

#43 AGOSTO/2023

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento



AQUALAND RESORT

O MAIS COMPLETO

COMPLEXO TURÍSTICO

DO PARÁ



Parceria entre Mundo Planalto
e Hard Rock International

Execução do Masterplan
do Barretos Country

Governança corporativa
do Grupo Mabu

OIKOS

MARAGOGI

GAV RESORTS



VOCÊ 24H DE FRENTE PARA O MAR

  @GAVresorts @OikosMaragogiResort



A GAV INOVA DE NOVO:
Oikos Maragogi Resort.

*100% dos apartamentos com
vista para o mar em um dos
destinos de férias mais
desejados do Brasil!*



GAV RESORTS

Turismo Compartilhado chega a São Paulo

No começo de agosto, mais especificamente, no dia 03, acontece nosso primeiro evento na capital de negócios e econômica do Brasil, a cidade de São Paulo, o Multipropriedade Summit, e aproveitamos para lançar a edição 43 da Revista Turismo Compartilhado.

O Multipropriedade Summit também vem com ambições grandes, ressignificar o modelo de negócios e levar a multipropriedade de volta para as mesas dos principais *players* dos mercados de capitais, imobiliário e hoteleiro.

E já que o assunto mais quente do momento dentro do segmento é a reconstrução da ponte entre multipropriedade e mercado de capitais, para esta nova edição da revista, trouxemos como destaque o Aqualand Park & Resort, que teve a primeira fase do empreendimento inaugurada em 2023 e traz um case interessante dentro da multipropriedade, contando com um parque aquático atrelado ao resort e um fundo de investimento imobiliário sócio do projeto.

Seguindo com a pauta de novos investimentos/relacionamento com mercado financeiro, temos o CEO do Mundo Planalto falando sobre a relação da empresa com a Hard Rock International, o presidente do Grupo Tauá comentando sobre o modelo de negócios da

rede hoteleira, o presidente da Amazon Parques & Resorts explicando a nova fase na gestão estratégica do projeto de multipropriedade em Penha, o presidente do Conselho de Administração do Grupo Mabu apresentando o modelo de governança corporativa adotada pela companhia.

E muito mais reportagens, entrevistas e artigos, sobre temas relevantes para a propriedade compartilhada.



Boa Leitura!
Fábio Mendonça - Diretor de Jornalismo

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável
Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte
Flávia Correia

Gerente de Desenvolvimento de Negócios
Luciana Costa

Impressão
Gráfica Alpha Ultra Press
Tiragem - 2.500 exemplares



Acesse: www.turismocompartilhado.com.br
redacao@turismocompartilhado.com.br
(64) 99206-0604



Página 06

Ambev e Aviva se unem para proporcionar conforto para clientes do Clube de Férias na Costa do Sauípe



Página 08

Resort na paraíba, ampliação dos empreendimentos, parques aquáticos indoors, novo programa de férias - Os planos do Tauá



Página 26

GR Group inicia execução do Masterplan no Barretos Country Park e Resort



Página 30

Presidente da Amazon Parques & Resorts explica nova fase do projeto



Página 36

Priscilla Junqueira analisa benefícios de uma gestão hoteleira profissional



Página 37

Gestão sólida e robusta leva Grupo Mabú a outro patamar na governança corporativa



Página 40

Due Diligence Imobiliária: como essa ferramenta pode contribuir com objetivos de negócios imobiliários

MERCADO

- 10 Contratação e retenção de profissionais na multipropriedade
- 11 A consolidação da propriedade compartilhada no Brasil
- 12 CEO do Mundo Planalto fala sobre parceria com Hard Rock International
- 13 Diretor comercial do Mundo Planalto conta como Castelos do Vale acelerou vendas das unidades
- 14 Grupo Viver Infinity revolucionando o mercado de multipropriedade e time sharing
- 16 Credlar Vacation lança temporada e pode distribuir até 275 mil em premiação
- 17 Seja para construir ou adaptar: conheça as etapas de planejamento para implantação de multipropriedade

TECNOLOGIA

- 18 SurfLand Brasil implanta tecnologia de ponta para melhorar experiência de clientes
- 20 Desbravador- Inovação para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado

NEGÓCIOS

- 28 Atribuições do setor de engenharia na multipropriedade
- 31 São Paulo impulsiona vendas da Amazon Parques & Resorts

DIREITO

- 32 10 (dez) cláusulas essenciais na convenção de condomínio da multipropriedade - Por Diego Amaral

ARQUITETURA

- 34 Atmosfera Arquitetônica - Por Milton Filho

GESTÃO

- 38 Resorts confirmam benefícios de projetos de timeshare

PARQUES

- 41 Hot Beach Olímpia inaugura Jardim da Turma com novas atrações infantis

Ambev e Aviva se unem para proporcionar conforto para clientes do Clube de Férias na Costa do Sauípe



Membros do Aviva Vacation Club podem usufruir de um deck exclusivo da marca Corona em uma piscina de borda infinita com vista para o mar

Com assinatura da Corona, marca de cerveja da Ambev, o deck exclusivo na piscina do Grand Premium Brisa, um dos hotéis da Aviva na Costa do Sauípe, litoral norte baiano, já tem recebido os clientes do Aviva Vacation Club desde maio. O ambiente com proposta aconchegante, com ombrelones, espreguiçadeiras e balanços, é fruto de um investimento da ordem de R\$ 500 mil e tem seu agendamento pelo sistema Premium Service da assistente virtual Sol, inteligência artificial da detentora do destino. A ideia é que os membros do maior clube de férias da América do Sul possam usufruir de uma experiência única na piscina de borda infinita com vista para o mar.

“Ao chegar no espaço, clientes fidelizados através do Aviva Vacation Club hospedados no Grand Premium Brisa são recebidos por equipe dedicada que oferece oshiboris frescos, toalhas, drinks exclusivos e um serviço volante. Durante a estadia é possível reservar a experiência uma única vez, escolhendo o dia com antecedência assim como o período manhã ou tarde. Entendemos que, desta forma, conseguiremos proporcionar o benefício a um número maior de membros, com todo o conforto e exclusividade”, conta Bruna Apolinário, Diretora de Fidelização de Cliente do Aviva Vacation Club.

Além do novo deck, clientes fidelizados e hospedados no Grand Premium Brisa também podem reservar o Bangalô Exclusivo na Piscina e ter a experiência de dirigir o Carrinho de Golf pelo complexo. “Além destes espaços, nossos membros podem usufruir de outros benefícios exclusivos, como: *check-in* prioritário, kit de boas-vindas especial, acesso a espaços reservados apenas a sócios do Clube de Férias em diversas áreas do resort e também no Teatro da Vila, sempre mediante reserva e disponibilidade”, reforça Bruna.

As vantagens para os sócios do Clube de Férias da Aviva não param por aí. Eventos noturnos exclusivos toda semana,

reserva de jantares temáticos com maior flexibilidade, experiências especiais em datas comemorativas, assim como contato antecipado de um concierge e canal exclusivo para atendimento ao Sócio (Central de Relacionamento), para que a estadia seja única.

Grandes eventos

Em parceria com a produtora baiana Oquei Entretenimento, a Costa do Sauípe se prepara para receber eventos de pequeno, médio e grande portes; além do Circuito Sauípe, plataforma de festivais e eventos esportivos que vai movimentar o calendário de entretenimento do complexo.

O primeiro evento será o Sauípe Weekend, de 7 a 9 de setembro deste ano, que promete ser o maior festival de música baiana do Brasil. Os três dias de festa, em tom de saudosismo, relembrando o auge dos grandes eventos no Litoral Norte da Bahia, reunirá nomes como Bell Marques, Durval Lellys, Timbalada, Banda Eva e É o Tchan. Este primeiro projeto é uma parceria entre as produtoras baianas Oquei Entretenimento e NA Entretenimento, responsáveis por grandes festas de nível nacional no Estado. Elas fecharão o complexo de hotéis no período do evento, resgatando na memória dos foliões de todo o Brasil momentos de alegria e festa no destino.

Os pacotes exclusivos contemplando hospedagem em modelos de quartos duplo, triplo e quádruplo, com direito ao acesso à programação do Sauípe Weekend já estão à venda no site www.sauipeweekend.com.br. O sistema All Inclusive nos hotéis do complexo funcionará normalmente para os clientes hospedados, inclusive nos shows exclusivos na área da piscina, mas, dentro do espaço dos shows, na Arena de Eventos e no circuito Eventos e Terra, o consumo será à parte.



Espaço exclusivo, em parceria com a Ambev, para membros do Aviva Vacation Club

ENTREVISTA

Com Daniel Ribeiro, presidente do Grupo Tauá de Hotéis

RESORT NA PARAÍBA, AMPLIAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS, PARQUES AQUÁTICOS INDOORS, NOVO PROGRAMA DE FÉRIAS - OS PLANOS DO TAUÁ

Com o anúncio recente da construção do Tauá Resort João Pessoa, na Paraíba, com o primeiro parque indoor do Nordeste, o Grupo Tauá de Hotéis começa a concretizar o projeto da companhia de chegar ao litoral brasileiro. E mais, o Grupo continua com os investimentos em expansões, melhorias e novas atrações em seus empreendimentos em Atibaia (SP), Caeté (MG) e Alexânia (GO). O outro resort do Grupo, o Grande Hotel Termas do Araxá, em Minas Gerais, já passou por uma grande revitalização e rebranding em 2022.

Para o novo resort na Paraíba, no Polo Turístico Cabo Branco, o investimento anunciado foi de R\$ 500 milhões. Já para outros resorts, estão previstos investimento na casa dos R\$ 400 milhões., A rede hoteleira encerrou 2022 com R\$ 425 milhões de faturamento e prevê R\$ 550 milhões para este ano.

Em entrevista à Revista Turismo Compartilhado, Daniel Ribeiro, presidente do Grupo Tauá, conta um pouco mais da expansão e do novo programa de férias da companhia.



Daniel Ribeiro

O Grupo Tauá é uma empresa familiar. Como você se preparou para assumir a presidência da empresa e expandir mais os negócios?

Estou no negócio desde muito cedo, então, essa transição, em 2019, foi um processo natural. Naquela época, já tinha mais de 20 anos que atuava na empresa, passei por todo o crescimento do Tauá. Então, quando foi proposto a sucessão, estávamos com uma consultoria da Fundação Dom Cabral, que nos auxiliou nesse processo, meu pai (João Pinto Ribeiro, fundador do Tauá) foi para o Conselho Administrativo e eu assumi a presidência.

Como surgiu a oportunidade de desenvolver um resort em João Pessoa? Lançar um resort no litoral já era um sonho do Tauá?

Desde 2019, já tínhamos esse objetivo de chegar ao Nordeste, estávamos fazendo viagens pontuais para analisar terrenos, mas tivemos que postergar por causa da pandemia. Retornamos nossa atenção para esse plano depois de 2021. Em 2022, começamos a olhar áreas e encontramos na Paraíba a melhor opção para fazermos o investimento.

Além do novo resort em João Pessoa, o Grupo Tauá também anunciou uma série de novos investimentos em seus outros empreendimentos. O que pode nos dizer sobre essas melhorias e expansões?

Em Atibaia, estamos em constante ampliação, e vamos inaugurar no Réveillon deste ano 248 novos apartamentos. E ainda teremos uma piscina de ondas para os hóspedes, um rio lento externo, pois já temos um rio lento no parque indoor, um brinquedo com cama elástica, mais um restaurante à la carte, junto aos outros dois que já estão em ope-

ração. Um investimento de R\$ 100 milhões.

Para Alexânia, estamos com a previsão de iniciar as obras no final desse ano de um parque aquático indoor, além da abertura de dois restaurantes em 2023, um à la carte e outro de gastronomia japonesa.

Em Caeté, no ano passado investimos R\$ 20 milhões em retrofit e remobilização dos espaços gastronômicas e áreas das piscinas, e estamos prevendo, para 2025, construir um parque aquático indoor. Ainda neste ano, inauguramos dois novos tobogãs.

Como o Grupo Tauá avalia as oportunidades de negócios e destinos para empreender, contam com sócios locais, buscam recursos em fundos de investimentos?

Normalmente, não temos sócios. Somos apenas nós da família e fazemos captação em regiões onde há um funding, ou programa de incentivo para o turismo. Por exemplo, no Nordeste, iremos captar no Banco do Nordeste, no Centro-Oeste, buscamos buscou pelo FCO (Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste). Para os empreendimentos de Atibaia, Caeté e Araxá, os investimentos são feitos com recursos próprios.

