

#46 MARÇO/2024

TURISMO



COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento



2024

o ano que vai entrar para a história
do turismo em um dos destinos mais
desejados do Brasil

ALCHYMIST GROUP

BEACH CLUBS, RESTAURANTES,
RESORTS E PARQUES TEMÁTICOS

Contagem regressiva para uma
nova era de aventura, entretenimento,
luxo e sofisticação.



Giorgio Bonelli

O alquimista italiano que está
revolucionando o turismo no Ceará

Entrevista com Eduardo Malheiros,
CEO do Grupo Wish

TC Awards 2024: melhores resorts
de multipropriedade do Brasil

GAV Resorts lança empreendimento
em Barra de São Miguel (AL)



Novas oportunidades chegam com o Costao em Balneário Camboriú.

O Grupo Costao - dono do eleito o Melhor Resort do Brasil 2023/2024 pela Revista Viagem e Turismo - desembarca em Balneário Camboriú para trazer sua expertise à região junto ao Grupo Tedesco. Da sociedade dessas duas grandes empresas, nasce o Costao Estaleirinho, com 176 apartamentos no modelo de multipropriedade e integrado ao Multiparque. O parque aquático tem previsão de abertura para o segundo semestre de 2024 e terá rio lento, toboáguas, playgrounds e área verde para viver uma verdadeira imersão na natureza.

A sua localização privilegiada garante fácil acesso à vida noturna de Balneário Camboriú, à beleza do litoral da Costa Esmeralda nas cidades de Itapema, Bombinhas e Porto Belo, à cultura germânica de Pomerode e Blumenau e ao maior parque temático da América Latina: o Beto Carrero.

Além de toda a diversidade de roteiros ao redor, a Praia do Estaleirinho é um verdadeiro tesouro ambiental. A sua natureza preservada, suas areias douradas e seu mar cristalino formam uma vista

espetacular. Não é à toa que a praia vem conquistando desde 2018 o selo de “Bandeira Azul”, importante prêmio internacional sobre gestão e segurança ambiental, turismo ecológico e qualidade da água.

Rafael Pires, que foi Diretor Comercial do Costao do Santinho por 15 anos, agora na Diretoria de Novos Negócios e à frente do projeto, afirma que “o Costao está mais do que pronto para ultrapassar as fronteiras de Florianópolis e levar nossas experiências inesquecíveis e o jeito Costao de fazer hotelaria para Balneário Camboriú”. E ainda ressalta a importância de cada colaborador que possibilitou que essa expansão saísse do papel. Para esta nova fase, está entusiasmado com quem chegará para somar nesse time que já é um sucesso.

A sala de vendas do Costao Estaleirinho está localizada na Barra Sul, próximo ao Parque Unipraias, com previsão de abertura para vendas em março deste ano e, ainda em 2024, mais uma sala, dentro do Multiparque.



Para mais informações
sobre o projeto, siga
@costaoestaleirinho
no Instagram.

Capa 18

Alchemist Group aposta no turismo do Ceará



Página 05



TC Awards 2024: melhores resorts de multipropriedade do Brasil

Página 10



GR Group apresenta norteadores estratégicos para os próximos anos no GR Day

Página 14



Mundo Planalto aposta na combinação entre vinho, férias e turismo

Página 22



Barra de São Miguel: paraíso alagoano ganha novo empreendimento de alto padrão da GAV Resorts

Página 24



Resort de Santa Catarina terá mais de 9 mil metros quadrados de área de lazer e paisagismo inspirado na Amazônia

Página 30



Especialistas detalham a importância da gestão contábil e carteira de recebíveis na multipropriedade

Página 33



My Mabu mira novos recordes em 2024

ARQUITETURA

08 O que os hóspedes desejam em um resort? - Artigo de Milton Filho

MERCADO

09 RCI comemora 50 anos de atuação mundial

12 Conheça a jornada de sucesso da Proxy

16 Credlar Vacation celebra 2 anos e entrega 260 mil reais em prêmios

NEGÓCIOS

25 Wyndham Hotels & Resorts assina 45 contratos na América Latina e Caribe, mantendo forte expansão

TECNOLOGIA

26 Multipropriedade: a importância das salas de vendas

DIREITO

29 Pontos essenciais no contrato de promessa de compra e venda - Artigo de Diego Amaral

GESTÃO

32 Maximize seu potencial, com a BPYOU o crescimento do seu negócio será exponencial

ENTREVISTA

34 Entrevista com Eduardo Malheiros, CEO do Grupo Wish

PARQUES

36 Passaporte ou título de sócio remido, qual formato é mais adequado para seu parque?

NOTÍCIAS

38 Acompanhe os últimos acontecimentos no setor de multipropriedade e timeshare no Brasil

Revista celebra os melhores da multipropriedade

A primeira edição da Revista Turismo Compartilhado em 2024 chega em grande estilo, trazendo os grandiosos projetos do Alchymist Group com o visionário fundador da companhia, o empresário italiano Giorgio Bonelli, e a divulgação dos Melhores Resorts de Multipropriedade, que receberão a premiação TC Awards.

Nada melhor que começar 2024 com notícias boas e positivas, já que 2023 foi um ano com acontecimentos que abalaram a confiança do mercado de multipropriedade, mas que no final terminou com lançamentos de resorts temáticos de marcas icônicas.

Já o vacation club seguiu sua curva de crescimento, ainda muito tímida, já que muitas redes que atuam na hotelaria de lazer não perceberam os benefícios de ter um clube de férias para fidelizar seus hóspedes.

Para esta edição, temos o Alchymist Group como destaque! É a terceira vez que o grupo é capa da Revista Turismo Compartilhado, o que é um motivo de grande orgulho para nós! Acompanhamos o Alchymist Group desde que lançaram o primeiro empreendimento de multipropriedade em Jericoacoara (CE) e não há como não ficar impressionado com tudo que eles vêm fazendo, não apenas no mercado de multipropriedade, mas para o turismo do Ceará em geral, desenvolvendo beach clubs e parques temáticos também.

Outro motivo de orgulho para o Turismo Compartilhado é a premiação TC Awards, que reconhece os melhores resorts de multipropriedade do Brasil. Nesta edição divulgamos os vencedores e iremos entregar os prêmios no evento Multipropriedade Summit.

Continuando, a edição da revista também traz entrevistas, reportagens, artigos, novidades e lançamentos, empresas apresentando resultados positivos em 2023 e com expectativas altas para 2024. Enfim, tudo que você precisa saber para ficar bem-informado sobre multipropriedade e timeshare!



Boa Leitura!
Fábio Mendonça
Diretor de Jornalismo

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável
Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte
Flávia Correia

Impressão
Gráfica Alpha Ultra Press
Tiragem - 2.500 exemplares



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



TC Awards

MELHORES RESORTS DE MULTIPROPRIEDADE 2024

Confira os vencedores do TC Awards 2024 premiação que reconhece os empreendimentos fracionados, já em operação, com melhores avaliações nas plataformas de viagens

Launched in 2023, the TC Awards recognize the best resorts in the multi-property model in Brazil. For this year, the award was expanded with more categories, with more recognized businesses and with more rigorous evaluation criteria.

Organized by Turismo Compartilhado, the first edition of the TC Awards was presented during the Multi-property Summit 2023, held in São Paulo (SP), and recognized the businesses Jangal das Araucárias Swan Design Hotel, in Canela (RS), and Château Laghetto Collection, in Gramado (RS).

With 102 multi-property businesses in operation currently, with sizes and hotel models varied, differently from the award of 2023, for this year, the TC Awards has four categories, according to the number of apartments. Within each category, three award-winning businesses – Golden Award, Silver Award and Bronze Award.

As of the 2023 survey, the result of the TC Award 2024 is through the notes and evaluations of guests on the three main travel platforms (Tripadvisor, Booking.com and Expedia).

Bringing as criteria to have notes and at least 15 evaluations in the period from January 2023 to January 2024 on the three travel platforms, Turismo Compartilhado reached the best resorts of multi-property, in each of the four categories, adding to the three notes that each business obtained.

CONFIRA COMO SERÃO AS PREMIAÇÕES POR CATEGORIA:

TC Awards – Categoria Boutique Hotel
empreendimentos com até 100 apartamentos

TC Awards – Categoria Premium Hotel
empreendimentos de 101 até 200 apartamentos

TC Awards – Categoria Fractional Hotel
empreendimentos de 201 até 400 apartamentos

TC Awards – Categoria Super-Hotel
empreendimentos com mais de 401 apartamentos

Os reconhecimentos serão entregues no Multi-property Summit 2024, que terá sua data e local divulgados em breve.

CATEGORIA TC AWARD BOUTIQUE

A categoria TC Award Boutique premia os empreendimentos com até 100 apartamentos com as melhores notas, de acordo com avaliações dos hóspedes, nas plataformas de viagens



**Jangal das Araucárias
Swan Design Hotel**
Destino: Canela (RS)
Nota: 24



**Laghetto Château
Collection**
Destino: Gramado (RS)
Nota: 23,9



**Carpe Diem Boutique & Spa
BW Premier Collection**
Destino: Campos do Jordão (SP)
Nota: 22,2



CATEGORIA TC AWARD PREMIUM

A categoria TC Award Premium reconhece os empreendimentos de 101 até 200 apartamentos, com as melhores notas, de acordo com avaliações dos hóspedes, nas plataformas de viagens



Solar Pedra da Ilha
Destino: Penha (SC)
Nota: 24



**Exclusive Gramado
by Gramado Parks**
Destino: Gramado (RS)
Nota: 23,9



Laghetto Stilo Borges
Destino: Gramado (RS)
Nota: 23,2



CATEGORIA TC AWARD FRACTIONAL

A categoria TC Award Fractional premia os empreendimentos de 201 até 400 apartamentos, com as melhores notas, de acordo com avaliações dos hóspedes, nas plataformas de viagens



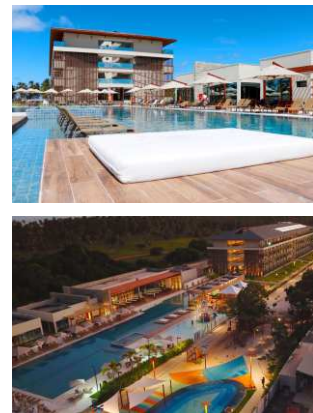
**Bella Gramado
by Gramado Parks**
Destino: Gramado (RS)
Nota: 23,4



**Golden Gramado
Resort Laghetto**
Destino: Gramado (RS)
Nota: 22,8



Ipioca Beach Residence
Destino: Maceió (AL)
Nota: 22,5



CATEGORIA TC AWARD SUPER-HOTEL

A categoria TC Award Super-Hotel reconhece os empreendimentos com mais de 401 apartamentos, com as melhores notas, de acordo com avaliações dos hóspedes, nas plataformas de viagens



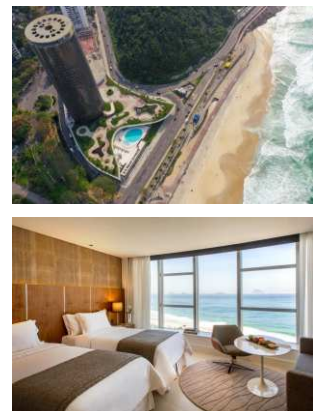
**Gramado Buona Vitta
by Gramado Parks**
Destino: Gramado (RS)
Nota: 22,6



Ondas Praia Resort
Destino: Porto Seguro (BA)
Nota: 21,7



Hotel Nacional
Destino: Rio de Janeiro (RJ)
Nota: 21,1



O QUE OS HÓSPEDES DESEJAM EM UM RESORT?

Essa é uma pergunta difícil de responder! Há tantas variáveis, pessoas com diversas culturas, gostos, padrões e visão de mundo tão diferente umas das outras.

Mas gostaríamos de conversar a respeito... fazendo um compilado de nossas pesquisas, conversas com clientes, usuários, clubes de férias, ao longo da última década, após passar por uma pandemia que mais dividiu do que uniu o país, chegamos a algumas conclusões, que não são verdades absolutas, mas um guia para direcionar nossos trabalhos, consultorias e projetos.

1) Programação de Entretenimento para Crianças: sem dúvidas, esse é o principal ponto na hora de decidir em qual resort se hospedar.

O público "família" (casal com filhos) é a espinha dorsal que move essa indústria dos resorts no Brasil, um público que compra produtos a longo prazo, participa dos clubes de férias e terá uma recorrência nos próximos anos, então é essencial uma equipe de lazer e entretenimento infantil, com atividades para todas as faixas etárias, supervisionadas por monitores altamente capacitados, e áreas físicas que possibilitem que essa magia aconteça.

2) Hospitalidade e Serviço de Qualidade: um atendimento amigável, prestativo e eficiente é fundamental. Os hóspedes esperam ser bem recebidos e ter suas necessidades atendidas durante todo o período.

A hospitalidade está nos detalhes, desde o bilhete deixado no quarto pela governança dando boas-vindas ao hóspede, um check-in eficiente, entre outros pontos de contato, com pessoas que consigam criar uma conexão com os hóspedes, superando as expectativas dos clientes.

3) Conforto Intimista: quartos bem equipados, camas confortáveis, lençóis de qualidade, banheiros espaçosos e amenities de alta qualidade, que contribuam para uma experiência confortável e agradável. Criar um ambiente acolhedor e relaxante que faça com que os hóspedes se sintam bem-vindos e confortáveis, como se estivessem em um espaço familiar e pessoal. É uma abordagem que valoriza a experiência individualizada e o cuidado com os detalhes para proporcionar uma estadia memorável e reconfortante.

