

#ESPECIAL TOP SELLER NOVEMBRO/2023

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

50 anos
Mabu

CRÉDITO IMOBILIÁRIO
THOMSON LANCERETTE
Mabu
SANTO



TATIANE BRITO
Destaque Vendas
Multipropriedade

MILENA MANSANO
1º Lugar Retenção
Multipropriedade

CRISTHIAN RAPHAEL
2º Lugar Consultor de
Vendas Multipropriedade

LUIZ HENRIQUE
1º Lugar Supervisor de
Vendas Multipropriedade

NAYARA FERREIRA
Destaque Pós-Vendas
Multipropriedade

TOP SELLERS MY MABU

Conheça a história e a trajetória dos campeões do My Mabu

Entrevista com premiados
no Top Seller

TUDO Consultoria aponta perfis dos
profissionais de tempo compartilhado

GR Group lança
nova marca



**Queremos fazer
famílias felizes,
incluindo a nossa.**

Somos a Aviva.
Mais que parques e resorts,
somos pessoas proporcionando
experiências para pessoas.

Venha fazer parte de um
time que faz acontecer.
Mande seu currículo para
o nosso Banco de Talentos:
recrutamento@aviva.com.br

Aviva
carreiras

OLÍMPIA RECEBE TOP SELLER EVENT E TURISMO COMPARTILHADO TRAZ UMA EDIÇÃO ESPECIAL PARA PROFISSIONAIS

A primeira vez que o Turismo Compartilhado esteve na cidade de Olímpia (SP) foi em 2016. Desde então, já visitamos várias vezes os projetos de multipropriedade do destino e, conseqüentemente, acompanhamos o desenvolvimento do turismo no município. Era uma cidade com um dos principais parques aquáticos do mundo, o Thermas dos Laranjais, vários empreendimentos de multipropriedade em construção, com muitas salas de vendas, mas ainda com aspecto de cidade do interior, pois as opções de hospedagem, entretenimento e gastronomia eram bem escassas.

Hoje, Olímpia é um Distrito Turístico e o turismo representa quase 65% das atividades econômicas do município. A avenida principal do destino, a Avenida Aurora Forti Neves, foi totalmente revitalizada, em comparação ao que era em 2016, e há muitas opções de restaurantes e bares, além das outras opções de parques e entretenimento da cidade.

Sem sombra de dúvidas, a multipropriedade foi um dos motores desse desenvolvimento. Com sete resorts no modelo lançados e mais de 400 profissionais atuando na comercialização dos projetos, a realização do Top Seller Event, principal evento para profissionais do mercado, realizado pela RCI, é um reconhecimento para a cidade e às três grandes empresas que lideram o mercado fracionado no destino: Grupo Ferrasa, GR Group e Grupo Natos.

Vindo com a nossa edição especial para o Top Seller, além da própria cidade de Olímpia e o evento, trazemos o Grupo Mabu e o My Mabu, de Foz do Iguaçu (PR), como destaques. Completando 50 anos de fundação em 2023, o Grupo Mabu é referência na hospitalidade, entretenimento e multipropriedade, e, em especial sobre o Top Seller, sempre conta com muitos colaboradores premiados.

Ainda, podemos destacar entrevistas com profissionais premiados no Top Seller, a TUDO Consultoria apresenta os perfis dos consultores de vendas e promotores de marketing, o GR Group lança uma nova marca de clube de férias, e muitos outros cases de sucesso.

**Aproveitem o Top Seller!
Boa Leitura!**



Flávia Correia
Diretora de Marketing

Fábio Mendonça
Diretor de jornalismo

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável

Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte

Flávia Correia

Impressão

Gráfica Alpha Ultra Press

Tiragem - 1.500 exemplares



Acesse: www.turismocompartilhado.com.br

redacao@turismocompartilhado.com.br

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



CAPA 17

TOP SELLERS MY MABU

Conheça a história e trajetória dos destaques em vendas do My Mabu



Página 06

Confira entrevista com vencedores da principal premiação do mercado de propriedade compartilhada



Página 12

TUDO CONSULTORIA aponta perfis dos profissionais de multipropriedade



Página 24

Multipropriedade é um dos motores do crescimento da economia e turismo de Olimpia



Página 28

Gran Paradiso Resort anuncia nova sala de vendas



Página 32

Pós-Vendas: Custo ou investimento?



Página 37

Revista Turismo Compartilhado realiza 1ª Copa de Futebol - Regional Águas Quentes



Página 10

Exclusive Guest reforça compromisso de entregar melhor experiência para clientes e colaboradores



Página 14

Premium Vacations oferece exclusividade para clientes Transamerica Resort Comandatuba



Página 26

GR Group lança nova marca



Página 30

Village Itaparica cria empregos e promove capacitação de mão de obra



Página 34

Alchemist Group apresenta seus projetos



Página 38

Confira os principais eventos da Multipropriedade e Timeshare nos últimos meses

Top Seller Event 2023 entra em novo ciclo

Com previsão de reunir mais de 600 profissionais da indústria da propriedade compartilhada, o Top Seller Event entra em novo ciclo neste ano, em que comemora sua décima primeira edição.

Itinerante, esta edição ocorre em Olímpia (SP) onde o palco principal será no centro de convenções do Thermas dos Laranjais.

Convidamos duas lideranças da RCI para fazer uma reflexão sobre o evento. Do Brasil, ouvimos Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Negócios RCI América do Sul, que falou ao lado de Ana Laura Acevedo (Sr VP Business Development & Marketing da RCI), baseada no México.

Confira os principais trechos desta entrevista exclusiva.



Ana Laura Acevedo



Fabiana Leite

Por que e para quem o evento do Top Seller é feito?

Fabiana Leite - Há pouco mais de 10 anos, os comercializadores e empreendedores começaram a nos dizer que faltava um evento que olhasse exclusivamente para as necessidades de áreas de vendas e administrativas dos empreendimentos, uma vez que todas as iniciativas existentes até então estavam focadas nos empreendedores. Foi aí que idealizamos o Top Seller Event, focado neste profissional e com o objetivo de ampliar a capacitação da indústria ao mesmo tempo em que promove reflexão e *networking*.

Qual a contribuição do evento para a indústria?

Fabiana Leite - Nós temos orgulho em dizer que somos um evento completo e plural, com compartilhamento de ideias e cases, treinamento e capacitações técnicas, palestras focadas nos desafios atuais, espaço para reconhecimento profissional, premiações e, claro, muito *networking* e diversão. São dias inteiros no qual olhamos para os profissionais que são a porta de entrada e multiplicadores na nossa indústria.

Como você avalia o Top Seller Event fora do Brasil?

Ana Laura Acevedo - Nós temos eventos em todo mundo e o Top Seller é a certeza de que, além dos hotéis, nós temos que investir em pessoas, particularmente, nas equipes que fazem as vendas acontecerem.

Eu não tenho dúvidas em afirmar que o Top Seller é o

melhor evento para as equipes de vendas dos afiliados. E isso ocorre, de um lado, por ser desenhado especificamente para reunir os principais atores da Indústria, como Diretores de Projetos, Gerentes de Vendas, Gerentes de Marketing, "Closers", "Liners", Supervisores de MKT, "OPC's", equipes de Pós-vendas. E de outro lado, porque é um evento, reconhecido por seus conteúdos qualificados (que garante capacitação técnica) e emocional (que permite conexão e *networking*).

Vocês estudam aplicar o evento em outros mercados?

Ana Laura Acevedo - Sim, neste momento estamos estudando a realização deste evento em um mercado grande como o México, que é um mercado parecido e onde há eventos similares, mas regionais – alguns, inclusive, não são feitos pela RCI, mas por associações locais. Nós queremos trabalhar para articular um evento nacional, atraindo novos talentos e profissionalizando aqueles que seguem potencializando nossa indústria.

Como a realização do evento contribui para o portfólio internacional?

Ana Laura Acevedo - Uma das maiores contribuições está no fato de que o Top Seller consolida a presença de todos os resorts do Brasil no mapa internacional da RCI, nos permitindo trabalhar para promover ainda mais o Brasil em mercados internacionais, particularmente o americano e o europeu.

RECEITA PARA SE TORNAR UM TOP SELLER

Confira entrevista com vencedores da principal premiação do mercado de propriedade compartilhada



Podemos afirmar que ser premiado no Top Seller Event, evento organizado pela RCI, é o auge na carreira de qualquer profissional do tempo compartilhado. Apesar das operações terem suas próprias premiações e reconhecimentos, para todos setores (captação de clientes, vendas, pós-vendas, apoio e administrativo), vencer o Top Seller significa o reconhecimento de toda a indústria e uma grande cobertura da mídia especializada.

Visando entender como um profissional se torna um Top Seller, conversamos com alguns dos vencedores da premiação nos anos anteriores. Confira as entrevistas:



Rubens Oliveira

Gerente Nacional de Experiência e Vendas Vacation Ownership da Aviva

O Aviva Vacation Club, ao longo destes dez anos de Top Seller, foi a operação que mais teve profissionais premiados. Como o clube de férias alcançou essa marca?

A Aviva conquistou diversos prêmios no Top Seller devido ao comprometimento contínuo com o desenvolvimento e treinamento de nossas equipes de vendas ao longo dos anos. Adotamos uma abordagem abrangente para capacitar todas as pessoas associadas, investindo em programa de treinamento, promovendo a colaboração e o trabalho em equipe, implementamos sistemas de feedback regulares e avaliações de desempenho para garantir que o desenvolvimento

estivesse alinhado com as metas da empresa e as expectativas dos clientes. Isso fez com que construíssemos uma equipe de vendas altamente capacitada e motivada, que se destaca no Top Seller e que continua a oferecer excelência no atendimento ao cliente e resultados excepcionais na indústria do tempo compartilhado.

Nossa dica para quem quer chegar lá é: foque no desenvolvimento, estude, treine, leia, busque alternativas e aumente seu conhecimento. De atenção a experiência que seu produto oferece, saiba o que está acontecendo ao seu redor, o que o seu cliente busca e esteja presente, a eficiência é consequência de todo esse compilado bem aplicado.

Wander Alves

Líder de Marketing do Premium Vacations, vencedor no Top Seller 2021 e 2022 na categoria Promotor de Marketing Timeshare

O que significa vencer duas premiações do Top Seller?