Por que aconteceu a mudança do Tauá Vip Club, programa de timeshare da rede, para o Mais Tauá? E como funcionará o programa?

O novo programa será uma mudança do plano de diárias antecipadas para um clube exclusivo de benefícios com descontos. Hoje, o cliente está muito mais querendo se sentir mais especial do que comprar diárias antecipadas. Então, é uma grande novidade que estamos lançando.

ibiobi smart club

O ibiobi smart club é o programa de férias do Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort.

Um associado ibiobi tem muitos benefícios, principalmente quando está hospedado no Novotel Itu Golf & Resort, pois contamos com um espaço exclusivo para sócios, onde ele pode socializar, tomar seu vinho e trabalhar.

Acesse nosso Instagram @ibiobismartclub para conhecer mais sobre o clube.





CONTRATAÇÃO E RETENÇÃO DE PROFISSIONAIS NA MULTIPROPRIEDADE

***Artigo de Leonardo Ruffo, gerente comercial da TUDO Consultoria**

A indústria da multipropriedade tem crescido significativamente nos últimos anos, proporcionando aos consumidores a oportunidade de desfrutar de férias em destinos exclusivos e compartilhados. No entanto, enfrentamos um desafio constante na contratação e retenção de profissionais altamente qualificados para atender às demandas em contínua evolução de nossos projetos. Na TUDO Consultoria, empresa líder no mercado de multipropriedade, temos adotado uma abordagem inovadora para enfrentar esse desafio, priorizando a satisfação e o desenvolvimento de nossa equipe.

Em um setor altamente competitivo, reconhecemos que atrair e reter talentos excepcionais é fundamental para garantir a excelência na prestação de serviços aos nossos clientes. Para isso, estabelecemos uma cultura organizacional voltada para o cuidado com os colaboradores, incentivando seu crescimento profissional e pessoal.

Investimos em programas de treinamento e desenvolvimento que capacitam nossos profissionais, fornecendo-lhes as habilidades e os conhecimentos necessários para atender às expectativas de nossos clientes que está em constante mudança. Além disso, promovemos uma cultura de aprendizado contínuo, incentivando a participação em *workshops*, seminários e eventos relacionados à indústria da multipropriedade. Reconhecemos que um profissional capacitado e atualizado é capaz de oferecer um serviço diferenciado e de qualidade.

Um dos principais pilares de nossa estratégia de contratação e retenção é o foco na satisfação dos colaboradores. Acreditamos que um ambiente de trabalho positivo e saudável é fundamental para o engajamento e a produtividade da equipe.

Além disso, promovemos uma cultura de reconhecimento, valorizando as contribuições individuais e coletivas de nossos profissionais. Implementamos programas de premiações e reconhecimento. Essas iniciativas não apenas incentivam o comprometimento e a dedicação, mas também criam um ambiente onde os talentos são reconhecidos adequadamente.

Outra estratégia-chave em nossa abordagem de contratação e retenção de profissionais é a promoção de um equilíbrio saudável entre trabalho e vida pessoal. Reconhecemos a importância de permitir que nossos colaboradores cuidem de sua vida pessoal e familiar.

Buscamos constantemente aprimorar nossos processos de recrutamento e seleção, identificando talentos alinhados com nossos valores e cultura organizacional. Adotamos uma abordagem aberta e inclusiva, buscando profissionais com diversas experiências e perspectivas, pois acreditamos que a diversidade impulsiona a inovação e o crescimento.

Na TUDO Consultoria, reconhecemos que nossos profissionais são a chave para o sucesso e a liderança no setor da multipropriedade. Investimos na contratação e retenção de talentos excepcionais, promovendo um ambiente de trabalho estimulante e recompensador. Acreditamos que, ao valorizar e cuidar de nossa equipe, estamos capacitados a oferecer experiências excepcionais aos nossos clientes.

Por último, entendemos que um plano de carreira traçado entre colaborador e empresa tem suma importância em sua motivação no dia a dia e sentimento de pertencimento. Dessa forma, desenhamos junto ao colaborador a sua trajetória com seus objetivos e metas, dentro da estrutura organizacional da empresa e acreditamos que isso proporciona mais clareza do caminho a ser percorrido pelo profissional, dos valores a serem levados adiante e bem como maior aproveitamento de suas competências e qualidades. Tais planos de carreira ocorrem tanto em contratados CLT e também em posições de prestadores de serviço autônomo (PJ), no caso dos corretores.



Leonardo Ruffo

A CONSOLIDAÇÃO DA PROPRIEDADE COMPARTILHADA NO BRASIL

Timeshare e multipropriedade acompanham o desenvolvimento do turismo e se consolidam no mercado nacional com oportunidades e soluções para diferentes perfis de investidores e viajantes



Fabiana Leite, **Diretora de Desenvolvimento de Negócios América do Sul da RCI**

Ao longo dos últimos anos ficou evidente a importância da indústria da propriedade compartilhada – aí inseridos os sistemas de timeshare e de multipropriedade – para o desenvolvimento do turismo no Brasil. Os números de crescimento do setor estão disponíveis e mostram o inegável espaço e consolidação de dessa atuação.

O que muitos ainda questionam é qual o sistema é mais eficaz ou eficiente, tanto para investidores como para os turistas. Para a Diretora de Desenvolvimento de Negócios América do Sul da RCI, Fabiana Leite, não há uma resposta efetiva e absoluta para esta pergunta. “O timeshare desbravou essa indústria no Brasil e todos conhecemos os desafios dos primeiros anos. Depois, com a regulamentação de 2018 e o natural ajuste do mercado, vimos a multipropriedade crescer e se consolidar ao longo dos últimos cinco anos. Hoje, se olharmos para nossa base de afiliados, vemos um equilíbrio entre os dois modelos de negócio”, diz a executiva, complementando que, “mais do que isso, neste primeiro semestre vimos um crescimento acima do dimensionando e acima de 2019”.

A performance maior do que a registrada em 2019 e acima da prevista para o primeiro semestre de 2023, citada pela executiva, trata do crescimento da RCI. No período, a empresa confirmou 14 afiliações entre os meses de janeiro e junho – 40% a mais do total dimensionado para todo o ano no pipeline de desenvolvimento. Tais afiliações estão

nos estados do Rio de Janeiro, Santa Catarina, Bahia, Goiás, São Paulo e Rio Grande do Sul, compreendendo uma unidade TRC – The Registry Collection, categoria de alto luxo entre os afiliados RCI em todo o mundo.

Juntos, os 14 empreendimentos estão em 10 cidades – quatro delas são novas no portfólio da RCI, que são Garibaldi (RS), Luziânia (GO), Itaparica (BA) e Penha (SC). “Chegar em novos destinos com operações novas ou que já estavam em andamento é muito importante porque confirma ainda mais a consolidação da indústria, que passa a oferecer novas oportunidades dentro e fora do Brasil para os viajantes”, diz Fabiana.

Para além dos bons números, Fabiana Leite destaca a importância do trabalho sério e estratégico. “A indústria retomou com força total e com ritmo igual ou maior ao de 2019. Se somarmos todas as atividades de nossos executivos, fizemos centenas de viagens, treinamentos, capacitações, reconhecimentos e participação em eventos. Não dá para esperar a demanda bater na nossa porta simplesmente porque o mercado está em crescimento. Nós precisamos trabalhar lado a lado com nossos parceiros, afiliados, autoridades e lideranças de classe, oferecendo solução para cada produto ou projeto”, diz, referindo-se ao trabalho de soluções integradas da RCI e que inclui consultoria para estudo de análise e apoio na decisão sobre o projeto adequado para o destino, serviços de marketing e vendas, além de treinamentos de vendas e pós-vendas.

CEO DO MUNDO PLANALTO FALA SOBRE PARCERIA COM HARD ROCK INTERNATIONAL

Empresa se prepara para o lançamento do Hard Rock Hotel Gramado,
no Rio Grande do Sul



José Roberto Nunes

Na contagem regressiva para o lançamento de um dos maiores projetos dos segmentos imobiliário, turístico, hotelaria e multipropriedade do Brasil, o Hard Rock Hotel Gramado, na Serra Gaúcha, José Roberto Nunes, CEO do Mundo Planalto, empresa responsável por levar a marca internacional para o Rio Grande do Sul, detalha os planos para este projeto com investimento de R\$ 1 bilhão e que deverá gerar 180 empregos para a comercialização das frações imobiliárias, a parceria com a Hard Rock International e a expansão da incorporadora.

“Este lançamento é um grande marco para a história do Mundo Planalto, principalmente porque quando fechamos o negócio com a Hard Rock há dez anos também foi o nosso início na multipropriedade e desenvolvimento das incorporações. Também é um grande presente para o Mundo Planalto que completa dez anos de fundação”, celebra José Roberto.

O Mundo Planalto está em um momento de expansão, não apenas pelo lançamento do Hard Rock Hotel Gramado, mas também por seus outros produtos. O Castelos do Vale Resort, em Bento Gonçalves, também na Serra Gaúcha, em sociedade

com a vinícola Dom Cândido, já tem mais de 95% das frações vendidas em pouco mais de um ano de comercialização.

Um dos planos é expandir a bandeira Castelos do Vale Resorts para outros destinos do Brasil e exterior. Em breve, a empresa irá divulgar o lançamento de mais um empreendimento Castelos do Vale no Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha.

Antes do sucesso com a multipropriedade no Sul, o Mundo Planalto lançou produtos em outras vertentes de produtos, focados nos setores turísticos, de lazer e imobiliários, com o Terra Santa Cidade do Lazer, em Trindade (GO), a 35 minutos de Goiânia.

Com temática bíblica, o Terra Santa Cidade do Lazer é um complexo que engloba um condomínio de chácaras com 2000 unidades e com valorização de quase 250%, o parque aquático Arca Parque e ainda terá um lançamento de um resort no modelo de multipropriedade, o Éden Resort.

Relacionamento enriquecedor

O CEO do Mundo Planalto explica que o Hard Rock Hotel Gramado será um projeto de alta complexidade de uma marca famosa mundialmente, um resort integrado com uma série de equipamentos de entretenimento, e há um alto grau de exigências no processo de licenciamento para utilizar a bandeira e as aprovações legais dos órgãos públicos.

“É um projeto que tem uma contrapartida grandiosa na vertente social, ambiental e infraestrutura, estimada em R\$ 15 milhões para o município com benefícios, devolvendo para a cidade uma parte do que o projeto irá ganhar”, conta José Roberto.

Para o executivo, o desenvolvimento do projeto junto a Hard Rock International foi muito enriquecedor. “O nível de detalhamento e exigência dos projetos turísticos imobiliários nos Estados Unidos, e em outros países em que marca tem empreendimentos, é muito acima do que é exigido no Brasil. Isso foi enriquecedor e gerou muito *know-how* e conhecimento técnico para o Mundo Planalto”.

Além do Mundo Planalto, o Hard Rock Hotel Gramado tem como sócios o Grupo Mauá e o Grupo Argon.

“O Hard Rock nos conecta com o propósito de futuro da empresa de ter negócios internacionais. Nós temos um plano de expansão no Brasil, queremos ter outros destinos, como de praia, em nosso portfólio, para oferecer essa melhor experiência ao cliente, inclusive com as marcas Hard Rock e Castelos do Vale”, conclui José Roberto.

DIRETOR COMERCIAL DO MUNDO PLANALTO CONTA COMO CASTELOS DO VALE ACELEROU VENDAS DAS UNIDADES

Empreendimento em construção em Bento Gonçalves conta com mais de 95% das frações imobiliárias comercializadas

Há um ano e meio atuando como diretor comercial do Mundo Planalto, Raphael Moraes de Almeida explica as estratégias implementadas pela companhia para acelerar as vendas do Castelos do Vale Resort, empreendimento de multipropriedade em construção no Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves (RS).

Lançado no final de 2021, o Castelos do Vale é o primeiro resort desenvolvido dentro de uma vinícola no Brasil, a Vinícola Dom Cândido, também sócia do projeto, e o estudo de viabilidade do empreendimento indicava dois anos e meio para finalizar as vendas das frações imobiliárias. Com a chegada de Raphael, que trouxe novos líderes e profissionais para reforçar a equipe, o projeto atingiu em pouco mais de um ano mais de 95% das unidades comercializadas.