4) Entretenimento: essa é a principal âncora de um resort. Quanto de entretenimento ele oferece? Se tem um ou mais parques anexos a ele? É muito importante quantos dias de lazer é oferecido sem o cliente se cansar, para poder aumentar a permanência média dos hóspedes, melhorando assim todos os resultados do empreendimento.

5) Infraestrutura de lazer: piscinas, playground aquático e seco, áreas de lazer ao ar livre, quadras de diversos esportes, trilhas, spa, bares, etc. São muitas as opções, dependem de uma estratégia no programa de necessidades, para atender as expectativas e necessidades do público-alvo escolhido.

6) Gastronomia: a culinária e a gastronomia são as principais portas de entrada para uma nova cultura, seja ela local, regional ou internacional, então os restaurantes e pontos de alimentos e bebidas devem obrigatoriamente oferecer produtos e serviços que contemplem desde uma cozinha local, regional até uma cozinha internacional, atendendo diversos gostos e restrições alimentares quando necessário.

7) Beleza Natural e Paisagismo: resorts localizados em ambientes naturais deslumbrantes, como praias paradisíacas, montanhas, serras ou florestas exuberantes, muitas vezes são preferidos pelos hóspedes, que buscam relaxar e se reconectar com a natureza.

Quando não temos meio natural disponível, entra o paisagismo nesse tópico com a biofilia, e/ou paisagismo biofílico, para trazer o meio natural com vegetação, plantas ou elementos que remetam a natureza.

8) Tecnologia e Conectividade: wi-Fi de qualidade, boa cobertura de sinal de celular, e tecnologia inserida no dia a dia, como na TV no apartamento, na comunicação com os serviços oferecidos, atividades, etc, sem esquecer do contato humano, que é essencial na hospitalidade, porém, auxiliado por tecnologia eficiente e eficaz.

9) Programas de Bem-Estar e Saúde: resorts que oferecem atividades e serviços relacionados ao bem-estar, como aulas de ioga, meditação, programas de fitness e tratamentos de spa, atendem à crescente demanda por experiências que promovem o equilíbrio mental e físico.

10) Segurança e Limpeza: esses dois últimos itens, não menos importantes que os demais, não basta ter segurança e limpeza, é necessário que isso seja percebido pelos hóspedes como um valor, com processos e protocolos claros e explícitos aos clientes para que se sintam seguros.



* 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

RCI comemora 50 anos de atuação mundial

Companhia realiza ações nos vários países em que atua para celebrar a força da indústria e reforçar parceiras estratégicas

“Há 50 anos fomos criados como a primeira plataforma do mundo de intercâmbio de férias. Hoje, 3,9 milhões de sócios usam a RCI para acessar mais de 4,2 mil resorts e mais de 600 mil hotéis afiliados em quase 110 países, usufruindo de hotéis, resorts, voos e muitas outras atividades na indústria do turismo. De fato, nós construímos uma rede de viagens global, com um time sólido e focado no desenvolvimento de cada mercado em que atuamos. E, exatamente por isso, mais do que números, essa é uma história que muito nos orgulha”, diz Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Novos Negócios América do Sul da RCI.

A executiva é a anfitriã das comemorações que integram um calendário mundial e que contam, no Brasil, com a presença de Ana Laura Acevedo, VP Sênior de Desenvolvimento de Negócios e Marketing. A executiva destaca a importância do mercado brasileiro para a operação global da companhia que, em 2022, somou US \$ 20 bilhões em todo o mundo, sendo U \$ \$ 1,7 bilhão no mercado nacional. Os dados de 2023 serão apresentados em um mês, mas Ana Laura Acevedo prevê um crescimento estimado de 15%, ampliando a performance do Brasil para quase US \$ 2 bilhões. “O crescimento foi exponencial no Brasil nos últimos anos”, diz.

O mercado nacional segue o terceiro mais importante para a RCI em todo o mundo, atrás, somente, dos Estados Unidos e do México/Caribe. No total, o Brasil soma mais de 250 empreendimentos afiliados e mais de 150 mil famílias. “Do total de sócios brasileiros, 60% escolhe viajar pelo Brasil. Esse resultado revela a força e potencial da indústria, que segue em crescimento, inclusive, revelando novos destinos”, diz Fabiana Leite.

Campanha especial

Uma campanha especial focada nos 50 anos foi desenvolvida com experiências exclusivas, incluindo a oferta de mais benefícios, flexibilidade e oportunidades para afiliados e sócios.

Trata-se da ação 50 Semanas Ao Redor do Mundo, iniciativa global com 50 hotéis exclusivamente selecionados em diferentes partes do mundo e que oferecerão aos sócios uma experiência diferenciada durante a utilização de suas semanas. O objetivo é engajar os afiliados a oferecer algo especial, capaz de mudar a experiência do sócio quando ele for usufruir do hotel ou resort. “A ideia é presentear os nossos sócios. Entre as sugestões, estão desde drinks diferenciados, jantares, um tratamento de SPA. Queremos, de fato, que o sócio perceba o quanto é especial e o quanto o afiliado, que ele enxerga como

empreendimento, está focado no atendimento ao cliente”, diz Fabiana Leite.

Para além das ações de experiência que integram afiliados e sócios, a agenda de comemorações dos 50 anos também contará com uma ampla agenda de capacitações de produtos e desenvolvimento de negócios, focadas no trade.



Ana Laura Acevedo e Fabiana Leite

20 afiliações em 2023

“Sempre que fazemos este balanço, nós gostamos de refletir sobre os que estes números revelam para nós”, diz Fabiana Leite, diretora de Desenvolvimento de Novos Negócios América do Sul da RCI.

Neste sentido, para além da importância desta estratégia e resultado, Fabiana também destaca a chegada em novos destinos, que são Itaparica e Trancoso (BA) e Luziania (GO), bem como a ampliação da presença em destinos como Olímpia e Atibaia (SP), Búzios e Rio de Janeiro (RJ), Penha (SC), Porto Seguro (BA), Jericoacoara (CE), Gramado e Canela (RS). “Na mesma medida, estreitar em novas localidades, bem como consolidar nosso posicionamento em destinos tradicionais é muito importante para nossa empresa e para o setor. De um lado, amplia as oportunidades para os viajantes e hoteleiros; de outro, chancela a vocação de destinos”, diz.

Sobre RCI

RCI - A forma diferente de viajar™ é a líder mundial em serviços de viagens no setor da Propriedade Compartilhada. A empresa oferece a plataforma líder de intercâmbios de férias para seus 3,9 milhões de sócios em todo o mundo, fornecendo acesso a mais de 4.200 resorts e mais de 600 mil hotéis afiliados em quase 110 países. A RCI integra as marcas de viagens da Travel + Leisure Co. (NYSE: TNL). RCI Travel oferece serviços de viagens adicionais, permitindo que os sócios RCI viajem com maior flexibilidade durante todo o ano.

GR GROUP APRESENTA NORTEADORES ESTRATÉGICOS PARA OS PRÓXIMOS ANOS NO GR DAY

Comemorando 25 anos em 2024, o grupo alinha rotas e objetivos para continuar crescendo com assertividade



Acionistas do GR Group: Filipe (VP Construção, Hotelaria e Experiência), Gustavo (CEO) e Rodolfo Rezende (VP Marketing, Vendas e Pós-Venda)

Comemorando 25 anos de história em 2024, o GR Group, um dos maiores grupos de incorporação imobiliária para o turismo do país, realizou no início de fevereiro o "GR Day". Dia em que os times das quatro regiões onde o grupo está presente estiveram reunidos, de forma virtual e presencial, para conhecer os norteadores estratégicos da companhia para o futuro próximo.

Na abertura do evento, o fundador e engenheiro Winston Rezende falou sobre a trajetória da companhia: "Comemoramos 25 anos de existência, de muito trabalho e muita fé! Desde menino eu sabia onde queria chegar, mas não imaginava que chegaríamos tão longe. A nossa trajetória foi pautada em princípios inegociáveis, em retidão, em trabalho, em valorização dos nossos colaboradores e união. Assim surgiu a nossa empresa, o GR Group!".

Com os colaboradores reunidos, a diretoria do grupo apresentou detalhadamente as perspectivas, da rota 2.8.6.

O CEO Gustavo Rezende destacou que toda dedicação despendida até hoje foi de muito trabalho, porém para avançar mais 25 anos com o mesmo sucesso é preciso inovar, aperfeiçoar e expandir. "Por isso, apresentamos nossa rota 2.8.6. Uma repaginada em nossa missão, visão e valores. Focando nosso propósito, mostrando nossos objetivos para os próximos três anos e em como vamos fazer para chegar lá".

A diretoria desenhou no último trimestre um novo olhar para o centro dos negócios tornando clientes externos e internos fatores fundamentais da missão da empresa. "Faz sentido trabalharmos em um ambiente com satisfação e alegria. Se temos colaboradores felizes, teremos clientes felizes", endossa o Vice-presidente de Construção, Hotelaria e Experiência, Filipe Rezende.

Os valores do GR Group se mantiveram: ética e respeito

nas relações; compromisso com a felicidade; trabalho em equipe; inovação com excelência e foco na sustentabilidade. "Nossos cinco valores permaneceram iguais porque eles estão enraizados na nossa cultura familiar e na nossa cultura organizacional", ressaltou o Vice-presidente de Marketing, Vendas e Pós-venda, Rodolfo Rezende.

Segundo do Vice-presidente Financeiro e Administrativo, Tiago Soeiro, o papel das lideranças é fundamental para o



Time comercial GR Group - Barretos (SP)

desenvolvimento das estratégias. "Confiamos no trabalho e no potencial de nossos times. Acreditamos em todos, na sinergia e alinhamento, cresceremos juntos nestes três anos com propósito".

"Crescemos muito em 25 anos, mas não conseguiríamos avançar nessa mesma velocidade se não mudássemos algumas rotas e não adequássemos nosso plano de voo. É o que estamos fazendo", disse Gustavo. "Somos um dos pioneiros do nosso setor de multipropriedade e de timeshare, sabemos que VGV não é o número mais importante, é preciso uma base sólida, com faturamento e caixa compatível".

De acordo com a visão do grupo o objetivo é dobrar o valor da companhia com base sustentável até o ano de 2026, impactando clientes internos e externos com experiências positivas, refletidas em resultados superiores a 80% nas pesquisas de NPS e e-NPS (Net Promoter Score). Daí a rota 2 (dobrar), 8 (80% de satisfação) e 6 (até 2026).

"Somos um time campeão no GR. Queremos atingir 80% de satisfação do cliente interno e 80% de satisfação do cliente



Time comercial GR Group - Maceió (AL)

externo. Conquistamos o selo GPTW (Great Place to Work) e queremos melhorias contínuas", conta Gustavo. "Temos três anos e temos que estar concentrados".

O consultor Dobson Ferreira Borges, especialista em Gestão Estratégica de Marketing, fez sua análise do GR Group sobre quatro prismas de perspectivas para apresentar o mapa estratégico que será implantado desenvolvendo habilidades necessárias para que cada departamento siga as diretrizes, se aproximando cada vez mais dos pontos da rota traçada. "A ideia é não só ser coletivo forte dentro da empresa, mas também dispor de um time que trabalhe junto, coeso e sempre olhando pro 2.8.6", endossou.

As macros prioridades do GR Group estão sendo colocadas em prática para que toda estratégia se desenvolva com eficiência. "Setor de recrutamento & seleção; desenvolvimento de liderança; comitê de tecnologia & transformação digital; venda



Sede GR Group - Goiânia (GO)



Time GR Group - Olímpia (SP)

com sustentabilidade & revisão da pirâmide de multipropriedade; criação e estruturação de processos apoiados em tecnologia são prioridades para o ano de 2024", destacou Gustavo.

Além da toda visão de direcionamento, na ocasião foi anunciada a nova Diretoria de Gente e Gestão, para ocupar o cargo, Suellen Nila Paula Ferreira que chega com a expertise de anos de trabalho no setor hospitalar e comercial. "Entro em uma empresa identificando que não preciso convencer nossa diretoria que o investimento em gente é importante porque isso já existe no GR Group, está em seu DNA. O meu papel será fazer com que tenham um ambiente cada vez mais acolhedor, porém pautado em resultado, em eficiência e em performance".



Time comercial GR Group - Natal (RN)

Certificação GPTW

O GR Group celebrou no final de dezembro a conquista do selo Great Place to Work, o GPTW. Concedido pela renomada consultoria global, que avalia diversos aspectos cruciais para o ambiente de trabalho, atesta a excelência da empresa em gestão de pessoas e na promoção de uma cultura organizacional exemplar.

O CEO Gustavo Rezende ressalta que o selo é reflexo do compromisso da empresa com sua equipe. "Investimos em estratégias integrativas para promover o engajamento interno, ajustando com melhorias contínuas o ambiente de trabalho, estimulando a participação ativa dos colaboradores e promovendo um senso de comunidade", endossa.

O GR Group, ao integrar endomarketing e gestão estratégica, não apenas transformou seu ambiente de trabalho, mas também estabeleceu novos padrões para a excelência no setor imobiliário. "Esta conquista não é apenas um marco na história da empresa, mas também uma inspiração para organizações que buscam elevar a qualidade de vida no ambiente de trabalho", finaliza Gustavo.



A JORNADA DE SUCESSO DA PROXY

A Proxy é o braço de inteligência imobiliária e comercialização de multipropriedade e time share do Grupo Oceanic, com sede em Balneário Camboriú/SC.

Surgiu para atender à crescente demanda do mercado por soluções que aumentem a rentabilidade dos incorporadores; a Proxy tem se especializado em diagnosticar e resolver desafios em diversos aspectos do negócio; incluindo (re)formatação de produto, vendas e pós-vendas.