Participar do Top Seller foi muito bom, abriu portas para mim, foi essencial para meu desenvolvimento aqui na empresa, me proporcionou evolução no meu plano de carreira e foi uma experiência única. Ganhei a premiação nos dois últimos anos. Uma experiência que valeu a pena e quero poder vivenciar mais vezes essa emoção! E para todo mundo que deseja vencer o Top Seller, tenha foco e determinação, que você também pode ser um premiado.





Diana Fernandes

Consultora de vendas do Bourbon Destination Club (BDC), vencedora no Top Seller 2022, na categoria Consultor Timeshare

Como você se tornou uma Top Seller?

Propósito de vida, foco, perseverança e fé em Deus.

Desde 2019, quando recebi a proposta desta oportunidade no BDC, entrei com o objetivo de realizar meu sonho: comprar a minha casa. E, conhecendo o projeto, aprimorando minhas técnicas de vendas e entendendo o mercado de timeshare, percebi que também poderia realizar os sonhos de meus clientes.

Aprimorei minha abordagem, aprendi a entender os perfis dos casais e a enfrentar as objeções com serenidade, transmitindo confiança. Aprendi a escutar e captar os anseios dos casais que atendo para personalizar o atendimento e o produto que se encaixa em cada perfil.

Minha dedicação e atenção nos desejos dos convidados que atendo foram essenciais para me manter na liderança do ranking de vendas do BDC.

Quais dicas pode passar para melhorar a eficiência dos profissionais do mercado?

Observo com atenção os especialistas de mercado, absorvo as melhores práticas de vendas, e me aprimoro através de treinamentos contínuos.

Meu atendimento é personalizado e minhas perguntas são estratégicas, permitindo-me entender o perfil de cada convidado. Quando estou no processo de venda, meu foco absoluto é o casal à minha frente. Admiro suas histórias e entendo seus sonhos, personalizando o produto para que seus momentos de férias sejam inesquecíveis.

Mesmo se o casal já tiver experimentado outras opções ou pertença a outros clubes, enxergo oportunidades, já que o nosso clube de férias é exclusivo e proporciona experiências únicas aos sócios, apresentando os nossos diferenciais, benefícios e vantagens.

Essas são as lições preciosas que o tempo me ensinou: a habilidade de fazer com que nossos convidados reflitam sobre o motivo de ainda não terem realizado os sonhos de viagem de suas famílias.

Rodrigo Santos

Gerente do Ibiobi Smart Club, vencedor no Top Seller 2021 e 2022, nas categorias Supervisor Timeshare e Gerente Timeshare, respectivamente

O que é necessário para vencer o Top Seller?

Estar entre os melhores de uma indústria tão grande e competitiva é muito gratificante, mas não existem atalhos. Para atingir e, principalmente, manter a constância nos resultados, a preparação precisa ser contínua. Nada funciona sem a disciplina.



Cristian Kelly

Supervisora de vendas do Ipioca Beach Residence/TUDO Consultoria, vencedora no Top Seller 2021, categoria Supervisor Multipropriedade

O que é necessário para ser uma Top Seller?

Acredito que todo Top Seller é um profissional ousado, que quebra paradigmas e não acredita em limitações. É aquele que marca presença todos os dias de uma forma diferente na vida de cada família que atende.

Quais dicas pode passar para melhorar a eficiência dos profissionais?

- Esteja bem consigo mesmo.
- Vá para sala de vendas todos os dias colocando a sua roupa de super-herói.
- Não julgue a família que está a sua frente, divirta-se com ela, mesmo que em muitas vezes você não venda. Mas, dê risada em todos os atendimentos.
- Atualize-se todos os dias.
- Use ao seu favor as ferramentas que todos perdem tempo vendo assuntos aleatórios.
- E, enquanto estiver nesse mercado, em hipótese nenhuma perca o foco. E assim, estará sempre entre os melhores.



Gleudson Cabral

Líder de sala de vendas do Lagoa Parques e Hotéis, vencedor no Top Seller 2021, na categoria Supervisor Multipropriedade



Por que você é um Top Seller?

Desde o início da minha trajetória na multipropriedade, sempre acreditei que a rotina atrelada a persistência me levaria a constância. Na posição de *closer*, isso foi comprovado. Me tornei um Top Seller RCI, justamente mantendo uma constância nas vendas e sempre focado em manter uma eficiência alta, acima dos padrões que o mercado sugere.

Hoje, atuando como líder de sala no Grupo Lagoa Quente, em Caldas Novas (GO), passo para minha equipe a real importância de se manter constante nas vendas, isso vai ao encontro do sucesso!

Quais dicas pode passar para melhorar a eficiência dos profissionais do mercado?

Primeiramente, o profissional de multipropriedade ou timeshare precisa identificar a "dor" que a família sente quando se trata

de férias, se é por motivo financeiro, se é somente falta de planejamento ou hábito de viagens em família.

Próximo passo é encaixar o produto dentro da real condição financeira das famílias. "Evite vender aluguel! Venda rentabilidade em férias!".

Outro detalhe importante para uma eficiência alta é desenvolver uma excelente apresentação da intercambiadora, no caso RCI, onde o intuito é fazer com que o sonho de férias das famílias se torne realidade.

Ser o mais transparente possível, trabalhar a credibilidade do grupo em que trabalha e a RCI. Isso com certeza fará com que sua eficiência se mantenha sempre alta.

Gislaine Magri

Analista de eventos do Hot Beach Parques & Resorts, vencedora no Top Seller 2022 na categoria Retenção de Vendas em Pós-Vendas



Como você descreve a emoção de ser premiada no Top Seller?

É uma mistura de sentimentos, mas, posso dizer que é incrível. Quando entrei no Grupo Ferrasa, em 2016, ouvi falar do Top Seller e suas premiações. No primeiro ano não participei, mas quis conhecer sobre o evento que motivava a todos que estavam a minha volta e entender o que eu deveria fazer para estar entre os tops. A partir de então, em 2017 já estava entre os destaques, o que me motivou mais e mais, me deixando em 2º lugar em 2018 e em todos os pódios nos anos seguintes.

Quais dicas pode passar para melhorar a eficiência dos profissionais do mercado?

Sempre busquei melhorar minha eficiência e acredito muito que para isso o primeiro passo é conhecer a necessidade do cliente e estreitar o relacionamento, além de saber ouvir e entender sua urgência. A cada cancelamento havia um misto de emoções e um novo desafio, manter o cliente sempre prezando pela verdade.

Fazer o cliente entender o porquê da escolha de investir no Grupo Ferrasa é imprescindível, dando assim segurança ao cuidar da sua vida financeira e, claro, proporcionar o melhor período de férias para ele e sua família.

Janaina Bastos

Promotora de Marketing do GR Group/Royal Thermas Resort & Spa, vencedora quatro vezes seguidas no Top Seller 2018, 2019, 2021 e 2022 na categoria Promotor de Marketing Multipropriedade



Qual o significado para você de ter vencido o Top Seller quatro vezes seguidas?

Sou uma Top Seller e sinto um profundo orgulho por ser reconhecida por todo o esforço e excelência que coloco em prática ao longo do ano no GR Group. Para mim, ser uma Top Seller vai além de simplesmente atingir metas e números, é sobre dedicar-me de corpo e alma a cada desafio que se apresenta.

Quais dicas pode passar para melhorar a eficiência dos profissionais do mercado?

Uma dica que posso oferecer para aqueles que desejam melhorar sua eficiência é: queiram sempre mais do que o outro. Quando você coloca paixão e determinação em tudo o que faz, você se destaca. Não se contente com a mediocridade, busque a

excelência. Esteja disposto a aprender, crescer e se adaptar constantemente, pois o mundo das vendas é dinâmico e exige flexibilidade.

Além disso, nunca subestime o poder do relacionamento com seus clientes. Conheça suas necessidades, ouça atentamente e esteja sempre disponível para oferecer soluções eficazes. A empatia e a comunicação são suas melhores ferramentas.

Ser uma Top Seller é um desafio constante, mas a recompensa é imensa. A satisfação de superar expectativas e conquistar a confiança dos clientes não tem preço. Portanto, esteja sempre disposto a ir além, a se superar e a entregar o seu melhor em cada interação. É assim que se constrói uma carreira de sucesso no mundo das vendas.

ibiobi smart club

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

A 11ª edição do Top Seller RCI chegou e vamos relembrar como foi nossa participação ano passado: Destaque de vendas e pós vendas no time share, 2º lugar consultor e supervisor. Um enorme orgulho fazer parte disso e ter pessoas da equipe nos representando!

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

TOP
seller
event
OLÍMPIA
SP | 2023





EXCLUSIVE GUEST
HOTELS & RESORTS



Conheça as equipes Exclusive Guest

EXCLUSIVE GUEST

REFORÇA COMPROMISSO DE ENTREGAR MELHOR EXPERIÊNCIA PARA CLIENTES E COLABORADORES

✓ Clube de férias caminha para bater metas e recordes em 2023

Contando com sete hotéis em seis destinos (Gramado, Natal, Foz do Iguaçu, Porto de Galinhas, Salvador e Rio de Janeiro), e 7 mil clientes na base, o Exclusive Guest, o clube de férias do Grupo Wish, caminha para encerrar 2023 com resultados expressivos e novos recordes em vendas. Até o mês de setembro, o Exclusive Guest já havia crescido 12% em relação a 2022, alcançando 75% dos objetivos para 2023.

Com esses resultados positivos, o grupo planeja investimentos para 2024, com abertura de novas salas, reformas dos

atuais espaços de vendas e contratação de mais profissionais. Atualmente, conta com quatro operações de vendas, (Gramado-RS, Porto de Galinhas-PE, Foz do Iguaçu-PR e Natal-RN), e 115 colaboradores (promoção de marketing, vendas e pós-vendas).

Em dezembro, será inaugurado uma nova sala de vendas no Wish Serrano, resort urbano em Gramado, onde nasceu a operação comercial do clube de férias. E também já está confirmado que a operação do Marupiara Resort, em Porto de Galinhas, ganhará uma nova sala de vendas no próximo ano.

✓ Inovação que traz resultados

Visando entregar uma melhor experiência na jornada de compra, manter a reputação e credibilidade dos hotéis do Grupo Wish e reduzir a taxa de cancelamentos, o Exclusive Guest consolida seu formato de vendas de timeshare, fazendo seus atendimentos baseados em um relacionamento com os hóspedes, usando uma metodologia sutil tanto na abordagem no modelo concierge, quanto na experiência vivida pelo cliente nos seus restaurantes e nas salas de vendas.