O diretor comercial conta que mais de 40 profissionais da multipropriedade foram contratados para reforçar o time comercial neste período. "Trouxemos uma valorização profissional muito forte e colocamos nossa cultura corporativa em primeiro lugar", diz ele. "Nossa equipe tem o seu grito de guerra, disciplina, treinamentos, segue o processo de vendas e acredita e cumpre os Dez Mandamentos do Mundo Planalto".

Muitos mais profissionais deverão chegar na companhia nos próximos meses, já que o Mundo Planalto conta com um robusto plano de expansão, incluindo o lançamento do Hard Rock Hotel Gramado e mais um resort temático de vinho com a bandeira Castelos do Vale, ambos na Serra Gaúcha, e um empreendimento temático bíblico, o Éden Resort, em Trindade (GO), no Cidade do Lazer Terra Santa, comunidade planejada de lazer, que possui seis condomínios de chácaras e o parque aquático Arca Parque.

Com quase 20 anos de atuação na multipropriedade e timeshare, formando algumas das equipes de vendas mais fortes do mercado, Raphael explica que o projeto de expansão, o plano de carreira profissional, a cultura organizacional e a visão empresarial de uma incorporadora, em vez de pensar como comercializadora, foram fatores primordiais para a atrair e formar a equipe comercial do Mundo Planalto.

"Não estamos preocupados apenas com o VGV, mas sim com a forma de ser vendido. Não podemos vender mais que quatro semanas para o mesmo cliente, estamos preocupados com a continuidade deste proprietário na base", afirma o executivo. "Hoje, o Castelos do Vale tem o valor de 01 semana de maior valor no Brasil. Acreditamos no potencial do cliente e também em nosso produto, temos um percentual de cancelamento muito abaixo do mercado, sem perder a força de vendas e a necessidade do fechamento no primeiro momento, com as técnicas exclusivas de vendas de alta performance".



Raphael Almeida

Canais de Vendas

Atualmente, o Castelos do Vale possui quatro canais de vendas, que deverão ser implementados no próximo lançamento do Mundo Planalto, o Hard Rock Hotel Gramado: salas físicas de vendas de alta performance; as vendas digitais; o canal de afiliadas, que são parcerias estratégicas com imobiliárias tradicionais; e os eventos.

Raphael destaca o canal de vendas por eventos, chamado por ele de "show man", que são estratégias utilizadas em operações de timeshare nos EUA e América Latina. "Pela experiência internacional que tive na minha carreira e também realizando *benchmarking* em diversas operações de Orlando, Cancun e Cidade do México, implementamos esse modelo no Castelos do Vale".

A estratégia consiste em convidar os clientes para um restaurante, com um apresentador, o "show man", a apresentação do produto é realizada em um telão e depois os *closers* vão de mesa em mesa para fechar as vendas. Essas ações já foram realizadas para o Castelos do Vale algumas vezes em Bento Gonçalves e outras cidades. "Em um jantar temático na vinícola atingimos R\$ 2,1 milhões em vendas", conclui ele.

GRUPO VIVER INFINITY

REVOLUCIONANDO O MERCADO DE MULTIPROPRIEDADE E TIME SHARING

Como se tornar referência em um mercado em constante expansão?

O Grupo Viver Infinity vem respondendo isso com seu time de excelência e técnicas de alta absorção

O ramo das multipropriedades e do time sharing está em constante expansão pelo Brasil e o mundo, mas não são apenas os inúmeros benefícios que essa modalidade inovadora oferece que fazem com que mais e mais pessoas vejam nela um ambiente propício para investimentos lucrativos. Esse sucesso exponencial é o resultado de estudos e estratégias que são aplicadas por equipes especializadas em marketing e vendas. E quem se destaca dentre todas as equipes é o Grupo Viver Infinity, quem vem crescendo cada dia mais como referência de mercado.

Grupo Viver Infinity Tudo que Você Precisa

O Grupo Viver Infinity veio para o mercado com um objetivo: ser a referência em inovação e resultado! Mas atingir esse objetivo não seria possível sem sua equipe de corretores, designers, e especialistas em reversão, reserva, marketing, finanças e administração, uma time de sucesso que só vem mostrando sua eficiência e eficácia em realizar o melhor serviço.

E como eles continuam a atingir seu objetivo? A resposta é simples! Trazendo uma experiência completa para proprietários, turistas e interessados no potencial dessa equipe de excelência. Por isso, o grupo se divide em 3 áreas: multipropriedades, turismo e consultoria, todas em constante expansão.

Cada uma dessas áreas é ligada entre si, fazendo com que o serviço do grupo seja completo desde a prospecção de novos clientes ao pós-vendas. A missão do Grupo Viver Infinity não é apenas vender, mas trazer crescimento e ampliação através da fidelização e do sucesso de seus clientes.



Do Infinity ao Marinas

O Grupo Viver Infinity é formado por profissionais com anos de bagagem no ramo turístico e imobiliário, chefiados principalmente por Ângela Matias e Kristian Erik, experts em multipropriedades e time sharing. Enquanto Ângela cresceu cada vez mais no mundo dos investimentos, Kristian trouxe seu conhecimento do mercado europeu – junto de mais investidores de alto nível – para aplicar dentro da mecânica desenhada pela empresa.

Juntos, eles construíram, venderam, e se tornaram referência, tendo como exemplo uma das multipropriedades mais belas, luxuosas e bem-sucedidas da orla de Cabo Branco: o Infinity at the Sea. Seu sucesso foi tão estrondoso que refletiu em investimentos ainda maiores dentro e fora do estado da Paraíba, como o mais novo e singular projeto Marinas Ocean Resort, que está a poucos dias de se tornar mais um de seus triunfos.

Para isso tudo acontecer são necessários mais do que projetos inovadores e articulados; foram aplicadas técnicas de vendas de eficácia maximizada, com uma equipe altamente treinada, e supervisores atentos a cada mudança do mercado. Para obter uma base tão estruturada, eles utilizaram o conhecimento técnico da Absolute Consultoria.



Absolute – De Quem Entende para Quem Precisa

O Grupo Viver Infinity faz muito mais que converter turistas, amantes de viagens e investidores sagazes em multiproprietários. O propósito do grupo vai além da prospecção; afinal, o verdadeiro sucesso de uma empresa está no sucesso de seus clientes. Por isso, a *branch* do grupo, Absolute Consultoria, tomou a frente de auxiliar empresários de todo o Brasil a levar seus negócios ao outro nível.

A Absolute tem uma gama de serviços que vão desde ao suporte ao cliente a melhorias de pós-vendas, uma área em que eles têm se tornado referência no país. No total, cada cliente da consultoria conta com uma assessoria fiscal, jurídica, financeira e de comunicação completa para cada um de seus empreendimentos.

Matka – O Seu Ponto de Encontro



Além de proporcionar a experiência completa para multiproprietários e empresários, o Grupo Infinity vai além e criou a inovadora e elogiada Matka, o ponto de encontro entre multiprenehendedores e turistas. Lá, tanto clientes quanto outros interessados podem ofertar suas acomodações luxuosas quando não quiserem utilizá-las, dispondo da comunidade de viajantes de todo o mundo que a plataforma já foi capaz de absorver.

Cada cliente da Matka também conta com um clube de vantagens exclusivo, o Matka Convênia e o Matka Milhas. Essas ofertas são mais um exemplo das inovações que o Grupo vem promovendo, estimulando mais e mais usuários a aderir à plataforma através de descontos em hotéis, cinemas, restaurantes, farmácias, passagens aéreas e muito mais!

Ataque, Defesa e Estratégia

O Grupo Viver Infinity se destaca por ter tudo que o ramo de multipropriedades precisa – mas eles não param por aí. A missão agora é revolucionar o mercado e expandir o turismo através da competência e do *know-how* desse time de *experts*.

Conheça o Grupo
através do Instagram:



Credlar Vacation lança temporada e pode distribuir até 275 mil em premiação

O primeiro lugar poderá ganhar 21 mil reais em bonificação de performance

A Temporada de Férias de Julho começou a todo vapor para as equipes de vendas da Credlar Vacation em Praia Grande/SP. A celebração aconteceu em um complexo de entretenimento, localizado em São Vicente, onde foram anunciadas as metas e as premiações aos colaboradores que cumprirem o VGV (Valor Geral de Vendas) do projeto Long Beach Multiresidence. O que também animou os colaboradores foram as premiações de metas superadas, que podem chegar a 21 mil reais por pessoa e 275 mil reais no total para as equipes.

Na ocasião, também houve a certificação dos melhores do ano de 2022 e os melhores da temporada de verão nas categorias de promotores de marketing, consultores de turismo e supervisores de vendas. A festa iniciou às 13h e finalizou às 18h, onde os colaboradores da empresa puderam se divertir com música ao vivo, churrasco à vontade e um pôr do sol exuberante.

Após superarem as metas em três meses consecutivos, as equipes comerciais seguem otimistas para o período de férias, que compreende entre os meses de junho e agosto de 2023. Apesar do período de inverno, a equipe acredita que é possível superar a meta de 33 milhões em vendas, pois milhares de famílias viajam para Praia Grande para curtir as praias e outros passeios do litoral. De acordo com o diretor comercial, Thiago Coelho, a temporada começou de forma positiva, pois o resultado das vendas do mês de junho superou as expectativas. "O clima estava bom e milhares de famílias desceram para a Baixada Santista, com isso, aproveitamos para trabalhar muito e os resultados foram satisfatórios. Outro fator motivador das equipes são as premiações por metas superadas.



Liderança durante a festa da Temporada de Férias em Praia Grande

Essa temporada, podemos entregar 275 mil reais em premiação e o primeiro lugar pode levar até 21 mil reais em bonificação. A cada temporada melhoramos as gratificações das equipes", declarou Thiago Coelho.

Além das férias de julho, que atrai milhares de turistas para a Baixada Santista, a Credlar Vacation também marcou presença na Festa da Tainha, um evento tradicional e beneficente que aconteceu no mês de julho e contou com a presença de milhares de famílias. O evento foi uma oportunidade de aumentar as vendas durante a temporada.

Clientes ganham estadias em hotel fazenda no interior de SP



Peterson e Andrea Cunha tiveram dias inesquecíveis no hotel em Piedade/SP

Dois clientes da Credlar Vacation foram contemplados com diárias em um hotel fazenda no interior de São Paulo. A premiação foi resultado de dois sorteios, ocorridos no mês de março em comemoração ao mês do Consumidor. Todos os clientes adimplentes participaram da campanha e os sorteados foram: Eliana Santos Gama e Peterson Cunha. No mês de junho, Peterson Cunha e sua esposa Andrea Cunha desfrutaram de duas diárias na Pousada Recanto da Primavera, em Piedade/SP, com estadia, alimentação e atividades de lazer inclusas. "O hotel fazenda que hospedamos é um paraíso. Fiquei muito feliz com esse presente da Credlar Vacation, onde pude aproveitar para descansar e curtir as atividades do hotel", declarou Andrea Cunha.

O casal Eliana e José Paulo Gama passaram três dias no Park Hotel Modelo, em Pinhalzinho/SP, acompanhados da neta Manuela Gama, de 9 anos. O passeio aconteceu de 07 a 10 de julho em um local com toda estrutura para a família relaxar, divertir e estar em contato com a natureza.

Seja para construir ou adaptar: conheça as etapas de planejamento para implantação de multipropriedade

*Artigo de Alejandro Moreno, CEO da Trul Hotéis

O mercado de multipropriedade vem crescendo no Brasil. De acordo com um estudo recente da Caio Calfat Real Estate Consulting, o potencial do Valor Geral de Vendas (VGV) dessa modalidade é de R\$ 59 bilhões, o que representa um crescimento de 43% comparado a 2022. Apesar da crescente, lidar com esse segmento não é tarefa fácil e exige muitas etapas para que a implementação seja bem-sucedida, seja para construir ou adaptar.

Costumamos dizer em palestras e aos nossos investidores que o planejamento para quem quer atuar nessa modalidade é essencial. A primeira etapa a ser observada é o estudo de mercado, com o intuito de entender como está o momento imobiliário atual e as demandas na região em que se pretende investir. Também é necessário que se determine o tipo de multipropriedade que será oferecido, como os serviços disponíveis, o tamanho e a localização. Não dá para deixar de lado também a consultoria com especialistas jurídicos a identificação de prováveis parceiros de negócios, como as operadoras.

