretagem.

Segundo o que determina o art. 725 do Código Civil: “A remuneração é devida ao corretor uma vez que tenha conseguido o resultado previsto no contrato de mediação, ou ainda que este não se efetive em virtude de arrependimento das partes.”

Ou seja, mesmo que o negócio não se desenvolva posteriormente, em razão do arrependimento e/ou desistência de algumas das partes (SPE x Adquirente), ainda assim será devida a comissão de corretagem, por se tratar de um serviço já prestado pelo profissional autônomo, corretor de imóveis, que realizou a intermediação imobiliária.

Somente acontece a devolução da comissão de corretagem, caso o pedido de desistência do negócio tenha se dado dentro dos 7 dias imediatamente posteriores à compra. E é nesse ponto que eu gostaria de chegar.

O art 67 A, da Lei de Distratos, disciplina o seguinte nos parágrafos 10, 11 e 12:

§ 10. Os contratos firmados em estandes de vendas e fora da sede do incorporador permitem ao adquirente o exercício do direito de arrependimento, durante o prazo improrrogável de 7 (sete) dias, com a devolução de todos os valores eventualmente antecipados, inclusive a comissão de corretagem.

§ 11. Caberá ao adquirente demonstrar o exercício tempestivo do direito de arrependimento por meio de carta registrada, com aviso de recebimento, considerada a data da postagem como data inicial da contagem do prazo a que se refere o § 10 deste artigo.

§ 12. Transcorrido o prazo de 7 (sete) dias a que se refere o § 10 deste artigo sem que tenha sido exercido o direito de arrependimento, será observada a irretratabilidade do contrato de incorporação imobiliária, conforme disposto no § 2º do art. 32 da Lei nº 4.591, de 16 de dezembro de 1964.

A Lei estabelece a possibilidade da devolução nos 7 primeiros dias após a compra da quota imobiliária, mas estabelece critérios para sua solicitação, inclusive que o seja feito por meio de carta registrada com aviso de recebimento, o famoso AR. Acontece que a maioria absoluta dos adquirentes não procede dessa forma e, ainda assim, mesmo sendo a desistência dos 7 dias informada via e-mail, WhatsApp ou até mesmo verbal, os empreendedores têm aceitado a desistência e devolvido tudo o que foi pago, porém, isso tem gerado muitos prejuízos no que diz respeito ao montante devolvido e que sai dos caixas das SPE's. Portanto, e assim alguns empreendedores já estão agindo, ser mais rigoroso com a taxatividade da Lei e com a retenção das taxas de corretagem, nesse quesito, podem ajudar sensivelmente com a manutenção de montante expressivo e representativo nos caixas das empresas.

Não há que se falar em devolução das taxas de corretagem das comercializadoras, se o pedido de desistência dos 7 dias se deu fora deste período ou via solicitação diversa do que estabelece a legislação.

Além disso, um contrato bem atualizado com os ditames da Lei 13.786/18, com cláusulas de LGPD, entre outras cláusulas especiais, que resguardem o negócio, são essenciais para a segurança jurídica do negócio e, consequentemente, do empreendedor.



Diego Amaral é sócio do escritório de advocacia Dias & Amaral Advogados Associados, Diretor da Comissão Nacional de Direito Imobiliário do CFOAB, Conselheiro Jurídico da CBIC, Conselheiro Jurídico da ADEMI/GO e Ex-Presidente da Comissão de Direito Imobiliário e Urbanístico da OAB/GO (2016/2018 - 2019/2021).

My Mabu bate todos os recordes do projeto e apresenta nova coordenação e gerência de pós-vendas

Empreendimento de multipropriedade alcançou **R\$ 51 milhões** em vendas na temporada de verão



Raimundo R. Pimenta
CEO My Mabu

Como foi a temporada de verão no My Mabu? Quais as expectativas para 2023?

Histórica! Entregamos a temporada recorde com mais de R\$ 51 milhões vendidos e a superação de todos os KPIs do negócio. Só tenho a agradecer ao nosso time pela dedicação incansável, pela qualidade nos atendimentos e, principalmente, por acreditarem no nosso produto.

Tivemos uma supercampanha para premiar todas as equipes que construíram esse resultado, com mais de 30 semanas de hospedagem e mais de U\$10 mil dólares em prêmios. A disputa foi incrível e muito saudável, pois nosso maior objetivo era o coletivo.

Nossas expectativas para 2023 são as melhores, temos um orçamento anual desafiador, mas com uma boa estratégia e com o time que temos construído, o sucesso é garantido.



Rodrigo Coli
Gerente de Vendas

Como foi a preparação para sua primeira temporada no My Mabu?

Foram muitas mudanças nos processos do dia a dia, *speech*, metodologias e etc. O primeiro passo foi fazer a equipe que já estava no projeto acreditar que juntos poderíamos desenvolver novas formas de alavancar as vendas. Nossa gestão busca unir o engajamento por resultados aliado à qualidade de vida da equipe, e nossos resultados mostraram que essa metodologia, mesmo com tão pouco tempo de implantação, foi um sucesso, quebrando todos os recordes do projeto.



Athos de Carvalho Lima
Gerente de Prospecção

Como foi a temporada de verão para a equipe de captação do My Mabu?

Construímos uma estrutura e uma equipe espetacular nos últimos meses, com um novo formato de gestão e estratégias, que contribuíram para um resultado jamais alcançado em nosso projeto e na região da Trílice Fronteira. Entregamos a temporada 2023 com uma marca histórica de mais de 4.000 convidados que assistiram nossa apresentação. Somente um time que trabalha com o mesmo objetivo é capaz de atingir esses números. Estamos orgulhosos!



Norma Beatriz Acosta
Gerente Adm e Financeiro

Como tem se comportado a base de recebíveis do My Mabu após a pandemia e o ano político?

Em janeiro comemoramos um encaixe financeiro maior que a meta prevista, um resultado espetacular. Desde o início da comercialização do projeto My Mabu passamos por algumas crises políticas e por uma pandemia global e, mesmo diante de momentos de incertezas, mantivemos a premissa de vendas alinhada com o projeto e os valores do Grupo Mabu.

Nossa estratégia foi reestruturar o financeiro em células por tipo de carteira de cobrança, o que nos aproximou ainda mais de nossos clientes. Além disso, implantamos negociações mais flexíveis, ampliamos nossas possibilidades, entendemos o cenário econômico e estreitamos o relacionamento para o sucesso dos negócios.



Juliana Jereissati
Gerente de Pós-vendas

De consultora de negócios a gerente de pós-vendas. Nos conte um pouco da sua trajetória profissional no Mabu?

Iniciei minha trajetória profissional no Mabu em 2018 como consultora de negócios, sendo promovida em pouco tempo para coordenação da área de Retenção de Clientes, na qual fiquei por 4 anos e meio. Particpei ativamente de alguns projetos dentro da companhia, sendo o mais importante deles a implantação do empreendimento My Mabu, que me possibilitou adquirir bastante experiência prática no segmento.

O que você atribui ao sucesso dos resultados de retenção em 2022 e quais são as expectativas para 2023?

A entrega desse resultado não seria possível sem a sinergia das áreas de captação, vendas, financeiro, jurídico, Blue Park e, especialmente, a hotelaria do Mabu Thermas e My Mabu. Nosso grande diferencial é que todas as frentes trabalham para alcançar o mesmo objetivo, de proporcionar uma experiência única para os nossos clientes.

Ter um time comprometido com os resultados faz toda a diferença. Não tem fórmula mágica, é preciso que os consultores conheçam a fundo os produtos, serviços, empresas e parceiros; que entendam o potencial de compra dos clientes e que estabeleçam uma relação de extrema confiança. Minha expectativa para 2023 é avançar com novos projetos, fortalecer nossas relações comerciais, proporcionar novas experiências aos clientes e cumprir o meu maior propósito profissional que é contribuir para o desenvolvimento das pessoas.



Nayara Ferreira
Coordenadora de Pós-vendas

Você acabou de ser promovida a coordenadora de pós-vendas, conta como o My Mabu mudou sua vida? O que você espera para o ano de 2023?

Estou no Grupo Mabu há cinco anos. Em minha trajetória pude vivenciar e aprender muito em diversas áreas, iniciando como consultora de atendimento. Em seguida, fui promovida ao setor de Retenção de Clientes, como consultora de negócios, desenvolvendo atividades que elevaram meu conhecimento. Fui promovida para o meu primeiro cargo de liderança como supervisora da Central de Férias dos essionários My Mabu.

Agora estou assumindo a Coordenação de Pós-Vendas, sendo responsável por três frentes: pela área da Central de Relacionamento com o Cliente, Retenção de Clientes e Central de Férias.

Em 2023 vamos continuar investindo na valorização e desenvolvimento dos nossos colaboradores, para sempre termos um time motivado e engajado, o que reflete diretamente na qualidade do atendimento aos nossos clientes. Eu sou um exemplo de como a companhia acredita nas pessoas e proporciona oportunidades de carreira neste mercado.

EXCLUSIVE GUEST REGISTRA NÚMEROS EXCELENTES EM 2022



EXCLUSIVE GUEST
HOTELS & RESORTS

Clube de férias também inicia 2023 com 20% acima da meta estipulada para o período

“O ano de 2022 foi o primeiro do Exclusive Guest com força máxima” afirma Rafael Albuquerque, diretor de vacation ownership do Grupo Wish (antigo Grupo Leceres). Fundado em 2019 com a reestruturação do antigo programa de vacation club, o Exclusive Guest conta com quatro salas de vendas em operação (Gramado-RS, Porto de Galinhas-PE, Foz do Iguaçu-PR e Natal-RN) e alcançou resultados excelentes em 2022, muito celebrado pela empresa.

“Nos anos anteriores, devido a pandemia, o Exclusive Guest não pôde operar com as quatro salas de vendas, e 2022 foi um ano excelente para nós. Alcançamos cerca de R\$ 100 milhões em vendas e crescemos nossa base de clientes, chegando ao número de 6.200”, explica Rafael.

Para 2023, as expectativas são ainda melhores. Este ano já começou a todo vapor para o clube de férias. Os dois primeiros meses de 2023 já se mostraram promissores para o Exclusive Guest, iniciando com resultado 20% acima do previsto para este período, atingindo 33% em eficiência em vendas, com um VPG médio de R\$ 12 mil e um ticket médio acima de R\$ 48 mil para os produtos de timeshare.

Relacionamento com clientes

O pós-venda também apresentou melhorias no relacionamento com os clientes da base do Exclusive Guest. “Em 2019, tínhamos um cenário de inadimplência de 19%. Com o nascimento do novo clube, novos processos, mais benefícios e exclusividade para nossos clientes, melhoramos os números e encerramos 2022 com essa taxa em torno de 6%, uma queda considerável e extremamente positiva”, conta Flávio Cirino, gerente de operações pós-venda do Exclusive Guest. Ele explica que esses 6% são referentes ao total da base de clientes, ou seja, no quantitativo e não no monetário.

A taxa de cancelamento também fechou o ano passado com um percentual baixo, em comparação ao mercado do tempo compartilhado, atingindo a marca de apenas 19% de cancelamento. Em 2019, esse percentual girava em torno de 27%. Este dado se refere ao cancelamento total, levando em conta cancelamentos de sete dias, pós sete dias e clientes inadimplentes há mais de 180 dias, utilizando uma base de clientes limpa, segundo o clube de férias, ou seja, desconsiderando contratantes do programa com mais de 180 dias de inadimplência.



Wish Foz do Iguaçu

Clube de férias de multidestinos

Para Rafael, o próprio produto Exclusive Guest já é o maior atrativo para manter o cliente na base, considerando a qualidade dos hotéis oferecidos, mas a jornada de compra do programa tem um papel ainda mais importante. “Tudo começa na sala de vendas, apresentando o produto de maneira transparente, explicando a usabilidade e ressaltando nosso diferencial de multidestinos, mostrando ao cliente que ele não fica preso a um único hotel, tendo uma boa variedade de opções”.

O cliente do Exclusive Guest pode se hospedar nos 10 hotéis da rede, além dos resorts do intercâmbio da RCI (Resorts Condominums International). Rafael explica que sempre há disponibilidade de apartamentos, pois o Exclusive Guest tem inventário próprio, separado da hotelaria. “Nosso inventário soma hoje 6% do total de todos os apartamentos dos hotéis do Grupo Wish. Essa é uma quantidade que nos atende no momento, mas, conforme formos observando o crescimento das vendas, aumentaremos gradativamente o nosso *allotment*”, diz o diretor, que revela que o clube de férias pretende chegar a 25% de todo o inventário da hotelaria do grupo.

De acordo com Rafael, o Exclusive Guest é estratégico para o crescimento do Grupo Wish, que, hoje, enxerga o timeshare como um dos principais negócios. “Toda a expansão do Grupo está passando pela propriedade compartilhada, e ainda teremos uma multipropriedade”.

COM DOIS ANOS DE COMERCIALIZAÇÃO, **LEAVES PREMIUM SUITES**

SE CONSOLIDA NO MERCADO DE FOZ DE IGUAÇU

Launched in the beginning of 2021, during the pandemic, the Leaves Premium Suites, in construction in Foz do Iguaçu (PR), managed to perform well during the two years of commercialization of the multiproperties, reaching good sales indices and low cancellation rates, anchored in assertive marketing strategies, sales and relationship with clients.