Já seu modelo de atendimento e vendas foi adaptado das operações de timeshare de outros países, como México, República Dominicana e Estados Unidos, em que a apresentação do produto aos clientes é realizada através de tours e experiências, em vez de apenas captá-los e levá-los para a sala de vendas.

Hoje, nos quatro hotéis onde atuam suas operações comerciais, não há promotores de marketing circulando pelas áreas comuns para abordar os hóspedes. Eles ficam localizados nas recepções, atuando também como concierges dos hotéis, auxiliando-os, sanando dúvidas e convidando para assistir à apresentação. Assim, neste modelo, essas apresenta-

ções são agendadas e realizadas pelo consultor durante um tour de experiências, que se dirige às salas de vendas para apresentação dos valores, negociação e fechamento do negócio.

Para conseguir implantar a metodologia de vendas e atingir resultados altos na satisfação dos clientes, o clube de férias do Grupo Wish contou com um trabalho de sinergia e engajamento com toda a operação hoteleira, em que todos os departamentos (governança, recepção, A&B, administrativo, entre outros) entendem a importância do produto de timeshare e atuam para a fidelização dos hóspedes.

Além da inovadora jornada de compra do cliente, o produto é um diferencial para realizar melhores vendas e deixar o membro do clube satisfeito. O cliente que se torna Exclusive Guest pode se hospedar em todos os hotéis do Grupo Wish e resorts do intercâmbio da RCI (Resorts Condominium International). Além das múltiplas opções de hospedagem, a disponibilidade de apartamentos nos hotéis do Grupo é garantida, uma vez que o clube possui um inventário próprio, somando ao todo 10% do total de todos os apartamentos.

TUDO CONSULTORIA

APONTA PERFIS DOS PROFISSIONAIS DE MULTIPROPRIEDADE

Olá, me chamo Leonardo!
Sou Consultor de Férias da **TUDO Consultoria**, criado através de inteligência artificial.
Vou te explicar sobre o Perfil do Consultor!
Acompanhe a entrevista que eu concedi à *Revista Turismo Compartilhado*.

O que faz um consultor de vendas?

Entende quais são as dores e as necessidades do cliente e apresenta o seu produto/serviço da maneira correta, sanando essas reais necessidades. O mais importante é entender o porquê do cliente.

O que é necessário para ser um bom consultor de vendas?

Ser um bom ouvinte, fazer as perguntas certas, ter conhecimento total do produto, mercado e conhecimentos gerais, entender que venda não é sobre quem fala melhor e sim, sobre quem consegue compreender melhor as reais necessidades do cliente e adequar o produto, falar a verdade e nunca parar de estudar.

O que precisa estudar?

Destinos turísticos, hotéis, geografia, produtos de turismo (concorrências

diretas e indiretas) e, claro, bastante sobre negociação e vendas.

Como crescer dentro da carreira?

Ouçã os mais experientes, aprenda com eles o que deve e o que não deve fazer, estude mais do que todos, faça além do que lhe pedem e entregue acima do que esperam. Resultado não é tudo para crescer, é importante mas não é apenas isso, ser uma pessoa de confiança e saber o que está fazendo é primordial.

Para qual posição pode ir ao ser promovido de consultor de vendas?

O segundo passo pode ser como um FTB ou um Closer.

Qual a média de ganho?

Depende muito da praça e projeto que você atua, mas uma boa média hoje seria R\$ 10 mil podendo chegar a R\$30 a R\$40 mil em super altas. O céu é o limite e você é o protagonista.

AUTOMOTIVADO

EMPATIA

COMUNICATIVO



Adicional: vale lembrar que ser uma pessoa sempre não acomodada com você mesmo é o principal fermento que te fará crescer. Seja desacomodado com seus resultados, com as suas entregas e pare de terceirizar a culpa pelas coisas que acontece com você. Quando você se torna responsável por aquilo que acontece na sua vida, você aprende e cresce com isso. Não precisa se martirizar, mas busque aprender com tudo que acontece com você consultor - positivo ou negativo. Uma mesa não define quem você é, então, não leve para casa aquele cliente que te deu uma má resposta, releve, entenda e estude para que na próxima oportunidade você possa fazer melhor. Não deixe que a sua motivação esteja na mão de outras pessoas, você é a pessoa responsável pelo seu sucesso e seu fracasso.

Olá, eu sou a Rafaela!
Sou Promotora de Marketing da **TUDO Consultoria**, criada através de inteligência artificial.
Vou te explicar sobre o Perfil do Promotor!

O que faz um promotor de marketing?

O Promotor de Marketing é a ponta da lança no processo da venda pois é dele o primeiro contato com o cliente, encantando e fazendo com que os turistas/moradores doem uma pequena parte de suas férias ou tempo para seguir esse encantamento através do consultor de férias e crie neles a vontade de viver a experiência que o empreendimento oferece. O bom trabalho rende volume de atendimentos de qualidade na sala de vendas e com isso a chance de vendas aumenta. Em poucas palavras, o promotor é o pulmão do projeto! Leva o ar para que o coração bombe!

O que é necessário para ser um bom promotor de marketing?

Disciplina e alto astral são as principais características de um bom promotor de marketing. Para se destacar na função, é necessário ter bastante resiliência e inteligência emocional, pois enfrentará todo tipo de cenário no seu dia de trabalho, o importante é que continue se empenhando e determinado a conquistar seus objetivos na vida.

O que precisa estudar?

Ótimos materiais para a função de promotor de marketing estão na P.N.L (Programação Neuro Linguística) que o ajuda a desenhar a abordagem antes de fazê-la, antecipando muitas objeções que possa ter durante o trabalho. Leitura e postura corporal também devem ser estudadas - o corpo fala! Materiais voltados para área de vendas também são de suma importância para aqueles que querem ter seu diferencial,

trazendo técnicas de vendas para abordagem, gatilhos muito eficazes na hora de convidar uma família para conhecer seu empreendimento.

Como crescer dentro da carreira?

Um degrau de cada vez, se aperfeiçoando em lidar com pessoas e, principalmente, clientes, sendo disciplinado e tendo um comportamento dentro do time que seja sempre positivo, na verdade ser positivo é a chave!

Para qual posição pode ir ao ser promovido de promotor de marketing?

Inicia-se como Promotor de Marketing podendo depois, com bom comportamento e resultado, tornar-se um Sub Líder, Líder/Supervisor ou migrar para a sala de vendas para ser consultor. Geralmente, quando se tem uma expansão do projeto/empresa há muita procura dentro da equipe para novas lideranças e chegar até a ser Coordenador de Marketing, tudo depende de sua dedicação para querer crescer dentro da área.

Qual a média de ganho?

Em baixa/média temporada, um promotor de marketing que performa dentro do que é para ele tido como meta, tem um ganho médio entre R\$ 4.500 a R\$6.500, chegando a receber em alta temporada produção acima de R\$ 15 mil a R\$20 mil. É muito satisfatório ver o crescimento de quem realmente toma essa função como uma carreira, dá o seu melhor e muitas vezes é o/a mais bem sucedido(a) da família.

PERSISTÊNCIA

DISCIPLINA

ALTO ASTRAL



PREMIUM VACATIONS OFERECE EXCLUSIVIDADE PARA CLIENTES TRANSAMERICA RESORT COMANDATUBA

Clube de viagens de resort baiano planeja ampliar operação comercial



Localizado na paradisíaca Ilha de Comandatuba, em Una, no sul da Bahia, o premiado empreendimento Transamerica Resort Comandatuba implantou seu clube de viagens, o Premium Vacations, há quase três anos, oferecendo opções de produtos exclusivos aos seus clientes.

O Transamerica Resort Comandatuba é um resort All Inclusive reconhecido por ter uma alta ocupação e clientes fidelizados, porém, buscando antecipação de caixa para novos investimentos e aumentar a ocupação durante baixas temporadas formatou o clube de viagens.

Atualmente, o Premium Vacations conta com cerca de 650 membros em sua base de clientes, uma equipe de 25 colaboradores (marketing, vendas e pós-vendas), uma sala de vendas operando dentro do resort, e um ticket médio acima de R\$ 80 mil.

“O Transamerica Resort Comandatuba possui uma base de hóspedes bem fiel, que se refletiu no clube de férias, com mais membros chegando por indicação de outros clientes. Nossos membros gostam do produto e realmente entregamos o que vendemos”, diz Carla Gomes, Gerente-Geral do Premium Vacations.

All inclusive atrai clientes para clube de férias

O sistema All Inclusive do Transamerica Resort Comandatuba é apontado pela gerente do clube de viagens como um diferencial na hora da venda. “A gastronomia do hotel é um grande atrativo, o All Inclusive do Transamerica Comandatuba é muito conceituado e premiado, inclusive, com reconhecimento da RCI. Muitos clientes se hospedam no resort pela qualidade do All Inclusive, serviços e exclusividades da ilha”, explica ela.

Visando obter um produto diferenciado, o resort oferece aos sócios que possuem produtos com maior pontuação, a possibilidade de utilizar seus pontos para o All Inclusive e fretamento aéreo, conforme a disponibilidade.

Formação de profissionais

Atualmente, o Premium Vacations possui 25 colaboradores e segue a política de plano de carreira da empresa de promover colaboradores, de acordo com a performance. “Valorizamos a mão de obra local. Hoje, 99% de nossos colaboradores são de Una, Canavieiras ou Ilhéus. A grande maioria está conosco desde o início do projeto, em 2020. Alguns colaboradores que iniciaram suas carreiras na captação externa de clientes foram promovidos para a sala de vendas. E alguns que estavam na sala de vendas foram promovidos para cargos de liderança e gestão do pós-vendas”, salienta Carla.

Planos para o futuro

O Transamerica Comandatuba planeja ampliar o Premium Vacations em breve, contratando mais profissionais e desenvolvendo novos espaços exclusivos para membros. “Nossa meta é aumentar o faturamento, o número de sócios e, principalmente, focar cada vez mais na experiência do cliente, agregando cada vez mais benefícios exclusivos e diferenciais”, conclui Carla.

Resort em cenário paradisíaco

O Transamerica Comandatuba se destaca por ser um destino completo de férias em um cenário paradisíaco, praticamente intocado e com mais de 20 quilômetros de praias. São 363 acomodações com experiências de hospedagens variadas, entre apartamentos, bangalôs e suítes. Na gastronomia, 6 opções de restaurantes temáticos e 5 bares distintos tornam a estadia dos hóspedes ainda mais prazerosa e completa com um convidativo regime All Inclusive, que abrange absolutamente o melhor da culinária internacional, mas com uma pitada da Bahia.