O ano de 2023 marcou um período de desafios para toda indústria, e a Proxy comemora conquistas significativas. A empresa, que iniciou as atividades no início de 2023 já conta com a expertise de uma equipe altamente qualificada, que além dos sócios que estão na operação: Danilo Samezima e Vinicius Pereira; traz grandes nomes do mercado: Maik Grecco, Kaue Machado e Fernando Pysklyvicz; e a confiança de parceiros estratégicos como Solar Pedra da Ilha, Brava Mundo, Jangal das Araucárias e Villagio Laghetto. Este foi um ano que consolidou a Proxy não apenas como uma empresa emergente, mas como uma força a ser reconhecida no setor.

Grandes Números em 2023

- ★ Mais de 4.000 contratos concretizados
- ★ VGV - Valor Geral de Vendas - de mais de R\$ 220 milhões, indicando sucesso e aceitação de nossos produtos e serviços
- ★ Realizou a gestão de mais de R\$ 86 milhões de recebíveis de um único empreendimento e melhoramos a reputação de empreendimentos parceiros no Reclame Aqui, saindo de uma empresa não recomendada para uma empresa ótima, destacando competência não apenas em vendas, mas também no acompanhamento pós-venda.

Os resultados são expressivos e demonstram a força da equipe. "Já estamos nos preparando para superar todos estes resultados em 2024. Nosso foco transcende a mera venda; não aspiramos ser os maiores no mercado, mas sim os melhores. Nosso compromisso está voltado para o cliente e para as pessoas que tornam esses resultados possíveis", pontua o Diretor de Pós-Vendas Fernando Pysklyvicz.

Projetos: Inovações e Estratégias para 2024

Ocean Penha e novos hotéis

Um marco significativo é o lançamento do Hotel Ocean Penha, o primeiro da Oceanic Empreendimentos, que conta com 100 UHs de alto padrão e ampla área de lazer e entretenimento; o grupo também está em negociações avançadas e em breve anunciará novas aquisições e parcerias em hotéis já em operação.

Clube de férias e benefícios

Há uma forte ênfase na melhoria da experiência do cliente com a estruturação do clube de férias/vantagens. Esta iniciativa será liderada pelo executivo Calixto Junior, reconhecido como uma das maiores referências na implantação de clubes de férias/benefícios para empresas do mercado imobiliário turístico. "Este clube não é apenas um benefício adicional, mas uma estratégia crucial para engajar, fidelizar e reter clientes. Através deste projeto, a Proxy busca maximizar os resultados, reduzindo o *churn* e a inadimplência, e reforçando a relação duradoura e valiosa com seus clientes", explica Calixto Junior.



Calixto Junior

Governança

Além das inovações já mencionadas, 2024 é também um ano de fortalecimento estrutural para a Proxy. A empresa está focada em estabelecer uma robusta governança do negócio, um passo crucial para garantir maior controle e inspirar confiança contínua entre sócios e parceiros.

Este movimento estratégico será liderado por Charles Oliveira, que assumirá a posição de Head da Operação.

"A introdução de uma governança corporativa representa um marco significativo na trajetória da Proxy. Essa estrutura não só reforça a transparência e a responsabilidade na gestão empresarial, como também assegura que as decisões sejam tomadas com uma visão de longo prazo, alinhadas aos interesses de todos os *stakeholders*. Com essa iniciativa, a Proxy reafirma seu compromisso com a excelência operacional e a sustentabilidade do negócio, estabelecendo bases sólidas para o crescimento contínuo e a prosperidade futura.", conclui Charles Oliveira.



Charles Oliveira



Equipe: a força humana da Proxy



Sala de Vendas, Promoção e Apoio do Classic Car Show



Pós-vendas e Central de Contratos



Sala de Vendas e apoio da Aventura Jurássica



Sala de Vendas, Promoção e Apoio do Oceanic Aquarium



Sala de Vendas, Promoção e Apoio do Space Adventure



Promoção de Vendas da Aventura Jurássica

Uma das chaves para o sucesso da Proxy é a sua abordagem única na gestão de pessoas. O segredo da empresa não está apenas nos resultados alcançados, mas nas pessoas que os tornam possíveis. "Na Proxy, adota-se uma gestão humanizada e de portas abertas, onde a proximidade entre colaboradores e líderes é não apenas incentivada, mas praticada no dia a dia. Esta proximidade é um diferencial fundamental, refletindo uma filosofia onde os gestores não caminham à frente, mas sim ao lado de seus liderados. Esse é o "jeito Proxy" de gerir pessoas - um modelo que prioriza o bem-estar e o desenvolvimento conjunto, formando a espinha dorsal de uma organização próspera e harmoniosa", comenta o Diretor Comercial, Maik Grecco.

MUNDO PLANALTO APOSTA NA COMBINAÇÃO ENTRE VINHO, FÉRIAS E TURISMO

Empresa investe no conceito de resorts temáticos de vinho

O vinho é uma experiência que convida ao compartilhamento. Combinada ao turismo, a degustação da bebida se torna irresistível.

É com essa inspiração que o Mundo Planalto Parques e Resorts investe na expansão do conceito WineCation, que consiste em experiências únicas dentro do universo do vinho num ambiente de férias e turismo.

O WineCation é uma vertente tão promissora e apaixonante que se tornou uma das grandes apostas do Mundo Planalto. De origem goiana e com vocação inicial em empreendimentos imobiliários, o grupo fincou pé definitivamente no Sul do país, a partir dessa frente de negócios. Sob a bandeira hoteleira Castelos do Vale, a empresa investe em 2024 na ampliação de novos parques e resorts que reúnem vinho, turismo, experiências e clube de férias.

Agora, o Mundo Planalto está ampliando a bandeira Castelos do Vale e levando o conceito WineCation a outros destinos. Depois de Bento Gonçalves, a expansão começou por outras cidades da Serra Gaúcha, como Garibaldi e Gramado.

O Castelos do Vale Resorts e outros hotéis WineCation seguem hoje uma tendência mundial de turismo temático dedicado ao universo do vinho, com um diferencial: projetos arquitetônicos modernos e arrojados. Clube do vinho com rótulos exclusivos, gastronomia, possibilidade de produzir sua



Hall de entrada do Castelos do Vale Resort

própria bebida e eventos com sommeliers e degustações são alguns dos diferenciais dos empreendimentos, aliados à infraestrutura típica de um resort dedicado à família, com piscinas, spa e experiências gastronômicas.

Em Trindade, Goiás, o Mundo Planalto aposta em um projeto ousado: construir a primeira vinícola na região metropolitana de Goiânia, com o cultivo das uvas Syrah, Touriga, Malbec e Chardonnay. A vinícola está sendo construída onde o Mundo Planalto desenvolveu o Terra Santa Cidade do Lazer, uma comunidade planejada com uma área de 6 milhões de m2, ancorada no parque aquático temático Arca Parque.



Vista do apartamento para área externa



Obras em andamento do Castelo do Vale Resort - Janeiro/2024

Sócios se especializaram no mundo do vinho

O mundo do vinho fogueou de vez o próprio CEO do Mundo Planalto Parques e Resorts, José Roberto Nunes, que participa ativamente do cenário turístico da Serra Gaúcha. Ao lado de Lorena Abrão, CLO da companhia, eles se especializaram e hoje são Sommeliers profissionais pela ABS - Associação Brasileira de Sommeliers, dando mais um passo para ampliar a expertise da Mundo Planalto no assunto.

“Desde o início, o mundo do vinho nos encantou. Com o sucesso de vendas do Castelos do Vale, a expansão se tornou algo inevitável. O WineCation é o resultado desse investimento na experiência, algo que faz parte do propósito da empresa. Queremos proporcionar aos clientes uma experiência única em nossos empreendimentos”, explica José Roberto.

“O WineCation representa um modelo que vem ao encontro de nossa missão de construir mundos incríveis. O êxito do Castelos do Vale demonstra que existe ainda um enorme potencial para essa vertente de negócios”, completa Wesley Reis, COO do Mundo Planalto.

Sucesso de vendas no modelo de multipropriedade, o primeiro Castelos do Vale Resorts está sendo construído, com obras adiantadas, dentro da Vinícola Dom Cândido, em Bento Gonçalves, no Vale dos Vinhedos. O empreendimento é uma sociedade com a própria Dom Cândido, a JFG Incorporações e o Grupo Argon, com previsão de entrega para novembro de 2025.

O Mundo Planalto também foi pioneiro ao desenvolver um clube de vinhos próprio, o Wine Club. “Enquanto as obras estão em andamento, o cliente recebe em casa um rótulo selecionado e uma carta falando sobre harmonização. Além de informar os avanços em cada etapa do empreendimento, proporcionamos uma experiência única e também mantemos ativo esse relacionamento”, completa Wesley Reis.

Além do Castelos do Vale, o Mundo Planalto atua à frente do Residence Club Hard Rock Hotel Gramado, Arca Parque e também a comunidade planejada Terra Santa Cidade do Lazer.



José Roberto Nunes, CEO da Mundo Planalto, Lorena Abrão, CLO da Mundo Planalto e Wesley Reis, COO da Mundo Planalto



Wine Club - clube de vinhos exclusivo do Mundo Planalto



Obras em andamento do Castelo do Vale Resort - Janeiro/2024



Cave do Castelos do Vale Resort, local destinado ao armazenamento dos tonéis de vinho

Credlar Vacation celebra 2 anos e entrega 260 mil reais em prêmios

Os resultados satisfatórios renderam premiações às equipes de vendas, que atingiram as metas estabelecidas

O ano de 2023 superou todos os recordes de vendas da Credlar Vacation, desde que a empresa de multipropriedade iniciou a operação em Praia Grande/SP, há dois anos. Foram meses intensos de trabalho, onde os colaboradores se empenharam ao máximo para alcançar as metas estabelecidas e garantirem a tão sonhada premiação. No total, 260 mil reais foram distribuídos aos colaboradores das quatro equipes de vendas, que atuam nas salas de vendas do Boqueirão e Aviação. Além dos spiffs pagos, os melhores profissionais de cada área receberam uma quantia a mais por se destacarem na efetivação das vendas em 2023.

A premiação foi dividida da seguinte forma: os primeiros lugares de cada área (captação, consultoria e supervisão) ganharam 3 mil reais cada um; os segundos lugares ganharam 2 mil reais e os terceiros lugares receberam mil reais. As equipes de apoio, que atuam nas áreas de transporte, serviços gerais, recepção, recreação e administração também foram beneficiadas com mil reais cada um. Como bonificação, a Credlar Vacation fez questão de reconhecer os primeiros lugares do ranking geral da captação, consultoria e supervisão e pagaram 5 mil

reais a cada colaborador. Para completar o quadro de premiações, os líderes comerciais foram beneficiados com 10 mil reais cada um.

No total, 65 pessoas receberam a bonificação pelo cumprimento das metas de vendas. “Juntamente com o time comercial e liderança, todo o time de apoio também foi premiado e, o principal motivo é a gratidão e o compartilhamento dos resultados positivos que obtivemos. Sabemos da contribuição fundamental de cada um e cultivamos na empresa a cultura de desfrutarmos juntos dos benefícios de uma operação preocupada, não somente com o aspecto comercial, mas com a sustentabilidade do negócio”, declarou o sócio diretor comercial Thiago Coelho. Para ele, os resultados satisfatórios são provenientes da qualificação, incentivo e, principalmente, a concretização das ações de desenvolvimento por meio da meritocracia. “O time compra a ideia e assim se qualifica para crescer e conquistar cada vez mais”, enfatizou Thiago ao ressaltar que a expectativa para 2024 é o crescimento do grupo Credlar Vacation, visando as expansões e o lançamento de novos negócios. “O ano de 2023 foi um ano espetacular, tivemos todas as nossas expectativas superadas e vamos fazer do ano de 2024 um ano ainda mais incrível”, destacou o gestor comercial.



Ganhadores do ranking geral: Larissa Rezende, supervisora, Davi Martins, que atuava como promotor de marketing e Marcela Morales, consultora de turismo



Efetividade nas vendas cresceu 70% em 2023

Motivos não faltam para celebrar os dois anos de operação da Credlar Vacation em Praia Grande. Além dos recordes de vendas e cumprir as metas mensais, é importante elencar os avanços ocorridos em 2023, como o crescimento das vendas do projeto Long Beach Multiresidência; a abertura da quarta equipe de vendas; início do trabalho de Telemarketing; início das vendas on-line; conquista do selo RA1000; desenvolvimento tecnológico na central de Relacionamento com o Cliente; o aumento do número de colaboradores e a almejada conquista do Top Seller 2023.

Segundo Thiago Coelho, um marco importante alcançado no segundo semestre de 2023 foi o aumento de 70% das vendas durante o segundo semestre em relação ao primeiro semestre de 2023. “Esse crescimento vem de acordo com o conhecimento de um novo polo e, também do tempo de formação de um time, que é praticamente iniciante no mercado”, ressaltou. Um dos fatores importantes para a ascensão das vendas foi a abertura da quarta equipe de vendas, ocorrida em agosto de 2023. A equipe funciona no período matutino, no bairro Boqueirão, e tem como gerente de vendas Marcus Martins e o líder da captação, Davi Peixoto, ambos promovidos de seus cargos anteriores na empresa.