Developed by Ivira Incorporação e Desenvolvimento Imobiliário, the Leaves Premium will have 240 apartments and has the forecast of inauguration of the first stage for December 2025.

The project currently has a variation between 80 and 120 professionals, fluctuating between low and high season. 80% are dedicated to commercial and 20% administrative and after-sales. A sales room is located in the Shopping Catuaí Palladium. The Administration, After-sales, HR and Training Center of the Leaves function in another space in Foz do Iguaçu.



Perspectiva externa do Leaves Premium Suites

The commercial director of Leaves Premium, owner of CLM Consultoria and president of ABROTEC (Associação Brasileira de Operadores de Tempo Compartilhado), Clóvis Meloque, shares the results achieved and the challenges faced in these two years of commercialization.

Com um destino com vários concorrentes do tempo compartilhado, qual o diferencial da Leaves Premium?

A city of Foz do Iguaçu has one of the largest parks in Brazil, the National Park, which in 2022 received 1.5 million people, it is located in one of the 7 Wonders of Nature, the Cataratas de Iguaçu. The city received in the past year more than 2 million visitors. Foz do Iguaçu is the fifth city in Brazil in number of beds, according to the Sindhoteis de Foz and ABIH, with more than 20 thousand beds.

Considering that a large part of these visitors reside in cities about 400 kilometers away, and many visitors are from other cities and even other countries, we find there a perfect scenario for client acquisition, as the flow of tourists is daily.



Clóvis Meloque

The differential of Leaves is that of a Condominium of Multiproperty that unites high standard of its apartments, differentiated services and excellent location, focused on families in B and A classes, with attractive prices for these public and with financing conditions.

Another important differential is not being inside a large attraction, but offering

more tranquility, contact with nature, relaxation, security and entertainment for children, and when they want more fun they will be a few minutes from the main attractions.

Como foi definida a estratégia de captação de clientes?

Due to the fact of having many tourists circulating in the points of tourism, we adopted the approach by capturers. This channel corresponds to 50% of the tours and sales. The other 50% are divided into actions such as strategic partnerships with more than 15 hotels in the city, acquisition in the own store of the Shopping and Programs of Mini Vac and Telemarketing, with prospecting of leads in digital form through social networks and Google.

Also to take advantage of clients who do not want to buy an apartment in the plant, we created the Leaves Club, a club of travels, and use it as an exit program.

Quais resultados/números dos dois anos de operação podem ser divulgados?

Certainly the period of the Coronavirus pandemic affected not only the speed of sales, but also the capacity of payment of buyers. However, we commercialized approximately 3 thousand contracts, with a cancellation rate of 30%. The active base represents 50% sold in the first phase of 144 units, expected to be delivered in Dec/2025.

Therefore, we have the projection to conclude the sales before the end of the works, and launch the second phase which will be 96 apartments.

DESAFIOS NA VIABILIDADE E ORÇAMENTO DA OBRA NA MULTIPROPRIEDADE

Para entregar o empreendimento na data prevista em contrato, a análise para construção deve estar bem alinhada com os custos, vendas, funding e distratos

A construção civil é uma das partes mais importantes do modelo de negócio da multipropriedade imobiliária, pois é responsável por solidificar as experiências prometidas nas vendas. No entanto, a viabilidade econômica financeira é uma questão crítica na obra, pois os custos envolvidos são extremamente elevados e o sucesso de um projeto pode depender do equilíbrio adequado entre o orçamento, vendas, funding, distratos e a qualidade do trabalho realizado.

Podemos definir a viabilidade financeira na construção civil da multipropriedade como a capacidade de um projeto cobrir os custos envolvidos na obra e entregar o empreendimento no prazo estabelecido em contrato.

Por conta da grande complexidade da multipropriedade, o estudo de viabilidade do projeto como um todo, com a parte comercial/mercado, parte jurídica, licenças e aprovações, de arquitetura, visando a tomada de decisão dos empreendedores/investidores, vem antes do planejamento de custos e orçamento para a obra.

“Deve-se fazer um planejamento multidisciplinar com vários profissionais da multipropriedade, enxergando potencialidades turísticas, de comercialização, de operação e construção, na análise do que vai ser o projeto. Com todos esses elementos, construímos a viabilidade”, diz Luiz Fernando Mathia, diretor de Vacation Ownership do Hot Beach Residence, braço de multipropriedade do Grupo Ferrasa, que também menciona a contratação de um escritório de advocacia, para cuidar da estruturação jurídica e aspectos legais e regulatórios.

Mathia explica que para o lançamento do empreendimento Hot Beach You, em Olímpia (SP), por estar em um destino turístico em que o Grupo Ferrasa já atuava há muitos anos, já era conhecido esse potencial e perfil dos clientes. Porém, o estudo teve que detectar se era possível lançar mais uma multipropriedade na cidade. A velocidade de vendas foi prevista de acordo com o que o próprio Grupo Ferrasa conseguiu com outro projeto de multipropriedade em Olímpia, o Hot Beach Suites, inaugurado em 2021, além da análise da tração de vendas das operações comerciais concorrentes no destino.

“Começamos a fazer um estudo, envolvendo o arquiteto e o engenheiro, definindo qual o tamanho, qual tipo de produto do ponto de vista arquitetônico e depois confeccionando os produtos fracionados, de uma semana, duas ou quatro. Chegamos à conclusão, pela área que tínhamos disponível, que poderíamos fazer um empreendimento de 800 apartamentos faseado, que já é um aprendizado. A minha primeira fase será com 303 unidades”, conta o diretor do Grupo Ferrasa.

O estudo de viabilidade multidisciplinar também é realizado pela ABL Prime. “A ABL Prime é uma empresa do segmento de engenharia e tem mais de 120 profissionais do ramo de engenha-



ria e arquitetura. Temos capacidade de avaliar e coordenar um projeto com as soluções construtivas, que sejam viáveis com o negócio, mas tudo isso é alinhado com o estudo de viabilidade, a despesa da obra, o tipo de produto e a parte comercial. O Estudo de Viabilidade vai nos dando esse norte”, afirma Roberto Ribeiro, gerente de inovações tecnológicas da ABL.



Roberto Ribeiro,
gerente de inovações
tecnológicas da ABL Prime

Contratação da construtora para a multipropriedade

Apesar da necessidade do corpo multidisciplinar, muitos projetos de multipropriedade contratam as construtoras para tocarem as obras de seus empreendimentos já com a comercialização em andamento. Lembrando que algumas empresas do mercado são totalmente verticalizadas, atuando como incorporadoras e construtoras.



O gerente de inovações tecnológicas da ABL explica ser possível a entrada da construtora no decorrer do projeto, como acontece nos projetos da própria ABL, se a incorporadora tiver um time de engenheiros e arquitetos para realizarem os estudos e definirem custos, orçamento e tempo de obra. “Mas não é possível se a empresa não tiver esse corpo técnico, uma equipe capaz de fazer essa avaliação, inclusive as aprovações legais”.

O gerente de portfólio de multipropriedade da ABL Prime, Rodrigo Brito, revela que a empresa, por já atuar há mais de dez anos no mercado de multi-

propriedade e ter lançado 20 empreendimentos, confeccionou uma cartilha para desenvolvimento de projetos fracionados. “Por exemplo, para um hotel com 150 quartos, nós sabemos qual será a ocupação média, quantas hóspedes comportam no apartamento, e há os parâmetros dos tamanhos da cozinha, restaurante e piscina, para atender o número de hóspedes”.

E este *know how* da ABL também ajuda na definição do orçamento da obra. “Como temos um banco de dados muito grande dentro da empresa, já fazemos o orçamento baseado nos parâmetros de valores de materiais e equipamentos da região, para não fugir do mercado. Então, no estudo de viabilidade, temos um valor de metro quadrado para Gramado, um valor para Pipa, e outro para Caldas Novas”, completa Rodrigo.

Uma solução comentada por Mathia para empresas que não possuem um corpo técnico com *know how* em construção civil e multipropriedade, é a contratação de consultores engenheiros para realizar o estudo da viabilidade da obra. Ele contou que em um projeto em que atuou na Bahia como consultor, os empreendedores fizeram isso. “Para participar dessa concepção, dando suporte a arquitetura, levantando os custos da obra. Depois juntamos o resultado dos estudos do engenheiro e o projeto do arquiteto, para formatamos os produtos e começamos a selecionar a construtora, dedicada a tocar a sequência da obra”.

Importância da velocidade de vendas para a obra

O estudo de viabilidade projeta uma rampa de vendas para o projeto, que deve estar alinhado ao orçamento para tocar a obra. O diretor do Grupo Ferrasa reforça a importância da velocidade de vendas para a formação da carteira, já que por conta do parcelamento do valor da fração, normalmente, a incorporadora recebe em média 1,6% do que é vendido no mês. “Aqui não estou colocando a entrada”, diz ele.

“O que nós calculamos hoje no mercado é que, se for um empreendimento de 300 apartamentos ou mais, no primeiro ano deve vender entre 70 e 100 milhões de Reais. O que dará uma carteira de recebíveis para ficar confortável para colocar na obra no segundo ano. Mas ainda não é suficiente, precisa continuar vendendo para a carteira crescer e ter mais recebíveis”, calcula Mathia.

O recomendado é que no segundo ano do projeto comece a obra. “O que exige um volume maior de capital disponível. A barriga negativa acontece neste momento”, afirma o diretor do Grupo Ferrasa. Ele esclarece que não há como colocar todo o dinheiro na obra, pois ainda há os investimentos na parte de venda e marketing, assim, a melhor opção é buscar fundings para antecipar a carteira. “Eu aconselho fazer o CRI no segundo ano, para dar um conforto no caixa e conseguir manter os prazos de entrega”, completa.



Luiz Fernando Mathia,
diretor de vacation ownership
do Hot Beach Residence

Tomada de decisão para modificações do projeto

Todo o projeto redondo. Vendas acontecendo e a carteira de recebíveis crescendo para tocar a obra, mas, e se tiver alteração no projeto do empreendimento e ter de refazer algo na construção, mudando algum aspecto do projeto arquitetônico e técnico?

O gerente de portfólio da ABL Prime conta que a empresa já passou por esse tipo de experiência algumas vezes, principalmente, quando o projeto fecha parceria com a operadora hoteleira. “Cada vez que entra uma operadora, pede uma coisa diferente. Muitas vezes, no início do projeto, ainda não temos operadora hoteleira, contratamos do meio para o final da construção e há uma grande quantidade de retrabalho. Cada operadora trabalha com uma formatação.”

Entre as principais modificações pedidas pela operadora hoteleira, Rodrigo menciona retrabalhos nas áreas comuns, na formatação da cozinha e restaurante. “São conceitos de operações diferentes. O Ideal é ter no início do projeto a definição da gestora hoteleira”.

Porém, Roberto Ribeiro, gerente de inovações tecnológicas da ABL, reforça a importância da gestora hoteleira quando o empreendimento entra em operação. “A operação hoteleira tem início com algumas parcelas das frações imobiliárias ainda em pagamento. Além de pagar a parcela da compra da multipropriedade, surge o custo da taxa de condomínio. Se o empreendimento não for atrativo, o proprietário irá distratar, causando outro problema para a SPE”.

Todas as modificações geram mais custos e, na maioria das vezes, não há como reajustar isso no valor da fração que será vendida ao cliente final. “A ABL, como gerenciadora, faz o levantamento dos custos das modificações e levamos para os empreendedores. Em muitos casos, acatamos as modificações e assumimos essas despesas adicionais”, diz Rodrigo Brito

De acordo com Roberto Ribeiro, este tipo de situação necessita de uma análise do estudo de viabilidade. Ele explica que há a análise do estudo que é o alvo, que serve de base para a tomada de decisão para a implantação do empreendimento. E ainda há o acompanhamento, realizado mensalmente, dos custos de todas os departamentos.

“Quando acontecem esses pedidos de modificações, inserem-se esses valores lá (na tabela do estudo de viabilidade) e os indicadores econômico financeiros vão variar. Então, comparamos se vai reduzir o resultado e a TIR (Taxa Interna de Retorno)”, salienta Roberto. “Mas, se ainda é mais viável fazer isso do que não ter uma boa operação, ocasionando distratos ou inadimplência do condomínio, o que é muito pior, então, é uma tomada de decisão que muitas vezes aceitamos, independente se será viável financeiramente ou não”.

Reajuste para corrigir a inflação

Como a obra pode correr por cinco ou mais anos, dependendo do tamanho do projeto, logicamente, os preços dos materiais e equipamentos irão subir no período. Para isso, há as taxas para corrigir a inflação: INCC (Índice Nacional da Construção Civil), para ser aplicado durante a obra; após a entrega, o empreendedor pode optar pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) ou IGP-M (Índice Geral de Preço do Mercado).

“Então, estou corrigindo a inflação. Até a entrega, o INCC é a proteção do incorporador, mas nem sempre se consegue corrigir. Porém, temos outros instrumentos que a lei permite aplicar também”, explica Mathia. Ele revela que o projeto pode reajustar a tabela de preços anualmente, de acordo como as vendas vão acontecendo. “Isso também protege o incorporador desses aumentos que o INCC não consegue corrigir”, finaliza.