Área de descanso do Bar da Praia



Equipe Premium Vacations

Para o lazer, o Transamerica Comandatuba conta com o paraíso do seu entorno e com uma ampla infraestrutura para entreter adultos e crianças de todas as idades. O resort oferece duas super piscinas, uma semiolímpica e outra com 1.200m², atividades como stand up paddle, wakeboard, boia cross, caiaque, esqui-aquático, surf, tênis e beach tennis e diversas outras modalidades, além de excursões ecológicas. A equipe de monitores, intitulada de Comandaturma, é a grande responsável por garantir o sossego dos pais e a diversão dos pequenos. O Spa Comandatuba também surge como opção de descanso para os adultos em meio paradisíaco cenário.



Premium Vacations, mas pode chamar de seu clube de viagens.

Conheça alguns dos benefícios do Clube de Viagens do Transamerica Comandatuba:

- Tarifas diferenciadas;
- Check in preferencial em área exclusiva;
- 20% OFF no SPA, náutica e demais atividades de lazer*;
- Troca de pontos com a intercambiadora RCI, com mais de 4 mil opções de hospedagens pelo mundo.



Saiba todas as vantagens de ser um membro Premium Vacations.

Premium
VACATIONS

O CLUBE DE VIAGENS DO



TRANSAMERICA RESORT
COMANDATUBA

*Algumas das 100 atividades de esporte e lazer disponíveis são atividades com custo adicional.



GRUPO MABU COMEMORA 50 ANOS DE HISTÓRIA COM MUITO SUCESSO EM TODOS OS NEGÓCIOS

Este é um ano de comemoração para o Grupo Mabu, são 50 anos de história marcando meio século de excelência em hospitalidade no turismo do Paraná. Desde a sua abertura, em 1973, o Mabu desempenha um papel fundamental na indústria hoteleira, no entretenimento e na inovação, com a inauguração do Blue Park e do My Mabu.

Durante todos estes anos, o Grupo Mabu tem sido fundamental para o crescimento econômico e turístico do estado do Paraná. Com hotel em Curitiba e resort em Foz do Iguaçu., o Grupo recebe turistas nacionais e internacionais que buscam o Grupo por toda a sua referência e solidez, seja para viagens de lazer ou para negócios.

De formação familiar, o Grupo Mabu em 2010, passou por uma estruturação organizacional, investindo fortemente em um plano de governança corporativa, profissionalização e gestão de negócios. Atualmente, a gestão de cada negócio é gerido de acordo com o planejamento estratégico.

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 aproximadamente R\$ 300 milhões.

Para Raimundo Pimenta, CEO do My Mabu, existem alguns fatores que impulsionaram todas essas conquistas: “O Grupo Mabu vem crescendo e se destacando devido a três principais fatores: pessoas, processos e planejamento. Colocamos as pessoas (colaboradores, clientes, parceiros e fornecedores) no centro dos negócios,



Blue Park e My Mabu

potencializando suas habilidades, entendendo suas necessidades e reconhecendo seus talentos. Criamos processos para que o nosso ecossistema funcione de maneira ágil, eficaz e controlada e, não menos importante, desenvolvemos sempre um planejamento estratégico com visão 360° para que consigamos atingir os resultados e satisfação de todo nosso time e dos acionistas”.

E para celebrar essa comemoração, diversas ações foram planejadas e desenvolvidas e, uma em especial, contou de uma forma genuína a trajetória das pessoas que ajudaram na construção dessa empresa sólida e de grande sucesso no mercado.

A webserie “50 anos de História” retratou as histórias inspiradoras de diversos colaboradores que ajudaram o grupo em todos esses anos de existência. São histórias emocionantes das conquistas das pessoas e da empresa. Confira acessando o LinkedIn do Mabu Hotéis e Resorts e se emocione.



Piscina Thermal do Mabu Thermas



Praia de ondas do Blue Park



Complexo Mabu - Foz do Iguaçu/PR



PESSOAS COMO CENTRO DOS NEGÓCIOS

Confira as histórias e trajetórias dos premiados no Top Seller da RCI em 2022:

Há 50 anos, o Grupo Mabu tem sido um exemplo de compromisso com seus colaboradores e uma fonte de oportunidades para o crescimento de carreira. Desde seu início, a empresa entendeu que seu maior ativo são as pessoas que fazem parte dela, e essa filosofia sempre permeou todas as suas ações.

O Grupo Mabu sempre se destacou por seu cuidado excepcional com seus colaboradores.

Essa longa trajetória é marcada por uma cultura de valorização e desenvolvimento das equipes. A empresa compreende que ao investir no bem-estar e crescimento de seus colaboradores, fortalece o próprio sucesso. Isso se traduz em programas de treinamento e desenvolvimento contínuos, apoio à educação e oportunidades de aprendizado constante.

Inúmeros profissionais que iniciaram suas jornadas no Grupo em diversas atividades alcançaram posições de liderança e excelência. Isso demonstra o compromisso da organização em valorizar o talento interno e permitir que eles cresçam em suas carreiras.



Luiz Henrique iniciou sua história no Grupo Mabu em 2013 e já são 10 anos de trajetória. Em novembro do mesmo ano, Luiz recebia seu primeiro Top Seller RCI. Em março de 2014, chegou à promoção a Consultor de Turismo. Já em 2015, mais uma vez Luiz foi vencedor do prêmio nacional do Top Seller RCI, e logo em seguida foi promovido para o cargo de Supervisor de Vendas.

Neste cargo, Luiz teve a importante função de encantar pessoas e realizar sonhos. Nos anos seguintes, em 2016, 2017 e 2018, foi destaque nacional em vendas da empresa e reconhecido nacionalmente no prêmio Top Seller RCI.

Sempre com foco em bons resultados, permaneceu em primeiro lugar nacional do Top Seller RCI em 2019. E mesmo com as dificuldades durante a pandemia, Luiz sempre persistiu nos bons resultados, sendo reconhecido em 2020 e 2021 com o Top Seller RCI. Em 2022, Henrique foi novamente promovido, agora como Coordenador de Vendas e mais uma vez foi reconhecido como Top Seller RCI.



Christian iniciou sua história de sucesso na empresa Mabu em novembro de 2020, atraído pela reputação e profissionais excepcionais.

Como consultor, se destacou conquistando prêmios e crescendo profissionalmente, sendo reconhecido como o segundo melhor consultor com o prêmio Top Seller. O My Mabu tornou-se uma parte essencial de sua vida, permitindo-lhe alcançar objetivos pessoais e profissionais, além de fazer amizades valiosas. Com dedicação, ele progrediu para se tornar um supervisor, uma conquista significativa que o enche de gratidão. Sua jornada é um testemunho da importância de valores alinhados com a empresa, e ele aspira a se tornar um líder exemplar no My Mabu, compartilhando suas experiências e ensinamentos.

Para Christian, o My Mabu representa mais do que um local de trabalho; é um lugar de crescimento e realizações.



PESSOAS COMO CENTRO DOS NEGÓCIOS

Confira as histórias e trajetórias dos premiados no Top Seller da RCI em 2022:



No ano de 2018, Tatiane começou sua jornada como consultora de turismo sem saber o que esperar. Foi selecionada por sua habilidade no espanhol e, desde então, se dedicou a entender a profissão. Ao longo do tempo, ela testemunhou o crescimento de cada aspecto desse empreendimento, obtendo grandes resultados, como a realização do sonho de comprar um terreno. Ao longo de sua trajetória, Tatiane recebeu diversos certificados de vendas do My Mabu, e o cobiçado título de Top Seller, um dos seus sonhos na profissão. Apesar dos desafios constantes, ela é movida por sua paixão por trabalhar com pessoas, o que a faz verdadeiramente feliz.

Tatiane ainda tem muitos sonhos a realizar e está confiante, com as oportunidades diárias que encontra no Mabu, que alcançará cada um deles. Sua jornada é um exemplo de excelência, dedicação e conquistas.



Em janeiro de 2021, Milena ingressou no Grupo Mabu como Consultora de Negócios, buscando crescer e ganhar experiência em uma área pouco conhecida, apesar de sua formação em Relações Internacionais. Ela se destacou na equipe de Central de Negócios devido à sua capacidade analítica, criatividade e habilidades de comunicação com os clientes, o que a levou a iniciar uma especialização em Gestão de Negócios. Em 2022, Milena surpreendeu a todos ao conquistar o primeiro lugar no prêmio Top Seller na categoria Retenção de Clientes.

Em 2023, enfrentou um novo desafio ao liderar as mesas de upgrade e renovações de programas de férias, alcançando resultados impressionantes enquanto mantinha a qualidade e eficácia em seu atendimento. Sua jornada é uma inspiração de determinação e sucesso profissional.



Com um background na área de saúde, descobriu o fascinante mundo das Férias Compartilhadas através do Time Share. Com grande entusiasmo, começou como consultora de atendimento, dedicando-se com excelência aos clientes My Mabu por dois anos.

Em janeiro de 2023, ela conquistou a posição de Coordenadora da Central de Férias e, em março de 2023, assumiu o cargo de Coordenadora de Pós-Vendas, supervisionando as Centrais de Relacionamento com Cliente, Férias e Negócios. Sua história é um exemplo emocionante de crescimento e ascensão na carreira, demonstrando dedicação e paixão pelo seu trabalho.

 @hoteismabu

<https://www.linkedin.com/company/hoteismabu>

Resultados de 2023 e a expectativa para o ano de 2024



Raimundo Pimenta

Na temporada 22/23, o My Mabu conquistou um feito extraordinário, atingindo a impressionante marca de R\$ 51 milhões em vendas - o maior valor já registrado desde o lançamento do projeto.

Raimundo Pimenta, CEO do My Mabu, transborda orgulho diante desta conquista memorável. "Quero destacar não apenas a dedicação incansável da equipe e a excelência no atendimento, mas também a confiança inabalável em nosso produto. Reforço as transformações no processo de speech e comunicação, metodologias inovadoras, além da alegria e satisfação da equipe que resulta por alta performance, que superaram todas as expectativas".

Além disso, o My Mabu iniciou uma campanha de premiação que promoveu a cooperação entre as equipes e uma disputa saudável que agregou nos resultados alcançados. Para celebrar essa conquista espetacular, o time organizou uma festa à fantasia em março deste ano, distribuindo prêmios no valor de mais de U\$10 mil dólares, incluindo TVs, celulares, dispositivos tecnológicos e incríveis 32 semanas de hospedagem.