No desenvolvimento do projeto, é fundamental planejar serviços e comodidades que enriqueça a experiência dos proprietários, contratar arquitetos e engenheiros referenciados no segmento e desenvolver estratégias de venda e marketing. Também vale destacar a importância de estabelecer contratos claros entre os proprietários e de registrar a propriedade, a fim de não ocorrer nenhum infortúnio durante o processo.

Após essas etapas iniciais, vem a importância de contratar uma equipe de gestão operacional eficiente que mantenha a qualidade dos serviços aos clientes, assim como um bom atendimento. As vivências na Trul Hotéis nos fazem perceber que oferecer experiências memoráveis aos proprietários é primordial para garantir o sucesso do empreendimento, por isso é essencial investir em treinamento de equipe e em inovações tecnológicas que possam permitir manter o padrão de qualidade dos serviços.



Furnas Park



Curupy Acqua Park

Sobre a Trul Hotéis

Criada em 2016 como uma operadora multimarcas com o conceito da customização hoteleira, a Trul chega ao mercado brasileiro com diferenciais, trazidos pelos anos de conhecimento nacional e internacional de seus fundadores nesse mercado. A empresa foca na necessidade e na experiência do consumidor. Com DNA inovador, traz aos seus empreendimentos o foco na maximização dos resultados por meio das melhores práticas em gestão e NPS acima da média de mercado. A Trul já conta com 13 hotéis sob sua administração, espalhados pelos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Bahia e mais recentemente passou a estar presente em Mato Grosso e em Tulum, no México. A rede está em franca expansão, tendo triplicado de tamanho em dois anos, no auge da pandemia em 2020 e 2021.

SURFLAND BRASIL IMPLANTA TECNOLOGIA DE PONTA PARA MELHORAR EXPERIÊNCIA DE CLIENTES

Complexo turístico de multipropriedade e parque inaugura sua principal atração, a piscina de ondas, este ano

Com a data de inauguração da piscina de ondas divulgada, no dia 17/11, a SurfLand Brasil, em Garopaba (SC), também estreará muitas infraestruturas tecnológicas de ponta, além da própria tecnologia para as ondas da empresa espanhola Wavegarden, melhorando a experiência dos proprietários da multipropriedade e visitantes.

“A SurfLand possui uma visão inovadora e tecnológica, o que demanda o desenvolvimento de soluções próprias. Toda a inteligência e estratégia de vendas é gerenciada por nossa plataforma de desenvolvimento exclusiva”, afirma Jonis Duarte, head de TI da SurfLand Brasil.

O head de TI conta que a SurfLand está desenvolvendo uma plataforma que proporcionará uma experiência única para os proprietários, em que poderão reservar as sessões de ondas, agendar o acesso ao parque, reservar semanas no hotel e gerenciar o contrato de suas frações imobiliárias e futuro condomínio, além de ter outras funcionalidades, como, extrato de consumo, pagamento de despesas e solicitação de serviços de quarto.

“Durante sua estadia no empreendimento, nossos proprietários terão acesso a um *webapp* que integra os sistemas Sienge, PWI e E-Solution, permitindo a gestão de sua jornada de forma completa”, diz ele.

A Wavegarden também está introduzindo no Brasil, através da SurfLand, uma solução de gravação da experiência dos proprietários durante as sessões de surfe. “A SurfLand está inovando ao implantar, pela primeira vez no país, um sistema de vídeo automatizado em uma piscina de ondas”, confirma.

Além dessa estrutura principal, a SurfLand também contará com outros sistemas especializados que farão parte da jornada dos proprietários: *softwares* para reconhecimento facial, motor de vendas, gestão de fotos e vídeos.



Jonis Duarte

Tecnologia de redes para internet

Jonis ressalta que a implantação de um parque temático envolve desafios tecnológicos significativos, assim, no caso da SurfLand Brasil, foi adotada uma abordagem diferenciada. “Com base nos conceitos de Disponibilidade, Integralidade e Confidencialidade, trouxemos tecnologias de *carrier class* (utilizadas por empresas de telecomunicações) que oferecem alta disponibilidade”.

Em parceria com um dos principais integradores de tecnologia GPON/POL (sistema de rede de mais eficiente, tornando melhores as condições de conectividade), o time de TI optou por soluções da Fiberhome, tornando a SurfLand o primeiro complexo de entretenimento do Brasil a implementar o conceito de POL da marca. “Além disso, aplicaremos o conceito de redundância física e lógica, tornando-nos um dos 10 empreendimentos do mundo que utilizam a POL de uma fabricante chinesa, tornando-nos um case de sucesso nacional”, completa.

Infraestrutura de fibra óptica

Até o momento, a SurfLand já implantou mais de 60 km de fibra óptica no parque, estabelecendo uma infraestrutura óptica em todo o empreendimento. “Dessa forma, garantimos que todas as construções do complexo sejam atendidas por, no mínimo, duas rotas físicas distintas, sem nenhum ponto de colisão”, completa Jonis.

Sustentabilidade

Além da estrutura tecnológica mencionado, as soluções implementadas também possuem uma abordagem sustentável. “Com o uso de fibra óptica, reduzimos drasticamente a necessidade de cobre e o consumo de energia”, explica ele, que completa que grande parte da tecnologia implantada é passiva, não exigindo eletricidade nem ambientes controlados, como sistemas de climatização.

“Temos um *roadmap* tecnológico definido para os próximos dois anos, que contempla melhorias contínuas e a implementação de novas experiências para nossos clientes”, conclui o head de TI.

Sobre a SurfLand Brasil

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



— MULTI — **PROPRIEDADE** by DESBRAVADOR®

Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado

Um software de alto desempenho,
ideal para a gestão integral de
segundas residências.

Foi desenvolvido, e é aprimorado
constantemente, com funcionalidades
que envolvem todas as operações da
modalidade.



Flexível e adaptável

Considerando as especificidades
dessa categoria do setor imobiliário,
o **Multipropriedade** é maleável para
atender com excelência diferentes
nichos e modelos de negócio.

Entre em contato e agende uma demonstração gratuita.

Nossa equipe de especialistas apresentará
todos os recursos do Sistema de Gestão
Multipropriedade - A solução sob medida
para a administração de imóveis de férias.

-  desbravador.com.br
-  vendas@desbravador.com.br
-  +55 (49) 3321 0900
-  +55 (49) 3321 0901 (WhatsApp)

Onde você encontra a Desbravador

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

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



SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE

Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado

A multipropriedade tem se tornado um negócio cada vez mais atrativo no Brasil. Especialmente depois de 2018, ano que a Lei 13.777 regulamentou esse regime de condomínio.

No segmento de tempo compartilhado, várias pessoas podem ser proprietárias de uma mesma unidade imobiliária, adquirindo frações de tempo, determinadas em semanas ou períodos fixos, podendo variar de acordo com o contrato.

Uma das vantagens dessa categoria de imóveis é a possibilidade de uma unidade ter até 52 donos. Desse modo, as despesas e os custos de manutenção são divididos, pesando menos no bolso de cada um.

Outra questão que torna a multipropriedade muito interessante é que se o cotista não quiser ou não puder usufruir do imóvel durante o período estabelecido, que, conforme a legislação, não pode ser inferior a sete dias, poderá disponibilizar para pool de locação ou transferir para outras pessoas.

Esses são apenas dois fatos que chamam a atenção para esse mercado que, conforme dados da ADIT Brasil (Associação para Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil), já atingiu um VGV Total (Valor Geral de Vendas) de R\$ 59,9 bilhões.

Como a multipropriedade está se popularizando e atraindo públicos de diferentes perfis, incorporadoras, construtoras, administradoras hoteleiras e de hospitalidade têm diversificado a oferta de imóveis de férias em diversas regiões do país.

Segundo dados de 2022-2023 do Relatório “Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil”, atualmente são 180 empreendimentos (prontos, em construção ou lançados) nas cinco regiões do país:

- Norte: 6
- Nordeste: 51
- Centro-oeste: 26
- Sudeste: 43
- Sul: 54



Para administrar inúmeros modelos de negócio, atender à legislação e as cláusulas contratuais, há muitas regras, direitos e deveres que precisam ser detalhadamente organizados e gerenciados.

Os softwares são ideais para apoiar nessas questões, além de automatizar tarefas, facilitar a rotina das equipes e melhorar o atendimento aos clientes.

SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE DA DESBRAVADOR



Um software de alto desempenho para gestão integral, eficaz e inteligente de propriedades compartilhadas.

O Sistema de Gestão Multipropriedade é a plataforma ideal para o controle total de segundas residências. Foi desenvolvido, e é aprimorado constantemente, com funcionalidades que envolvem todas as operações da modalidade.

Flexível e adaptável



Considerando as especificidades dessa categoria do setor imobiliário, o software é maleável para atender com excelência diferentes nichos e modelos de negócio:

- **Apartamentos em empreendimentos hoteleiros;**
- **Mansões em condomínios de luxo;**
- **Clubes;**
- **Hotéis fazenda;**
- **Parques aquáticos;**
- **Residências em regiões rurais ou serranas;**
- **Casas, chalés e apartamentos no litoral;**
- **Resorts;**
- **Spas e outros.**

Para suprir as demandas das várias classes de empreendimentos, o sistema possui uma ampla gama de recursos.

Conheça algumas das funcionalidades do Sistema Multipropriedade, apto a auxiliar em todas as fases e processos que envolvem a gestão de imóveis de tempo compartilhado.

- ✓ Possibilita a administração de uma ou mais propriedades de forma unificada;
- ✓ Permite o cadastro de pessoas, cotistas e dependentes, com informações detalhadas do produto adquirido (frações, nível, prioridade de reservas, disponibilidades, dentre outras);
- ✓ Realiza o registro de contratos, com acesso facilitado às cotas, semanas e disponibilidades;
- ✓ Abrange calendário de reservas para controle e acompanhamento das ocupações;
- ✓ Possui ferramentas completas de Gerência Hoteleira;
- ✓ Engloba demandas financeiras, contábeis, fiscais, de estoque e outras;
- ✓ Oferece recursos de governança e manutenção;
- ✓ Atende diferentes pontos de venda, internos ou terceirizados de forma organizada;
- ✓ Controla o uso e a ocupação de espaços de uso coletivo, garagens e salas comerciais;
- ✓ Facilita o controle de veículos com acesso autorizado à propriedade;
- ✓ Disponibiliza dezenas de relatórios personalizáveis.

Além dessas e de outras funções, o sistema pode ser integrado com diversas soluções para que o desempenho seja ainda melhor.

Uma das inovações tecnológicas compatíveis com o sistema é o Portal do Condômino, um aplicativo exclusivamente desenvolvido para manter e facilitar a comunicação e o relacionamento com os cotistas.



Aplicativo específico para multiproprietários

Esse canal entre a administradora da propriedade e os clientes é muito prático e dinâmico.

- ✓ Facilita o acesso a informações relacionadas às cotas, semanas disponíveis e períodos utilizados;
- ✓ Permite consulta aos contratos, escrituras e outros documentos;
- ✓ Disponibiliza os títulos a pagar e os quitados;
- ✓ Propicia a realização das reservas dos períodos disponíveis via app;
- ✓ Possibilita que o cotista ofereça o imóvel para o pool hoteleiro ou para a intercambiadora;
- ✓ Simplifica o envio de links para assembleias e enquetes, incentivando a participação dos condôminos nas reuniões e nas tomadas de decisões.

Agora que você sabe um pouco sobre essa tecnologia, desenvolvida exclusivamente para esse segmento, entre em contato para agendarmos uma demonstração gratuita.

Nossa equipe de especialistas apresentará todos os recursos do Sistema de Gestão Multipropriedade - A solução sob medida para empreendimentos de uso compartilhado.



- 🌐 desbravador.com.br
- ✉ vendas@desbravador.com.br
- ☎ +55 (49) 3321 0900
- 📞 +55 (49) 3321 0901 (WhatsApp)

AQUALAND, o mais completo complexo turístico do Pará





AQUALAND RESORT

Com inauguração da primeira torre, o Aqualand agora conta com resort de multipropriedade e parque aquático

O mais novo resort de Salinópolis (PA) entrou em operação em fevereiro de 2023 e ele conta com um parque aquático anexo, o Aqualand Park & Resort, o maior complexo turístico de padrão internacional do Norte do Brasil. Com 70 mil metros quadrados de área, esta é apenas a primeira etapa do *master plan*, que ainda inclui ampliações do parque aquático e mais apartamentos nos próximos anos, colocando o Aqualand como um dos cinco maiores parques aquáticos do Brasil e um dos dez principais da América Latina.