Outra novidade realizada no último ano que, consequentemente, contribuiu para a elevação das vendas, foi o início do trabalho de Telemarketing, coordenado por Maurício Jefferson, gerente de captação

da Credlar Vacation. A equipe de telemarketing é composta por três colaboradores, que trabalham no escritório em Caldas Novas/GO. Segundo Jefferson, o intuito desse trabalho foi alavancar a quantidade de casais em salas de vendas, principalmente em dias de chuva. “Passamos por um longo período chuvoso na Baixada Santista, o que dificulta o trabalho de captação direta. Para aproveitar os ótimos profissionais, unimos o útil ao agradável: temos uma sede própria em Caldas Novas e pessoas dispostas a trabalhar conosco, mesmo à longa distância. Fiz um estudo de viabilidade, apresentei o projeto para diretoria, eles aprovaram, e demos início à operação”, explicou Jefferson. Apesar da distância com o trabalho da equipe, os resultados têm sido satisfatórios, pois de acordo com ele, os casais dessa frente, tendem a ser mais qualificados e cientes de todo processo. “Diferente do tour direto, onde o promotor tem em média um minuto e meio para convencer um cliente a ir a sala de vendas, e explicar qual nosso intuito, o telemarketing tem todo o tempo necessário para fazer um bom convite aos futuros clientes. Aproveitamos esses exemplos de um bom trabalho no convite, para também qualificar nossa captação direta”, ressaltou o gerente de captação. Com o progresso do projeto, Jefferson afirmou que, para 2024 o intuito é aumentar a equipe, colocar um líder à frente dessa operação e continuar melhorando os números de casais e VGVs na operação.

Relacionamento com o Cliente recebe investimento de tecnologia

Uma das estratégias também iniciada na instituição foi o trabalho de vendas on-line, realizado através da central de Relacionamento com o Cliente, coordenado por Leonardo Moraes. De acordo com ele, a alta procura do público por conhecer o projeto foi fundamental para a adaptação ao modelo atual de negócio, principalmente por conta do estilo de vida atarefada nos dias de hoje. Ele destacou ainda que a Credlar Vacation tem investido em tecnologia na área de Relacionamento com o Cliente.

“Estamos constantemente focados na inovação, buscando aprimorar a experiência do cliente através de investimentos em plataformas tecnológicas avançadas. Nosso objetivo é tornar todo o processo de aquisição rápido e prazeroso, desde o início. Atualmente contamos com o discador automático, sistema omnichannel e a assinatura digital, os quais agilizam e facilitam o processo da venda e atendimento do pós-venda”, relatou Leonardo. Uma conquista importante foi o Selo RA1000, o nível mais alto de reconhecimento do Reclame Aqui, que representa mais uma confirmação da confiabilidade da Credlar Vacation. “A cada dia, buscamos manter nossa reputação como uma das melhores empresas no ramo de multipropriedade. Esse

Selo foi um dos processos acrescentados no momento da comercialização para demonstrar ao nosso futuro comprador a legitimidade e idoneidade do nosso negócio”, declarou.

Em relação ao desenvolvimento administrativo, o sócio gestor administrativo, Guilherme Coelho, foi enfático ao dizer que com o desenvolvimento foi necessário ajustar a parte administrativa da empresa. “Devido ao crescimento da base de clientes, o volume de vendas acima do programado e a implementação de tecnologias, foi necessário ajustar a estrutura institucional com novos colaboradores, sendo que, atualmente contamos com 213 pessoas e iniciamos com 70. Então foi preciso aumentar o quadro em toda parte administrativa, recursos humanos, marketing, financeiro e, principalmente, a área de pós-vendas (Relacionamento com o Cliente). Tudo isso pensando na evolução da empresa e na qualidade do atendimento e relacionamento dos parceiros internos e externos”, relatou Guilherme Coelho.

Uma conquista relevante para a Credlar Vacation em 2023 foi a primeira conquista do maior evento de multipropriedade, o Top Seller, onde os colaboradores Larissa Rezende e Matheus Bosqueto foram premiados.



ALCHYMIST GROUP

2024 | Contagem regressiva para uma nova era de aventura, entretenimento, luxo e sofisticação para o turismo no Ceará.



O ano de 2024 será marcado por uma transformação sem precedentes no cenário turístico cearense. Sob a liderança visionária do empresário italiano Giorgio Bonelli, o Grupo Alchemist está prestes a inaugurar uma nova era de luxo, sofisticação, lazer e entretenimento na região.

Do Velho Continente ao Novo Paraíso:

A história do Alchemist Group começou na República Tcheca, no início dos anos 90, quando Bonelli adquiriu e revitalizou edifícios históricos, transformando-os em hotéis e restaurantes de alto padrão. Sua paixão pela excelência e seu olhar apurado para os detalhes logo se destacaram, conferindo a um de seus empreendimentos, o Alchemist Grand Hotel And Spa, na cidade de Praga, o título de "Melhor hotel 5 estrelas da República Tcheca". Em 2010, o grupo expandiu suas fronteiras, cruzando o oceano e aportando em terras brasileiras.

Ceará: O Encanto que Inspirou um Novo Capítulo:

Em solo cearense, o Alchemist Group encontrou o cenário perfeito para desenvolver projetos inovadores e contribuir para o desenvolvimento do turismo local. Desde Jericoacoara, com suas dunas douradas, praias tranquilas e lagoas cristalinas, até as belas praias de Camocim e Cumbuco, e a capital do Estado, Fortaleza, vibrante e cosmopolita, o grupo vem construindo uma história de sucesso e realizações.

Em quase 15 anos na Terra do Sol, Giorgio Bonelli vem literalmente brilhando e revolucionando o setor turístico no Ceará. E em 2024, um novo marco será firmado como divisor de águas, com empreendimentos de alto padrão focados em entretenimento, lazer, conforto e sofisticação, atrelados às boas práticas de preservação do meio ambiente, desenvolvimento econômico e apoio a projetos sociais junto às comunidades locais.



Reconhecido internacionalmente por seus empreendimentos de excelência na República Tcheca, Itália e Brasil.

- RESTAURANTE/BEACH CLUB**
 - ALCHYMIST BEACH CLUB
 - JARDIM DO ALCHYMIST
 - ALCHYMIST GARDEN
 - ALCHYMIST LAGOA ENCANTADA
 - ALCHYMIST THE CRYSTAL LAGOON
 - ALCHYMIST LE GRAND BLUE GURU
- EMPREENHIMENTOS IMOB.**
 - ECOPARK BONEVILLE
 - ALCHYMIST LUXURY RESORT
 - VILA DA AMIZADE RESORT
- PARQUES TEMÁTICOS**
 - PARQUE DOS DINOSSAUROS CUMBUCO
 - PARQUE DOS DINOSSAUROS GURU

- HOTÉIS**
 - ALCHYMIST GRAND HOTEL & SPA
 - ALCHYMIST PRAGUE CASTLE SUITES
- SPA**
 - ECOTICA SPA & HEALTH CLUB
- RESTAURANTES**
 - AQUARIUS RESTAURANT
 - SAN CARLO DITTRICHOVA
 - SAN CARLO LETNA
 - SAN CARLO MALÁ STRANA
 - BAROCO VENEZIANO CAFE

PRAGA

ITÁLIA

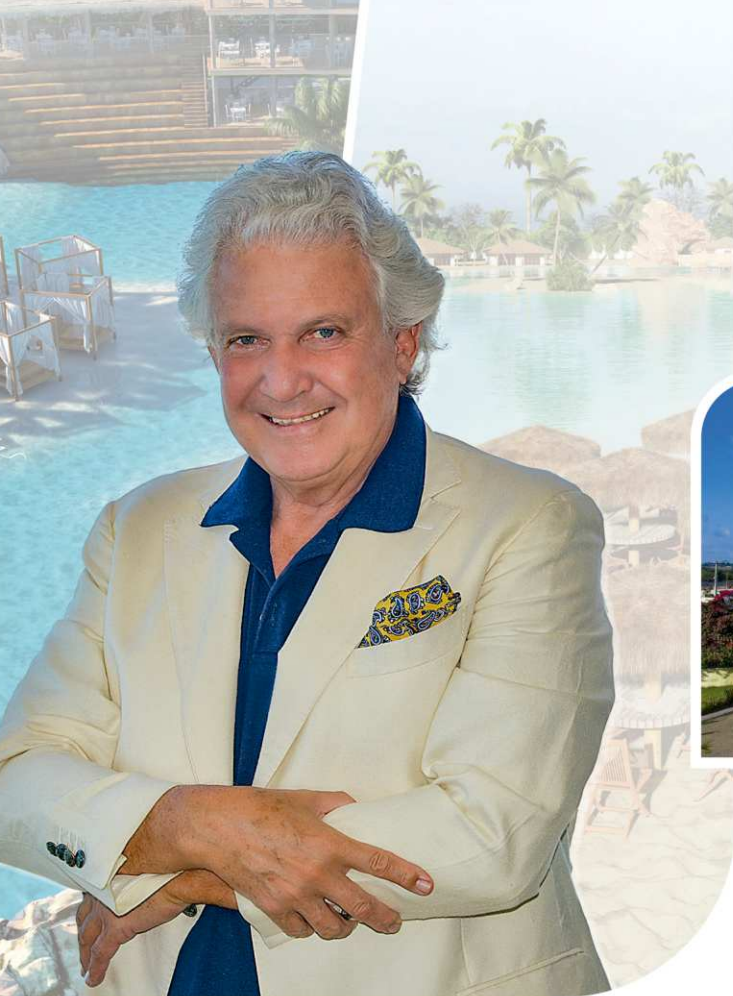
PARQUE TEMÁTICO

TEX WILLER WORLD

BRASIL

Uma mágica Alquimia

www.alchymistgroup.com



Giorgio Bonelli. Presidente do Alchymist Group

Em Fortaleza, num jardim de cores, aromas e sabores, foi inaugurado o restaurante **Jardim do Alchymist**, que mistura diversos ambientes numa sintonia encantadora. Durante vários anos, foi cenário para eventos como casamentos, aniversários e confraternizações, além de receber em grande estilo a alta sociedade de Fortaleza. O Jardim do Alchymist passou por uma reforma e ficou fechado em 2023. A grande novidade é que esse lindo jardim será reinaugurado em breve, com muitas novidades tanto em seu menu, elaborado por renomados chefs, quanto em sua estrutura.



Ecopark Boneville

Na cidade de Caucaia, o emblemático **Ecopark Boneville**, um loteamento de alto padrão que teve incrível sucesso de vendas e hoje é referência no mercado imobiliário do Ceará. Estrategicamente construído na principal via de acesso às praias do litoral oeste do Ceará, como Taíba, Paracurú, Flexeiras e Jericoacoara, o loteamento fica a apenas 25 minutos de Fortaleza e conta com infraestrutura completa, segurança 24 horas, ampla área de lazer, estação própria de tratamento de água de esgoto, energia solar e espaço para eventos. Já são mais de 130 casas construídas numa das melhores e mais valorizadas áreas da região.

Empreendimentos: Uma Breve Linha do Tempo:

Ao chegar ao Brasil, Jericoacoara foi o ponto de partida e o marco zero dos empreendimentos do grupo no Ceará. Nas margens da Lagoa do Paraíso, nasceu o **Alchymist Beach Club**. Natureza exuberante, águas cristalinas, sol e calor humano foram a alquimia perfeita para montar uma estrutura ímpar, inspirada nos charmosos beach clubs que encantam o mundo no verão europeu.

Seguindo a cronologia dos empreendimentos, novos negócios foram surgindo e o grupo adquiriu, em 2020, um icônico imóvel no centro da vila de Jericoacoara, conhecido como "Toca do Senador". O imóvel era uma galeria de arte e se fundiu, dando origem ao Alchymist Art Hotel, que depois encerrou suas atividades, dando lugar ao charmoso restaurante **Alchymist Garden**. O restaurante está passando por uma reforma e retornará à operação em abril deste ano.



Alchymist Beach Club

ALCHYMIST GROUP

Com uma equipe de profissionais de excelência, o Alchymist Group se destaca pela sua habilidade e competência extraordinárias em conceber e concretizar projetos únicos e inovadores.

Com o olhar sempre voltado para as tendências de mercado e as novidades no setor turístico, o Alchymist Group, através de sua diretora comercial Clea Girão, iniciou em 2021 um novo e desafiador empreendimento: o **Alchymist Luxury Resort**, o primeiro resort de alto padrão no formato de multipropriedade em Jericoacoara. Com um sucesso surpreendente, em parceria com a empresa New Time, Clea coordenou as ações de vendas e o grupo atingiu, em pouco mais de um ano, a marca de 95% de vendas das frações imobiliárias, tornando-se um “case” nacional no setor de multipropriedade. O empreendimento está com as obras bastante avançadas e a previsão de entrega é para dezembro de 2024.

Com o Luxury em fase avançada de construção, um novo desafio foi proposto: criar um empreendimento único no mundo, onde diversas culturas se entrelaçassem como em uma viagem incrível pelo mundo. Então, o Alchymist Group surpreendeu mais uma vez e lançou o **Vila da Amizade Resort**, um empreendimento também no modelo de multipropriedade, inspirado em alguns dos mais lindos destinos turísticos do mundo.



Clea Girão
Diretora Comercial
do Alchymist Group

Com 10 vilas temáticas e 600 apartamentos, a Vila da Amizade vai transportar seus visitantes a países como França, Espanha, Itália, Grécia, Marrocos, Japão e China. As salas de vendas estão a todo vapor e o empreendimento será, sem dúvidas, mais um verdadeiro sucesso. Para mais informações, visite www.viladaamizadejeri.com.br.