Mesmo diante do desafiador orçamento previsto para 2023, o ano foi de quebra de recordes e Raimundo mantém um otimismo inabalável. "Acredito que com a estratégia sólida que construímos e a equipe excepcional que temos, o sucesso está garantido. E para a temporada que está iniciando agora teremos novidades!!! Nosso time pode contar com uma premiação ainda maior, que sem dúvida vai entrar para história do My Mabu.", complementa Raimundo Pimenta.



Blue Park e My Mabu



Praia de ondas com My Mabu ao fundo



Atração do Blue Park



Personagens do Blue Park

Confira a lista dos Promovidos no My Mabu em 2023!



Thiago Nascimento
PROMOVIDO a Coordenador de Captação

Nayara Ferreira
PROMOVIDA a Coordenadora de Pós Vendas

Eloisa Tristacci
PROMOVIDA a Consultora de Turismo

Diana Delgado
PROMOVIDA a Consultora de Negócios

Cezar Silva
PROMOVIDO a Coordenador de Plano Estratégico

Grécia Jara
PROMOVIDA a Líder de CRC



Juliana Jereissati
PROMOVIDA a Gerente de Pós Vendas

Felipe Braga
PROMOVIDO a Consultor de Fidelização

Arkassia Gomes
PROMOVIDA a Consultora de Turismo

Carlos Antunes
PROMOVIDO a Consultor de Turismo

Nicole Zanatta
PROMOVIDA a Agente Administrativo

Ana Beatriz Durian
PROMOVIDA a Líder de Qualidade



Jefferson Pereira
PROMOVIDO a Líder de Captação

Evelyn Nicolý
PROMOVIDA a Supervisora de Vendas

Bruna Pimentel
PROMOVIDA a Agente de Reserva

Elias Probst
PROMOVIDO a Líder de Central de Férias

Édson Garcia
PROMOVIDO a Consultor de Fidelização

Lirumar Salazar
PROMOVIDA a Consultora de Férias



Isabella Martins
PROMOVIDA a Líder Adm Vendas

O Grupo oferece salário fixo, treinamento e desenvolvimento, cursos de idioma, comissões variáveis, prêmios por performance, moradia funcional, plano de saúde, diversos benefícios e muito mais!

Você está em busca de novos desafios?
Faça parte deste time de campeões!
Confira nossas vagas:

- Supervisor de Vendas
- Consultor de Turismo
- Promotor de Captação
- Agente de Relacionamento
- Agente de Atendimento
- Agente Adm em Vendas
- Monitor de Qualidade

Aproveite essa chance, impulse sua carreira trabalhando com grandes nomes do Mercado e venha ser um #Mabulover!
Escaneie o QRCode e fale conosco!



HOT BEACH
RESIDENCE CLUB



Seja **YOU,**



Imagens meramente ilustrativas / 3D do produto



Imagens meramente ilustrativas / 3D do produto

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





viva **FELIZ!**

Imagens meramente ilustrativas / 3D do produto

Em um dos destinos mais procurados do Brasil, rodeado de águas quentinhas e sol o ano todo, está sendo construído o Hot Beach You, um resort projetado para se integrar à cidade.

Com uma localização privilegiada, o Hot Beach You está sendo construído ao lado de um dos parques aquáticos mais visitados da América Latina, o Hot Beach Olímpia e do primeiro empreendimento de multipropriedade do Grupo Ferrasa, o Hot Beach Suites, o projeto tem uma arquitetura primorosa trazendo segurança, charme e conforto em um só lugar.

Serão 800 apartamentos divididos em 7 blocos de seis andares permeados por vias de circulação, piscinas, áreas verdes e uma fachada aberta para a rua que funcionará como um boulevard com mall, apresentando conforto para os multiproprietários e público externo. "Teremos inclusive um empreendimento âncora, farmácia, lojas, restaurante e um bar rooftop muito charmoso com vista para a rua. A ideia é que as pessoas que ali passarem se confundam se é um resort, um condomínio ou um mall", explica a arquiteta Maryana Pinto, do Grupo Ferrasa.

O rooftop que Maryana cita acima já está a todo vapor com mais de 50% de sua estrutura pronta com projeção de entrega para dezembro desse ano, deixando os multiproprietários animados ao ver a sua casa de férias tomando forma. Um cantinho do paraíso onde diversas culturas irão se encontrar em uma conexão de conforto, tranquilidade e integração

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

O Grupo Ferrasa está confiante que este empreendimento irá contribuir para fortalecer ainda mais o propósito da empresa "Levar mais vida para a vida das pessoas", não apenas para os seus hóspedes-multiproprietários, mas também como mais uma opção de lazer e entretenimento para a cidade de Olímpia.



Setembro - 2023

MULTIPROPRIEDADE É UM DOS MOTORES DO CRESCIMENTO DA ECONOMIA E TURISMO DE OLÍMPIA

Com quatro empreendimentos em operação, cerca de 35% do número de leitos do destino turístico estão no modelo fracionado



A cidade de Olímpia já é uma realidade no turismo, estando no patamar de potência turística, e ainda com uma grande capacidade de crescimento, se tornando, primeiramente, Estância Turística e, mais recentemente, Distrito Turístico. Em 2022, o destino registrou o maior fluxo de visitantes de sua história, 3,5 milhões de pessoas. Hoje, o destino é a quinta cidade do Brasil em capacidade hoteleira, com 34.231 leitos, estando atrás apenas de Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Seguro e Salvador.

E ainda há os inúmeros investimentos em novas atrações e equipamentos acontecendo na cidade atualmente, públicos e privados, para serem inaugurados nos próximos anos, como o aeroporto, Centro de Convenções, parques temáticos, outlet, entre outros.

O modelo de multipropriedade contribui ativamente para

esse vertiginoso crescimento do turismo de Olímpia. Seja com investimento e construção de resorts, geração de empregos, capacidade hoteleira, desenvolvimento de novas atrações, estratégias de marketing e divulgação do destino, e atração de novos investidores e empreendedores.

Atualmente, Olímpia possui três principais empresas investidoras na multipropriedade (Grupo Ferrasa, GR Group e Grupo Natos) e sete resorts lançados neste modelo, com investimentos de mais de R\$ 2 bilhões e gerando mais de 3 mil empregos. Quatro destes empreendimentos já estão em operação, com 3.314 apartamentos, 53.838 frações imobiliárias e capacidade de receber até 12,2 mil hóspedes, correspondendo a cerca de 35% do número de leitos total do destino. Com os outros quatro resorts em construção, a cidade passará a contar com 5.552 apartamentos e 120.794 frações no modelo de multipropriedade.

Olímpia abraça o Turismo e a Multipropriedade

“A multipropriedade é uma tendência do mercado mundial que se estabeleceu com força no Brasil e a Estância Turística de Olímpia concentra grandes empreendimentos dessa nova modalidade. A cidade possui a 2ª maior rede hoteleira do Estado de São Paulo em número de leitos, somando cerca de 34 mil leitos, e a multipropriedade é a terceira fase da hotelaria no município, que chega para criar vínculos dos turistas com o destino. Contamos com a 3ª maior rede do país no segmento, além de ter três novos projetos hoteleiros em lançamento para meados de 2025. Por isso, criamos legislações específicas para atender o setor e planejar o desenvolvimento econômico, a fim de promover melhoria nos serviços oferecidos ao turista e ao morador da cidade”, declara o prefeito de Olímpia, Fernando Cunha.

Grupo originário de Olímpia, para o Grupo Ferrasa, a multipropriedade tem uma grande importância no desenvolvimento de seus negócios focados em hotelaria e entretenimento. “A multipropriedade continua sendo âncora para o crescimento sustentável, seja para oferta dos meios de hospedagens, através de produtos e serviços de hospitalidade, como também, para o parque aquático Hot Beach Olímpia, que oferece diferentes atrações de entretenimento”, afirma Luiz Fernando Mathia, diretor de Vacation Ownership do Grupo.

Principal atividade econômica

Hoje, o turismo é o principal segmento da economia de Olímpia, representando cerca de 65% das atividades e serviços da cidade. Porém, diferentemente dos outros destinos com maiores capacidades hoteleiras (Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Seguro e Salvador) ou as cidades com mais resorts de multipropriedade (Caldas Novas e Gramado), que são destinos turísticos consolidados há vários anos, o desenvolvimento do turismo de Olímpia é recente. A cidade ainda está na transição de um município com economia voltada para o agronegócio para o turismo. Até 2009, Olímpia contava com pouco mais de 600 leitos hoteleiros.

A pedra fundamental do turismo de Olímpia foi a inauguração do parque aquático Thermas dos Laranjais, em 1987, que hoje é o parque aquático mais visitado do Brasil e América Latina, recebendo mais de 2 milhões de visitantes por ano, de acordo com o ranking Theme Index. Catapultado pelas águas termais e brinquedos radicais, o Thermas teve o seu crescimento orgânico ao longo dos anos, mesmo sem ter grandes



Hot Beach Olímpia

redes hoteleiras na cidade, recebendo visitantes das cidades vizinhas para passar o dia.

A partir da década de 2010, o turismo explodiu de vez em Olímpia, com o Thermas figurando no ranking dos parques aquáticos mais visitados do mundo desde 2013, impulsionando e atraindo investimentos hoteleiros e multipropriedades para a cidade.

Com as multipropriedades e outros hotéis, mudou-se o perfil do visitante day use do Thermas, mais pessoas passaram a visitar e se hospedar em Olímpia, o que gerou mais investimentos em novas atrações, como o parque aquático Hot Beach Olímpia, o espaço de entretenimento Vila Guarani, o Vale dos Dinossauros, o Museu de Cera, restaurantes e bares, além dos que estão em desenvolvimento, como o Bar de Gelo e a Roda-Gigante do Play Center.

Os vultuosos investimentos privados também foram responsáveis para a obtenção do título de Distrito Turístico, o que trará mais investimentos públicos para a cidade. Além das outras novidades que serão inauguradas nos próximos, que vieram como consequência deste desenvolvimento, como o aeroporto, o Centro de Convenções e outlet.