“Nossa grande inspiração veio dos parques aquáticos de Orlando, seguindo os padrões internacionais de qualidade, que pudesse atender a demanda da região e ser referência no país. Neste momento, estamos concretizando mais uma etapa desse projeto. E não paramos por aqui, pois o complexo turístico contará com novas atrações”, conta Ulli Braga, CEO do Grupo BR, desenvolvedora e incorporadora do Aqualand Park & Resort,

Desenvolvido no modelo de multipropriedade, o Aqualand Resort conta com 182 apartamentos nesta primeira etapa. Com investimento de R\$ 250 milhões e VGV (Valor Geral de Vendas) de R\$ 469 milhões, além do parque aquático, o projeto terá três torres. A primeira já está entregue, a segunda em fase final de construção, totalizando 544 apartamentos, com unidades de 1 a 2 quartos. “Os proprietários têm acesso livre ao parque aquático durante sua estada”, diz Ulli Braga.

Além do Grupo BR, o Aqualand também conta com investimento de um fundo de investimento imobiliário gerido pela TG Core Asset, gestora de valores mobiliários da holding Trinus. Co, e o escritório Carlos Mauad Arquitetura & Planejamento assinando o projeto arquitetônico.

O Grupo BR projeta, quando o Aqualand estiver com todas as etapas totalmente entregues, a geração de cerca de mil empregos diretos e indiretos, movimentando e fortalecendo a economia de Salinópolis.



Imagem externa do Aqualand Resort



Apartamento entregue



Área de lazer do empreendimento

Nova atração no Aqualand Park em julho



Piscina de ondas



Imagem aérea do parque aquático



Atração infantil



Área de lazer do empreendimento

“Com certeza, podemos dizer que o Aqualand Park é a cereja do bolo do Projeto Aqualand”, afirma Ulli Braga. O parque aquático, que entrou em operação antes do resort, em 2021, já é um dos principais atrativos turísticos de Salinópolis, com 20 atrações, capacidade de receber até 5 mil pessoas por dia e expectativa de atingir 300 mil visitantes em 2023. O complexo fica localizado a apenas 1 km da principal e mais famosa praia do destino e uma das mais bonitas do Brasil, a praia do Atalaia.

Seguindo com o cronograma de entregas e novos investimentos, o Aqualand inaugura no mês de julho sua nova atração radical, um tobogã de 16 metros de altura, atingindo uma velocidade aproximada de queda de 50km/h.

A nova atração se junta as outras, que contemplam diversão para crianças, adolescentes e famílias, para quem quer relaxar, brincar ou curtir uma adrenalina, como a piscina de ondas Enseada de Netuno; o complexo de brinquedos infantis Aqua Kids, com 12 metros de altura, 7 tobogãs, um baldão com 3 mil litros de água e mais de 15 peças interativas; o Rio Lento com 800 metros de comprimento; e ainda lojas, bares e restaurantes, com culinária de massas, grelhados, lanches e outros.



Gastronomia



Atrações radicais do parque aquático



Piscina do Aqualand Resort



Imagem externa no empreendimento



AQUALAND

AS NOVAS ATRAÇÕES
DO AQUALAND!

KRAKEN
VS HYDRA



MAIS INFORMAÇÕES
NO NOSSO SITE



GR GROUP INICIA EXECUÇÃO DO MASTERPLAN NO BARRETOS COUNTRY PARK E RESORT

**A expectativa é dobrar o número de visitantes de 400 mil
para 800 mil por ano**



Expansão Barretos Country Park e Resort - novas unidades hoteleiras e áreas de lazer

Em 2023, o GR Group deu início a um ambicioso investimento de mais de R\$ 250 milhões no masterplan do Barretos Country Park e Resort com o objetivo de ampliar a oferta de hospedagem e a capacidade do parque temático country com águas termais. O foco é implantar novas estruturas e atrações que atendam a todas as faixas etárias da família. Até 2026, há o planejamento de construir cerca de 500 apartamentos no resort, comparados aos atuais 218.

Desde que o GR Group chegou em Barretos, está empenhado em fortalecer a cidade como um destino turístico para férias, investindo constantemente na expansão do complexo. "Estamos confiantes em um futuro promissor", endossa o CEO, Gustavo Rezende.

Com a ampliação do parque e a nova fazendinha, a capacidade diária visitantes será aumentada para receber 4,5 mil pessoas ainda em 2023 e 6 mil pessoas até 2025. A expectativa é dobrar o número de visitantes de 400 mil para 800 mil por ano.

"Nosso masterplan prevê um crescimento significativo, com 216 apartamentos adicionais até 2025, o que aumentará a capacidade de acomodação em 2 mil hóspedes. Além disso, planejamos desenvolver novos brinquedos e implementar ações para gerar mais empregos na cidade, incentivando o turismo e impulsionando a economia local. Nosso grupo tem como propósito ser um agente ativo de transformação em todas as comunidades em que atuamos", afirma o Vice-presidente de Construção, Experiência e Hotelaria, Filipe Rezende.



Obras da Nova Fazendinha



Novas torres e novo brinquedo fazem parte da expansão do empreendimento

A primeira etapa foi a realocação e expansão da fazendinha, que encanta crianças e adultos com suas interações com animais, atividades lúdicas e de educação ambiental. São 12 mil metros quadrados de nova área no parque, com novos pastos e divisões pensadas no bem-estar dos animais. O local que proporciona aos visitantes a proximidade com o campo e as tradições caipiras foi entregue para a temporada de inverno de 2023.

Outra nova atração, o Kids Acqua Ville, que está em andamento, tem como foco principal a diversão para as crianças. O complexo terá espaço tematizado com diversos toboáguas e brinquedos, além de estrutura de lounges com cadeiras e mesas. Ele tem previsão de entrega em novembro.

Após a conclusão, o GR Group dará continuidade em novas etapas de reestruturação e construção no Barretos Country Park e Resort, com mais uma torre de apartamentos no sistema de multipropriedade. “Essa modalidade tem se difundido cada vez mais, principalmente em destinos turísticos, e oferece uma alternativa interessante para aqueles que desejam ter uma casa de férias. No Barretos Country o diferencial é vida no interior, a proximidade com a natureza, com a diversão do único parque temático country com águas termais do país”, ressaltou o Vice-presidente de Marketing, Vendas e Pós-venda, Rodolfo Rezende.

“Estamos ansiosos para compartilhar o andamento desse grande sonho. Em breve revelaremos um pouco mais sobre essa jornada de expansão”, finalizou Gustavo.



Kids Acqua Ville - nova área terá brinquedos aquáticos, restaurantes e muitas atrações



Área de lazer das novas torres terá paisagismo e decoração especiais

ATRIBUIÇÕES DO SETOR DE ENGENHARIA NA MULTIPROPRIEDADE

***Artigo de Marcos Watanabe, Diretor de Engenharia da Oceanic Empreendimentos**

A Engenharia Civil desempenha um papel fundamental na multipropriedade, desde a concepção do empreendimento, passando pela construção, até a manutenção contínua da edificação e suas instalações. Ela garante que as unidades sejam seguras, duráveis e atendam às necessidades dos proprietários.

Previsibilidade para uma Avaliação Coerente

Em empreendimentos *brownfield*, já edificados, é imprescindível uma análise da estrutura e instalações, assim há uma previsão de possíveis investimentos no imóvel para reparos e atualizações nos sistemas complementares, deixando o estudo de viabilidade mais assertivo. Há casos em que o custo ou prazo dessas intervenções podem até inviabilizar o empreendimento, porém, aos olhos de um leigo podem parecer simples de resolver, onerando o empreendedor muito acima do esperado.

Já nas incorporações imobiliárias em multipropriedade de empreendimentos *greenfield*, onde a comercialização inicia-se antes de a edificação ser entregue, há a necessidade inicial da avaliação dos parâmetros construtivos restringidos pela legislação, tanto pelos índices do zoneamento urbano quanto as delimitações ambientais. Para a parte ambiental, contrata-se uma consultoria ambiental e geológica para fornecer laudos referentes ao terreno com seus óbices. Assim temos um estudo de viabilidade técnica.

No gerenciamento dos projetos da obra considera-se a elaboração de acordo com o público-alvo a ser alcançado nas vendas, em sinergia com a operação hoteleira e oferecendo diminuição de custos operacionais visando a redução da taxa de condomínio e melhorando a atratividade comercial, bem como a manutenção dos cotistas pelo setor de pós-venda.

Todos esses custos são lançados no estudo de viabilidade financeira com o fluxo das outras despesas e receitas, resultando nos indicadores e valor de exposição financeiros para análise de prosseguimento do negócio.

Legalização Célere e Ajustada

Para a elaboração da documentação para aprovação da construção é feito o estudo da legislação municipal, que é distinta em cada localidade, em relação aos documentos necessários para o protocolo de solicitação de autorização de projeto e alvará de obra. Para melhor gerenciamento, é feito um *checklist* para acompanhamento e controle.

Uma consultoria jurídica especializada em multipropriedades é sempre bem-vinda para o desenvolvimento e organização em conjunto dos documentos necessários para o registro de incorporação e/ou convenção de condomínio.

Nesse momento é apresentado ao cartório para averbação o cronograma de uso dos cotistas para usufruto da sua segunda moradia. É preciso muito cuidado para estar em harmonia com a hotelaria para não acarretar sobrecarga na recepção devido à quantidade de *check-in* e *check-out* no mesmo dia. Além disso, é fundamental a correta distribuição das semanas para cada cota levando em consideração feriados e temporadas de alta ou baixa.

Construção com Planejamento e Controle

A parte mais dispendiosa nesse tipo de negócio são as obras. Os engenheiros civis são responsáveis pela supervisão da construção e manutenção da edificação, garantindo o cumprimento das normas técnicas, aquisição de materiais pertinentes ao projeto, segurança do trabalho, cronograma e controle do fluxo financeiro de obra. Comumente é contratado o serviço de uma gerenciadora de obras ou é feito internamente, por setor específico.

Além da edificação do empreendimento, são construídas ou reformadas salas para a comercialização das unidades em multipropriedade. Os locais são prospectados pelos gestores comerciais com o setor de engenharia e, posteriormente, é elaborado o *layout* da sala com as compartimentações, mobiliários, equipamentos e design. Se torna essencial o controle do cronograma de entrega, visto que as contratações do time comercial estarão em andamento, e assim, o lançamento comercial aconteça conforme previsto.



Marcos Watanabe é Diretor de Engenharia da Oceanic Empreendimentos e responsável pelos empreendimentos do grupo no Sul do país



a Amazon merece você.

Sim, merece você! Que viaja, que se aventura,
que ama sua família, prioriza o bem-estar,
se engaja na causa em prol do meio ambiente,
compartilha momentos e sorrisos, vive intensamente
e valoriza cada minuto de sua vida.

E você... merece a Amazon!



Saiba mais:



Parque temático
com 90.000m²



Centro Científico



Centro esportivo



Hotel &
Multipropriedade



19.000m²
de área comercial



Spa

Presidente da Amazon Parques & Resorts explica nova fase do projeto

Para Roberto Kwon, ter uma incorporadora brasileira responsável pela gestão traz conhecimentos mais aprofundados do mercado local

No primeiro semestre de 2023, a Amazon Parques & Resorts, empreendimento de multipropriedade em construção em Penha (SC), trouxe duas novidades: o início das obras da primeira fase, com 199 apartamentos, e o novo direcionamento estratégico, em que a incorporadora brasileira assumiu a gestão do projeto.

A mudança na gestão já estava prevista no planejamento estratégico da holding norte-americana e agora, após mais de dois anos de estudos, a Amazon Parques & Resorts finaliza a primeira etapa de lançamento do seu primeiro empreendimento.

Em sua primeira fase, o complexo imobiliário de Penha, com resort e um parque temático, terá 199 unidades, em três torres, com VGV (Valor Geral de Vendas) de R\$ 374 milhões, sendo que 21% foi vendido até o primeiro trimestre deste ano. O investimento inicial é de R\$ 110 milhões.