Rodrigo Brito,
gerente de portfólio de
multipropriedade da ABL Prime





MULTI PROPRIEDADE by DESBRAVADOR®



Inovação tecnológica para gestão de propriedades de uso compartilhado

Um software completo que engloba a administração, a organização de:

- ✓ Contratos e proprietários;
- ✓ Cotas e semanas;
- ✓ Reservas e disponibilidades;
- ✓ Unidades habitacionais;
- ✓ Financeiro, Contábil e Fiscal;
- ✓ Orçamentos, Taxas e Impostos;
- ✓ Questões condominiais;
- ✓ Pontos de venda;
- ✓ Outras demandas no setor.

Alguns resultados que demonstram o potencial do Sistema de Gestão Multipropriedade:

- ✓ Quase 6 milhões de m² administrados;
- ✓ Aproximadamente 7 mil cotas de multipropriedades gerenciadas;
- ✓ Média de mil reservas mensais;
- ✓ Cerca de 3 mil UHs, salas comerciais e áreas comuns gerenciadas;
- ✓ Mais de R\$ 6 milhões gerados em boletos de cobrança de condomínio.

O mercado de segundas residências atrai novos adeptos todos os dias.

Aproveite o momento de expansão para automatizar e integrar as áreas do seu negócio com um sistema de alta tecnologia.

Agende uma demonstração para conhecer as vantagens do Sistema de Gestão Multipropriedade da Desbravador.

✉ vendas@desbravador.com.br

☎ +55 (49) 3321 0900



Onde você encontra a Desbravador

Brasília - DF
Buenos Aires - AR
Chapecó - SC
Ciudad del Este - PY
Coconut Creek (Flórida) - EUA

Florianópolis - SC
Fortaleza - CE
Foz do Iguaçú - PR
Salvador - BA
São Paulo - SP



BRASIL



INTERNACIONAL

TECNOLOGIA EM PROL DA MULTIPROPRIEDADE

O notório avanço no mercado imobiliário fez surgir diferentes opções para atender e atrair públicos que buscam novas formas de aproveitar momentos de lazer e descanso.

Uma dessas alternativas é o segmento de multipropriedades, um modelo há tempos conhecido internacionalmente, mas que chegou ao Brasil há poucos anos.

Para atender hotéis e empresas que atuam nesse nicho, a Desbravador dispõe de *softwares* e aplicativos que realizam a gestão de propriedades de uso compartilhado.

O Sistema de Gestão Multipropriedade é uma dessas soluções inovadoras, um *software* completo, integrado e muito seguro para a gestão de segundas residências.



EVO LU ÇÃO

O SEGMENTO DE PROPRIEDADES COMPARTILHADAS NO BRASIL

O ramo de multipropriedades deu os primeiros passos no Brasil na década de 80. No entanto, foi nos últimos 10 anos que essa categoria de investimento imobiliário se fortaleceu.

As empresas atuantes adaptaram as regras do negócio, entenderam qual era o modo mais adequado de operar e conseguiram traçar perfis de clientes potenciais. Isso fez com que as vendas aumentassem e o mercado se fortalecesse.

Outro grande salto foi a regulamentação da classe, ocorrida em 2018. Muitas das questões que travavam a expansão e o sucesso pleno das multipropriedades foram esclarecidas na Lei 13.777.

O CRESCIMENTO DAS MULTIPROPRIEDADES

Mesmo com o período pandêmico, o cenário para 2023, e para os próximos anos, é muito animador.

Considerado o novo motor do setor imobiliário e também da indústria do turismo e do lazer, o modelo de compartilhamento de propriedades oferece muitas alternativas para quem deseja adquirir cotas, normalmente, são:

- Apartamentos em praias ou em cidades com águas termais;
- Residências de alto padrão em regiões de serra;
- Unidades habitacionais em hotéis, resorts ou em complexos turísticos.

Além de ser uma ótima oportunidade para quem busca uma propriedade para compartilhar, também é um negócio promissor para empresas do ramo, tais como: administradoras hoteleiras, hotéis, condo-hotéis, redes hoteleiras, incorporadoras, dentre outras.

Independentemente do modelo de negócio, gerenciar as operações desses imóveis de forma integrada é fundamental.

A GESTÃO DAS PROPRIEDADES DE FÉRIAS

A administração de multipropriedades por vezes é considerada complexa, pois envolve a gestão, a organização e o controle de:

- Contratos e proprietários;
- Cotas e semanas;
- Reservas e disponibilidades;
- Unidades habitacionais;
- Espaços de uso compartilhado, garagens, salas comerciais;
- Financeiro, Contábil e Fiscal;
- Orçamentos, Taxas e Impostos;
- Pontos de venda - Questões condominiais;
- Outras demandas que dependerão do modelo de atuação.

Para facilitar o gerenciamento dessas e de outras operações relacionadas aos espaços adquiridos em frações, a Desbravador desenvolveu o Multipropriedade.

SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE DA DESBRAVADOR

Inovação tecnológica para gestão de propriedades compartilhadas

- Um software de alto desempenho com inúmeros recursos para atender de forma unificada todas as áreas que envolvem esse modelo de propriedade de lazer;
- As funcionalidades são desenhadas e conectadas para que o gerenciamento de todas as operações aconteça de maneira prática e segura;
- A flexibilidade do sistema garante o atendimento a diferentes modelos e portes de gestoras de multipropriedades;
- Permite a inclusão de módulos e a conexão com aplicativos para melhorar ainda mais a performance do negócio;
- É totalmente integrável ao Portal do Condômino da Desbravador – um aplicativo exclusivo aos investidores. Essa ferramenta disponibiliza informações, dados e documentos, dando agilidade às demandas dos clientes.



ALGUNS RESULTADOS QUE DEMONSTRAM O POTENCIAL DO SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE DA DESBRAVADOR

Somos pioneiros no desenvolvimento de soluções para esse mercado e entendemos que cada cliente possui um modo de operar único.

A versatilidade e adaptabilidade do sistema Multipropriedade asseguram operações robustas e números expressivos:

- Quase 6 milhões de m² administrados;
- Aproximadamente 7 mil cotas de multipropriedades gerenciadas;
- Média de mil reservas mensais;
- Cerca de 3 mil unidades habitacionais, salas comerciais e áreas comuns gerenciadas;
- Mais de R\$ 6 milhões gerados em boletos de cobrança de condomínio.

Aproveite o momento de expansão desse novo motor do setor imobiliário para revitalizar e evoluir a gestão do seu negócio.

O sistema Multipropriedade da Desbravador garante que o gerenciamento de segundas residências seja unificado, prático e seguro.



MULTI
PROPRIEDADE
by DESBRAVADOR®

MAIS SOBRE

A DESBRAVADOR SOFTWARE DE GESTÃO

Desde 1988 temos a preocupação constante em reconstruir, aperfeiçoar, sofisticar e revisitar processos.

Isso nos coloca como referência no desenvolvimento de softwares e ferramentas digitais para facilitar a gestão de:

- Hotéis, hostels, pousadas e multipropriedades;
- Restaurantes e lojas;
- Postos de combustíveis e lojas de conveniência.

O desafio de desenvolver tecnologias inteligentes e de alto desempenho em um mercado em constante evolução é o que nos motiva todos os dias.

Para prosperar nessa jornada, acreditamos na eficácia da transformação digital atrelada à experiência humana.

Por isso, buscamos entender a fundo o negócio de nossos clientes para viabilizar soluções úteis, valiosas e customizadas para cada contexto.

Atuando dessa maneira, somamos números que nos orgulham muito:

- 34 anos criando soluções tecnológicas;
- Mais de 30 soluções inovadoras no portfólio;
- Atuação em 10 países;
- Mais de 3.500 clientes no mundo;
- Equipe com mais 300 colaboradores;
- 10 escritórios atendendo todo o Brasil.

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



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

ibiobi smart club

Com o ibiobi smart club os associados têm acesso aos melhores lugares do mundo, uma oportunidade de ir naquele lugar que sempre sonhou em levar sua família e com a qualidade que você já conhece garantida.

São mais de 4.300 destinos pelo mundo, espalhados dentre os 108 países que nossa intercambiadora Resorts Condominiums International, ou popularmente conhecida RCI, conta com resorts e outros tipos de hospedagens. Tudo isso de uma forma muito fácil, trocando seus pontos do ibiobi por intercâmbios com o auxílio da RCI.





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



ESOLUTION ANUNCIA APP QUE CONECTA PESSOAS ÀS EXPERIÊNCIAS DE HOSPEDAGEM E FÉRIAS

Aplicativo Trip funcionará como uma central de serviços para clientes de hotéis, parques e multipropriedades

Nos últimos anos, a eSolution tem se destacado não só no ramo de sistemas para gestão hoteleira, de parques e multipropriedade, mas também nas inovações tecnológicas que visam uma boa experiência de quem se hospeda nos hotéis e resorts que adotam os seus sistemas. Em sua mais nova proposta, a empresa apresenta o Aplicativo eSolution Trip, uma ferramenta integrada que funciona como uma central de serviços que entrega um leque de comodidades, tudo na palma da mão.

Com o objetivo de otimizar o tempo dos clientes e tornar a experiência de hospedagem ainda mais agradável, o Trip traz diversas funcionalidades como o pré *check-in*, extrato de conta, cardápio virtual, pedido em PDV e *Room Service*, pré *check-out*, recarga de crédito. No universo dos parques trará carteirinha virtual, situação do associado, pagamento de parcelas do título/passaporte. Por fim, no âmbito da multipropriedade/timeshare, funcionalidades como extrato financeiro e extrato de pontos, solicitação de reservas e pagamento de parcelas também estão presentes.

Além disso, em sua segunda etapa, ainda em desenvolvimento, o Trip contará com uma plataforma para proprietários. Trata-se de funcionalidades que permitem agendamento de semanas, criação e administração de reservas de cotas, pagamento de parcelas, painel de documentos públicos e privados. E praticidades únicas como a disponibilização da cota para o *pool* de locação e disponibilização da cota para intercambiadora, tudo de forma automatizada e simplificada.

Com essa solução, a eSolution busca proporcionar praticidade ao acesso dos recursos do resort/hotel/parque, eliminando filas, burocracias e espera. A empresa entende que a experiência do cliente é fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento

no mercado de turismo e hospitalidade.

O Trip é o primeiro lançamento do ano de uma lista de recursos novos focados na experiência do cliente final. O aplicativo está previsto para ser finalizado no mês de abril, mas o time comercial da eSolution já está apto a demonstrar as funcionalidades e as telas do recurso desde já.

Nas palavras de Carmelito Junior, CEO da empresa: "O Trip é uma forma de consolidar a missão da eSo-



Esolution lança novo app

lution, que é conectar as pessoas às experiências que os empreendimentos proporcionam, elevando as férias e hospedagem a um nível superior de satisfação".

Layner Cléver, COO da eSolution, acredita que com o aplicativo eSolution Trip hóspedes e proprietários poderão ter o hotel na palma de sua mão. Através dele será possível acompanhar o consumo, obter informações úteis, realizar pedidos e fazer a gestão de sua cota, totalmente on-line. "Acredito que este é apenas o primeiro passo para que nossos parceiros agreguem ainda mais valor à experiência do hóspede juntamente com a plataforma eSolution", afirma.

O eSolution Trip é mais uma prova da importância da tecnologia no setor de hospitalidade e como a inovação pode trazer benefícios tanto para os empreendimentos quanto para os clientes. Com o lançamento do aplicativo, a eSolution demonstra mais uma vez o seu compromisso em prover tecnologia para o mercado e torná-lo mais inteligente e dinâmico.

Para ter mais informações sobre essa novidade, acesse o QR code e saiba mais:



Sócios Layner Cléver e Carmelito Junior

ADIT
Share
23



O MAIOR SEMINÁRIO DA
**AMÉRICA DO SUL SOBRE
MULTIPROPRIEDADE
E TIMESHARE**

MAIO

VISITA
TÉCNICA

17, 18 e 19

SEMINÁRIO

**COSTA DO
SAUÍPE RESORTS**
BAHIA



Use o **promocode**
para ganhar **10%**
de desconto

TURISMOCOMPARTILHADO10

 /aditbrasil

adit.com.br



ADITBrasil

VILA DA AMIZADE RESORT JERICOACOARA

Um encontro de culturas e experiências como
em uma viagem inesquecível



Um empreendimento do Grupo Swiss Investimentos Imobiliários em parceria com o Alchymist Group e New Time

Imagem aérea da Vila da Amizade/3D

Em um dos balneários mais famosos do Brasil, rodeado por dunas, praias e lagoas com águas cristalinas, será construído um empreendimento único, inspirado nos mais lindos destinos turísticos do mundo.

Dividido em 10 vilas temáticas, construídas em meio a charmosos parques, piscinas temáticas, canais navegáveis e lindos jardins, a expectativa dos idealizadores é que a Vila da Amizade se torne um dos maiores atrativos turísticos do Nordeste brasileiro. Um cantinho do paraíso onde diversas culturas do mundo irão se encontrar em uma conexão de luxo, conforto e integração com natureza e o meio ambiente.