O diretor de Vacation Ownership do Grupo Ferrasa acredita que nos próximos 5 ou 10 anos a multipropriedade continuará sendo muito importante para o crescimento do turismo de Olímpia. “Com taxa de ocupação superando 60%, tempo médio de permanência de 4 dias/semanas e com 4 pessoas por apartamento, tem gerado fluxo de turistas suficiente na cidade que incentivam novos investimentos, não apenas em empreendimento de multipropriedade, mas também em equipamentos de lazer e entretenimento, como atrações para diversão noturna e restaurantes, que cada vez mais motivam a família escolher Olímpia como destino perfeito para diversão de todos”, conclui Mathia.

GR Group lança Mydest: Uma nova marca que inspira liberdade e inovação.

Mydest representa a transição da antiga marca, Wyndham Club Brasil, para o novo produto de timeshare.

O mundo dos negócios está em constante evolução e a capacidade de se adaptar e inovar é fundamental para o sucesso de qualquer empresa. Nesse contexto, a marca Mydest surge como uma força disruptiva, com uma visão voltada para o futuro e o compromisso com a liberdade, inovação e conexão. Para o GR Group, não se trata somente de uma mudança de nome, mas sim uma mudança de posicionamento e estratégia, que abre caminho para um modelo de negócios inovador e emocionante.

A estratégia de branding do Mydest é ambiciosa e orientada para vários objetivos essenciais. "Mydest representa a transição da antiga marca, Wyndham Club Brasil, planejada para manter e fortalecer o relacionamento com a nossa base ativa de clientes", endossa o Vice-presidente de Marketing, Vendas e Pós-Venda, Rodolfo Rezende. "Com comunicação clara e transparente, o GR Group está comprometido, garantindo que clientes e stakeholders compreendam as mudanças e a nova promessa da marca."

Em 2019, o grupo assumiu o controle das operações do Wyndham Club Brasil (WCB), produto da Wyndham Destinations na América do Sul. E mudou sua própria história – uma vez que a operação trouxe para o Grupo a possibilidade de figurar entre os maiores do Vacation Ownership da América Latina.

Por isso, buscando oferecer cada vez mais produtos que estejam alinhados ao seu propósito e missão, novamente o GR Group torna-se pioneiro em participar da vida dos seus clientes não apenas nas férias, mas em diversos momentos da sua rotina, por meio de um ecossistema completo que proporciona benefícios e senso de comunidade.

O Mydest busca conectar-se de maneira mais profunda com seus clientes, refletindo sua cultura.

“Entendemos que a marca é um ativo essencial que deve ser continuamente investido e desenvolvido junto com o negócio, garantindo sua relevância no longo prazo”,

”

endossa o CEO Gustavo Rezende. "A visão do Mydest vai além de ser apenas um clube de férias e de vantagens. A marca está empenhada em construir experiências ao longo de toda a jornada dos clientes".

Futuramente o produto envolve a inclusão de mais destinos na base, expandindo a oferta para proporcionar uma variedade maior de opções aos clientes. Engloba oferta de traslado e aéreo com soluções abrangentes e benefícios relevantes para tornar as experiências de viagem ainda mais excepcionais, além de descontos e cashback.

o mundo
todo,
todo seu.

mydest
CLUB

GR GROUP

O Mydest se compromete a construir uma comunidade contínua em torno de sua marca. "A comunicação é construída com base no propósito e na promessa de marca, garantindo que os clientes se sintam parte de uma comunidade única, com relacionamento genuíno e duradouro", conta Rodolfo.

“A experiência é o cerne do modo como o Mydest opera. Desejamos ser o palco de novas histórias, contadas por cada pessoa que impactamos. Cada detalhe é importante na construção de experiências únicas que despertam sentimentos, emoções e sentidos. Queremos trazer o mundo para as pessoas e levar as pessoas para o mundo”

Segundo o CEO, a estratégia envolve promover a autonomia. "Mydest é muito mais do que uma nova marca, com uma abordagem estratégica cuidadosa, buscamos não apenas nos destacarmos no mercado, mas também construir uma comunidade contínua que impacte positivamente a vida das pessoas. A marca Mydest é a tradução da busca por novas experiências, de viver momentos únicos e descobrir novos horizontes e promete continuar a inspirar, inovar e conectar".

Lançamento

O GR Group realizou no mês de outubro de 2023, eventos presenciais em todas as regionais onde atua para apresentar o novo branding e todas as mudanças do novo produto para seus colaboradores e prestadores, os GR Insiders.

"Além de apresentar o produto, foi um motivo a mais para celebrarmos e confraternizarmos com nossas equipes", finalizou Gustavo.

VIVA O SEU
DESTINO.
OU TODOS
ELES.

mydest
CLUB





GRAN PARADISO RESORT ANUNCIA NOVA SALA DE VENDAS

Novo espaço no ABC Paulista irá impulsionar ainda mais a comercialização e obra do empreendimento de multipropriedade em Campos do Jordão



Equipe do Gran Paradiso se prepara para abertura de nova sala



Obra do Gran Paradiso em Campos do Jordão

Contando atualmente com 80 colaboradores na equipe, entre promotores de marketing, consultores de vendas, líderes, pós-vendas, administrativo e financeiro, o Gran Paradiso Campos do Jordão Resort, empreendimento de multipropriedade em construção em Campos do Jordão (SP), entra na reta final da obra e projeta acelerar a comercialização, com abertura de mais uma sala de vendas e contratação de pelo menos 30 profissionais.

Incorporado pelo Grupo Somah, o Gran Paradiso tem um VGV projetado de R\$ 270 milhões, 130 apartamentos, 13 bangalôs e 3718 frações imobiliárias. Com previsão de entrega para o final do segundo semestre de 2024, o empreendimento tem mais de 60% da obra concluída e em ritmo acelerado para cumprimento de cada etapa do processo de construção.

“Solidez é a marca do grupo, entregar o nosso primeiro projeto em Campos do Jordão é a missão no compromisso de continuidade e avanço para novos lançamentos no segmento em breve pelo Grupo Somah”, afirma o empresário Luciano Dutra, sócio do Grupo Somah.

O Grupo Somah entende que uma base sólida na administração de um empreendimento consiste em três pilares: honrar com os prazos estabelecidos, garantia de entrega de obra e controle financeiro.

“Trabalhamos com seriedade e compromisso, nossa obra será entregue e alavancará novas possibilidades reais para o Grupo Somah, que desde já, está se beneficiando de tamanha credibilidade e confiança depositados por nossos clientes”, garante o sócio da incorporadora do Gran Paradiso.

GRUPO PROJETA AUMENTO DE **25%** NAS VENDAS

A comercialização do Gran Paradiso é considerada um sucesso, contando com duas salas de vendas: uma no destino Campos do Jordão e uma off site, na cidade de São Paulo, o projeto alcançou a marca de ter mais de 2 mil famílias proprietárias de suas frações em pouco mais de dois anos.

Visando acelerar mais as vendas, o Grupo Somah vem investindo em salas itinerantes durante esse tempo de comercialização e se prepara para a abertura da terceira sala de vendas, em Santo André, no ABC Paulista.

“Investimos nas salas itinerantes para poderemos identificar o público que iríamos focar o nosso produto e, assim, identificamos um novo

perfil de clientes em uma região não explorada”, conta o sócio do Gran Paradiso Resort.

Através da experiência com as salas itinerantes, o Grupo Somah definiu o local da abertura da nova sala de vendas. “Através de estudos apostamos na região do ABC em São Paulo, no qual identificamos um público frequentador de Campos do Jordão e, com isso, surgiram as possibilidades da abertura da nova sala de vendas Gran Paradiso Resort em Santo André”, completa ele.

A expectativa é um aumento de 25% nas vendas do Gran Paradiso Resort com a nova sala. “Isso fará que alcancemos o sonho de férias de mais famílias, e essa experiência do cliente para nós é a maior conquista”, conclui Luciano Dutra.



Gran Paradiso Resort Campos do Jordão conta com mais 60% da obra realizada

VILLAGE ITAPARICA CRIA EMPREGOS E PROMOVE CAPACITAÇÃO DE MÃO DE OBRA



Idealizado seguindo padrões de respeito ao meio ambiente, à cultura local e ao crescimento econômico e sustentável, o Village Itaparica é o maior empreendimento imobiliário dos últimos 40 anos que está sendo construído no mesmo lugar onde funcionou o antigo Club Med.

Com 443 unidades e valor geral de vendas (VGV) de mais de R\$ 1 bilhão previsto para a primeira fase, o empreendimento contempla ainda um beach club e um shopping a céu aberto.

Para erguer esse complexo de turismo e lazer que vai reposicionar a Ilha de Itaparica como um dos destinos de férias mais sonhados do Brasil, a Eindom Empreendimentos, responsável pela construção do Village Itaparica, está empregando e capacitando mão de obra local.

Um empreendimento do porte do Village Itaparica cria até 4 mil empregos diretos e indiretos entre as etapas de comercialização, de obras e de operação. Há uma extensa cadeia de atividades que demanda mão de obra qualificada.

Na área de atendimento ao cliente, o Village Itaparica tem cinco salas de vendas presenciais e uma on-line e novas salas serão abertas em 2024. Há ainda necessidade de profissionais de marketing, hotelaria, alimentação e bebidas, construção civil entre outros.

Por se tratar de uma indústria recente no Brasil – a multipropriedade tem pouco mais de duas décadas -, faltam profissionais capacitados.

O Village Itaparica está contribuindo para estimular a formação profissional no mercado de multipropriedade do país.



Equipe de comercialização sob a gestão da VERTA



Acima e abaixo, imagens das áreas sociais do empreendimento



PÓS-VENDAS: **CUSTO OU INVESTIMENTO?**

O pós-venda é a área responsável por garantir a sustentabilidade do negócio com a fidelização e retenção da sua base de clientes através das suas principais atividades como:

- **Atendimento receptivo:** é o responsável pelo primeiro contato com o cliente. A equipe precisa ser muito bem treinada, pois o cliente acionará este canal para tirar suas dúvidas e fazer diversas solicitações, como: reserva, troca de titularidade, troca de unidade, informe de imposto de renda, extrato financeiro, solicitação de cancelamento, segunda via de boleto, entre outras.
 - **Sucesso do Cliente:** tem o objetivo de garantir que o cliente enxergue o motivo que o fez comprar, para isso é necessário fazer o incentivo ao uso e ter uma régua de relacionamento muito bem estruturada com o foco em educação, utilização, fidelização e retenção. Importante também existir uma sinergia com o time de vendas e hotelaria para trabalhar o conceito de Customer Experience, que tem o foco de proporcionar a melhor experiência para os clientes
- da compra até a entrega do seu produto ou serviço.
 - **Cobrança:** responsável por reduzir uma das principais dores dos empreendimentos que é o índice de inadimplência, importante ter uma régua de cobrança tanto preventiva quanto reativa bem estruturada, a equipe de cobrança precisa estar treinada tanto para convencer o cliente a pagar quanto evitar que o cliente solicite o cancelamento do produto, pois este é um dos canais que mais geram solicitação de cancelamento.
 - **Retenção:** é praticamente uma nova operação de venda, tem como objetivo convencer o cliente a permanecer com o produto e muito das vezes precisam fazer uma nova venda para o mesmo, essa área precisa ter políticas que dê autonomia para que o consultor responsável pela negociação possa oferecer propostas que encaixem melhor com as necessidades do cliente, importante também ter um portfólio de produtos para ser oferecidos aos diversos tipos de perfis, é aqui que temos a possibilidade de corrigir a rota caso tenha ficado alguma ponta solta durante o processo de venda.