O presidente da Amazon Parques & Resorts, Roberto Kwon, explica o significado e dos próximos passos do projeto com a gestão da incorporadora brasileira:



Por que a Amazon Parques & Resorts transferiu a gestão para a incorporadora brasileira?

A decisão faz parte de uma estratégia mais ampla da Amazon para se concentrar em suas principais operações e em outras áreas de crescimento estratégico.

A expertise local da incorporadora pode transferir um conhecimento mais aprofundado do mercado imobiliário local, das leis e regulamentos, além de ter relacionamentos estabelecidos com fornecedores e autoridades governamentais.

A transferência da gestão permite a redução de riscos e custos associados ao empreendimento, especialmente porque a incorporadora tem uma infraestrutura já estabelecida com profissionais experientes em gerenciamento de projetos similares.

O que muda na gestão do projeto?

A mudança na gestão faz com que a incorporadora assumira por completo a responsabilidade nas tomadas de decisões relacionadas ao desenvolvimento, marketing, vendas e operações do empreendimento, e de maneira mais ágil.

Portanto, a incorporadora adota seu próprio estilo de gestão, adaptado às suas práticas e estratégias comerciais. Isso pode incluir mudanças nos processos operacionais e planejamento estratégico.

Com quatro salas e 21% do VGV comercializado, a Amazon pretende acelerar mais as vendas, abrindo mais showrooms e contratando mais profissionais?

A empresa tem como um dos seus objetivos impulsionar

as vendas para alcançar metas específicas e aumentar sua participação no mercado. Isso envolve planejamento de marketing, parcerias estratégicas e novos programas para atrair mais clientes.

Caso a empresa esteja satisfeita com o desempenho de suas atuais salas de vendas, ela considera a abertura de novos pontos de venda em outras localidades estratégicas. Isso permitirá atingir um público mais amplo e expandir sua presença geográfica, aumentando as oportunidades de venda e a visibilidade da marca.

Em razão dos pontos mencionados, a contratação de mais profissionais é imperativo. Tanto nas áreas de vendas e marketing, bem como equipes de suporte e atendimento ao cliente.

Quais os planos da holding para a marca ?

A incorporadora brasileira assumiu 100% do empreendimento e tem os direitos para América Latina e Ásia. Com isso pretendemos expandir nossa presença em novos mercados que apresentam demanda por imóveis de lazer e férias com novas oportunidades de negócios.

Diferentes regiões podem ter características demográficas, socioeconômicas e culturais distintas, o que cria oportunidades para atender a outros segmentos de mercado.

A expansão para novas regiões pode proporcionar um aumento nas vendas e melhor aproveitamento de vantagens competitivas em praças específicas, como por exemplo, acesso a recursos naturais, infraestrutura desenvolvida, incentivos fiscais ou parcerias estratégicas com outros *players* locais, permitindo o fortalecimento da nossa posição no mercado.

São Paulo impulsiona vendas da Amazon Parques & Resorts

Salas de vendas no estado corresponde a cerca de 80% das unidades comercializadas

Com aproximadamente R\$ 64 milhões de frações imobiliárias vendidas no primeiro trimestre de 2023, correspondendo a 21% do total do VGV total do projeto, a Amazon Parques & Resorts, empreendimento de multipropriedade em construção em Penha (SC), conta com quatro salas de vendas, uma no próprio destino sede e outras três no estado de São Paulo.

O diretor comercial da Amazon Parques & Resorts, Sergio Carmi, revela que as vendas paulistas correspondem a 80% do total, o que deverá crescer ainda mais, já que a terceira sala em São Paulo, em Alphaville, em Barueri, foi inaugurada no mês de junho.

“A Amazon Parques & Resorts enxerga São Paulo como um importante centro de vendas e um motor para impulsionar as operações na região”, confirma Sergio. “Considerando a grande população, a diversidade de consumidores e a infraestrutura desenvolvida da cidade, a escolha dessa terceira sala, sem dúvida nenhuma, é estratégica para o desenvolvimento comercial do empreendimento”.

Além desta nova sala em Alphaville, a Amazon conta em São Paulo com pontos de vendas em Guarulhos e Anália Franco, um escritório comercial e um call center, empregando mais de 100 profissionais dedicados ao projeto no estado.

O diretor comercial da Amazon Parques & Resorts explica um pouco mais da estratégia do projeto em ter três salas de vendas no estado de São Paulo:

Por que o público de São Paulo é o maior cliente da Amazon, inclusive que da própria região Sul?

Em primeiro lugar, a densidade populacional, São Paulo é a maior cidade do Brasil e tem uma população consideravelmente maior do que a região de Penha, em Santa Catarina. Com uma população mais vasta, oferece um mercado consumidor potencialmente maior.



Perspectiva da Amazon Parques & Resorts
(imagem: ©2021-2022 NotToScale Architecture)

Em segundo lugar, São Paulo possui uma infraestrutura desenvolvida, que inclui aeroportos internacionais, uma extensa rede de transporte público e uma grande variedade de opções de hospedagem. Esses fatores facilitam o acesso para os moradores de São Paulo, bem como para turistas nacionais e internacionais.

Além disso, São Paulo é uma cidade multicultural, com uma mistura de pessoas de diferentes origens e interesses. Isso cria um público diversificado e aberto a experimentar novas experiências de entretenimento, o que pode contribuir para a sua popularidade entre os residentes da cidade.

A cidade também é conhecida por ser um centro econômico e comercial do país, abrigando muitas empresas, indústrias e uma classe média alta. Com uma economia robusta, os moradores de São Paulo têm mais poder aquisitivo, o que pode aumentar o interesse e a demanda por experiências de entretenimento e lazer.

Quais expectativas com três salas de vendas em São Paulo?

Aumento da visibilidade: com três salas em diferentes regiões de São Paulo espera-se que a exposição do empreendimento e os nossos produtos sejam significativamente ampliados, aumentando o conhecimento da marca e despertando o interesse de um público mais amplo;

Melhor atendimento ao cliente: a presença de múltiplos showrooms permite que a Amazon Parques & Resorts esteja mais próxima dos clientes em diferentes áreas de São Paulo, facilitando ao acesso e proporcionando uma experiência mais conveniente para os consumidores;

Expansão das vendas: com mais pontos de venda, a empresa tem a oportunidade de alcançar uma base de clientes mais ampla e diversificada.

Fortalecimento da presença no mercado: essa estratégia pode ajudar a empresa a solidificar sua posição e competir de forma mais eficaz com outras marcas.



Sergio Carmi

10 (DEZ) CLÁUSULAS ESSENCIAIS NA CONVENÇÃO DE CONDOMÍNIO DA MULTIPROPRIEDADE

A convenção condominial bem redigida e vinculada aos interesses e objetivos do empreendedor imobiliário e turístico é imprescindível para o sucesso do empreendimento desenvolvido no modelo de Multipropriedade.

Antes da sanção presidencial e consequentemente entrada em vigor da Lei. 13.777/18, que regula a multipropriedade no Brasil, a convenção condominial, atrelada a dispositivos do código civil e da Lei. 4.591/64 (Lei de Incorporação), já tinha uma singular e fundamental importância em todo esse processo de incorporação, que se manteve com o advento da Lei que regulou a matéria.

A Lei em questão traz várias possibilidades sobre a prática de implementação da Multipropriedade, cabendo obviamente à convenção condominial os regimentos, adequando-os a cada empreendimento.

Esse não é um tipo de documento que se confecciona por atacado, apenas para atender dispositivos legislativos, pelo contrário, o cuidado, cautela e estudo para a confecção de uma convenção condominial adequada aos parâmetros, disponibilidades e possibilidades do empreendimento é o que direcionará o seu sucesso em vendas e também boas experiências de uso.

Nesse sentido, trouxe neste artigo a menção à 10 (dez) cláusulas essenciais, que devem ser analisadas para a convenção condominial do empreendimento em Multipropriedade. São elas:

1. Previsão da duração dos períodos de cada fração de tempo, inclusive com a possibilidade de períodos diversos dentro de um mesmo empreendimento;
2. Poderes e deveres dos multiproprietários;

3. Número máximo de pessoas que podem ocupar simultaneamente um apartamento em um mesmo período de uso da multipropriedade;
4. Criação de fundo de reserva para atendimento de questões extraordinárias vinculadas ao imóvel;
5. Estabelecer as regras de acesso ao imóvel para cumprimento das obrigações de manutenção, conservação e limpeza;
6. As multas a serem aplicadas ao multiproprietário condômino em caso de descumprimento das regras condominiais e dos seus deveres;
7. A sanção aplicada ao multiproprietário para o caso de depauperamento do bem;
8. A possibilidade ou não de pool de locações;
9. As regras para convocação e votação em assembleias;
10. A possibilidade de representação do multiproprietário pela administradora em assembleias. Critérios e possibilidades.

Claro que além dessas cláusulas existem outras de grande relevância e que precisam, de forma estratégica, serem trabalhadas e analisadas pelo empreendedor e o corpo jurídico responsável pela confecção da minuta de convenção condominial a ser registrada no cartório de registro de imóveis competente.

O sucesso de um produto e a segurança jurídica necessária e buscada pelos empresários da área nascem na sua concepção, mesmo antes da primeira venda, por meio de muita análise, estudo e entendimento sobre as necessidades de cada empreendimento.

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



Multipropriedade, Fractional ou Vacation Club

A Solução completa para o seu negócio está aqui!

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

Recursos financeiros com empresas parceiras para:

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



www.tcbrasil.com.br

Atmosfera Arquitetônica

"O arquiteto cria o cenário onde as pessoas vivem o teatro da vida" (Paul Friedberg)

Vamos conversar sobre viver a vida? "A vida é um teatro"; ou "a arte imita a vida"; quem já não ouviu essas frases?

A vida é realmente um teatro, mas sem ensaios, muitas vezes sem roteiro e nós somos os atores, com diversos papéis atuando muitas vezes em várias histórias ao mesmo tempo; às vezes um drama, outras uma comédia.

Mas o que isso tem a ver com nosso tema Arquitetura? Tudo! Como diz a famosa frase do arquiteto Paul Friedberg, é o arquiteto o responsável por criar esse cenário. E tamanha a responsabilidade entregue nas mãos desse profissional.

Esse profissional tem um papel fundamental em moldar o ambiente em que as pessoas vivem. Os espaços que nós projetamos influenciam diretamente a maneira como as pessoas interagem e vivenciam a vida cotidiana, assim, a arquitetura pode ser vista como um palco onde as histórias da vida real se desenrolam.

Um termo que vem sendo muito utilizado no nosso meio, é "atmosfera arquitetônica", ou seja, esse meio criado de forma proposital, para gerar uma determinada experiência ou sensações específicas. É dentro dessa atmosfera que os momentos marcantes são registrados ao longo de nossas vidas.

E como isso está ligado ao nosso mercado de turismo? É geralmente durante os períodos de descanso, férias ou momentos de lazer que temos regis-

trado em nossa memória as experiências mais marcantes de nossas vidas, ou seja, o teatro que vivemos, e vamos recordar futuramente.

Por isso é tão importante o planejamento de um empreendimento turístico, que cada espaço tenha uma atmosfera marcante, seja um cenário pensado em cada experiência que pode ser vivenciada pelas pessoas, porque essas experiências serão registradas e guardadas por muito tempo. É comum alguns empreendimentos em que recebem clientes recorrentes, muitos casais que passaram a lua de mel, guardam essas recordações e revivem esses momentos todos os anos seguintes quando voltam ao mesmo cenário; o tempo não volta, mas revivem a lembrança.

Já falamos em artigos anteriores sobre algumas ferramentas, de como explorar os cinco sentidos humanos no paisagismo, criando uma experiência sensorial, a biofilia e o design biofílico, levando a natureza para dentro dos ambientes construídos e mimetizando a natureza em elementos não naturais, mas que remetam a ela, o enquadramento de paisagens e explorar os espetáculos da natureza com o nascer e o pôr do sol, e assim por diante.

O importante é aplicar de forma intencional todas essas ferramentas, desde a concepção do projeto, e mantê-las ao longo da operação, garantindo que essa atmosfera arquitetônica gere experiências, para que o teatro da vida possa ter sempre o melhor cenário para registrar suas histórias.



* 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. Atualmente assina importantes projetos de hotelaria e parques aquáticos como GR Group, Grandes Lagos Thermas Resort, Empreendimento Cataguá, Amai Park, entre outros.