Ancorado pela atividade hoteleira, comercial, residencial e de lazer com foco no entretenimento, diversão e relaxamento de seus frequentadores, as dez vilas temáticas, totalizando 600 apartamentos, inspiradas em lindos destinos turísticos do mundo, trarão um pouco da cultura, tradição, arquitetura e gastronomia da **França, Itália, Espanha, Grécia, Marrocos, China e Japão.**



Lagoa do Paraíso

“É incrível olhar em volta e vivenciar tudo o que o Grupo Alchemist representa. O nível dos empreendimentos, o charme, o zelo, o cuidado nos mínimos detalhes. De fato, há uma paixão intensa em cada conquista, um brilho especial em cada novo alicerce, a cada tijolo levantado. Isso é o que nos motiva cada vez mais. E tudo isso só é possível porque temos o melhor time, pessoas comprometidas em dar o seu melhor, uma verdadeira família. Juntos construímos essa incrível fábrica de sonhos que se realizam dia após dia, com dignidade, responsabilidade social e ambiental, promovendo desenvolvimento econômico e mudanças positivas para milhares de famílias que, direta e interinamente, compartilham conosco sua energia, habilidades e sonhos. Essa é a verdadeira receita do sucesso. E assim, temos plena convicção que o empreendimento Vila da Amizade será um marco no segmento de multipropriedade no Brasil”, comenta Clea Girão, Diretora Comercial do Grupo Alchemist.



Diretora comercial Clea Girão e o Presidente do Grupo Alchemist, Giorgio Bonelli.

LITERALMENTE NO PARAÍSO

Com uma localização privilegiada, a Vila da Amizade será construída ao lado do Alchemist Beach Club e do novo empreendimento chamado Alchemist The Crystal Lagoon, o projeto de uma mega piscina simulando uma praia com uma réplica esculpida da Pedra Furada, ícone de Jericoacoara. O The Crystal Lagoon também contará com toboágua, restaurante, lojinha de artesanato e produtos locais, e charmosos bangalós para Day Use.

Além dos empreendimentos em operação e outros em fase de implantação, Giorgio Bonelli, presidente do Grupo Alchemist, nos informou, em primeira mão, que será construído um novo parque aquático na Itália, próximo de Veneza, um dos destinos turísticos mais românticos do mundo. “Será um projeto grandioso, com um parque aquático e um hotel de luxo em uma das regiões mais bonitas da Itália”.



Alchemist Beach Club - Lagoa do Paraíso

PARCERIA - CONSULTORIA E VENDAS

A comercialização do Vila da Amizade Resort terá início em abril de 2023, com a abertura das salas de vendas com a assessoria da empresa New Time, a maior especialista em comercialização de multipropriedades da América do Sul, e o “know-how” do Grupo Alchemist, que é responsável por diversos empreendimentos de sucesso no Brasil e no mundo, a exemplo o Alchemist Beach Club, também na Lagoa do Paraíso, o Alchemist Luxury Jeri e o premiadíssimo Alchemist Grand Hotel em Praga, na República Tcheca.



Esses dois “cases” de sucesso, New Time e Grupo Alchemist, serão os motores de vendas desse incrível empreendimento às margens da Lagoa do Paraíso.

JERICOCOARA

VILA DA AMIZADE

RESORT

@viladaamizadejeri



Projeto geral da Vila da Amizade

CONFIRA OS 10 DESTINOS TURÍSTICOS QUE INSPIRAM O EMPREENDIMENTO VILA DA AMIZADE

Eguisheim - França



Com inspiração na cidade francesa, a vila de Eguisheim terá 80 apartamentos. Eguisheim é uma das cidades (ou vila) mais charmosas e coloridas da França. Com pouco menos de 2.000 habitantes, Eguisheim fica no nordeste do país e parece ter saído direto de um conto de fadas. Considerada uma das cidades mais românticas na Rota dos Vinhos da Alsácia, pode ser facilmente visitada a pé, com suas ruas de paralelepípedos, transformando num labirinto compacto de residências, restaurantes, lojas e locais históricos.

Ibiza – Espanha



Com 93 apartamentos, a vila de Ibiza trará um pouco da cultura espanhola para o complexo. Maior cidade da ilha que leva o mesmo nome, Ibiza é mundialmente famosa. O centro da cidade é muito bonito, tem muitas histórias e possui o charmoso clima praiano das cidades do mediterrâneo. Com arquitetura antiga, porém, com decoração moderna, é rodeada por bares e restaurantes com vistas encantadoras. O branco de suas casas contrasta com o azul intenso do céu. Ibiza é uma ilha festiva e vibrante de contínuas emoções. A cidade é patrimônio mundial da UNESCO.

Bagnoregio – Itália



A vila de Bagnoregio terá 54 apartamentos. Civita di Bagnoregio é uma vila medieval cercada pelo Vale dei Calanchi, entre formações rochosas brancas e pontudas típicas de um cenário de filme, como se tivéssemos parado no tempo, como por magia. Remonta a séculos de histórias impressas nas paredes de pedras, atmosferas rarefeitas que nos transportam para um passado antigo. A vila fica no alto de uma colina e é ligada ao restante da "terra" apenas por uma ponte, que foi construída em 1965.

Alberobello – Itália



A vila de Alberobello terá 22 apartamentos. Famosa pelos seus edifícios chamados "trullis", Alberobello é situada na Puglia, que geograficamente é conhecida como o salto da Itália. Uma vila única por sua arquitetura declarada patrimônio mundial pela UNESCO. As Trullis, que vem do latim, "turris" ou "trulla" e significa cúpula, são construídas totalmente de pedras, sem cimento, sem madeira ou quaisquer outros materiais. Os símbolos nos telhados são algumas vezes cristãos, e em outras vezes são pagãos; entretanto, todos eles servem para trazer prosperidade.

Essauira – Marrocos



Inspirado na cultura e arquitetura marroquina, a vila de Essauira terá 66 apartamentos. Essauira é uma cidade da costa sudoeste de Marrocos. Os becos estreitos e suas medinas são seguidos por pequenas praças onde se instalam mercados e bazares com aromas intensos de especiarias e lojas características que oferecem produtos de artesanato refinado. A cidade é considerada por muitos a estância de praia mais agradável de Marrocos, com prédios brancos e becos com detalhes azuis, cercada por uma muralha que acaba no Atlântico e um porto pesqueiro enfeitado por barcos azuis.

Portofino – Itália



Inspirado em uma charmosa vila de pescadores na Itália, a vila de Portofino terá 58 apartamentos. Nos anos 1950, Portofino começou a atrair a visita de ricos e celebridades para passar férias. Muito charmosa, especialmente ao chegar de barco, que ao navegar em direção ao pequeno porto passa pelas construções históricas em tons pastéis. Parte do charme também se dá aos pinheiros e oliveiras nas construções, que se estendem acima do porto e colinas ao redor.

Kastellorizo – Grécia



Contando com 52 apartamentos, a vila de Kastellorizo foi inspirada na pequena ilha grega de Kastellorizo. A cidade conta com casas de cores vivas, um banquete festivo para os olhos e espírito inebriados pelos raios do sol mediterrâneo. Localizada no Mar Egeu, a apenas 3 km da costa da Turquia, o nome provém, segundo algumas fontes, do italiano Castello Rosso (castelo vermelho). As casas da cidade são estreitas e caracterizadas por varandas de madeira e janelas do tipo anatoliano. Acima do cais de navio existe um caminho que conduz ao Castelo dos Cavaleiros (séc. XIV).

Burano - Itália



A vila de Burano terá 72 apartamentos. Uma das ilhas do arquipélago da Lagoa Veneziana, Burano é supercompacta e muito fácil de ser visitada. Por ser mais isolada, tem uma característica mais pacata, tranquila, charmosa e com um ritmo de cidadezinha do interior. Também conhecida por suas casas de pescadores de cores vivas e seus restaurantes casuais que servem frutos do mar pescados na lagoa.

Zhouzhuang - China



Trazendo a cultura e tradição chinesa, a vila de Zhouzhuang terá 85 apartamentos. Localizada no delta do rio Yangtze, no leste da China, a cidade de Zhouzhuang é conhecida pelo seu turismo náutico. Outra atração da cidade, é que a torna um lugar tão especial e popular, tanto entre turistas estrangeiros como turistas chineses, são seus bem preservados edifícios e pontes antigas. Resquícios dos tempos das dinastias Ming e Qing, quando Zhouzhuang tornou-se um centro de distribuição de alimentos, seda, cerâmica, artes e artesanato no sul da China.

Funaya - Japão



A vila de Funaya, com 18 apartamentos, será o pedacinho do Japão na Vila da Amizade. O nome da vila vem da palavra japonesa Funaya, que significa "casa de barcos". E essas casas de barcos podem ser encontradas na baía de Ine, que é uma cidade japonesa no extremo norte da província de Kyoto. A cidade foi fundada oficialmente em 1954, após a fusão de quatro aldeias mais antigas. Ine é conhecida por ser uma das últimas vilas de pescadores tradicionais do Japão que escapou da urbanização e permaneceu intacta.



QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL PODE AJUDAR NO CRESCIMENTO DA MULTIPROPRIEDADE

O consultor de negócios e palestrante **André Beghini** apresenta treinamento para capacitação e desenvolvimento de equipes e lideranças para o mercado fracionado

A rápida expansão nos investimentos, lançamentos e VGVs (Valor Geral de Vendas) no mercado de multipropriedade não vem sendo acompanhada na mesma velocidade pela capacitação e qualificação dos profissionais envolvidos na operação dos projetos (marketing, vendas e pós-vendas). Visando oferecer uma solução a esse problema, o consultor de negócios e palestrante André Beghini lança novos treinamentos para desenvolvimento profissional das equipes e mentorias para lideranças, que incluem gestão de pessoas, implantação de processos e análise de resultados para este segmento.

Sócio também da MultiShare – Consultoria para Implantação e Gestão de Comercialização no mercado de Multipropriedade – empresa na qual é responsável pelo setor de pós-vendas, André acredita que se as incorporadoras, comercializadoras e as consultorias tivessem equipes melhor treinadas, líderes sendo mentoados e processos bem definidos, entregariam resultados mais expressivos e sólidos.

Com mais de 15 anos de atuação no tempo compartilhado e quase 20 no segmento de Turismo, ele é graduado em Turismo pelo Senac, com MBA em Gestão e Liderança pela Saint Paul - com um módulo na ESMT (European School of Management and Technology), em Berlim, na Alemanha -, além de ser certificado pela American Hospitality Academy e também pela American Hotel & Lodging Association.

“Nosso mercado está crescendo, mas ainda cresce pouco em comparação ao potencial que possui. Isso acontece porque as pessoas não estão capacitadas a desenvolver o que é melhor para os negócios”, aponta André. “Como um solucionador de problemas, consigo ver que há uma questão de mão de obra. Mas, ao mesmo tempo, em que solucionamos os problemas, o mercado expande mais. É uma espiral positiva”.

Porém, os empresários e incorporadores também já entenderam que precisam capacitar suas equipes e desenvolver as lideranças, para tornar suas operações mais profissionais.

“A qualificação e capacitação não estão acompanhando o crescimento do mercado. Não existe uma faculdade ou plataforma que prepare o profissional para atuar no negócio, já que é uma profissão muito técnica, com práticas muito específicas para o segmento”, afirma o consultor de negócios, que ressalta que por conta da dificuldade de encontrar mão de obra, os projetos não exigem qualificação para as contratações.

Ele frisa que são poucos profissionais no mercado que conseguem capacitar uma equipe ou líderes. “Há pessoas que são muito experientes, com muitos anos atuando no mercado, mas nem todos sabem transmitir seus conhecimentos”.

Treinamento e Mentoria

Os treinamentos oferecidos por André Beghini são destinados para as incorporadoras e para as consultorias de multipropriedade/timeshare. “Empresas que entendem que precisam desenvolver as pessoas, mas estão sem braço, ou não possuem a expertise para isso”, explica o fundador da empresa.

Ele destaca que o treinamento em gestão e vendas para a equipe é formatado de acordo com cada operação. “Pode ser simples ou complexo, com módulos para a equipe absorver cada vez melhor”.

Para lideranças e gestores, há os serviços de mentorias, podendo ser individuais ou para grupo de até cinco pessoas. “Para auxiliar os líderes a pensarem com objetivos mais claros, para serem mais assertivos com todos os desafios e dificuldades que têm perante a equipe e produto”, complementa o palestrante.

Outro treinamento importante para líderes é como fazer análises dos desempenhos dos membros da equipe. “Fala-se muito em VGV, investimento e meta de vendas, mas não sobre o individual, o que os números falam de cada um da equipe, como ler esses relatórios para criar planos de ações e melhorar os resultados”, destaca ele.



Como exemplo do formato que acredita para gestão e formação de equipes, André indica o artigo “Como me tornei um melhor gestor de pessoas a partir de uma terrível pesquisa de clima”, que publicou no LinkedIn. Siga o link do artigo, também acessível pelo QR Code: <https://www.linkedin.com/pulse/como-me-tornei-um-melhor-gestor-de-pessoas-partir-uma-beghini-mba/>
Acesse o site: <https://www.andrebeghini.com.br/>





FÉRIAS INESQUECÍVEIS TODO ANO.