Em paralelo, outros negócios estavam em andamento, e o Alchymist Group projetava um novo beach club, agora próximo a Fortaleza e a apenas 5 minutos da Praia do Cumbuco. Em agosto de 2023, foi inaugurado o Alchymist Lagoa Encantada Cumbuco, com uma área de 200 mil m². Em sua festa de inauguração, foi anunciada a construção de um parque temático dos dinossauros, que está sendo construído anexo ao beach club. No meio da lagoa, foi projetada uma ilha cenográfica com a exposição de réplicas super realistas de dinossauros que farão parte do novo empreendimento chamado Alchymist Prehistoric Park.



Vila da Amizade Resort



Alchymist Luxury Resort

2024. O ano que vai entrar para a história do turismo em um dos destinos mais desejados do Brasil!

Do ano de 2010 até hoje, muitos projetos e empreendimentos foram concretizados pelo grupo Alchymist, mas em 2024, uma nova e surpreendente etapa irá marcar o setor do turismo no Ceará.

Alchymist Prehistoric Park. A nova era dos dinossauros está prestes a começar! Ao lado do beach club Alchymist 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. O parque trará 80 réplicas hiper-realistas de dinossauros, com sons e movimentos e contará ainda atividades interativas, um museu, um observatório, trilha noturna, um grande lago com passeio de barco entre os dinossauros, hotel de tendas na floresta e muita diversão para toda a família. Então, prepare-se para uma grande aventura repleta de descobertas pré-históricas e momentos inesquecíveis.



No projeto inicial, o parque dos dinossauros seria uma atração à parte, ao lado do **Alchemist Lagoa Encantada**, mas a grande novidade é que o projeto foi reestruturado para integrar os dois empreendimentos em um grande complexo de lazer e entretenimento, onde os turistas e visitantes terão uma experiência ainda mais surpreendente com réplicas de dinossauros por todo o ambiente e uma ornamentação projetada para uma verdadeira imersão no mundo jurássico. Alchemist Prehistoric Park está previsto para ser inaugurado no primeiro semestre de 2024 e será um dos maiores parques temáticos do mundo.

E mais, em uma outra área do Alchemist Lagoa Encantada, também está sendo construída uma piscina com mais de 6 mil m², e uma estrutura com bar, restaurante e espaço para eventos e shows, inclusive noturnos. Essa nova área que será inaugurada em breve promete elevar a experiência de entretenimento e lazer a um novo patamar, sendo também integrada a esse grande complexo turístico.



Alchemist Lagoa Encantada - Piscina

Em Jericoacoara, um outro empreendimento anexo ao Alchemist Beach Club na Lagoa do Paraíso também está ficando pronto, 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, e irá impactar de forma bastante positiva o turismo em toda a região, além de movimentar a economia gerando centenas de novos empregos. A previsão de inauguração é para o início do segundo semestre de 2024.



Alchemist The Crystal Lagoon

Na vila de Jericoacoara, o **Alchemist Luxury**, o primeiro resort de alto padrão em formato de multipropriedade também está previsto para ser inaugurado este ano de 2024, em dezembro, e vai elevar ainda mais o nível das ofertas de equipamentos turísticos de luxo na região.

O resort contará com 104 apartamentos distribuídos em quatro plantas, a partir de 25m², 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.

Uma outra novidade na vila é a reabertura do restaurante e galeria de arte **Alchemist Garden**, que vai reestrear com um rooftop com DJ e música ao vivo aos finais de tarde, e que terá uma sala de vendas do empreendimento Vila da Amizade e uma maquete hiper-realista com 25 metros quadrados com os detalhes das 10 vilas e as áreas de lazer que o empreendimento vai dispor. A maquete está vindo da Itália e deve chegar ao Brasil ainda no mês de março, onde fará uma parada para uma exposição em Fortaleza, durante a reinauguração do Restaurante Jardim do Alchemist, e depois partirá para Jericoacoara, ficando em exposição permanente no Alchemist Garden.

Alchemist Guriú. Camocim se prepara para receber o novo beach club do Alchemist Group.



Alchemist Guriú

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 segundo semestre de 2024.

E as novidades não param por aí. Além dos empreendimentos em construção e os já em operação, o Grupo Alchemist está investindo em novos projetos que prometem elevar ainda mais o turismo no Ceará, ramificando as áreas de atuação. Dentre os projetos que estão em fase de estudo e planejamento, estão uma luxuosa escuna para passeios na orla da Beira Mar de Fortaleza, um catamarã/restaurante no Rio Guriú em Camocim, um barco para passeios na orla de Jericoacoara, saindo da Praia Principal até a Pedra Furada, e no extremo do litoral leste do Ceará, um novo beach club na icônica praia de Canoa Quebrada.

Sob a liderança visionária de Giorgio Bonelli, o Grupo Alchemist está deixando sua marca na história do turismo cearense, em uma jornada única, repleta de experiências incríveis e momentos de pura magia em uma nova era de luxo, sofisticação e entretenimento, e assim reafirmar seu compromisso com a excelência, o respeito ao meio ambiente e o desenvolvimento socioeconômico das comunidades locais, contribuindo para a construção de um futuro mais próspero e sustentável através do fomento ao turismo no Ceará.

BARRA DE SÃO MIGUEL: PARAÍSO ALAGOANO GANHA NOVO EMPREENDIMENTO DE ALTO PADRÃO DA GAV RESORTS

O Areya Barra Resort chega a um dos destinos mais espetaculares do Nordeste, com suas praias de águas cristalinas, piscinas naturais e uma infraestrutura completa na região



Restaurante do Areya Barra GAV Resort

Em meio ao esplendor do litoral alagoano, Barra de São Miguel se revela como um autêntico refúgio costeiro, um paraíso de beleza singular. Com suas praias deslumbrantes e acolhedoras, a cidade se destaca como um santuário para aqueles que buscam uma experiência única em meio à natureza. Neste cenário paradisíaco, a GAV Resorts lançou seu mais novo empreendimento, o Areya Barra Resort, elevando a excelência de seus resorts a um novo patamar de sofisticação.

Apenas a 35 km de Maceió, Barra de São Miguel é um dos destinos turísticos mais visitados e belos do Nordeste brasileiro. Suas praias de águas cristalinas, piscinas naturais e uma infraestrutura completa de bares, restaurantes e passeios turísticos atraem visitantes de todo o país.

Além de suas belezas naturais, a cidade também oferece uma variedade de atrações culturais e históricas. O município abriga o Forte de São Miguel, construído no século 17 e a bela Igreja de Nossa Senhora da Conceição, erguida no século 18. Entre suas praias mais famosas estão a Praia do Barra Mar, Praia do Surf, Praia do Niquim, Praia das Conchas e Praia Bonita. A cidade também está próxima a pontos turísticos famosos, como a Praia do Francês, a apenas 10 km de distância, e a Praia do Gunga, a 17 km.

Areya Barra Resort

Inspirada nas ondas e no vento do mar, a arquitetura do Areya Barra Resort encanta com seus movimentos sinuosos em cada ambiente. Os jardins cuidadosamente incorporados não apenas embelezarão a fachada e as varandas, mas também estabelecerão uma conexão com a natureza.

“Cada elemento para a construção do nosso novo empreendimento no Nordeste foi cuidadosamente pensado, visando criar uma atmosfera de tranquilidade, na qual as pessoas poderão se imergir totalmente no ambiente. Barra de São Miguel é a melhor localização para as famílias que buscam conforto, sossego e um cenário totalmente deslumbrante”, destaca o presidente da GAV Resorts, Manoel Vicente Pereira Neto.



Área Kids do Areya Barra GAV Resort

Areya Barra

GAV RESORTS

UM PARAÍSO EM BARRA DE SÃO MIGUEL/AL

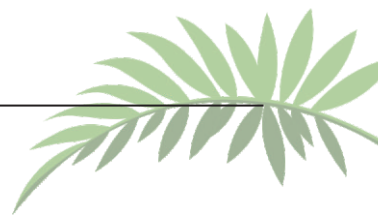
DAS ONDAS
DO MAR À
AREIA DA
PRAIA!

GAV
RESORTS

COM INSPIRAÇÃO NAS
ONDAS DO MAR, CONQUISTE
SUA CASA DE FÉRIAS À
BEIRA DA PRAIA.

ESTE É O MAIS NOVO
EMPREENHIMENTO
DA GAV RESORTS!





Resort de Santa Catarina terá mais de 9 mil metros quadrados de área de lazer e paisagismo inspirado na Amazônia

Uma nova opção de turismo no Sul do Brasil está sendo construída em Penha/SC, cidade que ficou conhecida internacionalmente por ter o maior parque temático da América Latina. O Amazon Parques & Resorts será o primeiro complexo turístico e hoteleiro do mundo inspirado na Amazônia. Em sua primeira fase terá mais de 200 apartamentos com 420 leitos e capacidade para 1.056 hóspedes.

O Amazon Parques & Resorts, único complexo turístico e hoteleiro com temática amazônica do mundo que está sendo construído em Penha, no litoral norte de Santa Catarina, acaba de revelar detalhes sobre a área de lazer do empreendimento. No total, serão mais de 9 mil m² com opções que vão privilegiar o público de todas as idades, como piscina com área de 420 m² e dois brinquedos aquáticos, trilha com quase 200 metros de comprimento em meio à natureza, quadras de areia e beach tênis com tamanhos oficiais, bosque com tirolesa e arborismo, além de 10 jacuzzis privativas. Em sua primeira fase, o complexo terá mais de 200 apartamentos com 420 leitos e capacidade para 1056 hóspedes. A previsão é que a obra gere mais de 300 empregos diretos e indiretos e na operação mais 200 vagas diretas sejam abertas.

Outro diferencial do resort é que o projeto paisagístico prevê plantas típicas da Amazônia, como Vitória-Régia, Palmeira Triângulo, que pode chegar a 8 metros de altura, e até pés de açaí. O empreendimento vai contar ainda com academia de quase 100 m² e equipamentos de última geração, além de salão de beleza, espaço para *games*, *coworking* e auditório para 170 pessoas.

“Com a implementação deste resort no sistema de multipropriedade, almejamos impulsionar o turismo em Penha, confiantes no vasto potencial que esta cidade oferece. Essa é uma região ímpar, com belezas naturais ainda pouco exploradas, com fácil acesso a outros destinos turísticos da região e próximo de um aeroporto internacional. Também vamos impactar a economia local com a geração de empregos e renda, tanto na fase de construção, como durante a operação”, comenta o presidente do Amazon Parques & Resorts, Roberto Kwon.

Visão aérea do complexo



Crédito: Improov 3D

Primeira operação Wyndham Garden no Sul do país

O complexo hoteleiro será o primeiro a contar com a marca “Garden” do Grupo Wyndham Hotels & Resorts no Sul do país que trará todo o renomado conceito e serviços de gestão da empresa, com foco em proporcionar experiências ligadas à natureza e à sustentabilidade. Outro grande diferencial da marca Garden com a chancela da Wyndham Hotels & Resorts é, além das comodidades oferecidas aos hóspedes, garantir um padrão de qualidade em infraestrutura, localização e serviços, assim como oferece nos vários cantos do mundo. Trata-se da maior rede hoteleira do planeta, com mais de 9 mil hotéis em quase 95 países. No total, o Grupo tem cerca de 852 mil quartos em todos os continentes.

O Amazon Parques & Resorts também é afiliado à RCI, o que garante acesso aos seus mais de 4.200 resorts afiliados em 110 países.



Crédito: Improov 3D

Perspectiva da área de lazer

Sobre o Amazon Parques & Resorts

Fundada em 2020, a Amazon Parques & Resorts tem como meta a implementação de empreendimentos imobiliários desenhados para o entretenimento, bem-estar e hotelaria alinhados às novas práticas do mundo contemporâneo consciente. Atua com a comercialização imobiliária e de multipropriedade com conceito de arquitetura sustentável, proporcionando entretenimento de qualidade, alinhado às práticas contemporâneas de economia e fortalecendo uma rede de iniciativas de comunidades.

<http://www.amazonparqueseresorts.com.br/>

Wyndham Hotels & Resorts assina 45 contratos na América Latina e Caribe, mantendo forte expansão

Vice-Presidente de Desenvolvimento de Negócios, Maria Carolina Pinheiro, destaca aquecimento do turismo e de multipropriedades

A Wyndham Hotels & Resorts, maior empresa de franquia de hotéis do mundo, com mais de 9200 empreendimentos em 95 países, finalizou 2023 com um ritmo forte de assinatura de contratos e expansão da rede no Brasil e em toda a região da América Latina e Caribe. Ao longo de 12 meses foram 45 contratos assinados na região, que tem à frente a vice-presidente de Desenvolvimento de Negócios para América Latina, Maria Carolina Pinheiro. Isso representou uma adição de mais de 8.000 apartamentos ao portfólio da companhia.

Somente no Brasil, foram 13 assinaturas e quase 3 mil quartos, ou seja, representatividade de mais de 30% do País frente à região a qual está compreendido. Com esses números, a companhia atinge a marca de 258 hotéis abertos e em funcionamento na região LATAMC, com mais de 41.000 apartamentos, cabendo ao Brasil 38 unidades e mais de 8.000 quartos. O que posiciona o país em terceiro lugar em número de empreendimentos na região, apenas atrás do México e Argentina.

Quando o tema é multipropriedade, a companhia acumula ao longo dos últimos anos 14 contratos assinados, sendo que dois empreendimentos já estão em operação – Wyndham Olímpia Royal Hotels e Wyndham Gramado Termas Resort & Spa – e 12 estão em desenvolvimento. A gigante norte-americana é a única empresa internacional a atuar com franquia e/ou gestão de multipropriedade no Brasil.

E os resultados operacionais dos empreendimentos de multipropriedade já em funcionamento também são positivos.