Muitas empresas, porém, ainda enxergam o pós-venda somente como uma despesa e que deve ser minimizada ou evitada. Essa visão é equivocada e prejudicial, pois ignora os benefícios que o pós-venda pode trazer para a empresa, tanto em termos financeiros quanto em termos de imagem e reputação.

O pós-venda, na verdade, é um investimento, ou seja, uma aplicação de recursos que visa gerar um retorno positivo no futuro. Esse retorno pode se manifestar de diversas formas, tais como:

- ✓ Aumento da satisfação dos clientes, que se sentem valorizados, respeitados e atendidos em suas necessidades e expectativas, e que tendem a se tornar mais leais e engajados com a empresa.
- ✓ Redução do *churn* e do arrependimento dos clientes, que se mantêm fiéis e comprometidos com a empresa, e que evitam cancelar o produto adquirido, gerando perdas de receita e de rentabilidade.
- ✓ Aumento da receita e da rentabilidade da empresa, podendo oferecer produtos e serviços adicionais a sua base de clientes.
- ✓ Aumento do NPS (Net Promoter Score), que tem o intuito de mensurar o índice de recomendação do produto para amigos ou familiares, gerando vendas com custo e *churn* menores.

Portanto, o pós-venda é um investimento que pode gerar um retorno sobre o investimento (ROI) muito superior ao custo inicial, desde que seja planejado, executado e monitorado de forma estratégica e eficiente. Para isso, é preciso seguir alguns passos, tais como:

- Definir os objetivos e as métricas do pós-venda, que devem estar alinhados a estratégia da empresa, e que devem ser mensuráveis, realistas e relevantes.
- Conhecer os clientes e suas necessidades, realizando pesquisas, entrevistas, observações e análises para identificar seus perfis, segmentos, necessidades, desejos, dores, expectativas, comportamentos e sentimentos em relação ao produto adquirido.
- Desenhar e otimizar os processos e os pontos de contato do pós-venda, mapeando as interações entre os clientes e

a empresa, identificando as oportunidades de melhoria, criando soluções inovadoras e testando-as com os clientes.

- Motivando, desenvolvendo e reconhecendo as equipes do pós-venda, selecionando, treinando, avaliando e recompensando os colaboradores que atuam diretamente ou indiretamente com os clientes, e criando uma cultura de foco no cliente, de colaboração e de aprendizado contínuo.
- Monitorar e melhorar os resultados do pós-venda, coletando, analisando e compartilhando os dados e os *feedbacks* dos clientes, medindo o desempenho dos indicadores do pós-venda, e implementando ações corretivas e preventivas para resolver os problemas e aproveitar as oportunidades.

Em resumo, o pós-venda é um investimento que pode trazer diversos benefícios para a empresa, como aumentar a satisfação, a fidelidade e a recomendação dos clientes, além de aumentar a receita, a rentabilidade e a reputação da empresa. Para isso, é preciso planejar, executar e monitorar o pós-venda de forma estratégica e eficiente, seguindo alguns passos, como definir os objetivos e as métricas do pós-venda, conhecer os clientes e suas necessidades, desenhar e otimizar os processos e os pontos de contato do pós-venda, capacitar e motivar as equipes do pós-venda, e monitorar e melhorar os resultados do pós-venda.



* **Fernando Pysklyvicz** está no mercado de Time Share e Multipropriedade há mais de 15 anos, é pós-graduado em Gestão de Pessoas e Gestão Comercial pela FGV, já foi painelista na ADIT Share e Top Seller, que são os maiores eventos da indústria, foi responsável pelas operações de fidelização e retenção de clientes de grandes players do Brasil, como: Aviva Vacation Club, VCI (Hard Rock Hotel) e Gramado Parks, além de prestar consultoria para o Grandes Lagos e Tuná Parque Aquático. Atualmente, é o Diretor de Relacionamento ao Cliente da Proxy Gestão de Negócios Compartilhados, braço de consultoria de multipropriedade do Grupo Oceanic, em Balneário Camboriú-SC, que nasceu devido à alta demanda do mercado em aumentar rentabilidade para o incorporador, diagnosticar projetos e solucionar problemas, seja em formatação, em vendas ou em pós-vendas.



TURISMO, INOVAÇÃO E PROJETOS EXCLUSIVOS

SEJAM BEM-VINDOS AO MUNDO ALCHYMIST GROUP

O cenário do turismo no nordeste brasileiro tem passado por uma notável transformação nos últimos anos, e o estado do Ceará tem sido um dos protagonistas deste setor, graças ao seu clima, belezas naturais e empreendimentos de alto nível que ampliam as opções para quem busca um destino de férias com diversas possibilidades de lazer, conforto e entretenimento.

Neste cenário paradisíaco, há mais de uma década, o grupo empresarial Alchymist, fundado pelo visionário empresário italiano Giorgio Bonelli, vem construindo empreendimentos de alto padrão no Ceará, abrangendo diversos setores do turismo, como hotéis, restaurantes, beach clubs e empreendimentos imobiliários. Destacam-se os modelos de multipropriedade e fração imobiliária.

Sua visão empreendedora e seu desejo de realizar projetos grandiosos também têm raízes em sua família, uma vez que seu pai, Gianluigi Bonelli, é o criador de uma das histórias em quadrinhos mais populares do mundo, Tex.

A expansão do grupo para o Brasil, mais especificamente para o Ceará, trouxe uma série de empreendimentos que têm impulsionado a economia, fortalecido o setor do turismo e proporcionado oportunidades de negócios e gerando centenas de empregos diretos e indiretos em toda a região.

A Diretora Comercial do Alchymist Group, Clea Girão, nos convida a conhecer os empreendimentos do grupo no Brasil e o processo de expansão que está em curso com a entrega de novos atrativos turísticos a partir de 2024.



ALCHYMIST BEACH CLUB: UM OÁSIS NA LAGOA DO PARAÍSO

O primeiro empreendimento do Alchymist Group no Ceará foi o Alchymist Beach Club, localizado na deslumbrante Lagoa do Paraíso, em Jericoacoara. Este estabelecimento oferece uma estrutura completa de lazer, com charmosos bangalôs para "Day Use," um parque aquático inflável, restaurante e as tradicionais redes armadas dentro da lagoa, proporcionando aos turistas uma experiência única em um ambiente paradisíaco.



Alchymist Grand Hotel and Spa - República Tcheca

A jornada do Alchymist Group começou no início dos anos 90 na República Tcheca, quando Giorgio Bonelli investiu na revitalização de edifícios históricos, transformando-os em hotéis e restaurantes que personificam a marca Alchymist.

alchymistbeachclub

Ao lado do Alchemist Beach Club, está sendo construído o **Alchemist The Crystal Lagoon**. Este novo empreendimento contará com uma mega piscina cercada por bangalôs e uma estrutura de arena, onde serão realizadas apresentações artísticas e musicais, inclusive durante a noite. O empreendimento também contará com uma réplica da icônica "Pedra Furada," um dos principais pontos turísticos de Jericoacoara.



Imagem ilustrativa do projeto em 3D

ECOPARK BONEVILLE: LOTEAMENTO DE ALTO PADRÃO EM CAUCAIA



Na cidade de Caucaia, o Alchemist Group construiu o Ecopark Boneville, um loteamento de alto padrão que oferece uma oportunidade única de investimento em uma das regiões mais promissoras do Ceará. Com uma fachada imponente, com torres e esculturas que remetem aos grandes monumentos romanos, o Ecopark Boneville já conta com mais de 100 casas e uma infraestrutura que se assemelha a um clube de férias em meio à natureza.

JARDIM DO ALCHEMIST: UM REFÚGIO GASTRONÔMICO EM FORTALEZA

O Jardim do Alchemist é um restaurante que combina gastronomia inspirada na cozinha italiana com toques regionais. A casa tem um ambiente agradável e moderno, com um toque clássico, mesas no belo jardim, um salão climatizado no estilo dos tradicionais restaurantes italianos, com paredes de pedra, obras de arte, lustres imponentes e uma adega que pode ser visitada pelos clientes. Na parte do jardim, o restaurante também oferece uma área com uma tenda que nos transporta aos cenários dos xeiques árabes. Uma experiência única e uma alquimia de sabores!

O Jardim do Alchemist está fechado para reforma e deverá reabrir no início de 2024.



ALCHEMIST GARDEN: NO CORAÇÃO DA VILA DE JERICOACOARA



Música, arte e gastronomia se unem no Alchemist Garden, o lugar perfeito para uma experiência gastronômica memorável em Jericoacoara. Com massas italianas, frutos do mar e uma variedade de coquetéis em um ambiente mágico, repleto de obras de arte e música ambiente, o Garden é o local ideal para desfrutar das noites em Jericoacoara.

O Alchemist Garden está fechado para reforma e deverá reabrir no início de 2024.

ALCHEMIST LAGOA ENCANTADA CUMBUCO: PARA CURTIR, RELAXAR E SE DIVERTIR



Situado a poucos minutos de Fortaleza, do centro de Caucaia e da famosa Praia do Cumbuco, o Alchemist Lagoa Encantada é o mais novo beach club do Ceará. Um autêntico paraíso que combina belezas naturais com uma ampla estrutura de entretenimento e lazer, cuidadosamente decorada em um ambiente que é um convite para momentos inesquecíveis.

Às margens de uma lagoa com águas cristalinas, este beach club oferece uma experiência única com piscinas, bangalôs exclusivos e uma gastronomia de alto nível. Aos fins de semana, DJs embalam os visitantes com os melhores hits até o pôr do sol.