O Clube de Férias da Bourbon é a forma mais fácil de garantir a viagem anual da sua família. Sócio BDC tem benefícios exclusivos em qualquer hotel e resort da rede Bourbon no Brasil, Paraguai e Argentina. Ou nos mais de 4.300 hotéis e resorts parceiros da RCI espalhados por 100 países.



ACESSE O QR CODE E
PROGRAME AS FÉRIAS COM
A REDE QUE MAIS ENTENDE
DE VIAGENS EM FAMÍLIA.



24 destinos Bourbon, incluindo os resorts:
Bourbon Atibaia Resort e Bourbon Cataratas
do Iguaçu Thermas Eco Resort.



Mais de 4.300 hotéis e resorts
pelo mundo com a nossa
parceira RCI.



Check-in exclusivo, áreas reservadas,
descontos nos restaurantes Bourbon,
mimos personalizados e muito mais.



Planeje e economize
garantindo as melhores
tarifas.

Hot Beach You atinge a marca de mais de 2.200 frações imobiliárias vendidas

Novo empreendimento de multipropriedade do Grupo Ferrasa supera as expectativas do mercado

O sucesso de vendas do Hot Beach You, segundo empreendimento multipropriedade do Grupo Ferrasa, se consolidou como um excelente modelo de negócio para os clientes que desejam ter a sua residência de férias em Olímpia. Lançado em junho do ano passado, o resort atingiu a marca de +2.200 cotas vendidas até janeiro, gerando uma receita de mais de R\$ 100 milhões.

Já em construção, o Hot Beach You terá 800 apartamentos, e tem localização próximo ao parque aquático Hot Beach Olímpia, Hot Beach Resort e o Hot Beach Suites, com acesso facilitado para todos os proprietários.

“A multipropriedade é uma excelente opção para as famílias que desejam ter uma propriedade de férias, sem ter os custos de uma segunda residência tradicional, adquirindo uma fração de tempo de uso e dividindo com demais multiproprietários as despesas do empreendimento. Também tem a garantia de registro em cartório, recebendo escritura da fração imobiliária adquirida. Ainda poderá contar com serviços de hotelaria, tais como, cama (enxoval completo), mesa (copos, pratos, entre outros) e banho (amenities e toalhas). Todos os aptos têm equipamentos disponíveis que geram conforto de uma residência – TVs smart, micro-ondas, geladeira e *cooktop*”, cita Luiz Fernando Mathia, diretor de Vacation Ownership do Hot Beach Residence Club, marca que consolidada os empreendimentos de Multipropriedade do Grupo Ferrasa.

Resort integrado à cidade

O Hot Beach You é um resort projetado para se integrar à cidade. A começar pela sua configuração. Serão 7 blocos de seis andares permeados por vias de circulação, piscinas, áreas verdes e uma fachada aberta para a rua que funcionará como um boulevard com mall, apresentando conforto para os multiproprietários e público externo. “Teremos inclusive um empreendimento âncora, farmácia, lojas, restaurante e um bar *rooftop* muito charmoso com vista para a rua. A ideia é que os transeuntes até se confundam se é um resort, um condomínio ou um mall”, explica a arquiteta Maryana Pinto, do Grupo Ferrasa.

Pet friendly

Outra novidade é que as unidades habitacionais do térreo e do primeiro andar serão *pet friendly* porque terão uma espécie de quintal projetado para receber os animais de estimação, conta a arquiteta. “É um resort para os proprietários se sentirem totalmente em casa, mas com o DNA de bem receber do Grupo Ferrasa que o mercado já testou e aprovou nos resorts em operação”, acrescenta Luiz Fernando Mathia.

Lazer no parque aquático

No Hot Beach You os apartamentos serão de 1 e 2 dormitórios e todos terão cozinha americana equipada, o que possibilita à família fazer refeições, se assim preferir. Como também como no Hot Beach Suites, todos os hóspedes terão acesso, durante toda a estada, ao parque aquático Hot Beach Olímpia sem precisar comprar ingresso, por tempo limitado de acordo com o contrato de compra. Por isso, é um apartamento de férias que já vem com lazer. E lazer para toda família em um dos parques aquáticos mais modernos e visitados da América Latina.

Sobre a empresa

O Hot Beach Parques & Resorts pertence ao Grupo Ferrasa, da sociedade Ferrato e Sant'Anna, fundada em 1981. O Grupo Ferrasa atua nas áreas de construção civil, hotelaria, empreendimentos imobiliários e vacation ownership e tem a hospitalidade em seu DNA. Siga, curta e se inscreva nos canais do Hot Beach nas mídias sociais.





A SUA NOVA CASA DE FÉRIAS ESTÁ EM **OLÍMPIA/SP**

7 torres / 800 apartamentos - Conforto + praticidade + experiências incríveis + muita diversão em único lugar!

Hot Beach You, um gigante de **800** apartamentos divididos em **7 torres** que proporcionará experiências incríveis para sua família com muita diversão, conforto, praticidade e segurança. Dispõe de um projeto arquitetônico primoroso, totalmente conectado à cidade, com lojas, bares e restaurante.

Tudo isso para chamar de seu!

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



“Estamos em um processo de expansão dos nossos serviços”

A CEO da TUDO Consultoria, Adriana Chaud, conta as expectativas da empresa para 2023

O ano de 2022 foi especial para a TUDO Consultoria. Além de consolidar seus atuais clientes e o formato de vendas digitais, lançou um braço de negócio especializado em mercado de luxo e alto padrão para a multipropriedade, a Chaud Properties. Esses resultados e mais as previsões para o segmento em geral impulsionam o otimismo da consultoria para 2023. A CEO da TUDO, Adriana Chaud, conta como foi 2022 e as expectativas para 2023 para a consultoria.



Qual foi o balanço de 2022 para a TUDO?

Em 2022, a TUDO expandiu em várias áreas e se especializou ainda mais nos setores que já atuava. Foi o ano da nossa “spin off” Chaud Properties sair do planejamento e se lançar como a primeira e única empresa de consultoria, derivada da TUDO, especializada em mercado de luxo e alto padrão no segmento de multipropriedade. Sentimos a necessidade dessa inovação pela demanda de um cliente específico e, ainda, com a Chaud Properties, desenvolvemos um formato de venda de relacionamento que funciona num processo híbrido entre o digital e presencial. Foi um ano decisivo para a recuperação do que todos passaram pela pandemia, em relação a resultados comerciais. Desafios digitais também fizeram parte do nosso portfólio e agarramos com toda a força das nossas equipes.

Quais as expectativas de novos negócios para a TUDO para 2023?

Confiamos no crescimento do setor voltado ao compartilhamento e na entrada de mais empresas, que têm visto nosso modelo de gestão, comercialização, pós-vendas, gestão de carteira e vendas digitais, ou seja, o formato desenvolvido pela TUDO, algo que faz sentido e pró resultado. Estamos em um processo de expansão dos nossos serviços, que ainda no primeiro semestre será implantado. Vemos o ano de 2023 com bastante promessa de crescimento com nossos atuais e novos clientes.

Quais as expectativas de crescimento do mercado de Multipropriedade para 2023?

As recentes estatísticas do setor de multipropriedade apontam para um crescimento vertiginoso. Segundo levantamentos, o

número de empreendimentos passou de 128 em 2021 para 156 no ano passado, alta de 21,8%. Em termos de receita, isso representou um Valor Geral de Vendas (VGV) 45% maior, de R\$ 28,3 bilhões para R\$ 41,1 bilhões, com 767,4 mil frações vendidas. Para 2023, a projeção é repetir o crescimento de 28% sobre 2022. Grandes grupos hoteleiros e imobiliários foram sustentados durante a pandemia pela venda da multipropriedade e esse filão só tende a crescer.

Em 2022, vimos empresas do mercado passarem por dificuldades por várias razões. Como o mercado pode aprender para não repetir esses erros?

Temos visto que dois fatores têm levado empresas do nosso segmento a sérias dificuldades financeiras: o tipo de vendas impulsionado no comercial e o mau planejamento de investimentos necessários para a operação de vendas, construção e incorporação do empreendimento - seu fluxo negativo, ponto de equilíbrio, saber que existe uma margem de cancelamento, etc.

Acreditamos que as vendas por relacionamento, vendas digitais e vendas na sala de vendas precisam, constantemente, de revisão e checagem do curso que estão trilhando, pois não há empreendimento que se sustente com vendas malfeitas ou indevidas. Além disso, o pós-vendas e gestão de carteiras altamente profissionalizado e pró resultado fazem a grande diferença em garantir o recebimento esperado.

Porém, empresas que ainda insistem em vender especulando e apresentando altos índices de ganho financeiro/rendimento ao cliente final, com compra múltipla de frações está fadada a vender cinco vezes o mesmo empreendimento e não há fluxo financeiro que suporte tal ação. Ao entregar o empreendimento, o descontentamento e frustração serão do tamanho do volume de distrações, e esse baque financeiro não passa ileso.

Diretor Comercial da **Surfland Brasil** explica modelos de vendas imobiliárias

Para Jeferson Gralha, o formato das salas de vendas de multipropriedade pode contribuir com as vendas nas imobiliárias

Cada produto de uma incorporação imobiliária tem um modelo de vendas, exigindo técnicas de apresentação, argumentação e canais diferentes para concretizar o negócio. A multipropriedade utiliza a emoção de viagens e férias para a vida inteira, o imobiliário tradicional usa o argumento do investimento financeiro e moradia. O diretor comercial da Surfland Brasil e sócio da Smartshare, Jeferson Gralha, explica as diferenças dos formatos utilizados na multipropriedade, nas imobiliárias e no digital.

“O que diferencia o modelo de vendas de multipropriedade está ligado ao motivo para aquisição. A compra de um imóvel tradicional está relacionada diretamente com a realização do sonho de moradia para a vida e com investimentos mais altos que envolvem uma decisão mais lenta e racional sobre os aspectos físicos do imóvel”, diz Gralha.

Ele completa que a compra no modelo de sala de vendas da multipropriedade é definido pela emoção do cliente com os benefícios de férias eternas, aliada ao investimento imobiliário de baixo custo, facilitando a tomada de decisão, sem a atenção que o imóvel tradicional exige.

Além de ser diretor da Surfland Brasil, Jeferson Gralha também é proprietário de uma das principais imobiliárias de Florianópolis, a Gralha Imóveis, com mais de 25 anos de atuação no mercado imobiliário. Para ele, o formato de marketing direto da multipropriedade, oferecendo brindes para conhecer o projeto, poderia ter sucesso nas vendas de imóveis convencionais em locais com alto fluxo de pessoas.



Jeferson Gralha, Diretor Comercial da Surfland Brasil

Replicar modelo de multipropriedade no imobiliário tradicional

Já no caso de replicar o modelo de vendas da multipropriedade na imobiliária, ou o formato tradicional na sala de vendas, Gralha não acredita que possa ser aplicado totalmente em um ou no outro. “Acredito que a expectativa de tomada de decisão na hora, igual ao que acontece no mercado da multipropriedade, seja o mais difícil de replicar no mercado tradicional imobiliário. Muito por conta dos valores envolvidos no modelo tradicional, mas também por todos os aspectos que envolvem a decisão de compra de um imóvel para moradia ou investimento”.

Porém, ele pontua que a imobiliária iria ganhar com a aplicação de técnicas de venda da multipropriedade no modelo tradicional para aprimorar processos de venda, com *scripts* de apresentação mais elaborados e conduzindo para uma eventual tomada de decisão imediata.

“Mas replicar o modelo do mercado imobiliário tradicional nas salas de vendas de multipropriedade seria tirar a característica principal de obrigatoriedade para o consultor seguir um padrão de vendas, diferente da autonomia do corretor de imóveis, na grande maioria das vezes”, explica o diretor comercial da Surfland Brasil.

Vendas digitais

Em relação às vendas digitais, em que a Surfland Brasil foi pioneira em ter sucesso na comercialização pela internet na multipropriedade, Gralha frisa que, na maioria dos projetos, o modelo de vendas on-line no mercado tradicional imobiliário se restringe à captação de *leads* e automação de réguas de nutrição, com objetivo de manter contato com o cliente para reativar o atendimento no momento mais próximo da compra. “Raramente, o modelo 100% digital é aplicável na venda de loteamentos e lançamentos em geral”.

De acordo com ele, o que ocorre na maioria das vezes é um modelo híbrido, onde a captação se dá no formato digital, mas o atendimento é imprescindivelmente presencial. “Levando o cliente até o imóvel para avaliar os aspectos físicos fundamentais para tomada de decisão, e então, pode-se concluir o processo de proposta e assinatura do contrato de forma digital”.

Diferentemente da multipropriedade, que é mais comum a venda acontecer 100% no mundo digital. “Por se tratar de um bem muito ligado à experiência de férias, pelo *ticket* médio ser baixo e a tomada de decisão baseada na experiência de lazer, a jornada se dá pelo formato digital com muito mais facilidade”, conclui.