@miltonfilho.arquiteto



@mfdc.arq.design



milton.arquitetura@gmail.com



evo
INTELIGÊNCIA
EM NEGÓCIOS

Marketing de resultado para hotéis, parques e multipropriedade.

A evo surgiu da fusão de duas empresas com diretores com mais de 15 anos de experiência no mercado: Wow e Criativioss.

Nossa sede própria fica situada em Caldas Novas, Goiás, no centro do Brasil.

Planejamos e operamos táticas e estratégias digitais, utilizando de tecnologia e dados para tomadas de decisões.

No nosso setor, a experiência e o conhecimento não vem da longevidade. O que as agências fizeram há 5 anos atrás tem pouco a ver com o que é necessário para competir e vencer no amanhã.

Acreditamos no domínio constante de táticas inovadoras e investimos na melhoria contínua de nossas equipes e profissionais.

Por meio dessas práticas, nos tornamos especialistas, capazes de entregar projetos com alto nível de qualidade e excelência.

Sede: Avenida E, Quadra 15, Itanhangá, 75680-001 - Caldas Novas - GO



Marketing 360



Sites e Landing Pages



ID Visual



Performance Digital



Redes Sociais



Google



Planejamento Estratégico



Inbound Mkt



Endomarketing



Produção



PRISCILLA JUNQUEIRA ANALISA BENEFÍCIOS DE UMA GESTÃO HOTELEIRA PROFISSIONAL

Além de atrair mais clientes, estratégias bem desenhadas podem melhorar nas vendas para empreendimentos de multipropriedade



De acordo com o Cadastur, no Brasil tem mais de 33 mil meios de hospedagens, isso inclui hotéis, pousadas, resorts, albergues, apart-hotéis, entre outros. Na tentativa de ter uma operação mais enxuta ou até mesmo por medo de perder a autonomia de seu negócio, muitos investidores optam por uma hotelaria familiar ou não profissional e acabam perdendo muito dinheiro no seu negócio.

Para Priscilla Junqueira, fundadora da Meta Hotelaria, uma administradora hoteleira profissional pode atrair um perfil de cliente específico e até dobrar o ticket médio, através estratégias comerciais, serviços hoteleiros agregados, aumento do período de estadia do cliente, captação de grupos e eventos, criação de pacotes especiais, revenue management, entre outros.

“Em todos empreendimentos que passei fiz estratégias como essas e todos foram bem-sucedidos, pudemos ver nitidamente o crescimento do ticket médio em apenas 45 dias de operação. No caso da multipropriedade, o crescimento das conversões de vendas dos clientes hospedados foi de 350% em 4 meses, é realmente fantástico”, afirma a fundadora da Meta.

Confira o bate-papo com Priscilla Junqueira sobre a importância da gestora hoteleira profissional:

Quais as vantagens para o empreendimento ter uma gestora profissional e não contratar um bom gerente para o hotel?

Uma administradora profissional conta com a experiência de vários gestores de diferentes áreas do setor hoteleiro, que estão antenados ao cenário nacional e internacional, atualizando processos para manter as melhores práticas do merca-

do, otimizando a gestão financeira, experiência do cliente, melhorando a qualidade dos serviços prestados e identificando oportunidades de crescimento.

Além disso, uma gestora profissional tem uma ampla rede de contatos no setor, incluindo fornecedores, especialistas e outros profissionais do ramo, o que facilita a negociação de acordos, parcerias estratégicas e acesso a recursos valiosos para melhorar a operação do hotel.

Por ter uma perspectiva neutra e imparcial, a gestora pode tomar decisões objetivas e mais assertivas para o empreendimento por evitar o conflito de interesses, principalmente em momentos de crise, ou confronto em que a mesma terá mais experiência e habilidade para gerenciar as situações.

Uma gestora hoteleira cria estratégias para administrar os canais de forma a absorver o melhor de cada plataforma, trazendo maior rentabilidade e resultado para o empreendimento. A grande maioria dos hotéis independentes não possui esse *know-how*.

Como que a gestora hoteleira contribui para as vendas da multipropriedade?

A gestora hoteleira através de uma estratégia comercial e de vendas, trabalhando experiência, preço e praça, pode selecionar o público que frequenta o empreendimento.

Dessa forma, se desde a captação, os *leads* do empreendimento forem pensados e formatados dentro do perfil do investidor de multipropriedade, a chance de conversão de hóspedes comuns em multiproprietários é muito alta. Além disso, um trabalho em conjunto do comercial com a área de relacionamento de clientes é muito importante para o encantamento do cliente. O convite na hora certa, para o colocar o casal certo e na hora certa dentro da sala de vendas é muito importante.

Como que a gestora hoteleira contribui para os multiproprietários pagarem em dia suas taxas de condomínio?

O investidor de multipropriedade é um proprietário diferente de um investidor comum. Ele tem interesse direto na questão financeira, patrimonial e de experiência. Ele só sentirá confiança e enxergará valor em repassar a taxa condominial se as entregas por parte da administradora forem bem executadas

Portanto, o relacionamento com esse investidor, que ao mesmo tempo é um hóspede, precisa ser muito bem trabalhado por parte da administradora. Para muitos, essa relação é confusa e conflitante, mas quando se compreende o tripé dos anseios do multiproprietário, fica claro o posicionamento que a administradora deve tomar e como conduzir o negócio.

GESTÃO SÓLIDA E ROBUSTA LEVA **GRUPO MABU** A OUTRO PATAMAR NA GOVERNANÇA CORPORATIVA

Entrevista com Rui Rocha, Presidente do Conselho de Administração do Grupo Mabu

O Grupo Mabu celebra nesse ano um marco significativo em sua história: 50 anos de existência. Neste meio século, a empresa cresceu, ampliou seus negócios e enfrentou inúmeros desafios, desde turbulências políticas, crises econômicas e o desafio mais recente e impactante que foi a pandemia global.

A história do Grupo Mabu se mistura com a história de Curitiba (PR) e de Foz do Iguaçu (PR). Durante esse tempo testemunhou mudanças em todos os sentidos e viveu uma das grandes mudanças empresariais, quando em 2010 definiu implantar todo o processo de Governança Empresarial.



Quando falamos de Grupo Mabu, nos remete imediatamente a rede hoteleira e turismo. Quem é o Grupo Mabu hoje, 50 anos após sua fundação?

O Grupo Mabu é uma empresa de expressão nacional, que além do imobiliário hoteleiro, atua no ramo de negócios imobiliários, turismo, agronegócio e energia. Uma empresa familiar que até 2010 era gerida exclusivamente pela família, que após o falecimento do patriarca passou a investir na profissionalização e gestão dos negócios. Hoje os negócios são geridos de acordo com o planejamento estratégico de curto, médio e longo prazo, revisado anualmente e hoje encontra-se no 15º. Ciclo.

Quais os principais desafios enfrentados durante o processo de implantação de governança empresarial do Grupo Mabu?

Sem dúvida nenhuma, trabalhar com uma empresa que preza pela tradicionalidade desperta alguns desafios. Entre os desafios encontrados, tinha a relação forte entre empresa e prestadores de serviço e com colaboradores. Romper essa barreira para investir em profissionalização, definir áreas de negócios e estratégias de gestão foi desafiador. No entanto, a abertura para a profissionalização junto ao quadro societário foi excelente, tanto que elaboramos um plano bem estruturado de sucessão, fazendo com que nesse período de 10 anos o grupo crescesse, expandisse e alcançasse os resultados financeiros que possui hoje.

Falando em resultados financeiros, como foi o crescimento do Grupo Mabu após a implantação da Governança Corporativa e quais os planos futuros?

Desde a implantação da Governança Corporativa, o patrimônio do grupo cresceu 600% e o faturamento que era de aproximadamente R\$ 78 milhões em 2011, alcançou em 2022 próximo de R\$ 300 milhões. Na hotelaria, o número de apartamentos também cresceu, passando de 356 para 720.

Até hoje os investimentos realizados pelo grupo são com recursos próprios. O objetivo para os próximos cinco anos está previsto o investimento próximo de R\$600 milhões, sendo que boa parte desse capital irá para área de hotelaria e entretenimento.

Passado a pandemia, com a vida na normalidade, quais os planos do Grupo Mabu?

Passado a pandemia global o grupo entra numa rota de crescimento. Fizemos um processo de reestruturação da empresa, revimos a governança e passamos a olhar, de uma forma mais intensa, ao negócio de multipropriedade, chamado de My Mabu, que cresceu muito nos últimos anos. Para tanto, para gerir esse negócio, foi definido um CEO específico. Ou seja, hoje o Grupo conta com dois CEO's, para duas das grandes empresas do grupo.

Outra novidade pós-pandemia é a criação de fato do Conselho de Administração, que tem como objetivo nessa gestão de colocar o Grupo Mabu no cenário nacional e internacional como uma das melhores referências em entretenimento. Saímos fortalecidos nesses últimos anos em que vivenciamos a pior época para o turismo, com as restrições impostas de controle a pandemia, mas graças à solidez do grupo, uma orientação estratégica clara, hoje estamos obtendo um desempenho extraordinário, com recordes a rodos dos indicadores-chave do negócio.

RESORTS CONFIRMAM BENEFÍCIOS DE PROJETOS DE TIMESHARE

Modelo de negócios de tempo compartilhado traz novas receitas e propicia novos investimentos nos complexos hoteleiros

Qual a importância de uma operação de timeshare para a hotelaria? Quando um hotel ou resort deve desenvolver um vacation club? O que é melhor, investir em um clube de férias ou multipropriedade? Essas questões passam na cabeça de qualquer hoteleiro ao se deparar com o modelo de negócio e conhecer os resultados dos projetos de tempo compartilhado de grandes complexos turísticos no Brasil, ou quando busca novas formas de gerar negócios e receitas para o empreendimento.

Resumidamente, as vantagens mais importantes que o timeshare traz para os hotéis são: antecipação de receitas com vendas de diárias antecipadas, um novo canal de vendas, fidelização de clientes e aumento da ocupação em baixas temporadas.

“Para o investidor, o timeshare é um gerador de receitas importante para o hotel/resort e ajuda na sazonalidade. É um produto adicional, um novo canal de distribuição. Para quem quer permanecer com o ativo e fidelizar hóspedes, é o produto ideal e, cada vez mais, os hoteleiros estão preocupados com que esses clientes permaneçam. Além disso, é um gerador de empregos em todos os elos da cadeia, além de ser vantajoso para os viajantes, especialmente pelo elemento preço”, frisa Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Negócios América do Sul da RCI

Regulamentado pela Lei Geral do Turismo, Lei 11.771/08, o timeshare no Brasil funciona, normalmente, através de pontos adquiridos pelos clientes, para terem direito de utilizar diárias dos empreendimentos.

Baseado nessas vantagens do modelo, o Transamerica Resort Comandatuba, localizado na Ilha de Comandatuba, na Bahia, lançou o Premium Vacations, o seu clube de viagens. “Tínhamos algumas oportunidades: primeiro, a de maximizar a ocupação do resort para além dos segmentos de lazer e

MICE; além disso, captarmos e fidelizarmos mais clientes, e ter disponibilidade de recursos para eventuais antecipações, acelerando os investimentos no resort. Com base nestas premissas apresentamos o estudo de viabilidade”, conta Rinaldo Fagá, CFO do Transamerica Comandatuba.

Fidelizar os clientes e oferecer mais experiências

O sócio-diretor do Recanto Cataratas Thermas Resort & Convention, em Foz do Iguaçu (PR), Richardson Voltolini, explica que o programa de férias do resort, o Collection Home, em parceria com a TC Brasil, surgiu para oferecer uma experiência de férias mais vantajosa e conveniente aos clientes. “Um dos grandes objetivos sempre foi estabelecer uma relação duradoura e leal com nossos clientes. Com o entendimento que a fidelização dos hóspedes é um aspecto fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento hoteleiro, desenvolver um programa que não apenas atendesse às necessidades de nossos clientes, mas também superasse suas expectativas, proporcionando-lhes uma maneira única e econômica de aproveitar seu período de férias foi nossa prioridade”.

Desafios na implantação do vacation club

De acordo com Richardson, o primeiro desafio para implantar o programa de tempo compartilhado no Recanto Cataratas consistiu em conciliar as expectativas dos investidores com a realidade do mercado, por meio de uma cuidadosa avaliação do público-alvo e do cenário atual. “Esse processo resultou em um projeto de viabilidade audacioso, porém, factível, que atendesse às demandas dos investidores e os benefícios agregados aos clientes”.