Wyndham Gramado e Wyndham Olímpia cresceram em faturamento bruto 7% e 14%, respectivamente, de 2022 para 2023. No caso de Gramado, o resort ainda teve alta de 12% na diária média e 6% na receita de quartos. Já em Olímpia, houve avanço de quase 18% em RevPar e 11,5% em diária média. Quando a análise é mais extensa, o crescimento é ainda mais acentuado. No caso do Wyndham Gramado, de 2019 a 2023, o faturamento bruto do hotel aumentou 227%.

Para a executiva, o forte aquecimento do turismo e da multipropriedade no Brasil juntamente com uma estratégia arrojada de desenvolvimento que compreende levar a marca Wyndham para destinos fora das capitais – sem esquecer das capitais – vem sendo a combinação perfeita. Além disso, a executiva destaca que o mercado latino-americano vem percebendo a importância de ter uma marca global em seus empreendimentos, uma vez que significa distribuição em larga escala associada a uma padronização respeitada e desejada.



“A região vem crescendo de maneira acelerada e isso inclui o Brasil. A multipropriedade é de suma importância para a nossa estratégia no País para os próximos anos e 2024 é um ano diferenciado para a consolidação de nossa expansão. Temos a meta de atingir 50.000 apartamentos até o final deste ano na América Latina e nos consolidarmos como o *player* mais importante da hotelaria internacional na região. As oportunidades estão lançadas, ainda mais com o aquecimento da movimentação hoteleira, que espera alta de 5% sobre 2019, ou seja, o ano pré-pandemia.”

Maria Carolina Pinheiro, Vice-Presidente de Desenvolvimento de Negócios da Wyndham para América Latina

MULTIPROPRIEDADE: A IMPORTÂNCIA DAS SALAS DE VENDAS

Ano a ano, o mercado de multipropriedade tem revolucionado o setor imobiliário e proporcionado que, cada vez mais, brasileiros adquiram as tão desejadas segundas residências.

A multipropriedade refere-se a um sistema em que diferentes indivíduos compartilham a posse de uma propriedade durante períodos específicos do ano. Ao invés de assumir a responsabilidade total de um imóvel, os investidores podem adquirir frações, possibilitando o compartilhamento dos custos, o que o torna um modelo muito interessante.

Para 2024 as expectativas são ainda melhores. Dezenas de obras em construção serão inauguradas e diversos outros projetos serão apresentados ao mercado.

De acordo com o Relatório “Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil”, de abril de 2022 a abril de 2023, havia 104 empreendimentos de multipropriedade no país. Desses, 41 estavam prontos, 50 em construção e 13 em fase de lançamento.

Esses números demonstram o enorme potencial desse novo segmento. Porém, para garantir o sucesso e a comercialização de todas as cotas desses imóveis, é preciso construir estratégias inovadoras para surpreender e cativar os públicos de interesse.

Uma das táticas efetivas, que tem demonstrado resultados muito positivos, são as salas de vendas, espaços considerados as portas de entrada de clientes para esse modelo de investimento.

O Relatório “Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil” levantou que em 2023 as salas de vendas representaram quase 80% da forma de captação de clientes.

As salas de vendas no mercado de multipropriedades

Esses ambientes são mais do que simples espaços de negociação, são locais para levar os futuros clientes e suas famílias a uma jornada informativa, facilitando o entendimento de um conceito pouco conhecido no mercado imobiliário. Além disso, as salas de vendas servem para criar uma experiência imersiva e instigar a imaginação dos interessados.

Os ambientes das salas de vendas – da divulgação à efetivação da venda

Para guiar os compradores por esses cenários e concretizar as negociações, as equipes das salas de vendas desempenham um papel fundamental. Esses profissionais devem ser persuasivos e convincentes, pois, na maioria dos casos, têm como meta atrair o público para as salas, apresentar o produto e já fechar o negócio. Isso ocorre porque muitos compradores de cotas são turistas que estão passando férias na cidade que a multipropriedade está instalada ou que será construída.

Para apresentar o produto e realizar a venda em poucas horas, as salas precisam ser super estratégicas e acolhedoras. Desse modo, esses espaços contam com maquetes detalhadas, ambientes decorados para que os futuros cotistas visualizem como será a casa ou o apartamento, vídeos e materiais visuais atrativos, espaços kids, comidas e bebidas, e outros recursos interativos que surpreendam e criem ótimas impressões.

De acordo com o SECOVI-SP, há três tipos de estande/sala de vendas, denominados:

In-House: o estande de vendas é localizado no próprio destino, dentro do empreendimento em operação ou âncora comercial;

On-Site: a sala é montada no local do empreendimento em construção;

Off-Site: o espaço de vendas é estruturado fora do empreendimento ou em outro destino.

TECNOLOGIA

Outra categoria de salas de vendas que tem se tornando cada vez mais comum são as virtuais. A utilização do ambiente online para esse nicho possibilita negociações mais abrangentes, atraindo públicos de diversas cidades e regiões.

Do mesmo modo que facilitam o contato entre empresas e futuros cotistas, as tecnologias são fundamentais para a gestão eficiente das multipropriedades.

Para atender esse nicho que não para de crescer, a Desbravador dispõe ao mercado diversos softwares e recursos digitais. Dentre eles, o Condominium, um sistema de gestão de condomínios e multipropriedades, que conta com funcionalidades exclusivas para a administração das salas de vendas.

CONDOMINIUM – SISTEMA DE GESTÃO PARA CONDOMÍNIOS

Conheça os principais recursos desse software, flexível e adaptável às regras de diferentes modelos de negócios.

- ✓ Cadastro e histórico de proprietários;
- ✓ Organização e acesso aos contratos;
- ✓ Controle de cotas e de semanas;
- ✓ Acompanhamento de reservas e de disponibilidades;
- ✓ Classificação e gestão de unidades habitacionais;
- ✓ Gerenciamento de salas comerciais, garagens e espaços de uso comum;
- ✓ Automatização de funções: Financeiras, Contábeis e Fiscais;
- ✓ Particionamento de despesas entre condôminos;
- ✓ Controle de orçamentos, taxas e impostos;
- ✓ Atende às demandas condominiais;
- ✓ Disponibiliza relatórios gerenciais para tomadas de decisões estratégicas;
- ✓ Realiza a gestão das salas de vendas.

Funcionalidades do Condominium para o gerenciamento de salas de vendas

Gestão da abordagem (captação), recepção, tour e apresentação

- ✓ Com score
- ✓ Workflow
- ✓ Produtividade

Gestão da efetivação da venda

- ✓ Regras de vendas específicas por produto e/ou sala de vendas
- ✓ Gestão dos contratos
- ✓ Geração de comissões flexíveis e escalonáveis por valores e quantidades
- ✓ Gestão pagamentos
- ✓ Gestão de brindes



Gestão pós-venda

- ✓ Gestão de onboarding
- ✓ Controle de utilização
- ✓ Comissionamento por produção
- ✓ Intercâmbios

Quer saber como esse sistema de gestão pode tornar a operação do seu negócio mais completa, integrada e eficiente?

Fale com nosso time de especialistas.



 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



BRAZIL



INTERNATIONAL



SISTEMA DE GESTÃO PARA CONDOMÍNIOS E MULTIPROPRIEDADES

Flexível e completo, atende
diferentes modelos de negócios

Hotéis

Resorts

Beach parks

Flats

Edifícios

Condomínios

Casas

Demais
tipos de
segundas
residências.

Principais funcionalidades

- ✓ Cadastro e histórico de proprietários;
- ✓ Organização e acesso aos contratos;
- ✓ Controle de cotas e de semanas;
- ✓ Acompanhamento de reservas e de disponibilidades;
- ✓ Classificação e gestão de unidades habitacionais;
- ✓ Gerenciamento de salas comerciais, garagens e espaços de uso comum;
- ✓ Automação de funções: Financeiras, Contábeis e Fiscais;
- ✓ Particionamento de despesas entre condôminos;
- ✓ Controle de orçamentos, taxas e impostos;
- ✓ Atende às demandas condominiais;
- ✓ Disponibiliza relatórios gerenciais para tomadas de decisões estratégicas;
- ✓ Realiza a gestão das salas de vendas.

Potencialize a gestão do seu negócio
com o Condominium da Desbravador.

Solicite uma demonstração.



desbravador.com.br



vendas@desbravador.com.br



+55 (49) 3321 0900



+55 (49) 3321 0901 (WhatsApp)



BRASIL



INTERNACIONAL

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





"GARANTINDO A SEGURANÇA JURÍDICA NA MULTIPROPRIEDADE: PONTOS ESSENCIAIS NO CONTRATO DE PROMESSA DE COMPRA E VENDA"

A multipropriedade é uma modalidade imobiliária que tem ganhado destaque no mercado, oferecendo uma forma inovadora de adquirir um imóvel compartilhado. Nesse contexto, é fundamental que os empreendedores estejam atentos aos pontos essenciais a serem considerados no quadro resumo do contrato de promessa de compra e venda. Neste artigo, abordaremos os principais aspectos desse quadro, destacando a cláusula de arrependimento de 7 dias, com base na Lei do Distrato 13.786/18, para garantir a segurança jurídica dos empreendedores.

Pontos essenciais no quadro resumo do contrato de multipropriedade

1. Identificação das partes: O quadro resumo deve conter as informações completas do empreendedor, comprador, vendedor e administradora do empreendimento. Essa identificação precisa ser clara e precisa, garantindo a segurança jurídica de todas as partes envolvidas.

2. Descrição do empreendimento: É fundamental que o quadro resumo apresente uma descrição detalhada do empreendimento, incluindo características, localização e metragem. Essas informações precisam estar corretas e atualizadas, evitando possíveis questionamentos futuros.

3. Preço e forma de pagamento: O valor total do imóvel e as condições de pagamento devem ser especificados de forma clara e objetiva. É importante que o quadro resumo informe eventuais reajustes e a forma de pagamento, como parcelas mensais, entrada e financiamento. Essa transparência contribui para a segurança jurídica do empreendedor e dos compradores.

4. Prazos e datas: O contrato de multipropriedade envolve diversos prazos e datas importantes, como o prazo para a entrega do imóvel, início do uso compartilhado e demais obrigações das partes. Essas informações devem estar presentes de forma destacada no quadro resumo, garantindo a segurança jurídica ao estabelecer prazos claros e objetivos.

5. Cláusula de arrependimento: A Lei do Distrato 13.786/18 estabelece o direito de arrependimento de 7 dias

para os compradores de imóveis em multipropriedade. Essa cláusula é fundamental para garantir a segurança jurídica dos empreendedores, assegurando que os compradores tenham tempo para refletir sobre a compra e desistir caso desejem.

Para exercer o direito de arrependimento, o consumidor deve enviar uma notificação por escrito ao empreendedor, dentro do prazo de 7 dias, contados a partir da assinatura do contrato de compra e venda. Essa notificação deve ser feita por meio de carta registrada com aviso de recebimento, assim como estabelece a legislação.

É importante ressaltar que o exercício do direito de arrependimento implica na devolução integral dos valores pagos pelo comprador, devidamente corrigidos.

Caso o empreendedor se recuse a realizar a restituição ou não cumpra com as obrigações previstas na Lei do Distrato, o consumidor poderá buscar amparo judicial para garantir o cumprimento dos seus direitos.

Portanto, é essencial que o quadro resumo do contrato de multipropriedade destaque de forma clara e objetiva o direito de arrependimento, informando o prazo e os procedimentos para exercê-lo. Essa transparência contribui para a segurança jurídica dos empreendedores e dos consumidores, garantindo um relacionamento equilibrado e confiável na modalidade de multipropriedade.

Conclusão

Ao considerar a modalidade de multipropriedade, os empreendedores devem estar atentos aos pontos essenciais presentes no quadro resumo do contrato de promessa de compra e venda. Além disso, a cláusula de arrependimento de 7 dias, conforme previsto na Lei do Distrato 13.786/18, é fundamental para garantir a segurança jurídica e qualidade do negócio realizado. Ao seguir essas diretrizes e fornecer informações claras e transparentes, os empreendedores podem estabelecer relações contratuais sólidas e promover a confiança dos compradores, fortalecendo a relação nessa modalidade de imobiliária em ascensão.



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.

ESPECIALISTAS DETALHAM A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO CONTÁBIL E CARTEIRA DE RECEBÍVEIS NA MULTIPROPRIEDADE

Empresa Paulo Lima Consultoria celebra 30 anos de atuação no mercado imobiliário

“A demanda contábil para um empreendimento de multipropriedade extrapola em vários níveis a simples contabilização de débito e crédito”, diz a Sandra Lima, sócia da Paulo Lima Assessoria e Consultoria, explicando as particularidades e importância de ter empresas especializadas no mercado de multipropriedade

A Paulo Lima, com sede em Goiânia (GO), atua há 30 anos no mercado imobiliário, na gestão financeira, contábil e jurídica de projetos de incorporação horizontal, vertical, loteamentos, condomínios e, mais recentemente, também na multipropriedade.

Confira a entrevista com a sócia da Paulo Lima, Sandra Lima, sobre a celebração de 30 anos da empresa e também como foi a entrada no mundo da multipropriedade:



Sandra Lima e Paulo Lima

No Brasil, principalmente no segmento que a Paulo Lima atua, não é comum empresas com 30 anos de atuação, primeiramente gostaríamos de parabenizar vocês por essa marca, e entender um pouco como chegaram até aqui. Quais os desafios de atuar no mercado imobiliário no Brasil ao longo desses anos?

Agradeço pelos cumprimentos e os recebo com alegria e humildade, pois, no Brasil somente 5% das empresas, em qualquer segmento, conseguem chegar aos 30 anos. Essa é uma conquista que muito nos orgulha, pois, é fruto de muito trabalho, dedicação e capacidade de se reinventar.