Além disso, o beach club possui um parque aquático inflável e a ilha cenográfica com réplicas de dinossauros gigantes, que são um "spoiler" de mais um grande empreendimento que está sendo construído ao lado da Lagoa Encantada.

E as novidades não param por aí! Ao lado do Alchemist Lagoa Encantada, também está sendo construída uma piscina com mais de 6 mil metros quadrados, e uma estrutura com bar, restaurante e espaço para eventos. Essa nova área que será inaugurada em breve, promete elevar a experiência de entretenimento e lazer a um novo patamar.



PARQUE DOS DINOSSAUROS: ALCHYMIST PREHISTORIC PARK. UMA NOVA ERA ESTÁ POR VIR!

Ao lado do Alchemist Lagoa Encantada, está em construção o maior parque de dinossauros da América Latina. Essa atração única promete encantar visitantes de todas as idades em uma jornada épica.

A nova era dos dinossauros está prestes a começar! O Alchemist Prehistoric Park trará 80 réplicas hiper-realistas de dinossauros, com sons e movimentos. O parque dos dinossauros, oferecerá ainda atividades interativas, um museu, um observatório, trilha noturna, hotel de tendas na floresta e muita diversão para toda a família. Prepare-se para uma grande aventura repleta de descobertas pré-históricas e momentos inesquecíveis. O Alchemist Prehistoric Park está previsto para ser inaugurado no primeiro semestre de 2024 e será um dos maiores parques temáticos do mundo.

alchymistprehistoricpark

ALCHYMIST BEACH CLUB GURIÚ: DIVERSÃO À BEIRA-MAR EM CAMOCIM

Próximo a Jericoacoara, na encantadora cidade de Camocim, a apenas 380 km de Fortaleza, o Alchemist Group está construindo mais um incrível beach club. Com seu design rústico e charmoso, o beach club se integra harmoniosamente com a paisagem natural, oferecendo um refúgio perfeito para aqueles que desejam vivenciar momentos de lazer e tranquilidade em um autêntico paraíso. A inauguração deste oásis à beira-mar está prevista para o primeiro semestre de 2024.

Na sequência, um novo parque de dinossauros será construído ao lado do Alchemist Beach Club Guriú, contribuindo ainda mais para o desenvolvimento do turismo na região

ALCHYMIST LUXURY RESORT: O PRIMEIRO RESORT DE MULTIPROPRIEDADE DE JERICOACOARA



Imagem ilustrativa do projeto em 3D

Jericoacoara ganhará seu primeiro resort de luxo no modelo de multipropriedade imobiliária, o Alchemist Luxury Resort Jeri. Com toda a experiência e credibilidade que o Alchemist Group construiu ao longo dos anos, o Luxury Resort se consagra como mais um grande sucesso, com 95% do empreendimento vendido em pouco mais de um ano. Com previsão de entrega para o final de 2024, o Alchemist Luxury Resort inaugurará um novo padrão de lazer, luxo e conforto em Jericoacoara. O resort contará com 104 apartamentos distribuídos em quatro plantas, a partir de 25 m², podendo chegar até 70 m².

A área comum também incluirá uma piscina com uma réplica da Pedra Furada, um bar, restaurante, academia, espaço zen e jacuzzi. Além disso, terá um aquário de 22 m², um observatório e uma área para realização de eventos.

VILA DA AMIZADE: MULTIPROPRIEDADE INSPIRADA NOS MAIS LINDOS DESTINOS TURÍSTICOS DO MUNDO



Imagem ilustrativa do projeto em 3D

Um empreendimento imobiliário único no mundo e que será construído às margens da Lagoa do Paraíso, em Jericoacoara, a Vila da Amizade será comercializada no modelo de multipropriedade e vai contar com 10 vilas temáticas inspiradas nos mais belos destinos turísticos do mundo.

O conjunto arquitetônico das vilas terá um caráter turístico e cultural, composto por unidades de hospedagem, comércios (restaurantes, bares, lojas de artesanatos, vestuários), lazer e todo o suporte para atender às demandas de conforto e comodidade dos proprietários e visitantes. Portanto, podemos afirmar que o empreendimento será ancorado pela atividade hoteleira, comercial, residencial e de lazer, com foco no entretenimento, diversão e relaxamento dos frequentadores. Sem dúvida, esse é um dos empreendimentos mais inusitados e exclusivos do Brasil, que proporcionará uma experiência única aos seus proprietários e visitantes.

Uma frase do Presidente do Alchemist Group, Giorgio Bonelli, traduz muito bem o sentimento que ancora esse incrível empreendimento: "Um dia na Vila da Amizade, dá para visitar o mundo."



Diretora comercial Clea Girão e o Presidente do Alchemist Group, Giorgio Bonelli durante a BTM em Fortaleza.



UMA VISÃO EMPREENDEDORA

Com um olhar visionário e uma abordagem única para o turismo, o Alchymist Group tem alavancado o setor no Ceará, com plena confiança em seu potencial de crescimento. Seus empreendimentos, que atendem a diversos públicos, são uma peça-chave na promoção e fortalecimento do turismo em um dos destinos mais desejados do Brasil.



Edna Araújo - Dir. Financeira



Míria Ribeiro - Controladoria

O Alchymist Group se destaca como um exemplo de empreendedorismo e visão de futuro, criando oportunidades não apenas para os negócios, mas também para as comunidades locais. Isso inclui projetos sociais mantidos pelo grupo, como o Alchymist Circo Social, que oferece aulas de dança, teatro e atividades circenses para centenas de crianças em Jericoacoara e região, e o time de Vôlei de Praia composto por atletas locais, que se destacam em competições regionais e nacionais. Seus empreendimentos são mais do que construções físicas; são sonhos realizados, e o impacto positivo que têm na economia e na cultura da região é notável.



UM LEGADO DE EXCELÊNCIA E GRANDES REALIZAÇÕES

O Alchymist Group, liderado por Giorgio Bonelli, deixa um legado de excelência e realizações na indústria do turismo. Com um time de profissionais de alto nível, o grupo se destaca pela incrível capacidade de criar e dar vida a empreendimentos únicos. À medida que novos capítulos se desdobram nesta jornada de sucesso, todos nós aguardamos ansiosos para ver o que o Alchymist trará a seguir. Uma coisa é certa: o Alchymist Group é uma grande inspiração para todos que acreditam que os sonhos podem se tornar realidade.

A Revista Turismo Compartilhado deu início dia 22 de outubro a
1ª Copa Turismo Compartilhado de Futebol
Etapa Regional Águas Quentes



COPA
TURISMO COMPARTILHADO
2023



Confira os times do campeonato

CONFIRA OS PRINCIPAIS EVENTOS DA MULTIPROPRIEDADE E TIMESHARE NOS ÚLTIMOS MESES

1 Inauguração do Espaço Lala, ambiente exclusivo para pessoas com Transtorno do Espectro Autista, no Lagoa Parques e Hotéis: Ari Schmitz, fundador do Grupo Lagoa, e Thiago Hernanne, Diretor de Operações, Marketing e Vendas do Lagoa Parques e Hotéis



2 Lançamento do Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado: José Roberto Nunes, CEO do Mundo Planalto; Alex Pariente, vice-presidente sênior da Hard Rock International; Wesley Reis, COO do Mundo Planalto; e Lorena Leão, CLO do Mundo Planalto



3 Lançamento do Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado: Kardec Borges, da Unyt Arquitetura; Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Novos Negócios RCI América do Sul; e Débora Honda, da RCI.



4 Lançamento do Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado: equipe de vendas do Hard Rock Hotel Gramado



5 Multipropriedade Summit São Paulo: Kendgy Amano, da ASC Consultoria; Sérgio Carmi, diretor comercial da Amazon Parques & Resorts; e Rodolfo Mative, diretor financeiro da Amazon Parques & Resorts



6 Multipropriedade Summit São Paulo: Ênio Almeida, CEO da Laghetto Golden Multipropriedades; Diego Cáceres, CEO da Laghetto Hotéis; Danilo Samezima, CEO da Oceanic Empreendimentos; Fábio Neri, CEO da Unyk Holding, e Hugo Oliveira, diretor de Desenvolvimento de Negócios da Unyk Holding



7 Multipropriedade Summit São Paulo: Luiz Fernando Mathia, diretor de Vacation Ownership do Grupo Ferrasa; Felipe Wildhagen, Head Vacation Ownership da Bourbon Hotéis e Resorts; e Rodrigo Vollmer, Diretor Comercial da Airy Hotels & Leisure



8 - Multipropriedade Summit São Paulo: Sérgio Ney Padilha, CEO do Grupo Ferrasa; e Antônio Carlos Gomes, diretor executivo da TC Brasil



9 Multipropriedade Summit São Paulo: Camila Souza Silva, coordenadora de Experiência em Qualidade do Aviva Vacation Club; Rubens Oliveira, gerente de Experiência Vendas Vacation Ownership da Aviva; Bruna Apolinário, diretora de Fidelização de Clientes da Aviva; Alessandro Cunha, CEO da Aviva; e Ademar Júnior, coordenador de Experiência em Pós-Vendas do Aviva Vacation Club



10 Multipropriedade Summit São Paulo: Paulo Renato Schwan, diretor-geral da Jangal Incorporadora; e Gabriela Schwan, CEO da Rede Swan Hotéis



SEJA O NOVO TALENTO DESTE MERCADO!

Venha compor o quadro dos novos projetos TC Brasil!

A TC Brasil quer se conectar com você
que está em busca de excelentes
oportunidades de trabalho!

Se inscreva em nosso banco de talentos,
e participe! São várias vagas com ótimas
oportunidades de ganho e carreira!

Acesse o site www.tcbrasil.com.br
ou envie seu currículo para
talentos@tcbrasil.com.br

f @ /tcbrasil.consultoria

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





AVIVA VACATION CLUB

Celebre os bons momentos da vida com **tranquilidade e diversão.**

Suas férias merecem experiências únicas nos lugares mais legais e incríveis do Brasil.

Hoje, temos mais de 20 anos no mercado, mais de 33 mil famílias sócias e temos uma carteira de produtos que atende todo tipo e tamanho de família, passando de geração a geração o programa, a tradição de voltar aos nossos destinos e com o incremento da Costa do Sauípe, maximizou sonhos e oportunidades das famílias.

Somos o maior clube de férias da América do Sul e queremos você com a gente. **Vamos?**