Sobre a Surfland Brasil

Com investimento de R\$ 320 milhões, a Surfland Brasil, em Garopaba (SC), é primeiro clube resort no formato de multipropriedade com piscina de ondas para surf no mundo, com tecnologia internacional Wavegarden Cove 2.0. Primeira multipropriedade no Brasil lançada com vendas 100% digitais, a Surfland teve suas obras iniciadas em abril de 2020 e está em fase final de vendas. O complexo terá 464 mil metros², sendo que 300 mil são de área preservada e 278 apartamentos.

Credlar Vacation leva cliente para Maceió, o Caribe Brasileiro

A viagem foi o prêmio da promoção “É Hora de Viajar” e a sorteada teve direito a transporte aéreo, sete diárias e duas acompanhantes

Emoção, alegria e satisfação não faltaram para a cliente da Credlar Vacation, Magna Flora Calis, de Praia Grande/SP. Ela foi contemplada com uma viagem para Maceió/AL ao participar da promoção “É Hora de Viajar”, realizada em 2022 pela empresa, em que o consumidor deveria assistir à uma apresentação na sala de vendas e preencher um formulário para participar do sorteio. Magna Calis conheceu o projeto, assistiu à apresentação e, satisfeita com o sistema de multipropriedade, adquiriu duas frações do Long Beach Multiresidence. A premiação dava o direito de levar duas acompanhantes, transporte aéreo para as passageiras e sete diárias no Maceió Mar Hotel, localizado em frente à praia. Na oportunidade, a cliente Magna Calis, levou junto a mãe, Terezinha Calis, e a prima, Sirlene Marcelino.

Ela ficou muito feliz com o presente e afirmou que a viagem foi especial. “Fiquei sonhando com esse momento, pois foi a primeira vez que ganhei um prêmio em sorteio. E ainda tive a oportunidade de levar minha mãe, que sonhava em conhecer Maceió, e a minha prima, que realizou um sonho de conhecer o Nordeste e viajou de avião pela primeira vez”, declarou Magna Calis.



Terezinha, Magna e Sirlene desembarcaram no aeroporto de Congonhas, após uma semana em Maceió

Passeio e carnaval em Maceió

As ganhadoras partiram do aeroporto de Congonhas no dia 31 de janeiro desse ano e retornaram em 07 de fevereiro. Desde o embarque, Magna, Terezinha e Sirlene estavam animadas com a viagem de férias. Para Sirlene, o sentimento foi de gratidão. “Estou muito feliz e grata tanto à minha prima maravilhosa e à Credlar Vacation, que nos proporcionou esse presente”, declarou. Em Maceió, as viajantes tiveram a oportunidade de conhecer praias diferentes, desfrutar de passeios emocionantes, como banana boat, experimentar a culinária alagoana e também se divertiram em trios elétricos de carnaval.

Segundo Magna, a viagem foi maravilhosa. “Essa foi a segunda vez que estive em Maceió e foi muito melhor, pois o tempo estava mais ensolarado, as pessoas eram mais acolhedoras e até pareceu que eu nunca havia ido para Maceió. Tivemos ótima acomodação no hotel, com opções deliciosas no café da manhã. A Credlar Vacation está de parabéns”, declarou Magna Calis.

Um dos momentos mais divertidos para Sirlene foi participar da festa de trios elétricos de grupos como Harmonia do Samba, Timbalada e outros. “Foi maravilhosa essa viagem, conhecer o Nordeste era um sonho e agora se tornou realidade. Eu abri o carnaval em Maceió e entrei no frevo. Obrigada Credlar Vacation e muito obrigada Magna Calis por esse presente”, ressaltou Sirlene.



Aponte a câmera do seu celular no QR code e assista o vídeo da viagem da ganhadora do sorteio!



“Fiquei impressionado com o negócio e sistema de vendas da multipropriedade”

Empresário em diversos segmentos, Sérgio Leal relata a experiência de trabalhar com frações imobiliárias em Praia Grande

Há 28 anos atuando no mercado imobiliário, o empresário Sérgio Leal, decidiu implantar o sistema de multipropriedade na região da Baixada Santista, em Praia Grande/SP. Além de atuar na construção civil com a Credlar Construtora, empresa que ocupa o 26º lugar no ranking do Brasil, Sérgio Leal também empreende nas áreas de turismo, gastronomia, saúde e, há um ano, iniciou as atividades com a comercialização de frações imobiliárias do empreendimento Long Beach Multipropriedade com a empresa Credlar Vacation na cidade de Praia Grande/SP. O interesse do CEO do grupo Credlar pela multipropriedade iniciou com a compra de uma fração durante uma viagem internacional. Foi então, que começou o processo de implantação de vendas de frações em uma das cidades que mais cresce no Brasil, que segundo ele, ofereceu a oportunidade de trabalhar, desenvolver, produzir e gerar centenas de empregos para chefes de famílias.

Natural de Santos/SP, residente em Praia Grande desde 1993, Sérgio Leal gera mais de três mil empregos diretos e



Sérgio Leal, CEO do Grupo Credlar

indiretos na região com as empresas sob o seu comando. No decorrer da entrevista, o CEO do grupo Credlar relatou sobre o trabalho com a Credlar Vacation que completou um ano de operação no litoral paulista.

Turismo Compartilhado: Como você conheceu a multipropriedade?

Sérgio Leal: Conheci o trabalho da multipropriedade através de interesse próprio, quando realizei a compra de uma fração imobiliária no México. Eu fiquei impressionado com o sistema de vendas e o negócio da fractional. Foi então que, naquele momento, decidi que deveria entrar do outro lado do mercado para desenvolver a comercialização e proporcionar o mesmo lazer e vantagens às pessoas que desejam desfrutar de experiências de viajar.

T.C: Como você enxerga esse mercado de multipropriedade no Brasil?

SL: Eu vejo que esse mercado está em pleno desenvolvimento. Principalmente após a pandemia, vejo na multipropriedade um segmento que se consolidou como algo positivo de acordo com as novas tendências do turismo e consumo das famílias brasileiras.

T.C: Como tem sido a experiência de trabalhar com a multipropriedade nesse 1 ano de operação em PG?

SL: Ainda muito desafiadora por não ser o segmento ainda conhecido, como acontece na região de Goiás e Olímpia/SP. No entanto, tenho uma perspectiva muito positiva para os próximos anos, pois o resultado das vendas tem sido satisfatório e iremos trabalhar para que esses números sejam cada vez mais crescentes.

T.C: Como foi a adaptação para iniciar o trabalho com a multipropriedade?

SL: Primeiro, muita pesquisa e aprendizado sobre o negócio da multipropriedade. Em seguida, realizei a pesquisa dos parceiros e, com a experiência dos pioneiros no segmento, aconteceu a decisão de internalizar todo o processo desde a comercialização até o pós-vendas e administração do futuro empreendimento. Isso levou dois anos de pesquisa e um ano de desenvolvimento da estrutura física e humana antes de lançarmos o primeiro produto que é o Long Beach Multipropriedade. Atualmente, estamos com mais de 150 colaboradores na Credlar Vacation, três equipes de vendas, sendo uma no período diurno e duas no noturno, estabelecidas nos bairros Boqueirão e Aviação; e sede própria, onde atua a diretoria, os departamentos financeiro, relacionamento com o cliente, marketing e desenvolvimento humano organizacional.

T.C: Qual será a prioridade esse ano com o projeto?

SL: Com certeza o andamento da obra do Long Beach Multipropriedade e a dedicação total ao pós-vendas. A intenção é que possamos desenvolver um relacionamento mais próximo com os proprietários das frações, ajudando-os a viajar mais e desfrutar com mais qualidade do tempo que adquiriram conosco da melhor forma possível.

T.C: Por que você escolheu PG para trabalhar com a multipropriedade?

SL: Por já estar no mercado imobiliário da região há muitos anos e acreditar neste local como novo potencial turístico adequado para a segunda residência, tanto pela estrutura local da cidade, como pela proximidade com a capital São Paulo e toda região do entorno, no raio de 600 km.

Já temos projetos para serem lançados...

T.C: Quais as expectativas para Praia Grande e para a Baixada Santista em relação a multipropriedade?

SL: Acredito que o negócio da multipropriedade irá crescer na região nos próximos anos, pois já temos projetos para serem lançados em outras cidades da Baixada Santista, como Guarujá e Itanhaém. Já adquirimos áreas nesses locais para desenvolvermos o sistema de multipropriedade.

Allimulti lança multipropriedade de alto padrão em Pipa

Nordeste é queridinho dos viajantes e Okan Pipa Multi Residence traz conforto e exclusividade para turistas



Os brasileiros voltaram a viajar e isso vem refletindo nos números do setor de turismo, que deve apresentar um crescimento de 53,6% este ano, em comparação com 2022. A projeção faz parte do boletim da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), com base na análise da Federação do Comércio Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP).

Os destinos nacionais se destacam nessa nova fase e a região Nordeste é a queridinha dos viajantes. “O Nordeste é um dos destinos mais procurados do Brasil e tem demanda o ano inteiro, graças ao clima e às belezas naturais. Os estudos já indicam um bom crescimento do turismo na região”, destaca o Diretor de Operações da Allimulti Incorporadora, Josimar Neias.

Acompanhando as tendências no cenário mundial do mercado de hospedagem de férias por multipropriedade, e apostando no potencial turístico da região Nordeste, a Allimulti lançou um empreendimento de alto padrão, focado no lazer e no bem-estar familiar: o Okan Pipa Multi Residence.

Localizado na Praia de Pipa (RN), o projeto tem o objetivo de atender às demandas crescentes de hospedagem de férias na região Nordeste, imprimindo um design harmônico, modernidade e aconchego ao projeto, para corresponder às expectativas do público e otimizar a experiência das férias em família.



Exclusividade e conforto em um local paradisíaco

Josimar Neias reforça que os diferenciais do Okan são a valorização do estilo de vida equilibrado e o investimento em uma arquitetura orgânica integrada. Destaca que o condomínio fica em um local muito privilegiado da Praia de Pipa e tem unidades limitadas disponíveis. “É reservado, com privacidade, mas, ao mesmo tempo, próximo de todos os atrativos da região, para quem deseja curtir a praia e a cidade. É sinônimo de exclusividade, prazer e bem-estar”, afirma.

Para o Diretor de Operações da Allimulti, os imóveis de multipropriedade têm evoluído, visando se especializar em promover vivências únicas, compatíveis com o lifestyle do público-alvo. “A tendência que enxergamos hoje são conjuntos de multipropriedade com estrutura menor, focados em promover melhores experiências”, explicou.

Estrutura de hotel de luxo na sua casa de férias

O condomínio terá 106 unidades habitacionais exclusivas. São apartamentos com áreas de 45m² a 197m². Alguns dos produtos contam com piscina privativa ou rooftop com jacuzzi. Já nos ambientes comuns, o resort contará com piscinas adulto e infantil, spa, restaurante, café, espaço kids, fireplace, academia e outros serviços.

A proposta é ser um refúgio de férias para as famílias que desejam descansar em um local cercado de natureza, com boas opções de ecoturismo, entretenimento e boa gastronomia.

O empreendimento foi pensado para “conversar com o meio ambiente, aproveitando e respeitando o entorno. Por isso, a arquitetura que foge do estático convencional, foi projetada para se integrar com a natureza e promover harmonia visual”, como ressalta Josimar.

Previsão de entrega em 2026

A previsão é de que o Okan Pipa Multi Residence seja inaugurado no segundo semestre de 2026. O empreendimento deve desempenhar um papel importante no fomento ao turismo e comércio na região, ajudando a movimentar a economia local, já que vai atrair grupos de pessoas em busca de todas as experiências que Pipa proporciona. Além disso, vai promover novas oportunidades de emprego, desde a implantação até a fase de pleno funcionamento.

Confira a entrevista com Josimar Neias, diretor de operações da Allimulti Incorporadora

O mercado de multipropriedade tem se mostrado promissor no Nordeste? Quais as expectativas para esse lançamento?

Sim, O Nordeste é um dos destinos mais procurados do Brasil e tem demanda o ano inteiro, graças ao clima e às belezas naturais. Os estudos já indicam um bom crescimento do turismo na região. E o Okan Pipa, incorporado pela Allimulti está em um desses destinos paradisíacos, cartão postal que recebe turistas do Brasil e do mundo, onde a comunidade é bem receptiva.

Estamos aproveitando o melhor de tudo isso, com um produto bem alinhado com as tendências do turismo compartilhado e da multipropriedade. Por isso, as expectativas são as melhores possíveis.

E qual a marca que a Allimulti pretende deixar nesse cenário?

A Allimulti é uma empresa nordestina que está recebendo o mundo. Por isso, estamos bem conectados com as tendências globais. Vemos que, especialmente depois do período de pandemia, as pessoas passaram a buscar mais espaços de refúgio para um resgate ao bem-estar. Essa é a marca que buscamos imprimir nos produtos da Allimulti. Biofilia, equilíbrio e bem-estar são palavras que definem a marca do nosso condomínio resort.

Qual é o perfil do público que se identifica com o Okan?

O público que busca tranquilidade, reconexão, tempo de qualidade em família e bem-estar vai encontrar isso no Okan.

Por que a escolha da localização em Pipa? Quais os atrativos desse destino para o público?

Pipa é um destino cartão-postal do Brasil. Tem praias paradisíacas, cultura, turismo, gastronomia. Opções para quem busca descanso junto à natureza, turismo sustentável, atividades ao ar livre ou opções de entretenimento na cidade. Então é um destino que congrega bem essa cultura do lazer e equilíbrio, por isso, já é uma opção amplamente considerada por nordestinos e turistas do mundo inteiro.

Como esse empreendimento beneficia o turismo e o mercado da região?

Antigamente, tinha-se o pensamento de que apenas construir um empreendimento bonito, bem estruturado, já era suficiente. Mas, a estrutura estática tem um prazo determinado para cansar o consumidor. E as pessoas esperam mais experiências e interação. Então, a multipropriedade tem evoluído, buscando a conexão com a sociedade e o local onde ela está inserida. Nosso empreendimento vai reforçar o incentivo ao turismo e ao comércio local. Porque as pessoas não compram apenas um apartamento no resort, compram o destino e tudo o que ele oferece. Pipa é um bom polo de gastronomia e de atividades turísticas. Como a multipropriedade é um negócio de relacionamento, o empreendimento se desenvolve e, proporcionalmente, o local também.

GR GROUP PROMOVE EXPANSÃO DOS INVESTIMENTOS NO NORDESTE BRASILEIRO

Com presença consolidada no Nordeste, grupo já conta com novos projetos que serão lançados em breve



Pitangui Beach Resort, localizado em Extremoz - RN

O Nordeste Brasileiro é um dos destinos mais procurados do País. Há anos vem se desenvolvendo, oferecendo ricas experiências e oportunidades de lazer. Pensando nisso, o GR Group, um dos maiores grupos de incorporação imobiliária para turismo no país, que desde 1999 trabalha com foco na experiência e transformação de pessoas e no desenvolvimento dos destinos onde está inserido, decidiu investir na região e vem colhendo bons frutos, além de prever novos negócios e ampliações.

A trajetória do grupo no Nordeste começou em 2019 com a aquisição das operações do Wyndham Club Brasil, braço da Wyndham Destinations na América do Sul, trazendo a oportunidade do GR figurar entre os maiores vacation ownership da América Latina.

"Foi bastante desafiador gerenciar o maior clube de férias do mundo aqui no Brasil, pegando um período de pandemia, mas hoje, quando analisamos os dados, comprovamos o enorme sucesso. A comercialização do nosso produto de timeshare mantém-se em crescente contínua", diz o CEO, Gustavo Rezende.

As salas de vendas em Maceió (AL), no Pratagy Beach All Inclusive Resort e em Natal (RN) no Hotel Vila do Mar, foram incorporadas à gama de negócios do grupo que já comercializava em outros destinos empreendimentos de multipropriedade. Atualmente, no Nordeste, além destas, o grupo conta com uma operação localizada na Praia do Gunga, também em Alagoas, que comercializa o sistema timeshare do Wyndham Club Brasil.

Em janeiro de 2021, lançou seu primeiro empreendimento no sistema de multipropriedade no Nordeste, o Pitangui Beach Resort, localizado na Praia de Graçandu em Extremoz, Rio Grande do Norte, iniciando assim a comercialização do sistema multipropriedade na região.

"O Pitangui é nosso projeto precursor em incorporação imobiliária no Nordeste, e ele é especial porque está sendo construído na Grande Natal, um dos mais belos e procurados destinos turísticos do País", ressalta o CEO.

Com Valor Geral de Vendas (VGV) de cerca de R\$ 150 milhões, o empreendimento é o primeiro estabelecimento greenfield de multipropriedade em Natal. "Será um resort pé na areia, em frente à praia e beach club. As obras estão em andamento e a previsão de entrega está prevista para 2024, com apartamentos totalmente mobiliados e equipados", endossa. A expectativa é que entre obra e operação sejam gerados mais de 100 empregos diretos e mais de 200 indiretos.





Pitangui Lagoa Park - um verdadeiro paraíso em meio as dunas

Em novembro de 2022, o GR Group assumiu a operação do Pitangui Lagoa Park, destino consolidado há mais de 20 anos no roteiro turístico do Rio Grande do Norte. "Implementamos mais atrações, com parque aquático, caiaques e pedalinhas, brinquedos infláveis e tirolesa para os visitantes", diz o vice-presidente de Entretenimento, Engenharia e Parques do GR Group, Filipe Rezende.

"Dobramos a visitação da Lagoa em 100% nos primeiros meses de operação GR Group, resultado do rebranding e das melhorias em toda a infraestrutura, principalmente gastronômica", destaca Filipe. "O complexo gera, hoje, cerca de 60 empregos diretos, além de promover o destino e alavancar os negócios locais, uma das preocupações do nosso grupo".

Ações de ESG, com preocupação em manter o meio ambiente do local e entorno, estão sendo feitas com direcionamento correto da coleta de lixo, preocupação com fauna e flora das dunas, entre outras ações. "Estamos situados numa localização privilegiada e essa atenção com a localidade, com a comunidade local é fundamental e necessária. Estão entre os pilares do grupo e nossos propósitos!", finaliza o VP Filipe.

Novos empreendimentos e alinhamento com poder público

No início de janeiro de 2023 o CEO, Gustavo Rezende, esteve reunido com a Governadora do Rio Grande do Norte, Fátima Bezerra, o Vice Walter Alves, secretários estaduais e lideranças do Poder Público potiguar para alinhar tratativas e estratégias para promover ainda mais o destino turístico. "É importante caminhar junto com a gestão pública para que possamos ter mais assertividade em nossos projetos, contribuindo de forma positiva na comunidade onde eles estarão inseridos", enfatiza o CEO Gustavo Rezende.

Apenas a região da Grande Natal recebe anualmente mais de 2 milhões de turistas por ano, portanto há a preocupação do Governo do Estado em incentivar empresas que queiram investir no destino para alavancar o turismo rio norte grandense. "Essa acolhida solidificou a certeza do GR Group de ter feito escolhas corretas para novos investimentos", diz Gustavo.

O GR Group prepara novos lançamentos, entre eles um grande parque aquático e dois resorts, ambos em Extremoz (RN). "Claro que nos atentamos às pesquisas de mercado, no interesse turístico dos viajantes. E projetamos nossos negócios de acordo com os resultados. Hoje, há uma busca por um turismo mais sustentável, mais consciente e cheio de experiências", ressalta Rodolfo Rezende, vice-presidente de Marketing e Vendas do GR Group.

De acordo com boletim do terceiro trimestre da Braztoa (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo), o Nordeste é a região queridinha dos turistas brasileiros. Maceió (AL) ocupa o segundo lugar da lista de cidades mais visitadas e Natal (RN) está em terceiro lugar.

"É preciso criar roteiros interessantes que vão além de praia, mar e sol. As pessoas querem realizar atividades que tornem aquela viagem inesquecível, por isso pensamos em proporcionar experiências em nossos empreendimentos que fiquem marcadas na vida das famílias que nos visitam," diz Rodolfo.

O projeto do parque aquático terá investimentos de 100 milhões de reais, gerando centenas de empregos diretos e indiretos "Promoveremos capacitação e treinamentos para nossas equipes, para cada vez mais oferecermos serviços de qualidade aos nossos clientes, tornando-se mais um atrativo para a região", destaca o CEO Gustavo Rezende.



Reunião entre o CEO do GR Group, Gustavo Rezende com a Governadora do Rio Grande do Norte, Fátima Bezerra, o Vice Walter Alves além de secretários estaduais e lideranças do Estado.

Turbilhados é a nova atração do Hot Park

Totalmente tematizada e levantando a bandeira da preservação da natureza, a experiência traz dois toboáguas de grande porte, com manobras radicais e elementos inéditos

Dois toboáguas com boias para até quatro pessoas, manobras radicais e inéditas como a manobra Flying Saucer 45 - primeira no Brasil, uma vila temática instagramável com um *storytelling* que mostra o lado preservação versus degradação da natureza. Esse é o Turbilhados, a nova atração do Hot Park, parque aquático da Aviva, localizado em Rio Quente, Goiás. Inaugurado oficialmente no dia 16 de janeiro, durante a temporada de verão, o evento recebeu convidados, influenciadores e clientes do Aviva Vacation Club, maior clube de férias da América Latina.

"O Hot Park conta com atrações para todos os gostos, seja para quem quer relaxar, se aventurar ou curtir junto com as crianças, já que as boias têm quatro lugares. A Aviva está sempre trazendo novidades para seus destinos com o propósito de fazer famílias felizes. Para isso, investimos R\$ 31 milhões no Turbilhados, desde a estrutura até a concepção temática", afirmou Alessandro Cunha, CEO da Aviva.

Com capacidade para atender 1.600 pessoas por hora de atividade, sendo acessado pelo mesmo caminho do Xpirado, a inauguração do Turbilhados foi marcada pela presença do apresentador, influenciador e ator Bruno De Luca, como mestre de cerimônia, e também de diversas personalidades como os influenciadores Vivi Wanderley, Clara Garcia, Gustavo Tubarão, Jacques Vanier, Sid Peão, Nilson Neto, Enaldinho, Jade Sales, Isa Paoli, Anna Clara Rios, Lari e Hugo, Gabriel e Shirley, Maria Emanuely e Maria Nicolly do Canal Eu, Você e Nós, entre outros.



▲ Turbilhados

O momento também contou com a presença dos clientes do Aviva Vacation Club, que puderam se divertir durante a abertura oficial da atração. "Eles foram convidados a conhecer o Turbilhados com exclusividade na inauguração. Tivemos *sunset* com DJ e uma hora a mais de Hot Park para nossos sócios, fortalecendo ainda mais a nossa jornada de fidelização com o cliente que inclui sempre experiências únicas", destaca Bruna Apolinário, Gerente Geral de Vacation Ownership da Aviva.

Equipamento inédito no Brasil

Com equipamentos e tecnologia importados de uma fabricante canadense, o Turbilhados fica localizado bem ao lado do Xpirado (que também passou por um *rebranding* e faz parte da tematização e *storytelling* da nova atração), e consiste em dois toboáguas de 17 metros de altura, nomeadas de Rio Alto e Rio das Curvas.

O Rio das Curvas tem 170 metros de descida e traz um equipamento inédito no país, a manobra Flying Saucer 45, que é um disco em que quando os usuários na boia entram ali, fazendo a curva, ganham velocidade. São duas manobras durante a descida.

O outro toboágua, o Rio Alto, no estilo Tornado, possui 150 metros de descida e é mais lento que o Rio das Curvas, porém, com manobras mais radicais. O equipamento utilizado no Rio Alto

são funis que provocam oscilações na boia com os usuários e o Hot Park é o primeiro parque aquático brasileiro a ter três dessa manobra em uma atração.

"As peças do Turbilhados foram transportadas de navio desde o Canadá para Brasil em 47 contêineres e a montagem feita em Rio Quente como se fossem grandes blocos de montar e, antes da inauguração, fizemos testes homologados junto ao fabricante, garantindo o mais alto padrão de segurança", completa Cunha.

Visando cumprir todos os protocolos de segurança, o Turbilhados foi testado mais de 500 vezes antes de ser aberto ao público. Os primeiros testes foram com sacos de areia, depois com pessoas da empresa fabricante do equipamento, com os guardavidas e, por último, com os colaboradores da Aviva.

Turbilhados traz temática inspirada na preservação ambiental



▲ Vista aérea do Hot Park

Não são apenas toboáguas radicais que a nova atração do Hot Park traz de novidade, o Turbilhados conta também com tematização, espaços instagramáveis e *storytelling*, que conta a história da Vila das Palmas e da Vila das Almas.

“Como essa atração se conecta ao Xpirado - foi erguida ao lado -, redesenhamos a história para conectar as duas atrações ao redor da mesma temática: a da preservação ambiental. As vilas mostram dois lados de uma mesma história - cuidado e depredação. A Vila das Palmas - um lugar cheio de vida, onde as pessoas se integram com a natureza, e todos os moradores estão no local há muitas décadas e passam de geração em geração o respeito pelo meio ambiente - leva ao Turbilhados; já a Vila das Almas - um lugar

sem vida, onde não há uma alma viva, e onde a pesca predatória e uso do rio como depósito de lixo deixou o local abandonado - ao Xpirado”, conta Oliver Krause, gerente geral de Entretenimento e Parques da Aviva.

Antes de subir as escadas para os toboáguas, os visitantes do Hot Park têm que fazer um trajeto temático, em que irão entender o *storytelling* das atrações, passando por uma sala com vários vídeos sobre a lenda e também pelas Vilas.

“Além disso, o projeto foi pensado na máxima preservação e adequação aos espaços naturais, isso promove uma integração com a paisagem natural e a vista é privilegiada com a nossa natureza”, afirma Cunha.

Expectativas da Aviva



▲ Turbilhados

As expectativas de retorno da Aviva são altas com a nova atração: 15% de aumento de novos visitantes. É uma experiência inédita no país e promete movimentar a economia local.

Hoje, o complexo é o maior gerador de empregos da região, com cerca de 2.700 postos de trabalhos diretos, e que recebe aproximadamente 1,5 milhão de visitantes por ano.

Para formatar o Turbilhados, que tem como conceito principal o redemoinho - uma força natural e inexplicável, símbolo da passagem e mudança, a Aviva realizou estudos de viabilidade econômica financeira, visitou parques no Brasil e mundo para entender as tendências e realizou estudos de mercado para compreender o que os clientes do Hot Park desejavam.

“Tudo que fazemos, deve ser viável e sustentável para o negócio. No caso de um equipamento de parque, o foco dos primeiros resultados é a manutenção de clientes atuais e, em seguida, um reposicionamento da marca, além da atração de novas pessoas apaixonadas pelo Hot Park. O Turbilhados tem uma expectativa de retorno sobre o capital investido de seis anos”, conclui o CEO da Aviva.

GRUPO LAGOA QUENTE:

da descoberta termal ao crescimento contínuo



Vista aérea do Complexo Lagoa Quente

O Grupo Lagoa começou sua história na descoberta da cidade no século 18, período em que foram descobertas as nascentes de águas quentes pelo bandeirante Martinho Coelho, um grande explorador e quem construiu a primeira casa em Caldas Novas – casa que ainda permanece de pé.

Essa descoberta trouxe ótimos benefícios para a cidade e região, como o nascimento do maior complexo de lazer de Caldas Novas e um dos maiores do Brasil: o Lagoa Parques e Hotéis.

O Grupo Lagoa vem crescendo e se destacando como um dos principais destinos do Brasil, unindo diversão, atrações radicais e uma experiência única em contato com a natureza. É o único lugar em Caldas Novas onde é possível ver de perto as águas termais em seu surgimento natural.

Atualmente, o Lagoa recebe quase 500 mil visitantes por ano e o parque conta com uma estrutura única com mais de 220 mil m² de muita natureza, águas quentes e diversão para todas as idades. Uma das atrações é a Eco Praia: uma incrível praia artificial com quiosques, restaurantes, espaço para shows, arena de esportes e areia de verdade nos pés, entregando uma experiência memorável e imersiva. É uma praia de verdade dentro do cerrado.

Com a visão de estar entre as melhores empresas de entretenimento no ramo de turismo do Brasil, o plano de crescimento do Grupo Lagoa é atingir os objetivos através de novas incorporações imobiliárias, como por exemplo, o lançamento de novos resorts e

um novo posicionamento da marca, valorizando ainda mais os empreendimentos já entregues como o loteamento Lagoa Golden Park, o condo resort Jardins da Lagoa e a 1ª etapa do Lagoa EcoTowers, um resort de luxo com altíssimo índice de valorização.

Isso é um pouco do Lagoa Parques e Hotéis, que vem se desenvolvendo e inovando a cada ano que entra. Com uma grande história e um objetivo claro o grupo ganhará cada vez mais visibilidade no meio nacional.



Lagoa Quente, local onde as águas quentes foram descobertas

É HORA DE
PLANEJAR OS SEUS
melhores dias
EM FAMÍLIA.

VIAJE PARA OS RESORTS DO TAUÁ E CRIE
MEMÓRIAS INESQUECÍVEIS.



TAUÁ RESORT **ATIBAIA**

Descubra as atrações do primeiro
Aquapark Indoor da América Latina.



SEMANA SANTA
06 A 09/04



TAUÁ RESORT **ALEXÂNIA**

Aproveite o feriado descansando
no Espaço Green Tea & Wine.



TIRADENTES
20 A 23/04



TAUÁ RESORT **CAETÉ**

Saia da rotina e venha se divertir
no maior resort de Minas Gerais.



DIA DO TRABALHO
28/04 A 01/05



TAUÁ RESORT **ALEXÂNIA**

Divirta-se com a família em um
mundo de águas climatizadas.



DIA DAS MÃES
11 A 14/05



TAUÁ RESORT **CAETÉ**

Leve as crianças para uma experiência única
na Jota City - a Metrópole do Futuro.



CORPUS CHRISTI
07 A 11/06

CONTATO

11. 4416.5009

RESERVAS ONLINE

WWW.TAUÁ.COM.BR

SIGA A GENTE



ARQUITETURA INCLUSIVA



Falar sobre Arquitetura Inclusiva é mais abrangente do que o termo acessibilidade, que era utilizado anteriormente. Assim como a troca da sigla PNE por PCD.

Legalmente, temos algumas leis federais, estaduais e municipais que nos guiam, porém, a grande referência é a norma técnica ABNT 9050, que teve sua última revisão em 2020/2021.

A arquitetura inclusiva busca garantir acessibilidade e conforto para todas as pessoas, independentemente de suas habilidades ou limitações, sejam físicas, sensoriais ou cognitivas; não se trata apenas de garantir acesso ao cadeirante; vai muito além desse conceito. Hoje tratamos o acesso e conforto dos idosos, pessoas com nanismo, pessoas com autismo e várias outras deficiências, que necessitam de alguma adaptação para o bom uso do espaço.

Como não estamos apenas conversando sobre arquitetura, mas também entretenimento, hospitalidade, experiências a hóspedes convencionais, multi-proprietários que tem uma recorrência constante no empreendimento, com foco na família, que pode ter alguma pessoa com necessidade ou adaptação específica para o bom uso do empreendimento. Com isso é necessário não apenas a estrutura física, mas também toda equipe de pessoas treinadas e capacitadas para atender essas necessidades.

Além dos clientes, também temos colaboradores, parceiros, fornecedores e toda uma cadeia girando em todo do empreendimento com pessoas com alguma deficiência. Não são menos importantes que os clientes e precisam de um ambiente adaptado a suas necessidades, para realizar suas tarefas, nas quais são capacitados.

Claro que arquitetura inclusiva vai muito além de resultados financeiros e retorno sobre o investimento. Primeiramente, é lei e precisa ser cumprida, sendo que o Ministério Público, juntamente com os órgãos fiscalizadores, está cada vez mais atento e ativo na fiscalização.

Por outro lado, é uma questão humana, em que cada vez mais os clientes estão exigindo que as empresas estejam engajadas de forma verdadeira nessas questões.

Quando você consegue dar a mesma qualidade de experiência para todas as pessoas, como já mencionamos acima, idosos, deficientes, pessoas com nanismo, pessoas com autismo, etc, a empresa ganha com a admiração, respeito e confiança de toda a família, de todos os outros clientes que presenciam esse cuidado específico e personalizado, e passa a ser um efeito em cascata para as redes sociais e a mídia em geral, criando um valor intangível para a marca, com um posicionamento mais humano diante da sociedade.



* 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

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

Thiago Azevedo Barreto,

deixa seu legado de inspiração e comprometimento com familiares, amigos e a indústria de tempo compartilhado

Thiago Azevedo Barreto possuía mais de 15 anos de experiência na indústria de propriedade compartilhada tendo contribuído significativamente para o desenvolvimento de diversos projetos de Vacation Club, Multipropriedade e Fractional no Brasil.

Tendo iniciado sua carreira em 2006, no Beach Park Vacation Club, passou por outros grandes projetos tais como: Brasil Tropical, Quintas Private Residences, Wyndham Club Brasil, Makai Resort Aracaju, e, por último, o Recanto Cataratas, em Foz do Iguaçu.

Como parceiro da TC Brasil, encerrou sua trajetória profissional capacitando, treinando e motivando com maestria os times de marketing e vendas.

Thiago era uma pessoa de sorriso fácil, que estava sempre presente em seu rosto. Suas marcas registradas eram a resiliência, o respeito por todos e, não menos importante, um forte compromisso com as metas e objetivos.

Sua trajetória inspiradora, fez com que sua despedida fosse muito triste, mas por outro lado muito bonita, refletindo os valores que ele sempre propagou em vida: amizade, honestidade, lealdade, e espírito de equipe.

“Sentiremos muita saudade do profissional exemplar e amigo para todas as horas. Seu legado permanecerá no trabalho dos profissionais que tiveram a honra de trabalhar e aprender com ele, nas equipes que liderou e nos amigos que conquistou ao longo dos anos nos vários lugares por onde passou”, comenta Alessandra Ossuna Pereira, Diretora Comercial da TC Brasil.

Todos do Recanto Cataratas e da TC Brasil lamentam a despedida tão precoce de alguém tão especial, porém, sentem imensa gratidão por terem compartilhado o dia a dia com um amigo, profissional e principalmente ser humano incrível.

“Vamos nos manter firmes, no propósito de continuar o trabalho que ele deixou, com empenho e dedicação, da forma como ele faria e gostaria que fosse honrando sua memória, com a mesma alegria e superação que sempre colocou em tudo, para seguirmos em frente”, complementa Alessandra.



Alessandra Ossuna Pereira, Diretora Comercial da TC Brasil, junto com Thiago Azevedo Barreto

Homenagem dos amigos do Recanto Cataratas e TC Brasil

★ 15/04/1983 † 03/03/2023



Está precisando reduzir os gastos administrativos e operacionais **da sua empresa?**

Tenha acesso à todas as informações do seu financeiro em tempo real com segurança e confiabilidade.

Com a BPYOU você elimina a necessidade de uma equipe financeira e de softwares!

Tercerize seu financeiro, fale com um especialista.

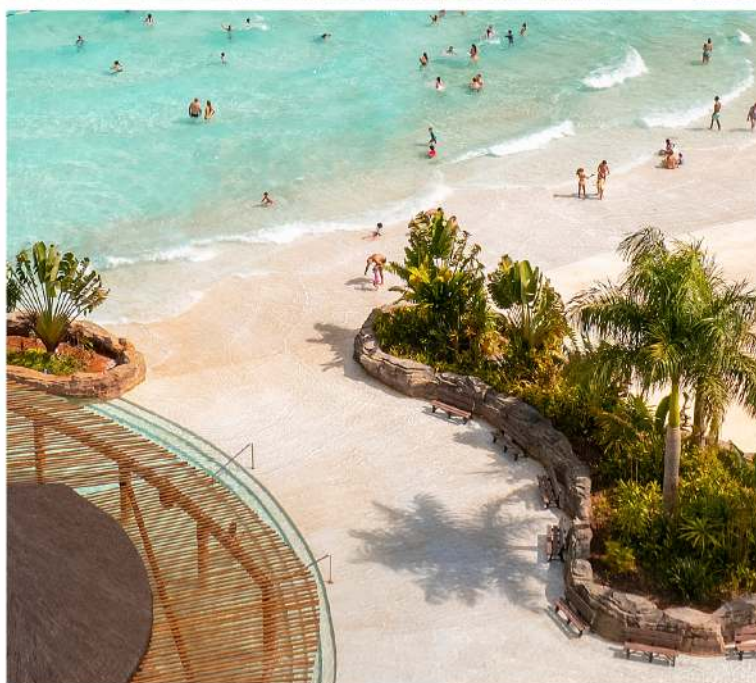
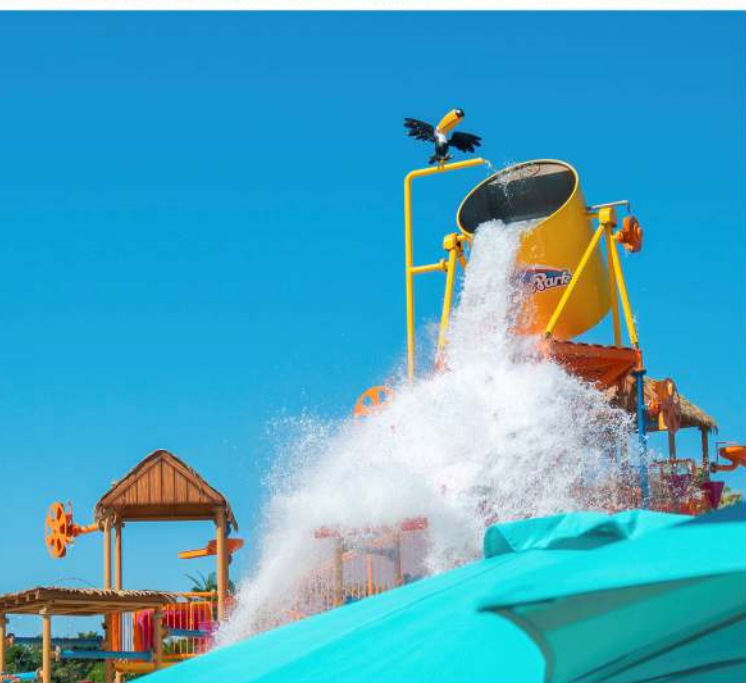
www.bpyou.com.br

(62) 98190-0999 | (62) 3434-3653

 **BPYOU**

Gestão financeira para você que quer gerir, empreender e crescer!





**Referência
em alto padrão e
multipropriedade
no Sul do Brasil!**

Localizado em Foz do Iguaçu, o My Mabu é um empreendimento de Multipropriedade alto padrão com um sistema inteligente de férias, único entregue na Terra das Cataratas.

O Condomínio está localizado dentro do complexo Mabu Thermas, e tem o parque aquático Blue Park como um plus de diversão e entretenimento para toda a família!



mymabu.com.br



[mymabu](https://www.instagram.com/mymabu)