Os desafios até aqui foram muitos e com certeza, a superação de todos eles se deu, principalmente, devido a um time qualificado e dedicado de colaboradores que fazem da Paulo Lima Consultoria uma referência no segmento de gestão de recebíveis de empreendimentos imobiliários, com excelentes resultados que nos deram confiança, eficiência e credibilidade consolidadas ao longo desse tempo.

Passamos por muitos momentos desafiadores, com significativa desaceleração da economia nacional, impactando fortemente o mercado imobiliário e da engenharia civil. Nesses períodos especialmente desafiadores, tivemos a expertise de reinventar os serviços e buscar novos produtos que atenderiam às

necessidades daquele momento, e isso continua até hoje. Exemplo disso é que temos em nossa carteira empreendimentos com vários modelos, como condomínios de acesso controlado, loteamentos, incorporações, sítios de lazer, e multipropriedades, atendendo aos mais diversificados públicos.

Qual foi o contexto de direcionamento estratégico do crescimento da Paulo Lima no mercado de multipropriedade?

Nosso crescimento na multipropriedade acontece em 2017 na junção da nossa expertise em gestão de recebíveis e a profunda experiência e conhecimento da TUDO Consultoria na gestão de pós-vendas. Um casamento perfeito! Hoje somos um mesmo time que visa a segurança e saúde dos recebíveis do empreendedor, que decorrerá intimamente da satisfação e encantamento do cliente comprador.

Com 30 anos de história atuando no mercado imobiliário, como enxerga o modelo de multipropriedade e o crescimento deste setor?

A multipropriedade é um negócio de oportunidade ímpar, tanto para quem empreende como para quem adquire. Compartilhar é oportunidade de realizar sonhos! Não por acaso, vivenciamos uma explosão



“ Em 2017 aconteceu a junção da nossa expertise em gestão de recebíveis e a profunda experiência e conhecimento da TUDO Consultoria na gestão de pós-vendas. ”

de negócios compartilhados no Brasil, que passam por carros de luxo, aeronaves, barcos, dentre outros itens almejados, até a multipropriedade para lazer e turismo. É justamente nessa última que atuamos desde 2014 e pudemos acompanhar a evolução desse grande negócio, com projetos de sucesso implantados e consolidados em vários estados brasileiros.

Quais as particularidades na gestão da carteira, aspectos fiscais e contábeis da multipropriedade, que são diferentes de um projeto imobiliário convencional?

A multipropriedade tem muitas particularidades, como por exemplo, o volume muito maior de clientes adquirentes do que em um empreendimento convencional, os aspectos jurídicos, os custos de comercialização, o contato diário com o cliente, os cuidados para manutenção do contrato ativo, etc.. Por não ser imóvel de primeira moradia, esse tipo de negócio requer do pós-venda e gestão de carteira atenção e acompanhamento dobrado. São dispensados cuidados diários e especiais ao cliente adquirente, para mantê-lo participativo no negócio. Geralmente, o adquirente faz sua compra de forma emocional, sem perceber que fez um grande investimento econômico e na sua qualidade de vida – visto que imóveis compartilhados são patrimônios ímpares, nas melhores localizações, e com valorização sem retrocessos, e cabe ao pós-venda mostrar ao comprador que boa aquisição ele fez!

O avanço dos empreendimentos em multipropriedade exigiu legislação específica, quer seja para os contratos e suas particularidades, quanto ao contábil, que também deve ser adequado com muito critério, por tratar-se de uma incorporação com regras além das convenções. A demanda contábil para um empreendimento de multipropriedade extrapola em vários níveis a simples contabilização de débito e crédito. O contador de um negócio que terá, ou tem, milhares de donos, é antes de qualquer coisa um doutor em “costuras” e antecipador de futuro – em razão da legislação complexa e igualmente múltipla.

Quais as expectativas e planos da Paulo Lima para os próximos anos?

A expectativa é por novas parcerias de sucesso, ampliando nossa carteira de clientes para os estados brasileiros que ainda não atuamos. Já em 2024, ingressaremos em mais dois estados, totalizando assim 14 estados atendidos.

Estamos sempre buscando as mais atualizadas ferramentas tecnológicas e aprimoramento dos nossos colaboradores, para oferecer o melhor e mais seguro serviço de gestão de recebíveis e pós-vendas. Nosso compromisso é colocar em caixa da empresa os 100% (quicá mais...) do previsto para a carteira mensal, garantindo ao empreendedor tranquilidade com compromissos firmados ao longo do negócio. E manter esse cliente encantado e bem atendido.

Assim, a Paulo Lima Consultoria e TUDO Consultoria e Gestão de Multipropriedade, parceiras de longa data, estaremos focados para que venham os próximos 30 anos!



Equipe Paulo Lima Assessoria e Consultoria

MAXIMIZE SEU POTENCIAL, COM A BPOYOU O CRESCIMENTO DO SEU NEGÓCIO SERÁ EXPONENCIAL

A BPOYOU é uma empresa especializada em BPO Financeiro (Business Process Outsourcing), com viés consultivo, que oferece um novo conceito de gestão financeira, através de uma visão analítica e estratégica, que permite definir as melhores rotinas e fluxos financeiros, além de qualificar o processo de tomada de decisão das organizações.

O BPO Financeiro, na prática, é a contratação de uma empresa para a realização de um conjunto de atividades importantes para o negócio, mas que não faz parte do seu “core business”. É uma estratégia poderosa para aumentar a eficiência e impulsionar o crescimento e a sustentabilidade da sua empresa.

Essa terceirização abrange, desde a concepção e definição dos processos, até a escolha dos sistemas que irão operar em cada parte, de acordo com a especificidade de cada negócio

A BPOYOU vem atuando fortemente nos segmentos de hotelaria, parque, multipropriedade, incorporação e construção. Tudo o que envolve e que é específico desses segmentos, temos grande conhecimento e conseguimos direcionar a estratégia adequada para compor a melhor estrutura para o cliente. Você terá a expertise financeira que irá garantir informações seguras e transparentes que irão direcionar as decisões para o resultado do seu negócio.



Benefícios com o BPO Financeiro:

- Segurança, clareza e previsibilidade
- Informações rápidas e precisas
- Profissionais altamente qualificados
- Redução de gastos
- Aumento de eficiência e produtividade
- Foco no seu core business

O que a BPOYOU oferece:

- Faturamento
- Gestão do fluxo de caixa
- Gestão de contas a pagar
- Gestão de contas a receber
- Agendamento e conciliação bancária
- Gestão da documentação
- Diagnóstico e planejamento financeiro
- Mapeamento e reestruturação de processos
- Relatórios gerenciais e gestão de indicadores
- Business Intelligence – BI
- Auditoria Financeira



Não há dúvidas que a BPOYOU é uma empresa capacitada para te ajudar com a implantação do BPO Financeiro, visando contribuir de forma eficiente e assertiva para o desenvolvimento e perenidade do seu negócio.



Accesse o site
www.bpyou.com.br

My Mabu mira novos recordes em 2024

Resultados de 2023 impulsionam otimismo do empreendimento de multipropriedade em Foz do Iguaçu

Para o My Mabu, empreendimento de economia compartilhada do Grupo Mabu, em Foz do Iguaçu (PR), com mais de quatro mil multiproprietários, o ano de 2023 superou expectativas em vendas, prêmios e conquistas, deixando o ano de 2024 muito mais desafiador. Confira a entrevista com Raimundo Pimenta, CEO do My Mabu, detalhando mais sobre as conquistas do ano passado e as metas para 2024:

Quais os desafios que o My Mabu enfrentou em 2023, em todas as frentes da operação, captação, vendas e pós-vendas?

Nossa equipe está sempre engajada e atualizada sobre o mercado, o ano de 2023 nos trouxe muitas conquistas e obviamente alguns desafios, acredito que ainda temos resquícios dos anos anteriores de pandemia que impactou significativamente o mercado de turismo e hospitalidade em geral, um dos grandes desafios da nossa equipe de captação e vendas ainda é reconstruir a confiança dos consumidores para que se sintam seguros ao viajar. E acredito que a retenção do cliente, é um desafio importante para o nosso pós-venda, que ano após ano trabalham para manter a nossa base de cliente ativa.

Em 2023, o mercado de multipropriedade, no geral, registrou mais uma vez crescimento das vendas. Como foram as vendas na praça de Foz do Iguaçu?

2023 foi o ano de metas batidas e vendas excepcionais para o segmento, aqui no My Mabu superamos o ano de 2022 e tivemos resultados acima do esperado com um crescimento de mais de 50% em comparação ao ano anterior. Atendemos mais de 12 mil famílias em 2023.

As conquistas não refletem apenas em resultados de venda, o ano de 2023 foi marcado também pelos prêmios e certificações que recebemos, durante o evento do Top Seller nossa equipe recebeu uma chuva de prêmios e esse reconhecimento é um reflexo do comprometimento e da dedicação de cada membro de nossa equipe. O Grupo recebeu a certificação do Great Place to Work (GPTW) reforçando nosso compromisso com o bem-estar das pessoas.



Raimundo Pimenta

Quais treinamentos são passados para as equipes para se manterem motivadas ao longo do ano inteiro?

Temos um calendário robusto de treinamentos técnicos e motivacionais. Além disso, temos como rotina a aplicação de feedbacks, onde fazemos o monitoramento do desenvolvimento técnico e comportamental.

E é claro que mensalmente fazemos os reconhecimentos com entregas de certificados e premiações para os tops de cada departamento.

Quais as expectativas para 2024?

A expectativa é que o ano de 2024 seja cheio de conquistas e metas batidas. Já começamos esse ano com um excelente resultado em vendas, em dois meses atingimos 21,2% do resultado da meta do ano, quebramos o nosso próprio recorde da temporada 22/23, superando em quase R\$ 5 milhões essa temporada 23/24, estamos empolgados em continuar essa trajetória de sucesso no que promete ser o melhor ano da história do My Mabu.

“O Grupo Wish está focado em continuar sua trajetória de expansão”

Uma das maiores e mais tradicionais redes hoteleiras do Brasil, o Grupo Wish, antiga GJP Hotéis, contando com 10 hotéis e o clube de férias Exclusive Guest, continua com seus planos de expansão, após um período de transição, a companhia foi adquirida pelo fundo RCap, da holding RTSC, e trouxe um novo CEO, Eduardo Malheiros.

Vindo do mercado financeiro, o CEO do Grupo Wish traz toda essa sua expertise e vivência para o mercado hoteleiro e turismo, com novas estratégias e direcionamentos para a companhia continuar com seus planos de crescimento.

Nesta entrevista para à Revista Turismo Compartilhado, Eduardo Malheiros, detalha um pouco de sua trajetória até chegar ao Grupo Wish, sua visão sobre os segmentos de hotelaria e propriedade compartilhada, e suas relações com o mercado financeiro, o cenário econômico do Brasil e os planos de expansão do Grupo Wish.



Eduardo Malheiros, CEO do Grupo Wish

Nos conte um pouco de sua trajetória profissional.

Iniciei minha carreira em consultoria, o que me proporcionou uma base sólida em gestão, permitindo-me entender a complexidade dos negócios em diversos setores. Após essa experiência inicial, dediquei mais de uma década ao ramo de incorporação imobiliária, sempre focando na área financeira. Essa etapa da minha carreira foi crucial para desenvolver uma visão aprofundada sobre o mercado imobiliário e as nuances dos investimentos nesse segmento.

Mais recentemente, antes de me juntar ao Grupo Wish, tive a oportunidade de gerenciar um fundo imobiliário, onde a

maior parte dos investimentos estava concentrada no setor de turismo. Essa experiência foi particularmente enriquecedora, pois me permitiu combinar meu conhecimento financeiro com uma compreensão do potencial de crescimento e das tendências no turismo e hospitalidade. Foi uma preparação ideal para o desafio de liderar o Grupo Wish, uma transição que ocorreu em 2022. Liderar o Grupo Wish, uma empresa com 10 hotéis espalhados pelo Brasil e, mais importante, quase dois mil funcionários, é com certeza o maior desafio da minha carreira. Estou muito empolgado com isto e desde o primeiro dia trabalhando duro para o crescimento da empresa, junto com um time de primeiríssima linha.

“Um dos desafios enfrentados por empreendimentos hoteleiros e fracionados na obtenção de financiamento está na percepção de risco e na complexidade dos modelos de negócio.”

Antes atuando no mercado financeiro, você agora está à frente de um grupo de turismo e hotelaria. Com surgiu a oportunidade de ocupar o cargo de CEO do Grupo Wish?

A oportunidade de liderar o Grupo Wish surgiu como uma evolução natural da minha carreira. No mercado financeiro, desenvolvi uma sólida compreensão sobre investimentos, gestão de riscos e estratégias de crescimento. Quando a oferta para me tornar CEO do Grupo Wish foi apresentada, vi uma excelente chance de aplicar minha experiência em um novo setor, alavancando a rede para novos patamares. A combinação de minha expertise financeira com a visão inovadora da equipe Wish tem sido fundamental para conduzir nossa estratégia de expansão e excelência operacional.

O que muda na gestão e futuros investimentos da rede hoteleira com um CEO vindo do mercado financeiro?

Com minha chegada, incorporamos uma abordagem ainda mais estratégica e baseada em dados para a gestão e investimentos do grupo. A experiência no mercado financeiro permite uma avaliação rigorosa de oportunidades de investimentos, garantindo que cada decisão esteja alinhada com nossos objetivos de crescimento sustentável e geração de valor. Além disso, estamos intensificando a implementação de práticas de gestão de risco e otimização de recursos, visando a eficiência operacional e a maximização da rentabilidade.