O segundo obstáculo para o desenvolvimento do projeto no Recanto Cataratas foi a formação de uma equipe compro-



Recanto Cataratas - PR



Transamérica Resort Comandatuba - BA

metida e alinhada aos objetivos e valores do resort. “Para superar esse desafio, o Recursos Humanos do resort, juntamente com a TC Brasil, conduziu um processo de recrutamento e seleção abrangente, em busca de talentos no mercado, tanto aqueles com experiência quanto aqueles com potencial a ser desenvolvido”, conta o sócio do Recanto.

Lançamento durante pandemia

O Transamerica Comandatuba realizou um estudo detalhado do negócio antes de lançar o Premium Vacations. “Entre o estudo de viabilidade e a estruturação do projeto investimos dois anos”, confirma Rinaldo.

A implantação do Premium Vacations iniciou em 2020, no começo da pandemia de Covid-19, mas depois o resort ficou fechado por alguns meses. “Quando reabrimos, a ocupação foi aquém das premissas nos meses seguintes, tivemos dificuldades para fazer os investimentos para criação e montagem da sala de vendas, e contratação e treinamento da equipe do timeshare. Destaco aqui a parceria com a RCI, que fez uma pré-compra de diárias, ajudando a viabilizar o projeto, mesmo com todas as dificuldades da pandemia”, completa o CFO do Transamerica Comandatuba.

A diretora da RCI confirma que o estudo de viabilidade é imprescindível para empreendedores tomarem a decisão de lançar um vacation club, ou até mesmo uma multipropriedade. “Traz respostas estratégicas no que diz respeito à viabilidade e potencial de mercado, perfil do empreendedor como do consumidor e produto”. Outro ponto mencionado por Fabiana Leite é acompanhar e analisar as performances das outras operações de tempo compartilhado no Brasil.

Balanco positivo do timeshare nos resorts

O executivo do Transamerica Comandatuba destaca que, atualmente, o Premium Vacations entrega bons resultados, mesmo com somente uma sala de vendas que fica dentro do resort, atingindo em 2022 um VGV de R\$ 23 milhões, com um ticket médio acima de R\$ 80 mil. “O Premium Vacations propiciou que fizéssemos a reforma da piscina e diversos investimentos, que devem totalizar até este ano em torno de R\$ 30 milhões, já estamos analisando novos investimentos para 2024. Agora estamos estruturando os estudos de reforma dos quartos. Acreditamos tanto nesse projeto que o plano atual é dobrar as vendas nos próximos 3 anos”.

Em relação aos hóspedes, Rinaldo reforça que o clube de viagens tem sido um sucesso, principalmente, por conta do Transamerica Comandatuba ser um resort All Inclusive e o Premium Vacations oferecer várias vantagens financeiras aos membros. “Os nossos clientes também passaram a contar com um produto *premium* de padrão internacional no Brasil. Nosso clube de viagens oferece ótimo custo x benefício e os nossos produtos maiores dão direito aos membros de pagarem o All Inclusive e até os voos diretos para o aeroporto de Comandatuba com pontos. Outro fator que atesta a satisfação dos nossos clientes é que mais de 90% possui contratos para usar exclusivamente no nosso resort”.

Metas alcançadas

O programa de timeshare do Recanto Cataratas tem proporcionado previsibilidade e consistência na operação hoteleira, permitindo um planejamento mais estratégico a longo prazo e uma melhor otimização dos recursos disponíveis. “Isso tem contribuído para o sucesso geral do resort, garantindo uma gestão eficiente e um dimensionamento adequado das operações”, destaca Richardson.

Além disso, o Collection Home tem cumprido os objetivos iniciais de fidelização dos clientes e flexibilização na forma como eles desfrutam de suas férias, além de se tornar um importante canal de vendas para o Recanto Cataratas. “Desde o início de sua operação, as vendas têm apresentado crescimento contínuo, alcançando as metas estabelecidas no plano inicial”, finaliza o sócio do Recanto Cataratas.



Richardson Voltolini



Rinaldo Fagá

DUE DILIGENCE IMOBILIÁRIA: COMO ESSA FERRAMENTA PODE CONTRIBUIR COM OBJETIVOS DE NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

*Artigo da advogada Cristina Vieira, sócia do escritório Emrich Leão Advogados

Avaliação de risco das transações imobiliárias é um passo importante para a segurança jurídica do negócio porque envolve análise de risco do imóvel, dos atuais e antigos proprietários e pode ser um fator para definir a decisão de dar ou não continuidade com a negociação.

O termo Due Diligence vem de “diligência prévia” de alguma operação, sendo consolidada através de um relatório que pode simplesmente refletir os dados consolidados ou então uma análise jurídica sobre o que foi apurado.

O que pode ser detectado em uma Due Diligence Imobiliária?

Durante a elaboração do relatório de Due Diligence, podem ser detectados aspectos que os documentos, por si só, não seriam capazes de traduzir o risco:

Fraudes: uma fraude, muito embora seja mais difícil de ser comprovada, pode ser percebida através do cruzamento de informações e de situações que fujam muito do comumente utilizado para negócios. Daí a necessidade de ser investigar mais a fundo em um levantamento de dados preliminar.

Conflito de interesses: pode ocorrer do imóvel objeto da investigação ser de propriedade de pessoas menores de idade, pessoas já falecidas, incapazes ou então ser de propriedade de empresas e/ou sócios que tenham algum tipo de interesse conflitante com a negociação atual ou a anterior. Ainda que não haja decisão judicial que tenha detectado algum tipo de irregularidade, a bem do negócio, pode ser feita a conclusão ou sugestão indicativa de algum ato que seja considerado, no mínimo, objeto que questionamento futuro.

Irregularidade fiscal: todo imóvel tem obrigações de ordem tributária a ele vinculados, seja por ocasião da sua aquisição, seja por ocasião da sua manutenção propriamente dita.

Ações judiciais/administrativas: muito embora nem toda ação esteja averbada na matrícula do imóvel, a investigação sobre existência de ações judiciais ou processos administrativos que possam impactar na decisão de aquisição do imóvel

Inconsistência de informações: em que pese os dados fornecidos possam ser oficiais e emitidos por órgãos públicos, pela interpretação pode-se entender que há elementos complementares a serem balizados antes da entrega do relatório



Cristina Vieira

Como é feita?

O primeiro passo é saber qual a sua finalidade. Mesmo que se trate de uma aquisição, pura e simples, há que se destacar para qual finalidade (parceria, incorporação, loteamento, compra e venda, permuta, dentre outros negócios jurídicos) e quais são os aspectos mais relevantes que deverão ser investigados.

Definido o escopo, estabelecem-se os alvos a serem investigados e qual o prazo pretérito a ser pesquisado (de cinco a vinte anos, por exemplo).

Muito embora os alvos naturais sejam os proprietários atuais do imóvel, em muitas situações os antigos proprietários também são objeto de investigação, a depender da forma de aquisição, do tempo que a aquisição foi realizada e quais os dados constam na matrícula do imóvel que possam gerar dúvidas.

O próximo passo é o levantamento da documentação para obter resposta às seguintes indagações:

- ✓ Há ônus vinculado ao imóvel que impeça a venda?
- ✓ Qual a situação das dívidas que o imóvel foi objeto de garantia?
- ✓ Os proprietários possuem todas as certidões negativas?
- ✓ Os proprietários estão com o nome inscrito em órgãos de proteção ao crédito?
- ✓ Há protestos em nome dos proprietários?
- ✓ Há ações judiciais em nome dos proprietários?
- ✓ Qual o regime de bens de casamento?
- ✓ O imóvel está alugado?

Na compra e venda de imóveis é importante averiguar se há ônus vinculado ao bem, se o vendedor possui ações judiciais contra sua pessoa que podem comprometer o negócio, mas isto não basta. Deve-se fazer uma análise do quanto isto pode impactar o negócio.

Quando os investigados são pessoas jurídicas, os sócios e administradores das empresas também são avaliados e no relatório deverá constar qual a possibilidade de alcance dos riscos entre a pessoa jurídica e a física.

Está tudo na matrícula do imóvel?

Há um princípio denominado de Concentração dos Atos da Matrícula que prevê que todas as informações vinculadas ao imóvel devem estar previstas no registro imobiliário.

A Lei 14.382/22 trouxe alterações para os negócios jurídicos imobiliários e na legislação correlata, sendo que um leitor menos atento poderia dizer que a nova legislação afrouxou a necessidade de realização das Due Diligences, já que estabelece que os atos que não constem na matrícula no ato da alienação não podem ser opostos a terceiro que tenha adquirido o imóvel por boa-fé.

Contudo, em uma Due Diligence é necessário realizar a análise completa da documentação e o acesso aos dados públicos estão cada vez mais disponíveis e, ao serem analisados, podem trazer conclusões que a simples apresentação de certidões não seria capaz.

Por conta disto, a Due Diligence não pode ser encarada com um ato isolado, mas sim uma complexa análise de dados e informações para tornar o parecer mais robusto e conclusivo, lembrando sempre que a decisão final é do comprador.

Conclusão

A Due Diligence imobiliária nada mais é, então, do que a investigação de algo que esteja à venda ou então de quem está para ser contratado como prestador de serviço e serve de parâmetro para avaliar quais são os riscos da operação.

Para cada negócio, se mais complexo ou não, estas perguntas poderão ser alargadas para áreas vinculadas à marca, clientes, contratos internos, colaboradores, atos societários, questões ambientais, patrimônio e saúde financeira.

Como a prevenção e análise de riscos são seus principais objetivos, trata-se de importante ferramenta que confere segurança para operações imobiliárias de modo geral.

HOT BEACH OLÍMPIA INAUGURA JARDIM DA TURMA COM NOVAS ATRAÇÕES INFANTIS

A rede Hot Beach Parques & Resorts conquistou neste último mês mais um recorde para a estância turística de Olímpia com a apresentação do Jardim da Turma, maior área infantil instalada em um parque aquático em toda a América do Sul. A nova atração do Hot Beach Olímpia, ranqueado em 2022 como o quarto mais visitado no continente latino-americano, totaliza 8.220m² e resulta de um investimento de R\$ 15 milhões do Grupo Ferrasa.

Dentro de um conceito que tem o folclore e a brasilidade como fortalezas, e inspiração nos personagens da Turma do Guarani, a nova área incorpora um bar (Esquina da Turma) e atrações batizadas com nomes que fazem referência a cantigas de rodas infantis, como: Cai Cai Baldão (Splash Show), Tindolelé (Slider Kids), Esquindô Lêlé (Aqua Brink), Tororó (Atração Com Jatos De Água), Rebola Bola (uma piscina com circuito flutuante), Ciranda Cirandinha (um rio lento de 130 metros), Ziquezã (um toboágua com mini half pipe) e Borboletinha Cururu (toboágua Magic Ball).

RODA-GIGANTE E CARROSSEL

Configurado como a maior atração para a temporada de julho, mas não a única, o Jardim da Turma ganhou ainda dois reforços de peso – uma roda-gigante (Entra na Roda) de 30 metros de altura e um carrossel (Roda Pião) – que ampliam a oferta para o público infantil da Vila Guarani – o centro de entretenimento, compras e gastronomia que se localiza em área anexa ao parque aquático. As duas novas estruturas resultam de uma parceria da rede Hot Beach com o grupo Coney Island.



Inauguração do Jardim da Turma



IMOB TUR²³

Descubra as principais
tendências e oportunidades sobre
**MEIOS DE HOSPEDAGEM,
ALUGUEL POR TEMPORADA
E EMPREENDIMENTOS
IMOBILIÁRIO-TURÍSTICOS**

AMCHAM
BUSINESS
CENTER **SP**

29
NOV



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



TURISMOCOMPARTILHADO10



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



BRASIL, PARAGUAI,
URUGUAI & ARGENTINA

**A maior comercializadora de
multipropriedade do Brasil!**

+40 EMPREENDIMENTOS
LANÇADOS DE
DE FRAÇÃO IMOBILIÁRIO

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

+5 BILHÕES
DE EM VENDAS DE
MULTIPROPRIEDADE

 www.newtimeadmkt.com.br

 @newtimeadmkt

 (64) 3453-5512