O Grupo Wish, desde que era GJP Hotéis, sempre caminhou para a expansão da marca, com aquisições ou construções de hotéis. Qual o direcionamento do grupo sócio investidor do Grupo Wish em relação a novos lançamentos? Quais as projeções de crescimento para o médio e longo prazo?

Sob a orientação do nosso Conselho de Administração, o Grupo Wish está focado em continuar sua trajetória de expansão, seja através de aquisições estratégicas ou do desenvolvimento de novos projetos. Estamos explorando oportunidades visando diversificar nossa oferta e fortalecer a presença da marca. No médio e longo prazo, projetamos um crescimento robusto, com o lançamento de novas unidades sempre com o compromisso de oferecer experiências excepcionais aos nossos hóspedes.

Há algum tempo o mercado escuta que o Grupo Wish irá lançar algo no modelo de multipropriedade. Na sua opinião, a multipropriedade faz sentido para o atual momento e modelo de negócio do Grupo Wish?

Nosso foco está no Exclusive Guest, nosso clube de férias, que hoje já tem mais de 9.300 famílias associadas. Por meio dele o cliente pode se hospedar em qualquer hotel da rede com descontos e atendimento preferencial. Como estamos presentes nos melhores destinos do Brasil, temos essa capacidade que poucos tem no Brasil de oferecer este produto, que hoje é uma das nossas principais apostas aqui dentro.

Na sua visão, por ter atuado no mercado de capitais com investimentos para hotéis e multipropriedades, e hoje estar do outro lado do balcão, quais os principais gargalos existentes para empreendimentos hoteleiros e fracionados terem acesso ao funding?

Um dos principais desafios enfrentados por empreendimentos hoteleiros e fracionados na obtenção de financiamento está na percepção de risco e na complexidade dos modelos de negócio. Muitas vezes, a falta de compreensão sobre as dinâmicas específicas do setor por parte dos investidores e instituições financeiras pode resultar em condições menos favoráveis. Minha experiência no mercado de capitais tem sido valiosa para dialogar efetivamente com investidores, elucidando os pontos fortes e as oportunidades de nossos projetos, visando a melhoria das condições de financiamento.

Como o momento econômico do Brasil pode afetar os negócios do Grupo Wish, tanto na expansão a marca, como nos resultados da hotelaria?

O cenário econômico atual do Brasil apresenta tanto desafios quanto oportunidades para o Grupo Wish. Por um lado, a volatilidade econômica exige uma gestão cautelosa e adaptativa, com foco em eficiência e sustentabilidade financeira. Por outro, as mudanças nos padrões de consumo e o aumento do turismo doméstico abrem novas avenidas para crescimento. Estamos atentos às tendências econômicas, prontos para ajustar nossas estratégias conforme necessário para garantir a continuidade do sucesso e a expansão da nossa marca.

PASSAPORTE OU TÍTULO DE SÓCIO REMIDO, QUAL FORMATO É MAIS ADEQUADO PARA SEU PARQUE?

Os dois modelos trazem receitas para novos investimentos e fidelizam clientes para parques temáticos e aquáticos

S seja para trazer novas receitas, ou para avançar recursos para o caixa durante a obra, os modelos de fidelização de clientes são fundamentais para parques de diversão, temáticos ou aquáticos. Os modelos mais utilizados pelos parques brasileiros são os títulos de sócios remidos e passaportes de direito de uso. Os dois possuem vantagens, não há um modelo melhor que o outro, depende da estratégia, do mercado e do público-alvo do parque.

O modelo de título de sócio remido é uma forma de associação vitalícia ao parque. Já com o passaporte o cliente adquire o direito de visitar o parque por um período estipulado no contrato, para depois renová-lo para continuar usufruindo do empreendimento.

Para o diretor-geral do Blue Park, Elvio Andrade, parque aquático em Foz do Iguaçu (PR), um programa de fidelidade bem estruturados traz diferenciais competitivos para o empreendimento. “Oferecer uma experiência única e valorizada pode ajudar a destacar o parque de seus concorrentes, atraindo mais visitantes. Aqui no Blue Park pensamos em ações que impactam diretamente a experiência do cliente, as receitas e a sustentabilidade do negócio a longo prazo, investir em um projeto de fidelização de clientes traz essa vertente à frente do negócio”.

O Blue Park possui o passaporte de direito de uso Blue Park For You. “Nosso passaporte incentiva os clientes a retornarem mais vezes, ainda mais porque oferecemos benefícios para o assinante, como descontos em produtos dentro do parque, o que nos leva a promover um maior valor de vida do cliente (Customer Lifetime Value – CLTV) já que com o passar do tempo o assinante tende a consumir mais, aumentando as receitas provenientes não apenas da entrada, mas também de gastos incrementais em serviços, alimentação, lembranças, etc”.

O sócio da Sparky, Suerlan Santos, empresa especialista em aceleração de performance no setor de



Blue Park, Foz do Iguaçu-PR

entretenimento e turismo, ressalta que investir em fidelização significa migrar seus esforços para geração de receitas recorrentes. “Reduzindo sua vulnerabilidade a impactos por clima, sazonalidade, variações de mercado e de tabela ainda gera um importante valor agregado com visitantes assíduos, impulsionando a reputação da marca, desde que o parque tenha uma gestão da satisfação do cliente e uma comunicação clara e recorrente com os membros fidelizados”.

Segundo Suerlan, os programas de fidelização não impactam nas vendas de ingressos para clientes *day use*, ao contrário, podem agregar em outros negócios do complexo. “Existe uma calibração do impacto em função da estratégia de cada negócio. Mas, independentemente se o projeto tem na esteira produtos de alto valor agregado como: multipropriedade ou time share, o *day use* é o seu melhor *lead*. Trabalhar com inteligência de distribuição pode trazer ainda mais oportunidades de receitas acessórias. Por exemplo, um case de cliente Sparky comprova isso: ao acertar esse posicionamento, a conversão de *day use* para outros produtos teve um crescimento exponencial”.

Vantagens dos modelos de fidelização para parques

O diretor do Blue Park aponta que o modelo de título de sócio remido pode representar economia para os clientes, especialmente para os que frequentam o local regularmente. “Talvez a única desvantagem seja a mudança de interesses pessoais ou condições de vida do cliente, fazendo com que o uso do título não seja mais tão vantajoso quanto inicialmente previsto”.

Elvio explica que o passaporte Blue Park For You gera um fluxo de caixa significativo, que pode ser utilizado para melhorias, expansão ou cobertura de custos operacionais, além de que com um número significativo de assinantes, o empreendimento tem uma base de receita mais estável. “A criação do produto recorrente, como o nosso passaporte, foi cuidadosamente estudada e baseada em estratégias de precificação e gestão da capacidade administrativa do empreendimento. O passaporte que foi desenvolvido, foi pensado em maximizar os benefícios e minimizar as desvantagens desse modelo.”

Para Suerlan, a maior vantagem do título remido, sobretudo para novos projetos, é a antecipação de receitas que possibilitam um investimento de menor custo de implementação do ativo. “Por outro lado, é vital que seja feito um rígido controle de inventário para calcular a disponibilidade do ativo sem comprometer a exploração dos demais produtos e experiência dos clientes”.

No caso do passaporte, o sócio da Sparky pontua que para os clientes com cultura de férias e lazer com hábito regular de utilização esse tipo de produto pode gerar, além de bons descontos, uma série de benefícios e serviços diferenciados. “Para o empreendimento com estrutura administrativa e operacional consolidadas pode trazer mais um gerador de receita recorrente. Por outro lado, se não administrar bem esse fluxo de recebimento e utilização, pode gerar prejuízos para a experiência e para o negócio”.



Suerlan Santos

Outros meios de fidelização



Elvio Andrade

Além dos modelos de assinatura de passaporte e título de sócio remido, o diretor do Blue Park aponta outras formas de fidelizar o cliente do parque, como eventos que oferecem experiências únicas, destinados públicos específicos. “Como o DNA, que é o Dia Nacional da Alegria, e o DNPD, que é um dos maiores eventos da região destinado para pessoas com alguma deficiência”, diz ele, que completa com a importância da comunicação através das redes sociais para engajar os clientes a voltarem mais vezes ao parque.

“Acreditamos que cada uma dessas estratégias pode ser adaptada e combinada para criar um programa de fidelização robusto, que não apenas melhore a experiência do cliente, mas também aumente a receita e promova o crescimento sustentável do parque. A chave é entender o público-alvo do parque e oferecer valor de forma consistente, incentivando os visitantes a retornar e a se tornarem defensores da marca”, conclui Elvio Andrade.

BEACH PARK FECHA CONTRATO DE FINANCIAMENTO COM BANCO DO NORDESTE PARA NOVO RESORT



O Banco do Nordeste (BNB) e o grupo Beach Park assinaram contrato de financiamento de R\$ 86,6 milhões para a implementação do Ohana Beach Park Resort, em Aquiraz (CE). O complexo hoteleiro terá 218 unidades habitacionais e investimento total de cerca de R\$ 100 milhões. Os recursos financiados são oriundos de linha de crédito específica para o turismo, o Proatur com fonte no Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE).

CACAU SHOW ANUNCIA COMPRA DO GRUPO PLAYCENTER



A Cacau Show anunciou um contrato de compra e venda de todas as marcas e ativos do Grupo Playcenter, pioneiro no setor de parques de diversão no Brasil. A transação é mais um passo no novo direcionamento estratégico de negócios da marca de chocolate. O CEO e fundador da Cacau Show, Alê Costa, revelou que um dos objetivos da negociação é “comprar a experiência” do Grupo PlayCenter para realizar o sonho de construir um parque temático da marca.

AMAZON PARQUES & RESORTS INICIA CONSTRUÇÃO DE COMPLEXO TURÍSTICO



Em janeiro de 2024, o Amazon Parques & Resorts deu o pontapé inicial nas obras de seu complexo turístico, em Penha (SC), que combinará parque temático e um resort no modelo de multipropriedade, com capacidade para acomodar 1.056 hóspedes, com um Valor Geral de Vendas (VGV) superior a R\$ 400 milhões, ocupando mais de 20 mil metros quadrados distribuídos em três torres.

GRUPO LAGHETTO GOLDEN SUPERA R\$ 600 MILHÕES DE VGV EM 2023



O ano de 2023 encerra com um recorde histórico para o grupo Laghetto Golden Multipropriedades. O conglomerado, um dos pioneiros no conceito de Multipropriedades em Gramado e região, comemora R\$ 609 milhões em VGV (Valor Geral de Vendas em um único ano), recorde absoluto desde a fundação.

AVIVA ANUNCIA INÍCIO DAS OBRAS DE RETROFIT DE HOTEL E NOVO PARQUE AQUÁTICO NA COSTA DO SAUÍPE



A Aviva anunciou o início das obras de retrofit do Hotel Premium Sol, e a construção do novo parque aquático, o Hot Park Baía das Tartarugas, além de revelar o lançamento de uma multipropriedade para 2024, todos projetos na Costa do Sauípe, na Bahia.

BARRETOS COUNTRY INAUGURA ATRAÇÃO INFANTIL



O Barretos Country Park & Resort, em Barretos (SP), inaugurou em janeiro o Kids Acqua Ville, um megacomplexo com novas piscinas e diversos toboáguas integrados por uma tematização que remete aos antigos vilarejos de Velho Oeste. O Kids Acqua Ville integra o masterplan do grupo, que prevê o investimento de R\$ 250 milhões no Barretos Country, tanto em novas atrações para o parque aquático (o objetivo é chegar a 25 piscinas, com 8.800 m² de lâmina de água), quanto na ampliação da capacidade de hospedagem do resort (alcançando 500 apartamentos até 2026, hoje a oferta é de 218 apartamentos).

GRUPO FERRASA ANUNCIA CHEGADA DE RAFAEL ALBUQUERQUE



O Grupo Ferrasa, detentor do complexo Hot Beach Parques e Resorts, em Olímpia (SP), apresenta seu novo Diretor de Multipropriedade, Rafael Albuquerque, que dará continuidade ao desenvolvimento do empreendimento Hot Beach You, aos produtos do Hot Beach Residence Club e todos os futuros projetos fracionados da empresa, além de cuidar de todo comercial e pós-vendas, e estreitar o relacionamento com todos os clientes da multipropriedade e do clube de fidelização.

GAV RESORTS ATINGE FATURAMENTO DE R\$ 3 BI EM 2023



O crescimento do mercado de multipropriedade no Brasil se consolidou ainda mais em 2023, fechando o ano com números históricos. A GAV Resorts, destacando-se nos setores imobiliário e hoteleiro, registrou um Valor Geral de Vendas (VGV) de R\$ 3 bilhões, marcando o ponto mais alto de faturamento anual já alcançado na história da multipropriedade brasileira.

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

(FU)TURISMO

Encontro de Lideranças do Turismo

Reunindo os principais líderes do turismo, hotelaria, multipropriedade, timeshare e parques turísticos, o (FU)TURISMO tem o propósito de inspirar novas abordagens para impulsionar o segmento.

O (FU)TURISMO é mais do que uma conferência; é uma jornada de descoberta e colaboração, contando com palestras inspiradoras, painéis de discussão interativos, workshops práticos e sessões de networking estratégico.

Aguardem!

***Estratégias
para o futuro***

**TENDÊNCIAS
EMERGENTES**

**Conteúdos
inspiradores**

**Pensamentos
disruptivos**

WORKSHOP

Realização

TURISMO
COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento