

#47 MAIO/2024

TURISMO



COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

Por que a região de Balneário Camboriú e cidades próximas é o novo polo de desenvolvimento da multipropriedade?

Antônio Gomes,
Fundador da TC Brasil

CONSTRUINDO UM LEGADO: 20 ANOS DA TC BRASIL NA PROPRIEDADE COMPARTILHADA

Trul Hotels lança marca hoteleira focada em esportes e lifestyle em parceria com a Layback

Multipropriedade atinge 200 empreendimentos e VGV de R\$ 79,5 bi

TUDO Consultoria e Gestão de Multipropriedade & Vacation Club celebra 5 anos

AMAZON

PARQUES & RESORTS

📍 PENHA • SC

Único Resort com Temática da Amazônia no Mundo.



3 torres



252 aptos



20.000 m²



Bar Molhado



Piscinas
Adulto e Infantil



SPA



Quadra
de Esportes



Academia



Restaurante



Coworking

Nossos ShowRooms

Shopping Anália Franco - São Paulo - SP
Avenida Regente Feijó, 1739 - 03342-900
Loja LR-07, Piso Lirio.

Shopping ABC - Santo André - SP
Av. Pereira Barreto, 42 - Vila Gilda
09190-210 - L225 A 227 - Piso P2

Park Shopping Maia - Guarulhos - SP
Avenida Bartholomeu de Carlos, nº230
Jardim Flor da Montanha - 07097-420

Penha - SC
Avenida Alfredo Brunetti, 561
Armação de Itapocory - 88.385-000

Shopping Iguatemi - Barueri - SP
Alameda Rio Negro, 111 - Alphaville Industrial,
06454-000 - Loja 345

Shopping Catuaí Palladium
Foz do Iguaçu - PR
Av. das Cataratas, 3570 - Vila Yolanda

Nossos parceiros



Multipropriedade e timeshare mostram potencial para novos negócios

Fazer uma revista especial para ser lançada durante o principal evento do mercado é uma responsabilidade enorme, pois o ADIT Share mostra o tamanho e potencial da multipropriedade e timeshare. Tenho convicção que conseguimos finalizar o trabalho de forma fantástica, contemplando vários momentos, lançamentos, novidades e empresas do segmento, debatendo os principais desafios e comemorando as conquistas. A Revista Turismo Compartilhado cada vez mais se consolida como uma ferramenta de geração de novos negócios.

Além de ser lançada no ADIT Share 24, a nova edição também chega em um cenário que o mercado celebra os números da mais recente pesquisa Cenário de Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2024, que registrou 200 empreendimentos e VGV projetado de R\$ 79,5 bilhões.

Para seguir o momento grandioso do mercado e do ADIT Share, trazemos como grande destaque desta edição a TC Brasil, consultoria pioneira da multipropriedade e timeshare, que completa 20 anos em 2024, com muito a compartilhar sobre a evolução e visão para os próximos anos do segmento.

Ainda temos mais alguns dados do estudo de multipropriedades, uma reportagem explicando por que o litoral norte de Santa Catarina está se tornando o novo polo de crescimento da multipropriedade e na região acontecerá o próximo evento Multipropriedade Summit, dias 05 e 06 de agosto.

Continuando com os destaques da multipropriedade e timeshare, a Aviva traz novidades em seus produtos de tempo compartilhado, a Trul anuncia parceria e lançamento de uma nova bandeira hoteleira temática, a TUDO Consultoria comemora cinco anos de história no mercado, e muito mais entrevistas, novidades, artigos.

O ADIT Share, o estudo de multipropriedades e os assuntos abordados na revista nos deixam entusiasmados e otimistas para o futuro do mercado, há um amadurecimento nas empresas, que cada vez mais compreendem que para se manterem relevantes devem buscar a profissionalização e governança corporativa em suas operações.



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

Capa 36

CONSTRUINDO UM LEGADO: 20 ANOS DA TC BRASIL NA PROPRIEDADE COMPARTILHADA



Página 54

Trul Hotéis lança marca hoteleira focada em esportes e lifestyle em parceria com a Layback



Antônio Gomes,
fundador da TC Brasil Consultoria

MERCADO

- 5** O potencial da multipropriedade no Brasil: números que fazem a diferença- Artigo de Ênio Almeida
- 6** Treinamento, desenvolvimento e cultura: um grande desafio, com grandes resultados
- 8** My Mabu faz entrega de mais de R\$ 150 mil em prêmios na temporada 2023/2024
- 10** Mundo Planalto apresenta novo posicionamento de marca e consolida atuação verticalizada
- 12** Hot Beach Parques & Resorts comercializam 60% da primeira fase do Hot Beach You
- 14** Cana Brava Vacation Club comemora 18 anos de operação
- 17** SR Gestão e Consultoria anuncia união estratégica com especialista em propriedade compartilhada

GESTÃO

- 20** Wyndham Hotels & Resorts revela o segredo do seu sucesso na multipropriedade no Brasil
- 22** Entenda as vantagens e desafios na terceirização dos processos financeiros na hotelaria
- 23** Maximizando viagens com novo clube de férias
- 24** Auditorias melhoram gestão para hotéis e multipropriedades
- 25** Enjoy Hotéis & Resorts: uma trajetória de sucesso em operações de multipropriedade
- 26** Plátano analisa um ano e meio de operação à frente do Golden Tulip Canela
- 28** Credlar Vacation investe na modernização do pós-vendas
- 30** Rumo ao futuro: GR Group traça estratégias para crescimento no mercado
- 32** Livá apresenta três cases de sucesso na multipropriedade

TECNOLOGIA

- 40** Esolution investe em modelo de operação disruptivo e inteligência artificial
- 42** Desbravador explica o triângulo da excelência nas multipropriedades

DIREITO

- 45** A importância e essencialidade de uma equipe de advogados especializada em direito imobiliário para empresas de incorporação em multipropriedade - Artigo de Diego Amaral

NEGÓCIOS

- 46** Com recorde de faturamento em seu clube de férias, Aviva aposta em novos produtos no modelo de timeshare, um deles inédito no Brasil
- 49** SurfLand Brasil apresenta case em eventos no Brasil e Portugal
- 50** TUDO Consultoria e Gestão celebra 5 anos
- 52** Marcas e personagens consagrados impulsionam o setor hoteleiro e de entretenimento pelo Brasil
- 56** Pesquisa: multipropriedade atinge 200 empreendimentos e VGV de R\$ 79,5 bi
- 58** Empresa de fotografia pretende expandir no mercado de turismo
- 59** Por que região de Balneário Camboriú e cidades próximas é o novo polo de desenvolvimento da multipropriedade?

EXPERIÊNCIA

- 62** Uma jornada de educação e lazer: Tauá Resorts oferece pacotes exclusivos para escolas

ARQUITETURA

- 64** Arquitetura Positiva- Artigo de Milton Filho

ENTREVISTA

- 65** Com Juan Ignacio Rodriguez, diretor-geral da RCI International e diretor de desenvolvimento de negócios globais RCI



O POTENCIAL DA MULTIPROPRIEDADE NO BRASIL: NÚMEROS QUE FAZEM A DIFERENÇA

O setor de multipropriedade oferece oportunidades incríveis para quem deseja combinar investimento e férias memoráveis. No Brasil, esse mercado está em ascensão, tornando-se uma opção cada vez mais atrativa para quem busca flexibilidade e luxo. Vamos analisar o impacto dessa indústria no Brasil, em comparação com os mercados mundial e dos Estados Unidos.

O Mercado Global de Propriedades Compartilhadas

No mercado global, o setor de propriedades compartilhadas engloba mais de 5.400 empreendimentos em 121 países, com 527.000 unidades em resorts e condomínios. Em 2015, o setor movimentou US\$ 20 bilhões em vendas e sustentou aproximadamente 1,3 milhão de empregos diretos e indiretos. Isso demonstra o alcance e a importância dessa indústria no cenário turístico global.

Mercado dos Estados Unidos

Com cerca de 2.500 empreendimentos e 201.600 unidades, os Estados Unidos têm o maior mercado de propriedades compartilhadas no mundo. Em 2022, movimentou US\$ 10,5 bilhões em vendas, recuperando-se da pandemia de Covid-19. O país destaca-se por oferecer uma diversidade de destinos e modelos de negócios, atraindo diferentes tipos de consumidores.

Oportunidades no Mercado Brasileiro

No Brasil, o mercado de multipropriedade está crescendo rapidamente. São cerca de 200 empreendimentos no país, com um Valor Geral de Vendas (VGV) potencial de R\$ 79,5 bilhões. Este crescimento reflete uma tendência de diversificação e aumento de demanda, especialmente em destinos populares como praias no Nordeste e resorts de montanha no Sul.

Em comparação com o mercado dos EUA, o Brasil ainda tem espaço para expansão. O mercado brasileiro, apesar de menor em tamanho, apresenta grandes oportunidades de crescimento devido à ascensão da classe média e ao aumento do turismo doméstico.

Impacto Econômico no Brasil

Apesar de o mercado brasileiro de multipropriedades ser relativamente menor, ele tem um impacto econômico significativo. O setor contribui para o desenvolvimento do turismo e para o crescimento econômico das regiões onde está presente. O aumento do número de empreendimentos e de frações disponíveis para venda indica que a indústria está prosperando e pronta para continuar crescendo.

O mercado de propriedades compartilhadas no Brasil está em ascensão, oferecendo uma oportunidade substancial para investidores e consumidores. Comparado com os mercados mundial e dos Estados Unidos, o Brasil tem muito potencial para crescimento. O aumento da demanda e o desenvolvimento contínuo deste setor prometem transformar a indústria de multipropriedade em uma força poderosa na economia brasileira.

Sobre Ênio Almeida

Ênio Almeida tem mais de 20 anos de experiência no mercado imobiliário, especialmente no segmento de multipropriedades turísticas. Pós-graduado em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e especializado em Conselheiro de Administração pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), Ênio já ocupou cargos de CEO em grandes empresas do setor e liderou projetos inovadores, como:

- ★ Melhor hotel de multipropriedade do Brasil, segundo a TC Awards;
- ★ Quebrou recordes históricos de vendas, alcançando mais de R\$ 2 bilhões em vendas;
- ★ Ajudou desenvolver mais de 6.000 unidades de Multipropriedades por todo Brasil.



TREINAMENTO, DESENVOLVIMENTO E CULTURA: um grande desafio, com grandes resultados

Com maior equipe comercial da multipropriedade, GAV Resorts apresenta os diferenciais para ter pessoas qualificadas e motivadas



Encontro de imersão de líderes da GAV Resorts

Uma grande empresa de multipropriedade precisa buscar excelência na seleção de destinos e terrenos, nos projetos de arquitetura, inovação e planejamento na construção, eficiência na área comercial, na administração hoteleira, além de toda a gestão e atenção aos clientes. Uma lista muito grande e complexa. Mas ao perguntarmos para Manoel Vicente Pereira Neto, CEO da GAV Resorts, qual o elemento que faz e fará a diferença no resultado e sucesso da empresa, a resposta foi imediata: pessoas.

Cultura organizacional é um diferencial que não se copia com facilidade. Valores e princípios fortes, muito menos. Motivação, comprometimento e responsabilidade são difíceis de garantir em uma longa jornada. E para

garantir tudo isso em uma organização são necessários: estratégia, treinamento e desenvolvimento.

No caso da GAV Resorts, são muitas áreas diferentes, mas os princípios e valores precisam ser conhecidos e seguidos por todos. E são tão importantes que o CEO e diretores da GAV Resorts realizaram uma live para todos os colaboradores, reforçando cada princípio - e estes foram definidos com a participação de todas as áreas. Da mesma forma, o código de ética foi construído, impresso, distribuído e apresentado em treinamentos por toda a empresa.

Liderança e desenvolvimento comercial

No caso da área comercial líder em multipropriedade no país, a importância da cultura é total. Átila Gratão, Vice-Presidente Comercial, é um especialista no tema e construiu com sua equipe um time muito coeso, mesmo que distribuído de Norte a Sul do país. Para isso, alguns fatores são fundamentais. Treinamentos frequentes são a base, em todas as localidades onde a empresa atua. A liderança também participa de encontros regionais e nacionais, com alinhamentos tanto comportamentais quanto técnicos, para depois compartilharem todo o conteúdo nas suas regiões. E participam de uma confraternização a cada encontro, apoiando a construção de vínculos fortes entre as pessoas da equipe.

Imersão 2024: O Ano da Excelência

E, anualmente, o encontro nacional acontece. Em 2024, realizado em Salinas, no Pará, com mais de 300 pessoas presentes, foi realizado o "Imersão 2024: o ano da excelência". O maior treinamento de multipropriedade do Brasil. O evento vai desde aspectos técnicos, com diversas palestras, até o seu grande diferencial: a cultura e formação de um time comercial extremamente forte. Com foco na palavra time: equipes que buscam o resultado em conjunto, que são solidárias e buscam apoio mútuo. Um dos maiores atletas brasileiros, o lutador de artes marciais Minotauro, ao sair de sua palestra no evento, comentou que ficou impressionado com a garra e união da equipe.

A área de Recursos Humanos, em parceria com os outros departamentos, desenvolveu um calendário completo de treinamentos e eventos ao longo do ano, desde a celebração de datas comemorativas como Dia das Mães e Dia dos Pais (com palestras sobre temas relevantes sobre maternidade e paternidade), Natal, Páscoa, entre outros. A realização de eventos de conscientização e informação, em datas como Janeiro Branco (Saúde Mental) Outubro Rosa e Novembro Azul (Câncer e cuidados com a saúde respectivamente Mulheres e Homens), têm possibilitado diálogos sobre a temática da saúde, reforçados por uma saudável competição que visa a prática de atividade física - o Desafio Saúde. E o importante trabalho da psicóloga Margareth Isaac, que apoia as equipes e palestra sobre temas relevantes para o bem estar dos colaboradores, que tem feito a diferença.

Foco em Excelência e Desenvolvimento

PESSOAS! Esse sempre será o foco para a excelência nessa área, e o grande diferencial competitivo de uma empresa de ponta.

Em um mercado onde alta performance é fundamental, os desafios de um mercado ao mesmo tempo com tanto crescimento e tantas oportunidades demandam das organizações que realmente 2024 seja o ano da excelência.

Em especial com foco nas equipes!



Complexo turístico da GAV Resorts em Salinópolis-PA

MY MABU FAZ ENTREGA DE MAIS DE R\$ 150 MIL EM PRÊMIOS NA TEMPORADA 2023/2024



Festa de entrega das premiações

Para o My Mabu, a divisão de Multipropriedade e Vacation Club do Grupo Mabu, a temporada de verão, 2023/2024, teve muito a ser comemorada e nada melhor que um grande evento para entregar a premiação recorde que estava em jogo. Para reconhecer os grandes campeões de captação, vendas, pós-vendas e todos os destaques dos outros departamentos que fazem essa engrenagem funcionar, a premiação foi marcada por muita emoção, um evento que entrou para o calendário do empreendimento.

"Estamos muito felizes em premiar e reconhecer os grandes esforços e toda a dedicação dos nossos times com uma premiação recorde, correspondente a mais de R\$ 150 mil reais", comemora Raimundo Pimenta CEO do My Mabu.

Em comparação com o ano anterior, a temporada 2023/2024 do My Mabu surpreendeu nos resultados alcançados. Para Raimundo Pimenta, os bons resultados alcançados se deram pela padronização dos processos, controles e treinamentos assertivos da equipe, otimização de custos e maior aproveitamento das funções administrativas, resultando em uma maior produtividade com um quadro mais enxuto. "A integração eficaz de todos os departamentos impulsionou a sinergia e fortaleceu a gestão, possibilitando que os times superassem expectativas e entregassem resultados impressionantes", salienta.

Além disso, foram diversas ações de fidelização dos clientes que fizeram a média móvel de cancelamento cair mais de 10 pontos no último ano. "Não se trata apenas de vender, mas de vender o produto certo para o cliente certo", enfatiza Pimenta.

Outro destaque vai para o time de vendas online, que registrou um crescimento espetacular de 246% em relação a 2022. O ano de 2023 também foi marcado por investimentos

em estrutura física, como a criação de uma nova sala de pós-vendas, a reforma da sala de vendas e novos pontos de captação, proporcionando um ambiente mais agradável e eficiente para clientes e colaboradores. "Para 2024, os desafios estão ainda maiores, mas com um time engajado e dedicado, e com os investimentos assertivos que fizemos, estamos prontos para alcançar a meta do ano", finaliza Raimundo Pimenta.



Raimundo Pimenta, CEO do My Mabu

Confira registros da Festa de Premiação



CEO do My Mabu participa da ARDA 2024 em Las Vegas

O maior evento sobre timeshare e multipropriedade do mundo, promovido pela ARDA (American Resorts Development Association), desembarcou esse ano em Las Vegas. Mais de 1.200 profissionais do mundo todo discutindo em três dias as tendências do turismo compartilhado. O CEO do My Mabu, Raimundo Pimenta e vários outros *players* da indústria no Brasil, estiveram presentes.

“O My Mabu está sempre em busca de inovar e este ano a capital mundial do entretenimento ser palco da ARDA nos possibilitou termos uma experiência ainda mais proveitosa”, destacou Pimenta.

A presença do CEO do My Mabu na ARDA 2024 em Las Vegas provou ser extremamente produtiva e estratégica para a empresa. Durante o evento, realizado no prestigiado Bellagio Resort & Casino, o CEO teve a oportunidade de interagir com outros líderes do setor, trocando *insights* valiosos e práticas recomendadas, além de realizar visitas técnicas em grandes empreendimentos, o que é essencial para manter a inovação e desenvolver novos produtos e serviços para os clientes.

“O mercado Brasileiro cresce muito todos os anos e ver pessoalmente o potencial de crescimento que ainda temos,

nos deixa ainda mais empolgados em alavancar nossos investimentos e esforços para fazer o My Mabu cada dia maior e muito melhor para todos nossos clientes e colaboradores”, conclui Raimundo Pimenta.



Raimundo Pimenta com Fabiana Leite, da RCI e Vinícius Pereira, da Proxy

MUNDO PLANALTO apresenta novo posicionamento de marca e consolida atuação verticalizada

Em contagem regressiva para entrega de Castelos do Vale, empresa garante qualidade e experiência do cliente em projetos de todo o Brasil



Obras em Bento Gonçalves encontram-se aceleradas e o primeiro resort brasileiro dentro de uma vinícola no Brasil será entregue em novembro de 2025

Mundo Planalto Parques e Resorts é a nova denominação de um grupo que há mais de uma década valoriza o entretenimento, lazer e experiências, com projetos no Sul do país e em Goiás, onde a história da marca começou. A missão da empresa é simples, mas não é fácil, como salientam os sócios da companhia: tornar a vida mais divertida.

A mudança acompanha o reposicionamento do Mundo

Planalto para se consolidar como um *player* de atuação diferenciada no mercado. O objetivo é destacar para todos os públicos com que se relaciona que o Mundo Planalto está presente em 100% das etapas de seus projetos.

“Nossa origem como empresa remonta a 2013, quando começamos um grandioso *masterplan* na grande Goiânia. São mais de 6 milhões de metros quadrados em que instalamos a Cidade do Lazer Terra Santa, uma comunida-



COO Wesley Reis e CEO José Roberto Nunes, em entrevista para a Forbes, onde reforçam o novo posicionamento da empresa como **Mundo Planalto Parques & Resorts**



Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado, lançado em outubro de 2023

de planejada que se tornou precursora do que temos hoje”, lembra José Roberto Nunes, CEO e sócio da companhia. “O reposicionamento de marca, com a assinatura Mundo Planalto Parques & Resorts, representa o fato de sermos um *player* que atua em 100% das etapas de um projeto, agregando experiência e entretenimento aos clientes e proprietários”, completa.

O sócio do Mundo Planalto, Wesley Reis, explica que existe um comportamento padrão no mercado imobiliário: o fato de projetos do setor terem começo, meio e fim. Porém, segundo ele, após a entrega, acontece apenas a assistência técnica e o pós-obra.

“No nosso caso, é diferente. Estamos falando de um acompanhamento de todas as etapas, principalmente das experiências do cliente durante a sua jornada conosco. A gente se preocupa com a comercialização, com o pós-vendas, com a incorporação, e, depois da entrega, estamos trabalhando fortemente na entrega da experiência desse cliente com a marca. O primeiro passo disso foi o Arca Parque, o parque aquático temático que funciona como âncora na Cidade do Lazer Terra Santa, e estamos em contagem regressiva para 2025, quando teremos a entrega de Castelos do Vale Resorts, em Bento Gonçalves - RS, onde vamos administrar e operar o primeiro resort construído numa vinícola no Brasil”, afirma Reis.

O Castelos do Vale Resorts inova no enoturismo. É o primeiro hotel com programação de resort dentro de uma vinícola, a Dom Cândido, em Bento Gonçalves. As obras estão a todo vapor e a entrega segue cravada para novembro de 2025, mantendo o compromisso do Mundo Planalto em entregar seus empreendimentos 100% no prazo proposto. Enquanto a entrega não chega, ainda em 2024, a empresa planeja o lançamento de mais dois resorts da bandeira Castelos do Vale. Um deles em Gramado - RS e outro no Vale dos Vinhedos.

Outro projeto de peso do Mundo Planalto é o Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado. Lançado em outubro de 2023, é o maior empreendimento da marca internacional em território brasileiro. Seu lançamento é um verdadeiro sucesso e já supera R\$ 300 milhões em vendas. Os mais de 144 mil metros quadrados de empreendimento receberão 9 opções gastronômicas em solo brasileiro pela primeira vez, um SPA que carrega a bandeira mundialmente conhecida, além de shows diários em uma Rock Plaza com capacidade para mais de 2 mil pessoas.

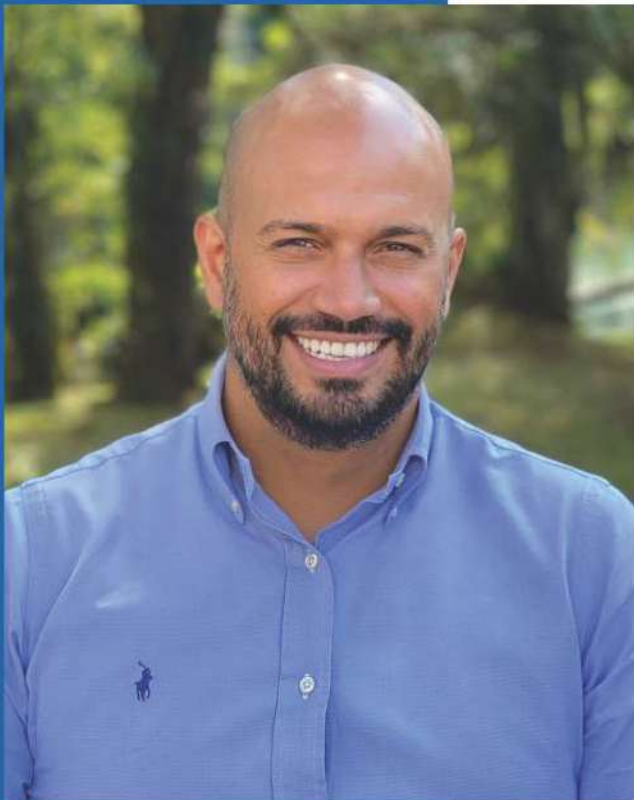
“Além de um resort, trata-se de um grande equipamento de entretenimento para a cidade e de apoio aos anseios turísticos de Gramado. Ampliando as opções de espaços de eventos e outros equipamentos que garantem a descentralidade do fluxo turístico para outras áreas da cidade. Também aderimos a diversos itens da pauta ESG, e investiremos mais de R\$ 15 milhões em projetos sociais, culturais, ambientais e de infraestrutura na cidade”, finaliza o CEO do Mundo Planalto, José Roberto Nunes.



Cave do Castelos do Vale Resort, local dedicado para o armazenamento dos tonéis de vinhos dos proprietários

HOT BEACH PARQUES E RESORTS COMERCIALIZAM 60% DA PRIMEIRA FASE DO HOT BEACH YOU

Profissionalização impulsionando a empresa rumo a um futuro de sucesso



Rafael Albuquerque, Diretor de Multipropriedade, confirma a importância da profissionalização dos seus colaboradores de vendas de multipropriedade para garantir uma experiência excepcional aos seus clientes. Para isso, a empresa Hot Beach Parques e Resorts investe em capacitação e treinamento contínuo, aprimorando as habilidades e conhecimentos da equipe de vendas.

Os profissionais de vendas de multipropriedade passam por treinamentos específicos que abrangem desde técnicas de atendimento ao cliente até o conhecimento detalhado dos produtos e serviços oferecidos pela empresa. Além disso, são capacitados em aspectos como negociação, comunicação eficaz e gestão de relacionamento com o cliente.

Essa profissionalização não apenas aumenta a eficácia das vendas, mas também contribui para a construção de relacionamentos sólidos com os clientes, promovendo a fidelização e a satisfação do público. Dessa forma, o Hot Beach Parques e Resorts se destaca no mercado não apenas pelos seus produtos e serviços de qualidade, mas também pelo profissionalismo e excelência de sua equipe de vendas.



HOT BEACH YOU

um gigante em crescimento



Um dos mais imponentes empreendimentos dos últimos tempos em Olímpia, o Hot Beach You teve sua 1ª fase 60% comercializada.

O sucesso absoluto de vendas é reflexo da profissionalização de nossos colaboradores que acreditam que o empreendimento é um lugar especial e que oferecerá uma experiência de vida excepcional em uma localização privilegiada.

Já em construção, o Hot Beach You terá 800 apartamentos com localização privilegiada, próximo ao parque aquático Hot Beach Olímpia com acesso ilimitado a todos os proprietários. A expectativa é que o restaurante do empreendimento que marcará a inovação gastronômica em Olímpia seja inaugurado no 2º semestre de 2024.

E para impulsionar ainda mais as vendas da próxima fase, o grupo já antecipa que ainda esse ano trará novas atrações para o 4º parque aquático mais visitado da América Latina, Hot Beach

Olímpia, que aumentou a sua metragem em julho de 2023 com o Jardim da Turma.

Sobre a empresa

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



CANA BRAVA VACATION CLUB COMEMORA 18 ANOS DE OPERAÇÃO

Clube de desempenha um importante papel nos resultados gerais do resort em Ilhéus

Um dos melhores exemplos no Brasil de como um vacation club traz várias oportunidades de aumentar a ocupação e novas receitas é o Cana Brava Vacation Club, clube de férias do Cana Brava All Inclusive Resort, em Ilhéus (BA), que em 2024 completa 18 anos de operação.

Hoje, o Cana Brava Vacation Club conta com 45 colaboradores divididos entre gestores de marketing, vendas e administrativo, vendas on-line, telemarketing, promotores, consultores e supervisores. Ao longo destes 18 anos, o clube de férias já atendeu mais de 45 mil famílias, com mais de 20 mil contratos fechados e, atualmente, conta com uma média de seis mil associados ativos.

Para falar sobre os 18 anos do clube de férias, conversamos com Rafael Espírito Santo, diretor comercial do Cana Brava Resort, e Rui Aires Amaro, diretor do Vacation Club e sócio da R2 Soluções Inteligentes, consultoria de negócios em tempo compartilhado responsável pela comercialização do projeto.



Imagem aérea do Cana Brava All Inclusive Resort, Ilhéus-BA



Área de lazer do empreendimento

O que significa para o Cana Brava ter o vacation club completando 18 anos?

Rafael Espírito Santo - Para nós, completar 18 anos de vacation club é motivo de comemorar, pois temos um produto consolidado com uma equipe de profissionais que traz para nossos clientes e empreendimento uma excelente opção de um clube de viagens consolidado.

Como surgiu o projeto do vacation club?

Rui Aires Amaro - Foi uma indicação da RCI, em 2005. Vim conhecer o projeto e o resort, junto com meu antigo sócio, o saudoso André Moretti, e em janeiro de 2006 iniciamos a operação.

Qual a importância do vacation club para o Cana Brava Resort?

Rafael Espírito Santo - Para nós do Cana Brava Resort, o vacation club é de extrema importância, pois auxilia em uma

ocupação sustentável, além de ser uma receita adicional de grande valia para o resort. Outro ponto muito importante é o fato de trazer clientes fiéis à nossa marca, os quais se sentem privilegiados ao fazerem parte do nosso clube de férias.

Quais os planos do Cana Brava Vacation Club?

Rui Aires Amaro - Continuar crescendo, sabemos da nossa responsabilidade e temos sempre que buscar melhorias, inclusive nos processos, trabalharemos sempre juntos com toda equipe para proporcionar a melhor experiência para os sócios.

Qual o motivo da longevidade do projeto do vacation club no Cana Brava Resort?

Rui Aires Amaro - Compromisso com a verdade, ética e profissionalismo de todos os envolvidos - investidores, vendedores e usuários - a sinergia desses três pilares precisa sempre estar alinhada.

R2 Soluções Inteligentes traz novas abordagens para mercado de propriedade compartilhada

Consultoria conta com quatro projetos em operação

Fundada pelos empresários Rafael Espírito Santo e Rui Aires Amaro para o desenvolvimento, implantação e comercialização do Cana Brava Vacation Club, a consultoria R2 Soluções Inteligentes vem galgando o seu lugar no mercado de propriedade compartilhada, trazendo novas abordagens para o negócio e fechando mais parcerias.

Atualmente, a R2 Soluções Inteligentes conta com quatro projetos, o Cana Brava Vacation Club (com duas

salas de vendas: uma em Ilhéus e outra em Vitória da Conquista – BA), o clube de férias do Opapa Praia Hotel, em Ilhéus, o projeto de vacation club e multipropriedade do Itiquira Park, em Formosa (GO), e a multipropriedade Beach House Dunas Beberibe, em Morro Branco (CE).

“Nosso plano é continuar fortalecendo nossa base, investindo principalmente nos nossos colaboradores, que são o nosso maior patrimônio”, afirma Rui Aires Amaro, sócio da R2 Soluções Inteligentes.



Opapa Praia Hotel, Ilhéus-BA



Beach House Dunas Beberibe, em Morro Branco-CE



Itiquira Park, em Formosa-GO

Serviços oferecidos pela R2 Soluções Inteligentes

- Consultoria e comercialização de timeshare e multipropriedade
- Sistema de gestão
- Material gráfico personalizado
- Estudo de viabilidade
- Implantação da operação
- Desenvolvimento do produto ideal



Escritório da R2 Soluções Inteligentes



CANA BRAVA®
all inclusive resort

Cana Brava Vacation Club premia melhores profissionais

O clube de férias do Cana Brava All Inclusive Resort premiou os colaboradores com melhores desempenhos dos anos 2022 e 2023, em todas as áreas do projeto: marketing, vendas, pós-vendas, vendas on-line, administrativo. Confira algumas fotos do reconhecimento:



SR GESTÃO E CONSULTORIA ANUNCIA UNIÃO ESTRATÉGICA COM ESPECIALISTA EM PROPRIEDADE COMPARTILHADA

A parceria visa oferecer soluções mais completas, impulsionando a excelência operacional e a satisfação do cliente em toda a cadeia de valor

Visando fortalecer ainda mais os serviços oferecidos pela SR Gestão e Consultoria - consultoria especializada em estratégias de negócios - abrangendo soluções mais amplas e eficazes para seus clientes, Susane Roma, fundadora da empresa, anuncia parceira estratégica com Elaine Moretti, que possui 25 anos de experiência no setor e é especialista em treinamento, gestão de pós-vendas e clubes de viagem.

Esta união representa um passo significativo para ambas as partes, permitindo que ofereçam soluções mais completas e personalizadas para as demandas do mercado. Combinando o conhecimento especializado da SR Gestão e consultoria com a experiência prática de Elaine Moretti, a parceria visa impulsionar a excelência operacional e a satisfação do cliente em toda a cadeia de valor.



Susane Roma (à esq.) e Elaine Moretti (à dir.)



Serviços oferecidos pela SR Gestão e Consultoria

Estratégias para a experiência do cliente

A consultoria oferece serviços que abrangem uma abordagem *end to end*, partindo do diagnóstico detalhado da estratégia e operação, indo até o plano de melhorias e implementação de estratégias no pós-vendas. "Combinando nosso profundo conhecimento em intercâmbio e clubes de viagem", afirma Susane Roma.

Abordagem

Partindo do entendimento das necessidades específicas de cada cliente, a SR fornece estratégias personalizadas para a estruturação e gestão de clubes de fidelização e viagem.

Vislumbre de Metodologia

- **Deep dive e Mapeamento Estratégico**

Através de reuniões e entrevistas com os gestores departamentais, a SR procura entender toda a estrutura e funcionalidades, de forma a elaborar um plano assertivo de implementação. "Além disso, conduzimos entrevistas com colaboradores-chave para identificar oportunidades de inventário e aprimoramentos sistêmicos", detalha a fundadora da SR.

- **Comparação e Coleta de Dados Estratégicos**

Elaboração de uma análise minuciosa da política atual do cliente, alinhando-a com as melhores práticas de mercado. "Coletamos dados essenciais, incluindo velocidade de vendas, inadimplência, precificação de carteira, entre outros, para embasar nossas recomendações", completa Susane.

- **Identificação de Oportunidades e Pesquisa de Satisfação**

Visitas às operações, quando necessário, para mapear potenciais pontos de desenvolvimento e colher *feedback* através de pesquisas de satisfação, garantindo que a estratégia esteja alinhada com as expectativas do cliente.

- **Do Diagnóstico à Execução:**

A abordagem prática não termina no diagnóstico. A SR acompanha de perto a implementação, garantindo que cada passo seja executado com precisão. "Nosso objetivo é entregar resultados proporcionando uma experiência diferenciada, desde o primeiro contato até a entrega final do serviço", garante a executiva.

- **Resultados que Surpreendem**

"A SR Gestão e Consultoria acredita que a chave para o sucesso está na compreensão profunda das necessidades do cliente e na entrega consistente de resultados que superem as expectativas", conclui Susane Roma.



Consultoria
Multipropriedade & Fracional

PIONEIRA NA IMPLANTAÇÃO DOS MAIORES PROJETOS DE TIMESHARING E MULTIPROPRIEDADE DO BRASIL

A CLM Consultoria é uma das pioneiras no mercado de timesharing e multipropriedades do Brasil, com mais de 30 projetos lançados em seu portfólio. Dentre eles, destacamos a implantação de alguns dos maiores projetos de timesharing do Brasil, como o Beach Park Vacation Club de Fortaleza, o Le Canton Vacation Club de Teresópolis, o Transamérica Resort Comandatuba na Bahia e o Hotel Casa da Montanha em Gramado, entre diversos outros pelo país. Já na década de 2000, a CLM implantou um dos primeiros projetos de multipropriedade do Brasil, o Quintas Private Residence na Costa do Sauípe, em parceria com a Odebrecht.

Na sua trajetória, contribuiu para que seus clientes chegassem a um acumulado de mais de 90 mil contratos comercializados, um marco significativo na indústria das propriedades compartilhadas no Brasil.

A empresa é uma das mais tradicionais dentro do seu segmento de atuação, aplicando uma metodologia própria para auxiliar aos investidores e incorporadores, uma verdadeira mentoria que vai desde o Masterplan do projeto, a sua incorporação imobiliária, os estudos de viabilidade mercadológica e financeira, todas as previsões orçamentárias, suporte jurídico na incorporação e elaboração dos contratos, apoio na captação de investimentos, estratégia de marketing para a criação da identidade visual e das suas campanhas, afiliação do empreendimento às redes de intercâmbio de semanas, a implantação dos processos comerciais, a seleção e capacitação das equipes de venda, gestão de carteira e análise de performance, até a gestão de relacionamento com clientes e pós-vendas.

A história da consultoria se confunde com a de seu fundador, o empresário Clóvis Meloque, que atua nesta indústria desde o seu início nos anos 90. Com passagens por inúmeros projetos no Brasil e nos Estados Unidos, Clóvis Meloque também foi o diretor geral da filial brasileira da Interval International, agregando um amplo entendimento do mercado através do desenvolvimento, planejamento e coordenação de inúmeras incorporações. Hoje a CLM disponibiliza seus mais de 30 anos de experiência para formatar novos produtos no mercado nacional.

Com base nesse conhecimento, em 2023 lançou no mercado nacional a tokenização de multipropriedades, criando a CLM Token. Esse lançamento representa uma revolução dentro do mercado imobiliário, pois permite aos investidores se tornarem proprietários de uma fração digital do empreendimento, com os mesmos direitos que os compradores das frações imobiliárias, agregando serviços e descontos aos associados e com a vantagem adicional de realizarem um investimento inicial menor daquele exigido na compra de uma cota imobiliária.

Em breve será lançada uma plataforma de tecnologia para vendas online, que estará disponível para auxiliar os resorts na venda de suas cotas (multipropriedade e timesharing), como apoio à venda tradicional.

Clóvis Meloque também é co-fundador da Smart Sharing, empresa focada em incorporações imobiliárias, na administração e gestão hoteleira e de condomínios e na comercialização de empreendimentos de terceiros.



VISITE O SITE DA CLM CONSULTORIA:



- **Incorporação**
- **Gestão**
- **Comercialização**

A Smart Sharing vem atuando desde 2017 nos segmentos de propriedades de férias, multipropriedades e fractional. Contando com profissionais de renome e com histórico de resultados consistentes ao longo de suas carreiras profissionais, nos últimos anos a Smart Sharing apresentou um grande crescimento, tanto na sua base de clientes como na quantidade de projetos que administra.

Contando com uma equipe multidisciplinar, hoje a Smart Sharing oferece um pacote robusto de soluções, que vão da incorporação imobiliária em projetos de terceiros, até a administração e gestão de hotéis e condomínios, a consultoria e planejamento de incorporações imobiliárias, bem como a comercialização de empreendimentos de terceiros, além de seguir atuando na consultoria de projetos de multipropriedade. A Smart Sharing também realiza o investimento em imóveis próprios, focados no público de diárias e de multipropriedade.



CLOVIS MELOQUE



FABIANO CORDARO

CONSULTORIA E PLANEJAMENTO EM INCORPORAÇÕES IMOBILIÁRIAS, TURÍSTICAS E HOTELEIRAS

A Smart Sharing oferece a consultoria em todo o planejamento de incorporações imobiliárias, incluindo orientação jurídica em registros imobiliários, aprovações municipais, concessionárias e ambientais. Também desenvolve e gerencia projetos de incorporação imobiliária nos segmentos residencial e hoteleiro em todas as suas etapas.

Complementar a tudo isso, também atua diretamente na identificação e orientação da compra dos ativos, além da elaboração do estudo de viabilidade e da análise financeira. Também assessoria na busca de recursos e investimentos para viabilizar os projetos em que atua.

ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO HOTELEIRA E DE CONDOMÍNIOS

A empresa oferece um suporte profissional completo na gestão hoteleira e de condomínios, com objetivo de criar uma experiência de qualidade para seus hóspedes e proprietários e uma administração profissional e eficiente, com resultados efetivos para seus clientes e investidores.

O gerenciamento da operação tem foco na eficiência dos processos e na satisfação do cliente. Hoje a Smart Sharing é uma referência em administração e gestão inteligente de projetos, sejam eles condomínios tradicionais ou de multipropriedade.

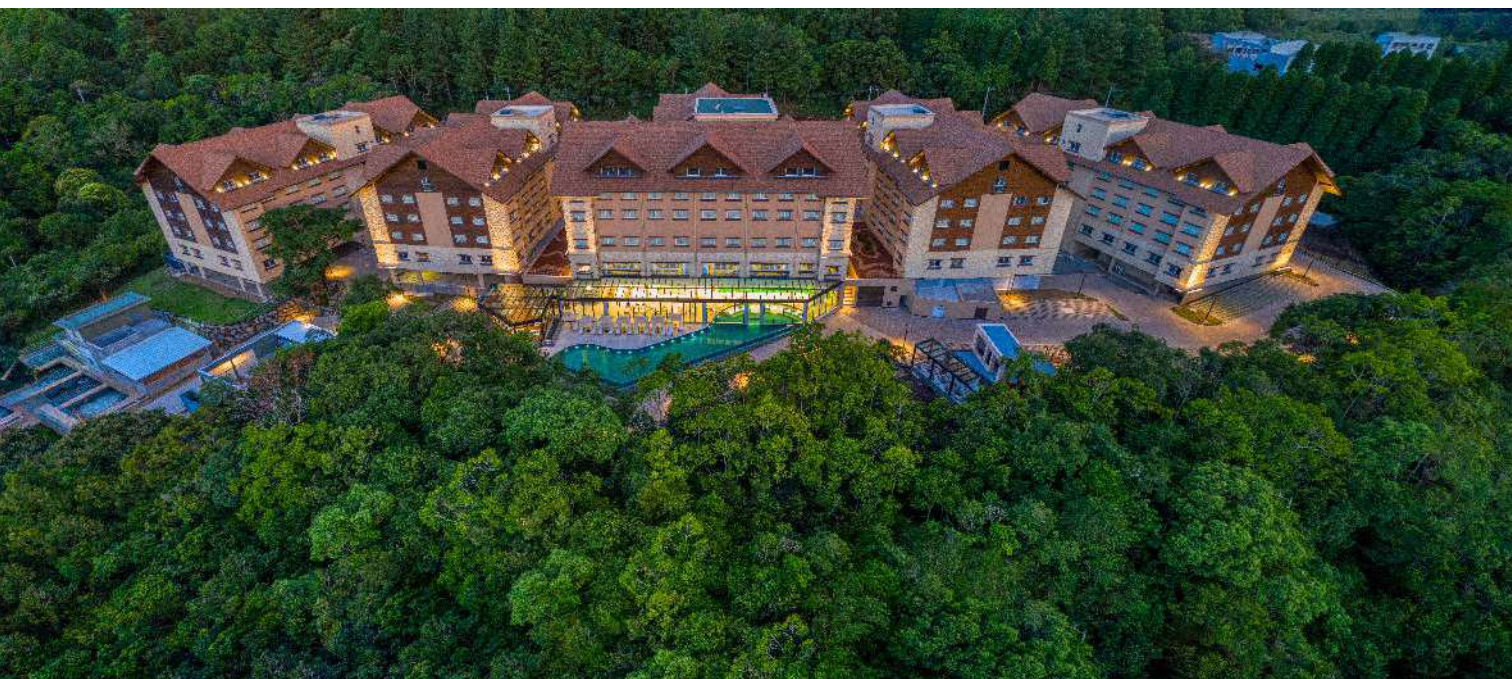
CONSULTORIA EM PROJETOS DE MULTIPROPRIEDADE

A Smart Sharing oferece soluções sob medida para o desenvolvimento de novos projetos de multipropriedade, contando com uma equipe formada por profissionais experientes e especializados em diferentes áreas, como direito imobiliário, gestão de projetos de marketing, seleção e treinamento de times de vendas.

Dessa forma, a Smart Sharing consegue oferecer uma solução de implantação de projeto com visão 360°, que vai desde a incorporação imobiliária, o estudo de viabilidade financeira, passando pela seleção e treinamento das equipes de promoção e de vendas, até a estruturação do pós-vendas e da gestão de carteira.

WYNDHAM HOTELS & RESORTS REVELA O SEGREDO DO SEU SUCESSO NA MULTIPROPRIEDADE NO BRASIL

Em uma entrevista com dois dos principais executivos da empresa responsáveis por novos negócios no País, desvendamos como a maior empresa de franquia de hotéis do mundo vem conquistando os investidores



Gigante americana administra empreendimentos de multipropriedade no Brasil: Wyndham Olimpia Royal Hotels e Wyndham Gramado Termas Resort&Spa (foto), são destaques e somam mais de 1500 quartos

O mercado de multipropriedade no Brasil vem se mostrando há anos um forte aliado da hotelaria. No entanto, ingressar nesse setor que a cada ano mostra crescimento consistente requer não apenas capacidade de investimento e um perfil empreendedor.

É preciso ter conhecimento pleno dos diferentes aspectos que envolvem esse negócio, que passam pela escolha do destino, projeto arquitetônico e design, estratégias de promoção e vendas e um compromisso com uma gestão precisa e transparente.

Não à toa, no Brasil, a Wyndham Hotels & Resorts, a maior empresa de franquia de hotéis do mundo com mais de 9.200 empreendimentos em 95 países, é a única companhia internacional a atuar nessa frente. E a decisão estratégica vem se mostrando acertada.

Nos últimos anos, a multipropriedade vem respondendo por cerca de 30% dos novos contratos assinados pela compa-

nhia no País e isso se deve aos cases de sucesso que a Wyndham tem em solo nacional: o Wyndham Olimpia Royal Hotels, no interior de São Paulo, e o Wyndham Gramado Termas Resort&Spa, no Rio Grande do Sul.

Empreendimentos que juntos somam mais de 1.500 apartamentos e reúnem mais de 15.000 proprietários, os indicadores alcançados com essas operações são extremamente positivos e atraem a atenção de novos investidores.

Para entender o que faz a Wyndham Hotels & Resorts ser atualmente um dos *players* mais desejados por investidores no Brasil, a revista Turismo Compartilhado convidou o diretor de Novos Negócios para o Cone Sul, Armando Ramirez, e a gerente sênior de Novos Negócios, Luciana Kuzuhara para uma conversa.

O resultado e os "segredos" que fazem a empresa ter sucesso nesse mercado você descobrirá a seguir:



Maria Carolina Pinheiro, vice-presidente de desenvolvimento para a América Latina, (à esq.); e os executivos Armando Ramirez e Luciana Kuzuhara

Qual a sua avaliação sobre o mercado de multipropriedade no Brasil?

Armando Ramirez (AR) - A multipropriedade não tem mais espaço para amadores. O mercado cresceu e vai ampliar ainda mais e somos um exemplo disso. Já temos 16 empreendimentos no País, entre projetos e hotéis em operação, e novos que estão por vir.

Luciana Kuzuhara (LK) - Quem quer ter vida longa no setor, colhendo resultados positivos, precisa mais do que uma boa ideia e capacidade de investimento, é preciso ter bons parceiros. Quem entendeu essa combinação vem tendo sucesso hoje no mercado. 2024 começou aquecido e promete ser um ano de muitas novidades.

Qual o segredo da Wyndham Hotels & Resorts para ser um player tão desejado neste mercado?

AR - Entendemos do negócio. Nossos executivos têm décadas de experiência com multipropriedade e acompanham o investidor de ponta a ponta, até a entrega do empreendimento. Além disso, por nossa estrutura global, oferecemos facilidades e diferenciais difíceis de serem copiados: isso vai desde uma área de arquitetura e construção que orienta o investidor no desenvolvimento do projeto com a elaboração dos fluxos operacionais; passa pela estruturação da convenção de condomínio; definição dos custos condominiais até o momento da operação. A partir desse momento, a Wyndham disponibiliza uma estrutura global de visibilidade e vendas e um programa de fidelidade, um dos maiores do mundo, com mais de 108 milhões de membros ativos. Com tudo isso, oferecemos estrutura e segurança, tudo que o investidor busca.

LK - Quando falamos em multipropriedade, transparência e precisão são pontos que não podem faltar. E hoje temos um modelo de atuação que garante ao investidor e aos proprietários essa segurança. Nós gerimos aproximadamente 15.000 proprietários em dois empreendimentos, uma operação que apenas um time altamente profissional consegue suportar registrando ano a ano resultados expressivos. Temos uma comunicação afinada com os interesses dos investidores que passa por sempre oferecer um serviço singular ao hóspede.

O que faz um empreendimento de multipropriedade ter sucesso?

AR - Atender alguns fatores é vital para ter sucesso nessa equação: estrutura atraente e funcional, capacidade e oferta de lazer, um destino com estrutura complementar ou capacidade para desenvolver, entendimento do serviço hoteleiro e uma marca forte que lhe confere visibilidade, atração e certeza de qualidade, mesmo antes de o projeto estar de pé.

LK - Uma marca que entende claramente o conceito da multipropriedade é um fator preponderante para o sucesso. Para que haja êxito é preciso o entendimento deste modelo de negócio que prevê que o proprietário da fração pode utilizar a sua semana, trocá-la por meio do intercâmbio e, além disso, ter a possibilidade de colocá-la no pool de locação.

Qual a capacidade de a Wyndham Hotels & Resorts crescer ainda mais na multipropriedade no Brasil?

AR - Somos uma empresa de capital aberto, com ações na Bolsa de Nova York e orientação para a geração de resultados a partir da experiência do hóspede. Diante disso, crescer é parte do nosso dia a dia. O Brasil tem uma capacidade grande de aceitação da multipropriedade e trabalhamos todos os dias com a nosso conhecimento do setor para ajudar os investidores a desenvolver novos negócios e com isso fortalecer o turismo no Brasil.

LK - Por conta da nossa experiência no segmento, conhecemos os principais comercializadores e fornecedores e ajudamos em aspectos que vão das definições que envolvem o entretenimento, passam pela arquitetura e construção e chegam à gestão de um projeto com tal perfil. Ou seja, nossas soluções são completas, o que nos dá a certeza que somos um *player* muito interessante aos nossos clientes. Eles conseguem em um único lugar encontrar todas as soluções que precisam para concretizar seu projeto.

Qual a diferença entre ter uma bandeira internacional e uma nacional em um empreendimento de multipropriedade no Brasil?

AR - Quando falamos em multipropriedade, entendemos que é um conceito complexo de operação, uma vez que temos proprietários que desejam usufruir seu bem e outros que colocam a sua semana no *pool* de locação. Ou seja, trata-se de uma operação que requer profundo conhecimento em gestão e hospitalidade. Adaptamos os indicadores hoteleiros já presentes em nossos hotéis pelo mundo aos projetos de multipropriedade, garantindo às operações uma administração otimizada, com controle preciso e que gera transparência e confiabilidade aos proprietários da semana. Quando falamos de uma rede como a Wyndham, além de termos essas soluções, trazemos bandeiras internacionais reconhecidas no mundo todo, o que gera maior credibilidade.

LK - Gerenciar um grupo heterogêneo de investidores, com interesses diferenciados, é algo desafiador e para isso não basta boa vontade, é preciso ter know-how e ferramentas de inteligência, gestão e comunicação que suportam um trabalho preciso e transparente. Uma empresa com a expertise de mais de 9200 hotéis ao redor mundo traz consigo essa experiência e os resultados positivos são comprovados com as operações em curso. Crescemos ano a ano e estamos prontos para expandir ainda mais.

ENTENDA AS VANTAGENS E DESAFIOS NA TERCEIRIZAÇÃO DOS PROCESSOS FINANCEIROS NA HOTELARIA

O mercado de BPO (ou terceirização de serviços) vem crescendo em todo mundo e ganhando cada vez mais força no Brasil nos últimos anos. Uma pesquisa global feita pela “Technavio” analisa que a participação de mercado do BPO tem um potencial de crescimento acelerado, isso porque o Brasil hoje já ocupa a quinta posição no ranking mundial de indústrias de terceirização, conforme estudo divulgado, pela “A.T Kearney Global Services Location”.

Entre as principais tendências deste mercado temos o BPO Financeiro, que tem o objetivo de tornar a gestão financeira de empresas de diversos segmentos mais eficiente.

No segmento de hotelaria não poderia ser diferente. A terceirização financeira tem desempenhado um papel fundamental na gestão, é uma estratégia eficaz para as empresas reduzirem custos e ao mesmo tempo receberem uma consultoria especializada em finanças, garantindo alta performance e liberando tempo para focar exclusivamente em seus negócios”

Com a constante evolução do setor hoteleiro, se faz cada vez mais necessário a terceirização de processos que não fazem parte do seu core business, e o desafio hoje, apontado pelos empresários, é encontrar o parceiro adequado, que possua experiência e confiabilidade, visando atender as necessidades e particularidades do segmento.

Por isso a BPYOU, empresa do Grupo Mapah, tem sido referência na prestação desse serviço, com profissionais altamente qualificados e em constante desenvolvimento, que além de oferecer uma gestão financeira adequada ao seu negócio, também auxilia nas análises dos resultados e tomadas de decisões.

Muito além da terceirização do seu financeiro, nossa solução conecta com suas estratégias de crescimento e sustentabilidade permitindo diagnosticar melhorias a serem implementadas e a identificar oportunidades de economia e otimização de recursos gerando a lucratividade esperada pelo empresário.

VANTAGENS NA TERCEIRIZAÇÃO NA HOTELARIA

FOCO: Concentre seus esforços oferecendo alta qualidade para seus hóspedes, e deixe as rotinas financeiras por conta de especialistas.

COMPETITIVIDADE: Ajuda a reduzir custo e manter competitividade num mercado em constante evolução.

PRODUTIVIDADE: Os especialistas terceirizados podem trazer maior eficiência e produtividade.

EQUIPE DEDICADA: Os hotéis não lidam com ausências de profissionais para execução das tarefas, isso é responsabilidade da empresa terceirizadas.

REDUÇÃO DE GASTOS: reduções significativas em comparação com a manutenção de uma equipe interna.

SEGURANÇA E CONFIABILIDADE: seus dados e informações sendo processados por uma empresa idônea e referenciada no mercado





MAXIMIZANDO VIAGENS COM NOVO CLUBE DE FÉRIAS

Férias são momentos de descanso e de recarregar as energias, mas muitas vezes podem se tornar um desafio na hora de planejar. É aí que o clube de férias MAIS CHECK-IN entra em cena, oferecendo aos seus clientes uma maneira inteligente de aproveitar ao máximo suas viagens com o melhor custo-benefício possível.

Seja no mercado de multipropriedade ou tempo compartilhado, acreditamos que o clube de férias é um elo crucial para comercialização, pois proporciona benefícios de uso imediato, vantagens no dia a dia e trocas de semanas por outras datas ou serviços turísticos, agregando valor ao produto principal.

O MAIS CHECK-IN foi criado com objetivo de estar próximo dos clientes da Oceanic Empreendimentos / Proxy Gestão, buscando construir uma base sólida e fiel, pois clientes satisfeitos e engajados tendem a retornar e recomendar produtos ou serviços a outras pessoas. A fidelização vai além de simplesmente garantir que os clientes comprem novamente; ela envolve criar um vínculo emocional e uma conexão significativa entre a empresa e o cliente. Isso pode ser alcançado por meio de um excelente atendimento ao cliente, produtos ou serviços de alta qualidade, ofertas personalizadas, comunicação eficaz e demonstração de valor contínuo.

Somos especialistas em planejamento e execução de viagens com conhecimento aprofundado sobre destinos, acomodações e roteiros. Essa expertise permite oferecer orientação personalizada com base nas preferências individuais de nossos clientes, garantindo que cada viagem seja adaptada às necessidades específicas do viajante.

Pesquisar e reservar uma viagem pode ser uma tarefa demorada e complicada. Nossos consultores de férias poupam tempo e esforço de nossos clientes ao assumirem a responsabilidade de planejar todos os detalhes da viagem, desde a escolha do destino até a reserva de voos, hospedagem e transporte. Isso permite que nossos clientes relaxem e desfrutem da emoção de sua próxima aventura, sem o estresse associado ao planejamento.



Calixto Junior, diretor executivo do Mais Check-in

Se algum imprevisto acontecer, nossos consultores atuam como um ponto de contato confiável, oferecendo assistência e suporte aos nossos clientes. Seja lidando com alterações de itinerário, problemas com reservas ou emergências durante a viagem, nossos consultores de férias estão disponíveis para ajudar a resolver qualquer problema que possa surgir, garantindo a tranquilidade e a segurança dos viajantes.

O atendimento personalizado é um diferencial insubstituível tornando a experiência de compra mais assertiva.

O que é o MAIS CHECK-IN?

O MAIS CHECK-IN é um clube de férias que oferece aos seus clientes acesso a uma ampla gama de opções de viagens em hotéis, resorts, cruzeiros, ingressos para parques, passagem aérea e aluguel de carro, a preços competitivos com o mercado. Nossos clientes recebem acesso privilegiado a tarifas especiais e benefícios exclusivos, têm a possibilidade de converter sua semana de férias em crédito utilizando em serviços turísticos, além de descontos em MAIS de 3.000 (três mil) marcas de produtos e serviços para o dia a dia.

Vantagens:

1. **Custo-Benefício:** Os clientes desfrutam de tarifas significativamente mais baixas em comparação com as tarifas de varejo, permitindo economia em hospedagem e outros aspectos da viagem.
2. **Poder de Escolha:** Com uma variedade de opções de viagens disponíveis, os clientes podem escolher destinos e datas que atendam às suas preferências e cronogramas individuais.
3. **Flexibilidade:** Através da ferramenta de conversão, nosso cliente poderá transformar sua semana de férias em crédito e utilizar em qualquer serviço disponível no clube como: hotéis, aluguel de carro, passagem aérea, ingressos, cruzeiros.
4. **Clube de Desconto:** Variedade de parceiros e ofertas disponíveis, os Clientes têm a flexibilidade de escolher entre uma ampla gama de opções de desconto que atendem às suas necessidades e interesses no dia a dia.

Nosso compromisso é proporcionar aos nossos clientes momentos inesquecíveis, conectando-os com destinos extraordinários de forma prática e inteligente, trabalhando com excelência no atendimento e na gestão de viagens. Valorizamos a diversidade, a empatia e o respeito mútuo em todas as interações.

Acreditamos que não somos a resposta para os desafios da comercialização da multipropriedade e tempo compartilhado, mas sim parte da solução.

Já temos duas operações do mercado fechadas, em negociação com comercializadoras e incorporações terceiras e disponíveis para novos negócios. Seu Clube personalizado!

Fale conosco e descubra o que o MAIS CHECK-IN pode fazer por você!

 (62) 99958-5900

calixto.junior@maischeckin.com.br

AUDITORIAS MELHORAM GESTÃO PARA HOTÉIS E MULTIPROPRIEDADES

Grupo Mapah explica como e quando deve ser realizada auditorias nos empreendimentos

O mercado do turismo está aquecido, cada dia vemos mais projetos de hotéis e multipropriedades sendo lançados em vários destinos brasileiros e mais oportunidades de investimentos surgindo, porém, há algo que empreendedores só entendem ser necessário quando surge algum problema na gestão, que é realizar auditorias regulares nos empreendimentos, visando proteger os interesses financeiros e assegurar um crescimento sustentável a longo prazo.

As auditorias desempenham um papel fundamental na gestão eficaz dos empreendimentos hoteleiros e multipropriedades, garantindo conformidade legal, identificando oportunidades de economia, prevenindo fraudes e promovendo a transparência e a governança corporativa.

Para explicar melhor sobre auditorias em hotéis e multipropriedades, conversamos com Marllon Terra, sócio do Grupo Mapah:



Marllon Terra, sócio do Grupo Mapah:

Como é realizada a auditoria em hotéis e multipropriedades?

A realização de uma auditoria em hotéis ou multipropriedades possui a mesma característica de uma empresa de outro segmento, ou seja, primeiro deve ser definido qual a natureza da auditoria, visto que existem diversas frentes que podem ser verificadas, tais como: Contábil, financeira, tributária, trabalhista, sistema e entre outras.

Após esta definição de escopo são procedidos os seguintes passos: planejamento, análise de risco, execução do trabalho e apresentação do relatório de auditoria o qual apresenta todos os pontos que precisam ser melhorados pela empresa.

Auditorias são importantes para qualquer tipo de empreendimento ou apenas para os de grande porte?

A auditoria é importante para qualquer tipo e tamanho de empresa.

Por que e quando realizar uma auditoria?

Para resguardar o patrimônio, contra danos ou riscos provocados por erros e irregularidades, principalmente na questão tributária. Por isso, é de extrema importância que a precisão e a confiabilidade das informações contábeis/financeiras para a tomada de decisões.

No caso da multipropriedade, essa auditoria pode ser realizada com o empreendimento ainda em comercialização e obra ou apenas depois de entregue?

O ideal é que o empreendimento seja auditado deste o início, pois se já tiver um ponto de melhoria, este já poderia ser corrigido de forma antecipada para evitar erros futuros.

ENJOY HOTÉIS & RESORTS: uma trajetória de sucesso em operações de multipropriedade

Alexandre Zubarán, CEO da empresa, detalha estratégias para uma gestão eficiente em empreendimentos fracionados

A Enjoy Hotéis & Resorts tem cerca de uma década de experiência em implantação e gestão hoteleira, e administra os dois maiores empreendimentos de Multipropriedade do Brasil, o Enjoy Olímpia Park Resort, que possui 912 quartos, e o Enjoy Solar das Águas Park Resort, com 1000 quartos. Ambos estão situados em Olímpia, São Paulo.

Fruto do contato regular com aproximadamente 40 mil famílias de proprietários, o CEO Alexandre Zubarán ressalta que é possível perceber o profundo orgulho desses proprietários em serem participantes ativos, tanto no hotel quanto nos negócios. Ele destaca que eles não só apoiam, como também incentivam, as ações de conscientização e a implementação de melhorias contínuas, e que a conexão dos proprietários com o empreendimento transcende o mero investimento financeiro, pois eles desenvolvem um vínculo emocional com o local e com a equipe, contribuindo com sugestões e ideias, com um envolvimento que vai além do que geralmente se observa em turistas regulares.

Na opinião do CEO é fundamental reconhecer que os proprietários apresentam demandas específicas, exigindo do modelo uma valorização aprimorada dos serviços, gestão cuidadosa do volume de pessoas e do volume de consumo que divergem significativamente da hotelaria tradicional. Demandam inúmeras facilidades voltadas para a família, como benefícios exclusivos, resultados otimizados do pool hoteleiro e uma comunicação transparente, tudo isso aliado a taxas condominiais competitivas.

A Enjoy se estabeleceu ao longo desta década como uma operadora especializada em Multipropriedade, enfrentando complexidades significativas no início, uma vez que o modelo de negócio é relativamente novo no Brasil, mas conquistou resultados positivos através de inovação e estratégias claras e eficazes. Na visão de Zubarán, “atuar em todas as fases do processo, desde a incorporação e comercialização das cotas imobiliárias até a entrega efetiva e a gestão operacional dos diversos empreendimentos nos quais estivemos envolvidos, mantendo o equilíbrio entre os muitos componentes do negócio de Multipropriedade, foram fatores determinantes para prosperar. Estas ações formaram a cultura Enjoy, que norteia a missão contínua e diária da nossa equipe”.

“A gestão cuidadosa das taxas condominiais para minimizar cancelamentos e inadimplências, a garantia de uma operação eficiente de hotéis com alta densidade de ocupação, aliada a uma estratégia comercial agressiva na distribuição e vendas do pool hoteleiro, solidificou nossa posição como uma administradora diferenciada e bem-sucedida no mercado”, completa Zubarán.

O CEO da Enjoy reitera que as empresas que tiverem capacidade de se adaptar e responder rapidamente às necessidades dos consumidores e às dinâmicas de mercado, serão as que prevalecerão neste segmento competitivo, e que a Enjoy está comprometida em manter esse nível de adaptabilidade e inovação, para continuar liderando no setor de Multipropriedade.

“A Enjoy não se limitou à administração hoteleira, e nossos resultados permitiram uma diversificação significativa do portfólio, como produção e comercialização de alimentos e bebidas, operação de mineradora e shoppings, franquias renomadas e espaços para eventos. Essa expansão reforça nossa posição no mercado como empresa versátil e verdadeiramente inovadora”, conclui ele.

Mini Bio: Alexandre Zubarán, possui mais de 35 anos de experiência em Turismo e Hotelaria, tendo atuado sempre como executivo e conselheiro de importantes empresas e entidades do setor. Foi presidente da Sauípe S.A; fundador e presidente da Associação Brasileira de Resorts; membro do Conselho de Administração da Bahiatursa S.A; membro do Conselho Nacional de Turismo do Mtur; e presidente do Conselho de Administração do Instituto de Hospitalidade. Mais recentemente, foi responsável por cerca de 15 projetos, entre obras e retrofit para operações hoteleiras no segmento de Multipropriedade, sendo cerca de 7 mil apartamentos e aproximadamente 100 mil famílias proprietárias, em todo o território nacional, e no momento Zubarán é CEO da Enjoy Hotéis e Resorts.



Alexandre Zubarán

PLÁTANO ANALISA UM ANO E MEIO DE OPERAÇÃO À FRENTE DO GOLDEN TULIP CANELA

Projeto abrirá uma sala de vendas no Parque do Caracol em 2024, uma das principais atrações da Serra Gaúcha

Um dos principais destinos turísticos do Brasil e onde o mercado de multipropriedade mais se expande, a Serra Gaúcha, ao mesmo tempo, é a praça com mais desafios para a comercialização de projetos de frações imobiliárias, tanto pelas regulamentações sobre publicidade quanto pela forte concorrência.

A Plátano Consultoria, empresa especializada em desenvolvimento de negócios em multipropriedade, se destaca na Serra Gaúcha. Há um ano e meio à frente do Golden Tulip Canela, empreendimento desenvolvido pela Schwanck Empreendimentos, a atuação da Plátano revitalizou a comercialização do projeto, trazendo mais velocidade em vendas e números consistentes. Como resultado, a Schwanck e a Plátano projetam a expansão da comercialização do Golden Tulip Canela com a abertura de uma nova sala de vendas no Parque do Caracol, uma das mais famosas atrações turísticas da Serra Gaúcha.

Os sócios da Plátano, César Mor, Eduardo Aquino e Cadu Nóbrega, detalham o trabalho da consultoria no Golden Tulip Canela e os planos de expansão do projeto:

Como surgiu a parceria entre a Plátano e Schwanck Empreendimentos para consultoria no Golden Tulip Canela?

César Mor - Nossa primeira conversa aconteceu no meio do ano de 2022. O projeto do Golden Tulip Canela estava em vendas, mas longe da velocidade comercial pretendida. Em julho de 2022, a Schwanck decidiu interromper as vendas no formato que tinham e reavaliar a estratégia de comercialização. Depois de algumas rodadas de conversas, fechamos contrato para Plátano assumir a operação do empreendimento, passando desde uma revisão total na estratégia até a efetiva operacionalização comercial, que teve início em novembro de 2022.

Qual foi o diagnóstico da Plátano ao estudar o projeto? Por que o Golden Tulip Canela estava em dificuldades de apresentar bons resultados?

Eduardo Aquino - Nosso diagnóstico mostrou oportunidade de melhor exploração do potencial nos 7P's de marketing: produto, praça, preço, promoção, processos, pessoas e palpabilidade/estrutura física. Rapidamente identificamos diversos atributos do empreendimento que estavam sendo subaproveitados, e com isso conseguimos um impacto imediato no negócio. Entendemos que com atributos já existentes, mas com uma estratégia mais equilibrada conseguiríamos resultados superiores aos realizados, sem a necessidade de um grande investimento adicional.



Obra do Golden Tulip Canela, registro de fevereiro/2024

Cadu Nóbrega - Em todos os projetos, mas em especial nos que já estão com obras avançadas, é preciso muita inteligência para aproveitamento de recursos em uma fase em que o custo da obra está pressionando o caixa. Quando um empreendimento tem o primeiro lançamento frustrado precisamos ser agressivos e assertivos, pois, além do custo incorrido, existe a necessidade de recuperar o tempo perdido. Nossa meta era aumentar resultados dentro da realidade de caixa que o momento do projeto permitia. O tempo e os resultados confirmaram que estávamos certos em nossas convicções.

Quais mudanças foram implementadas e, principalmente, para o curto prazo, para começar a ter resultados mais rapidamente?

César Mor - Começamos revisando o produto e sua precificação, fazendo um ajuste em tabela de preço conseguimos uma valorização do ativo, por meio de uma estratégia mais equilibrada. Com a nova tabela de vendas e estratégia de posicionamento de produto aumentamos em R\$ 40 milhões o VGV do estoque, gerando valorização à base de clientes que comprou anteriormente e ganho ao incorporador.

Eduardo Aquino - Dentro desse reposicionamento, aproximamos e aumentamos a parceria com o Grupo Louvre, detentor da marca Golden Tulip, aproveitando mais dos atributos de ter uma bandeira internacional deste porte na Serra Gaúcha. Além disso, nos mudamos para uma nova sala de vendas, com estrutura de alto padrão, alinhada com a proposta de valor do empreendimento e fazendo melhor uso da marca Golden Tulip, em uma localização estratégica em Canela, próxima à Catedral – principal ponto turístico da cidade.

Cadu Nóbrega - A partir dessa mudança para nova sala,

começamos a escrever uma nova história, que certamente só teve o sucesso que tivemos até aqui graças as pessoas que vieram a fazer parte desse projeto junto a nós. Acreditamos fielmente que quem faz a diferença no resultado são as pessoas, nosso trabalho é dar as ferramentas necessárias para que elas possam realizar todo seu potencial.

Quais resultados foram atingidos nesses 18 meses de gestão da Plátano?

César Mor - Nesses 18 meses foram mais de 2.400 vendas. Conseguimos nesse período superar em mais de 5x o que havia sido realizado nos dois anos até nossa chegada. Vale destacar também o grande trabalho realizado pelo pós-vendas operado pela Schwanck, em um trabalho de atendimento personalizado, humanizado e com total integração com o time de vendas, resultando em controle eficiente da curva de cancelamento.

Eduardo Aquino - Tão importante para nós, quanto o resultado em vendas, foi o acompanhamento do planejamento. Desde a nossa chegada, sempre estivemos acima das metas planejadas em vendas líquidas e abaixo dos custos previstos. Muitas vezes se olha para desempenho de vendas apenas, sem avaliar o custo envolvido nessa determinada operação. Quando projetamos uma viabilidade, bater vendas é básico, mas se não for dentro dos custos previstos, a margem de resultado do incorporador é corroída.

Cadu Nóbrega - Somos uma empresa muito consciente nesse sentido, por termos origem dentro de uma incorpora-

dora, vestimos a camiseta do nosso cliente e pensamos o negócio com visão de dono, controlando todos os seus aspectos não só de receitas, mas também de despesas bem projetadas e com acompanhamento próximo, evitando surpresas ao incorporador. Sob a perspectiva de incorporação, precisamos estar sempre atentos aos fluxos de caixa e ao resultado de última linha.

Quais os planos e expectativas para o Golden Tulip Canela?

César Mor - Hoje, o Golden Tulip Canela é um projeto consolidado em fase final de obra, se aproximando da data de entrega no final de 2024 e muita solidez financeira. A obra foi 100% financiada com recursos próprios, sem a necessidade de realizar nenhuma operação em mercado financeiro para antecipação de recebíveis.

Eduardo Aquino - Nos preparamos para a fase expansão da operação comercial com a inauguração da segunda sala de vendas ainda no fim do primeiro semestre, dentro do Parque do Caracol, em Canela. Com o crescimento do volume e projeção de vendas a Schwanck promove uma mudança estratégica, levando a Central de Relacionamento com o Cliente da cidade de Três Cachoeiras para a cidade de Torres, em uma estrutura de altíssimo nível para privilegiar o time de pós-vendas e a qualidade do atendimento a nossa base de clientes.

Cadu Nóbrega - Nossa projeção, com todos os movimentos estratégicos, é de que a comercialização do projeto se estenda até o final de 2025, um ano após sua entrega de obra.

Nova sala de vendas no Parque do Caracol

Como surgiu a oportunidade de abrir uma sala de vendas no Parque do Caracol?

César Mor - O interesse no Parque do Caracol é antigo, mas este ano surgiu a oportunidade junto ao Grupo Iter, que assumiu o Consórcio Novo Caracol e Tainhas com objetivo de posicionar o Caracol como um dos parques mais visitados da Serra Gaúcha, por consequência, do Brasil.

Eduardo Aquino - Os sócios da Plátano e a gestão do Grupo Iter já tinham bom relacionamento por terem operado conjuntamente uma operação comercial dentro do Parque Bondinho Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro, também operado pelo Grupo Iter. Essa experiência de sucesso no passado fez a diferença por termos muito alinhamento estratégico.

Cadu Nóbrega - Tanto a Plátano/Golden Tulip Canela quanto o Grupo Iter são muito preocupados com a qualidade de experiência do turista, trabalhando sempre de uma forma que a operação comercial vise fazer parte da jornada do cliente de forma suave e sustentável. O cuidado com a experiência do turista e preocupação com a qualidade de atendimento foram chaves para que essa oportunidade existisse, com a celebração em um contrato de longo prazo.

Quantos profissionais irão atuar nesta nova sala?

César Mor - Operação de parque com alto fluxo e horário reduzido. Vamos trabalhar com um time enxuto, visando melhor aproveitamento das oportunidades e menor diluição entre os



Parque do Caracol, Canela-RS

vendedores. Entre corretores e profissionais de apoio, a equipe contará com 40 profissionais.

O que esta nova sala de vendas irá representar para os resultados do Golden Tulip Canela?

Eduardo Aquino - Em termos de resultados, a operação irá dobrar de tamanho. O parque é um ponto turístico referência da região que já conta com um número expressivo de visitantes e previsão de crescimento de público com novas atrações. Estamos muito entusiasmados com essa breve inauguração para a temporada de inverno da Serra Gaúcha que é sempre muito próspera.



Credlar Vacation investe na modernização do pós-vendas

O objetivo é realizar um atendimento cada vez mais ágil e eficiente

Desde que a Credlar Vacation iniciou as atividades em Praia Grande/SP, há dois anos e cinco meses, todos os departamentos têm passado por uma evolução estrutural e tecnológica, devido ao desenvolvimento da empresa em quantidade de colaboradores, demandas, desafios, vendas e atendimento aos clientes. Um dos setores que tem se destacado no investimento em tecnologia é a central de relacionamento com o Cliente (RCC), também conhecido como pós-vendas, que tem se aperfeiçoado para manter a base de cliente satisfeita, demonstrando credibilidade do projeto Long Beach Multiresidence. Segundo o sócio-diretor administrativo, Guilherme Coelho, a empresa adotou uma abordagem proativa para modernizar a central de relacionamento, reconhecendo que a integração eficaz de tecnologia pode impulsionar a satisfação do cliente e a eficiência operacional. “Além da automação dos processos, utilizamos estratégias para manter o cliente mais próximo de nós, expandir os resultados e transmitir mais credibilidade”, afirmou Guilherme.

O processo de desenvolvimento do pós-vendas iniciou em 2022, quando a central era composta por apenas um colaborador, Leonardo Moraes, que atualmente desempenha a função de coordenador da central de Relacionamento com o Cliente (RCC) da Credlar

Vacation. A central está dividida em setores administrativo, financeiro, negociação, renegociação, outbound, vendas online e atendimento, onde atuam 15 profissionais. Para auxiliar na liderança do pós-vendas, Leonardo Moraes conta com o supervisor do RCC, Levi de Paula.

De acordo com Leonardo, com o desempenho da empresa e aumento das demandas da RCC, houve a necessidade de obter um departamento específico para cuidar de cada área, onde pudessem ser tratadas diferentes abordagens. “A necessidade fez com que conseguíssemos dividir o RCC em departamentos. Por exemplo, se o cliente tem a necessidade de viajar, fazer inclusão à RCI, resolver um atraso de parcela, renegociar, tirar dúvidas ou outra situação, a demanda será direcionada ao setor específico”, relatou Leonardo.

Tecnologia

Um dos principais resultados para a eficiência do RCC tem sido o investimento em tecnologia, com o objetivo de realizar um atendimento cada vez mais ágil e eficiente ao cliente, pois o proprietário da fração busca o meio de comunicação mais rápido com a empresa, devido à rotina atarefada das pessoas. “Para melhorar o contato, investimos em canal omnichannel para atendermos os clientes dentro de uma

única plataforma. O cliente pode nos contactar através de e-mail, WhatsApp, ligação telefônica e até mesmo por Instagram. A partir daí, eles serão direcionados ao nosso colaborador”, enfatizou Leonardo. Ele contou que já foi implementado o chatbot no WhatsApp, onde se faz a primeira triagem do cliente e agiliza o atendimento e, quando a orientação necessita de mais explicação, a equipe faz o contato telefônico. É importante ressaltar que o WhatsApp da Credlar Vacation é oficial da meta, o que garante a credibilidade da empresa e não permite que o cliente caia em golpe. “Estamos trabalhando para conquistar o selo



Leonardo Moraes, coordenador do RCC

verificado do WhatsApp, a fim de aumentar ainda mais a confiança dos clientes conosco”, afirmou. Além disso, os contratos e as assinaturas dos clientes são realizados de forma digital, o que agiliza na execução da venda.

Outra estratégia utilizada com frequência para manter proximidade com o cliente são as ações de marketing, através de campanhas e mensagens digitais. “Todos os dias nós mencionamos o cliente com e-mail e WhatsApp, seja de promoção, opção de viagens, incentivo ao uso da RCI, campanhas comemorativas, Black novembro, informativos, entre outros. Esses planejamentos tem alcançado resultados satisfatórios, pois os clientes se engajam e desfrutam de benefícios que oferecemos com essas ações, como: descontos, sorteio de viagens e premiações diversas”, pontuou Leonardo.

É importante destacar que as ações online são executadas em parceria com o departamento de Marketing da empresa. Segundo Daniel Dias, gestor de Marketing, a RCC é o departamento que mais solicita demandas, pois precisam de um atrativo para chamar a atenção do cliente e eficiência na entrega dos trabalhos. “Estamos sempre ativos com o pós-vendas, pois criamos a melhor forma de atrair o cliente para se envolver com a campanha planejada.



Equipe da central de Relacionamento com o Cliente conta com 15 profissionais, devidamente, qualificados

Além disso, as informações precisam ser objetivas e eficazes para obter um resultado efetivo e qualificado tanto para os clientes, quanto para a prospecção de novos leads. Para nos auxiliar, trabalhamos com o sistema de CRM e de envio de e-mails em massa de forma rápida. Outro ponto importante que estamos iniciando é a integração da nossa equipe de telemarketing e RCC, para buscar mais resultados positivos. No total, já foram criados mais de 410 modelos de e-mails e enviados mais de 90.000 mil campanhas mensais aos clientes. Trabalhamos de forma cooperada para entregar os melhores resultados”, afirmou Daniel Dias.



Daniel Dias, gestor de Marketing da Credlar Vacation

Projetos

Com relação aos novos projetos, a Credlar Vacation reconhece que a jornada rumo à excelência tecnológica é um processo contínuo. Por isso, a instituição está comprometida com a inovação e a adaptação às mudanças nas demandas do mercado e nas preferências dos clientes.

A empresa está explorando novas tecnologias para aprimorar ainda mais sua central de relacionamento e elevar o padrão de excelência em serviço ao cliente. Segundo Leonardo, um dos projetos para o RCC é adquirir uma plataforma de enriquecimento de dados, para facilitar a atualização das informações dos proprietários do Long Beach Multiresidence. “Atualmente contamos com quase 5 mil clientes em nossa base e precisamos manter o relacionamento com cada um deles. Caso haja alguma mudança de dado, com a plataforma é mais fácil de obtermos essas informações”, informou Leonardo Moraes.

O coordenador do RCC disse ainda que também faz parte dos planos, aumentar o quadro de liderança do RCC, integrar os sistemas, dar continuidade a automação da empresa e atendimento ao cliente, aumentar o número de colaboradores do setor, promover a equipe e prosseguir com as campanhas de marketing e ações internas.

Vendas online

Uma das novidades da central de Relacionamento com o Cliente esse ano foi o início das vendas online, que tem sido um trabalho desafiador em encontrar o cliente certo para a execução da venda. Contudo, o coordenador do pós-vendas certificou que a Credlar Vacation está 100 por cento preparada para fazer venda à distância, seja através do whatsapp ou vídeo chamada.

Reclame Aqui

Entre as diversas conquistas para o RCC, uma das conquistas importantes foi o selo RA1000, adquirido em 2023, o qual corresponde o nível mais alto de reconhecimento na plataforma Reclame Aqui. “Todas as nossas respostas do Reclame Aqui são humanizadas, pois identificamos que seria o mais saudável para o nosso cliente e para àqueles que estão buscando informações sobre a nossa empresa. Antes de responder, nós entramos em contato com o cliente para tentar sanar a situação da melhor forma possível e, em seguida, muitos usuários fazem a avaliação da resposta. Com isso, conquistamos uma ótima reputação. Nossa última nota foi de 8.3”, explicou o coordenador do RCC.

RUMO AO FUTURO: GR GROUP TRAÇA ESTRATÉGIAS PARA CRESCIMENTO NO MERCADO

Grupo foca em novo produto e ampliação da multipropriedade, hotelaria e parques



Lideranças do GR Group reunidas para alinhamentos estratégicos na sede em Goiânia/GO

No cenário dinâmico do mercado de multipropriedade e timeshare no Brasil, o GR Group destaca-se como uma das principais empresas do setor, com uma visão clara e estratégias inovadoras para enfrentar os desafios do crescimento.

Como um dos maiores grupos de incorporação imobiliária para o turismo do país, está pronto para marcar uma nova etapa em sua história, impulsionando seus negócios e redefinindo os padrões de excelência na indústria do turismo, ampliando sua presença e oferecendo serviços excepcionais aos seus associados e clientes.

Para Gustavo Rezende, CEO do GR Group, o futuro da empresa está intrinsecamente ligado à sua capacidade de inovar e se adaptar às demandas do mercado. "Organizamos nossas prioridades e alinhamos nossa rota estratégica com metas claras para dobrarmos o valor da companhia, atingir 80% das NPS (Net Promoter Score) dos clientes internos e externos até 2026. Estamos atentos para oferecer experiências únicas e personalizadas aos clientes, sempre pautados em nossos valores e missão".

Marcando os 25 anos de história do grupo em 2024, a diretoria do GR Group iniciou o ano reunindo todos seus colaboradores para juntos se aprofundarem nos norteadores estratégicos que os guiarão para o futuro próximo. "Mostramos nosso comprometimento e contamos com nosso público interno engajado para cumprirmos todas as mentas propostas, como um de nossos valores, o trabalho em equipe, é imprescindível", endossa o CEO.

Ponto de destaque em suas verticais de negócio, o Mydest Club, clube de férias que surgiu do modelo de timeshare, acrescido de diferenciais de produto, tem recebido atenção especial

do GR Group e sido o principal meio de oferecer para viajantes em busca de experiências únicas, opções exclusivas e personalizadas.

"Com uma abordagem inovadora e centrada no cliente, a empresa está comprometida em melhorar ainda mais o Mydest e os serviços oferecidos aos associados, ofertando benefícios e vantagens exclusivas para que a experiência de férias seja uma lembrança inesquecível", disse o Vice-presidente de Marketing e Vendas, Rodolfo Rezende.



Vice-presidente de Marketing e Vendas, Rodolfo Rezende

Ele destaca a importância de compreender as necessidades e desejos dos consumidores, bem como a criação de estratégias de comunicação eficazes para alcançar e engajar o público-alvo.

O grupo também se prepara para novos empreendimentos a serem lançados no Nordeste, bem como para inícios, continuidades, ampliações e conclusões de obras, expandido a oferta em hotelaria e multipropriedade no Estado de São Paulo, em Olímpia e Barretos, bem como no Rio Grande do Norte, em Extremoz, Região Metropolitana de Natal.

“Temos que destacar o Barretos Country Park e Resort, um empreendimento que se tornou um destino de referência para turistas de todo o Brasil pelo tipo de experiência que oferece, mostrando a vida no interior, da fazenda e da cultura country. Com um Master Plan em andamento, sempre encanta os visitantes”, destaca o Vice-presidente de Construção, Hotelaria e Experiência, Filipe Rezende.



Barretos Country - Barretos (SP)

Um aspecto fundamental dessas ações é o compromisso do GR Group com a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa. As obras receberão selos de reconhecimento pelo impacto ESG (Environmental, Social, and Governance), demonstrando o comprometimento da empresa com práticas ambientalmente conscientes e socialmente responsáveis.

Além disso, o GR Group implementa continuamente estratégias que fortalecem a cultura corporativa, como a conquista do selo GPTW, que visam impulsionar o crescimento e a eficiência da empresa nos próximos anos. “Com uma equipe dedicada e uma cultura empresarial centrada na inovação e na excelência, a empresa está posicionada para alcançar novos patamares de sucesso”, ressalta o Gustavo.



Royal Prime - Olímpia (SP)



Vice-presidente de Construção, Hotelaria e Experiência, Filipe Rezende

E consonância com todas as ações e estratégias, Tiago Soeiro, Vice-presidente Administrativo e Financeiro enfatiza a importância da sustentabilidade financeira para garantir o crescimento sólido e consistente da companhia. “Com uma gestão financeira eficiente, o controle de custos e a busca por oportunidades de investimento que agreguem valor ao negócio, o futuro do GR Group no mercado é promissor, a empresa está preparada para alcançar novos patamares de sucesso nos próximos anos”, finaliza.



Vice-presidente Administrativo e Financeiro, Tiago Soeiro

Visão do CEO:

“O futuro da empresa está intrinsecamente ligado à sua capacidade de inovar e se adaptar às demandas do mercado. É importante oferecer experiências únicas e personalizadas aos clientes, além de investir em tecnologia para aprimorar os serviços oferecidos”.

CEO do GR Group, Gustavo Rezende

Livá apresenta três cases de sucesso na multipropriedade

Operadora especializada em empreendimentos fracionados explica desafios da gestão hoteleira e condominial



Wanderlust Experience Hotel, BW Signature Collection.

Com aproximadamente três anos de fundação, a Livá Hotéis & Resorts, primeira operadora independente de multipropriedade do Brasil, já conta com 14 contratos assinados (7% de Market Share do segmento) e três empreendimentos em operação: o Vivant Eco Beach, na Península do Marau (BA), o Wanderlust Experience Hotel, BW Signature Collection by Best Western, em Campos do Jordão (SP), e o Brava Mundo Hotel Boutique, na Praia Brava (SC), com cerca de 5 mil multiproprietários ativos e mais de 50 mil em contratos.

Os planos da Livá acompanham o crescimento do mercado: mais três empreendimentos contando com a gestão da Livá deverão entrar em operação em 2024 e a operadora prevê finalizar o ano com 25 contratos fechados.

“Somos uma empresa de quase três anos e crescemos muito em pouco tempo, com 14 contratos assinados. Temos o DNA de 36 anos na gestão hoteleira e queremos fortalecer a

marca como a melhor opção de administração hoteleira na multipropriedade”, afirma João Cazeiro, diretor de novos negócios da Livá.

Head de Operações e Implantações da empresa, Rafael Delgado, reforça que a companhia é 100% focada na multipropriedade. “Acreditamos no negócio e no mercado, que é bom para os proprietários se for comercializado na forma correta e para o intercâmbio de férias se for utilizado corretamente”.

Os resultados da gestão da Livá nos empreendimentos já podem ser sentidos, tanto com a satisfação dos proprietários, convidados, hóspedes e os empreendedores. Em menos de seis meses de operação, o Wanderlust Experience Hotel, BW Signature Collection by Best Western entrou nos dez melhores hotéis de Campos do Jordão na avaliação da plataforma Tripadvisor.

Tripé da gestão hoteleira na multipropriedade

“Compreendemos o tripé da gestão de sucesso da multipropriedade: distribuição do pool, taxa de condomínio e entrega da experiência, de acordo com a expectativa”, afirma Rafael Delgado. Especialista em multipropriedade e hotelaria, a Livá apresenta soluções para os diversos desafios que um empreendimento fracionado possui na gestão condominial e hoteleira.

O head de Operações e Implantações da Livá pontua que o primeiro desafio da gestão na multipropriedade é entender as necessidades e expectativas de cada público: o multiproprietário, o hóspede que comprou diárias hoteleiras, o cliente do intercâmbio de férias e o convidado do multiproprietário. “Todas os públicos querem que as expectativas sejam atendidas. Todos têm o objetivo de uma boa estada, boas experiências e serem felizes, mas os caminhos para levar a felicidade para cada um são diferentes”, explica ele.

No caso da Livá, as expectativas dos mais de cinco mil proprietários e inúmeros clientes são ainda maiores e mais diversas, pois a companhia conta com três empreendimentos em operação, cada um em um destino e desenvolvidos por incorporadoras diferentes, além de cada um ter o próprio conceito de produto, a formatação jurídica, convenção de condomínio e até a forma de comercialização.

“Cada projeto teve uma convenção, contando com um regimento de uso e expectativas. Um foi vendido com foco na praia, outro na serra. Então, temos que virar a chave de um empreendimento para o outro”, frisa Rafael. “Em um tem vários serviços inclusos na taxa de condomínio, em outro há serviços *pay per use*. Em nossa Central de Férias, que é um grande diferencial da Livá, o atendimento aos proprietários não é o mesmo para cada empreendimento”, completa.



João Cazeiro - Diretor de Novos Negócios



Rafael Delgado - Head de Operações e Implantações

Outra expectativa destacada pelo head de Operações e Implantações da Livá é em relação aos resultados do pool de locação hoteleira, que também é um fator importante para o sucesso do empreendimento. “Por isso investimentos muito em nossa estrutura comercial, marketing e comunicação”.

Taxa de condomínio

Para Rafael Delgado, a taxa de condomínio não pode estar desencontrada da expectativa. “Trabalhamos para a taxa de condomínio ser a mais baixa possível com uma boa entrega, utilizando tecnologia e com força de rede na hora de fazer contratos e comprar mercadorias. Não adianta fazer um condomínio muito baixo e não atender a expectativa hoteleira do proprietário e também não adianta ter um condomínio com muitos serviços, se o proprietário não tem expectativa desses serviços”.

Para não gerar insatisfação com a taxa de condomínio, o executivo da Livá recomenda a gestão ter transparência e abertura com o orçamento. “Quando vamos aprovar o orçamento para o ano seguinte, abrimos quais serão os custos do condomínio”, conta ele. “Cumprimos todos os rituais das convenções: fazer assembleia, apresentar um orçamento, depois que é aprovado, mensalmente enviamos a prestação de contas, mandamos para o conselho fiscal, subimos nos portais de comunicação”.

Com transparência na prestação de contas, os multiproprietários dos empreendimentos da Livá podem ver como estão sendo empregados seus pagamentos. “Eles podem concordar ou decidir que certos custos não são necessários, com a possibilidade de analisar o orçamento. Eles sabem quanto é gasto com uniformes, treinamentos, gastos públicos e fundo de reserva, entre outros. Ou seja, ficam cientes que o dinheiro está voltando em serviços”, conclui Rafael Delgado.



CASA
HOTÉIS



INTERCITY
HOTÉIS



Ressignificamos
o conceito de propriedades
de luxo compartilhadas
na Serra Gaúcha.

O Own Time Home Club Gramado é um condomínio de casas e apartamentos de luxo, a 250m da Rua Coberta, que seguem a tendência de lifestyle compartilhado e contam com a hospitalidade e gestão do Casa Hotéis e Intercity Hotels.



Estar Social



Suíte

Desenvolvimento
& Incorporação

Ownerinc
DEVELOPERS S/A

Own^o
HOME CLUB GRAMADO



Construindo um Legado: Vinte Anos da TC Brasil na Propriedade Compartilhada

Fundador da consultoria para negócios em propriedade compartilhada, Antônio Gomes, revela detalhes da história e evolução da empresa e mercado neste período



Antônio Gomes

No dia 14 de julho de 2024, a TC Brasil completa 20 anos, um marco histórico para a empresa e para a indústria do Tempo Compartilhado, uma vez que diversas empresas que nasceram no mesmo período já ficaram para trás.

Para celebrar esse momento especial, conversamos com o fundador da TC Brasil, Antônio Gomes, para tentar revelar alguns dos segredos que fizeram a empresa se manter no topo como uma das principais referências do mercado por todos esses anos.

Confira a entrevista com Antônio Gomes

Evolução do Mercado

Antônio, com mais de três décadas de experiência nessa indústria e 20 anos de TC Brasil, o que enxerga como os principais marcos da evolução do mercado de Vacation Club e propriedades compartilhadas no Brasil?

Na trajetória do mercado de tempo compartilhado no Brasil destacam-se três marcos principais. Primeiro, a chegada da RCI em 1992, que introduziu uma grande dose de confiança e credibilidade ao segmento, mostrando aos empreendedores brasileiros o potencial viável dessa indústria. Seguido pelo ingresso de grandes resorts nacionais ao segmento, o que não só elevou a visibilidade, mas também fortaleceu a confiança no mercado. Por fim, a implementação de legislações específicas de tempo compartilhado em meios de hospedagem e a lei da multipropriedade foram marcos regulatórios essenciais que trouxeram segurança jurídica para empresários, investidores e consumidores. Esses eventos foram fundamentais para moldar e amadurecer nossa indústria no Brasil.

Contribuição para o Crescimento do Mercado

Qual foi a contribuição da TC Brasil para o crescimento e consolidação do mercado de Vacation Club e propriedades fracionadas no Brasil?

Ao longo de 20 anos, posso dizer com orgulho que nossa contribuição foi significativa. Fomos responsáveis por desenvolver e implantar as principais operações de Vacation Club e Fractional do país, onde muitas delas ampliaram e construíram novos empreendimentos em decorrências do sucesso dos seus clubes de férias. Essas operações se destacaram e se tornaram referências, incentivando outros resorts a trilharem o mesmo caminho, lançando seus próprios produtos compartilhados. Além disso, capacitamos milhares de profissionais, muitos dos quais hoje são líderes influentes na indústria, ocupando cargos de diretoria em grandes empreendimentos ou até mesmo liderando suas próprias empresas. Nossa contribuição abriu caminhos e ajudou a criar uma indústria mais forte.

Sucesso do Vacation Club

A TC Brasil implantou e comercializou os principais projetos de Vacation Club do Brasil, a que você atribui o sucesso deste segmento?

O Vacation Club, além de ser um canal de vendas muito importante, garante previsibilidade na ocupação e na receita para o setor hoteleiro. Olhando pela perspectiva de um resort, quem não gostaria de ter uma boa parte da sua ocupação garantida pelos próximos anos, sem depender das flutuações sazonais e dos canais de vendas convencionais. O Vacation Club entra como um importante recurso na receita do empreendimento, pois ele proporciona uma grande antecipação no fluxo de caixa por conta da venda antecipada de diárias e, além disso, gera novas receitas por meio do consumo de A&B e serviços adicionais durante a estadia dos hóspedes. Esse modelo cria um ciclo virtuoso, onde o adianta-

mento de receitas financia melhorias e inovações, melhorando a experiência dos hóspedes e atraindo ainda mais visitantes, o que, por sua vez, gera mais receita. A TC Brasil tem orgulho de ter desenvolvido e implantado os principais projetos de Vacation Club no Brasil.

Diferenciação no Mercado

Em um setor tão específico e competitivo, como foi o posicionamento da TC Brasil para conseguir implantar projetos para as principais marcas do turismo brasileiro? Qual diferencial acredita que a empresa possui frente à concorrência?

Desde o começo da TC Brasil, entendemos que para nos destacarmos precisávamos ir além do convencional. Nosso foco está sempre em dois pontos simples: a ética, o profissionalismo e o respeito à cultura de nossos clientes; e a entrega de um serviço completo e de alta qualidade. Assim, conseguimos alavancar performance, corrigir falhas e otimizar as oportunidades que surgem com o próprio negócio.

Com uma abordagem completa, atuamos em todas as etapas do projeto, desde a concepção e estudos de viabilidade até a implantação e gestão das operações. Desta forma conseguimos ir além de uma boa performance de captação e vendas, desenvolvemos um pós-venda eficiente no atendimento, relacionamento, gestão de carteira, cobrança e retenção de clientes, garantindo um alinhamento estratégico com todas as áreas e que os esforços e recursos investidos em vendas não sejam em vão. Afinal, tão importante quanto captar e vender, é manter o cliente na sua base.

Visão de Futuro

Como um dos pioneiros dessa indústria no Brasil, quais são as tendências que prevê para o mercado de propriedade compartilhada nos próximos anos? Como a TC Brasil está se preparando para essas mudanças?

A propriedade compartilhada está consolidada no Brasil, e a multipropriedade trouxe muitos empreendimentos idealizados e incorporados neste formato. Temos uma lei que a regulamenta e traz segurança jurídica para os empreendimentos e, principalmente, para os consumidores, e isso mostra a relevância do setor para o turismo nacional. Vejo que agora o momento é de aprimorar, principalmente a entrega ao consumidor, promovendo cada vez mais o desenvolvimento sustentável da indústria.

Também vejo grandes oportunidades para os empreendimentos já construídos com o Vacation Club. Como eu disse antes, acredito que seja um formato excelente para alavancar a ocupação dos empreendimentos e garantir a fidelização do hóspede. E por último, mas não menos importante, vejo um caminho muito favorável para o Fractional nos próximos anos. Este formato é um misto entre Vacation Club e Multipropriedade, assim, os empreendimentos podem comercializar suas frações por longos períodos, sem a necessidade da incorporação imobiliária no modelo multipropriedade. O formato garante, além da ocupação constante, que o ativo do empreendimento continue para o empreendedor.

“ *Estamos investindo bastante no digital, ampliamos nossa atuação com mais um escritório em Goiânia focado nessa área, e planejamos desenvolver nosso próprio empreendimento no futuro.* ”

Legado e Próximos Passos

Após 20 anos de sucesso, qual legado você espera que a TC Brasil deixe para a próxima geração que irá atuar no mercado de Vacation Club e propriedade fracionada? E quais são os próximos passos para a empresa?

Nossa preocupação sempre foi em manter a transparência e a integridade em cada etapa do nosso trabalho, por isso, esperamos que as próximas gerações sigam o nosso exemplo e cuidem deste segmento priorizando ações que garantam sua sustentabilidade no longo prazo.

Com relação aos próximos passos, identificamos uma similaridade muito grande entre os produtos de Vacation Club e os produtos de Passaporte vendidos pelos parques. Ambos são produtos de venda antecipada que criam uma carteira de sócios por um tempo predeterminado e o objetivo é aumentar a ocupação do empreendimento, com isso, visualizamos um oceano azul de oportunidades criando soluções para os parques nos mesmos moldes que temos para o Vacation Club. Somos os maiores especialistas de Vacation Club do país e queremos alcançar esse título também em produtos de Passaportes. Expandimos nossos serviços a qualquer parque que queira implantar, reestruturar ou aprimorar seu produto de passaportes.

Além disso, estamos investindo bastante no digital, ampliamos nossa atuação com mais um escritório em Goiânia focado nessa área, e planejamentos desenvolver nosso próprio empreendimento no futuro.

Parcerias Estratégicas

Poderia compartilhar como as parcerias estratégicas com outros players do mercado contribuíram para o sucesso da TC Brasil e como vocês planejam expandir ou fortalecer essas parcerias no futuro?

As parcerias têm sido, sem dúvida, um dos pilares fundamentais para o sucesso da TC Brasil ao longo desses 20 anos. Desde o início da minha carreira neste mercado, eu entendi que sucesso não se faz sozinho.

A colaboração com outros *players* do mercado nos permitiu oferecer soluções mais completas para nossos clientes. Criando uma sinergia que beneficia todas as partes envolvidas, transformamos a relação de fornecedor de serviços para parceiro de negócios.

Para o futuro, planejamos não só manter, mas expandir e fortalecer essas parcerias, explorando tecnologias emergentes e novos nichos dentro do setor de turismo e hospitalidade, quem sabe até abrir uma *joint venture* com nossos principais parceiros. A TC Brasil se compromete a continuar construindo relações baseadas na transparência e confiança, mantendo nossa reputação como a empresa de consultoria de maior longevidade nos projetos e nas parcerias.

Tecnologia e Inovação

Como a tecnologia e a inovação foram incorporadas pela TC Brasil? Como isso está impactando o crescimento, tanto do mercado quanto para os negócios da empresa?

Nos últimos anos a tecnologia vem evoluindo de forma acelerada, a internet ficou mais rápida, os dispositivos mais potentes e acessíveis, com isso, a tecnologia está presente até nos negócios mais simples. Na TC Brasil, a tecnologia sempre esteve presente tanto em nossas parcerias estratégicas, quanto em nossas operações. No tempo em que os controles e relatórios eram preenchidos à mão, nós já antecipávamos tendências com o desenvolvimento de soluções automatizadas que otimizaram processos e reduziram erros.

A inovação está na nossa cultura, entendemos que isso é uma obrigação para nos mantermos relevantes num mercado que valoriza a alta performance. A abertura do nosso escritório em Goiânia focado em estratégias digitais deixa isso bem claro, reforçando nosso compromisso com um futuro totalmente digital. Além de atuarmos diretamente em implantações e diagnósticos de diversos sistemas, estamos explorando as aplicações da inteligência artificial nos nossos negócios, desenvolvendo assistentes de IA que prometem revolucionar a maneira como interagimos com nossos clientes e parceiros.

Conselhos para Novos Entrantes

Que conselhos daria para empresas e empreendedores que desejam entrar no mercado de Vacation Club e propriedade compartilhada hoje? Quais são as chaves para o sucesso nesse segmento?

Entrar no mercado de propriedade compartilhada, é uma decisão que vai além de ter uma boa visão de negócio, exige uma compreensão profunda da complexidade do setor.

Meu primeiro conselho é, não se iluda com as grandes cifras do VGV, é fundamental ter uma estrutura administrativa sólida e recursos para suportar o início desafiador com uma grande barriga negativa de caixa.

O segundo é a colaboração, construir parcerias com empresas especializadas do setor é vital, além de abrir novas oportunidades, vão evitar muitos prejuízos. Seja flexível e aberto a novas ideias.

O terceiro conselho é sobre desenvolver seu produto com foco na experiência do cliente. Não estamos apenas vendendo estadias ou cotas imobiliárias, vendemos memórias e experiências únicas que ficarão com as famílias por gerações. Não coloque seus valores pessoais no negócio, não adianta ter um empreendimento incrível no *masterplan* com alta viabilidade nas planilhas, mas que não vende!

Por último, não entre nesse negócio sem uma intercambiadora, as chances de sucesso em vendas aumentam significativamente quando você oferece mais de 4.300 possibilidades de intercâmbio pelo mundo a fora.

Considerações finais

“Quero aproveitar este momento para agradecer à nossa equipe, aos nossos parceiros, a todos que fizeram parte da nossa história e, especialmente, aos nossos clientes. Sem a confiança, o comprometimento e a parceria de cada um de vocês, não estaríamos celebrando este marco importante.

Muito obrigado a todos por fazerem parte dessa jornada conosco. Que venham os próximos 20 anos!”

Antônio Gomes



Parte da Equipe TC Brasil ▶

Conheça a trajetória da TC Brasil e o legado de conhecimento prestado em importantes grupos de turismo no Brasil





ESOLUTION INVESTE EM MODELO DE OPERAÇÃO DISRUPTIVO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Modelo implantado possibilitou um aumento na eficiência de 52% comparado ao último ano

A eSolution, uma empresa conhecida por suas soluções tecnológicas inovadoras no setor de hospitalidade, começou a implementar desde o fim do ano passado o modelo de *Squads* em seu time de operações. O modelo divide as equipes em grupos, tornando-as autônomas e "proprietárias" de cada produto. Cada conjunto gerencia sua fila de suporte, entregas e melhorias do produto, cuidando de todo o seu ciclo de vida.

educacional no setor de hospitalidade, com cada interação nos levando a experiências de aprendizado inovadoras, moldadas pelo vasto potencial da inteligência artificial."

Layner Cléver, diretor operacional da eSolution, destaca: "A adoção da inteligência artificial nos processos de L&D é mais que evolução tecnológica. É uma revolução cultural que redefine o potencial humano na indústria da hospitalidade."

O projeto interno da eSolution utiliza IA para personalizar

Atualmente a eSolution possui 5 produtos integrados:

- eSolution Back (ERP)
- eSolution Multipropriedade e TimeShare;
- eSolution Hotel (PMS);
- eSolution Parque;
- SóFalta.Eu (motor de vendas de ingressos)

O modelo possibilitou um aumento na eficiência de 52% comparado ao último ano. A metodologia foi criada pelo Spotify e hoje é aplicada em inúmeras outras empresas de sucesso como Netflix e Nubank.

Além dessa transformação notável da eSolution, outro projeto inovador se consolidou: Uma parceria estratégica entre a eSolution e a Ímã Tech, uma instituição dedicada à formação de profissionais em tecnologia. Esse projeto, focado na área de Learning & Development (L&D) da empresa, é voltado para o setor de hospitalidade.

Esta colaboração visa não apenas aprimorar o produto eSolution, mas também transformar a maneira como o treinamento e o desenvolvimento são conduzidos no setor de hospitalidade. A Ímã Tech, por sua vez, está avançando no uso de IA para a produção de conteúdo educacionais e treinamentos sobre diversos assuntos, marcando um novo capítulo na educação corporativa.

Nayara Cléver, líder do projeto na eSolution, enfatiza a relevância do trabalho: "Estamos liderando uma revolução



Carmelito Junior



Nayara Cléver

o aprendizado, adaptando os conteúdos às necessidades específicas dos usuários. Isso significa que os profissionais do setor de hospitalidade podem adquirir conhecimento de maneira mais eficaz, com cursos e materiais que se ajustam ao seu ritmo de educação, áreas de interesse e lacunas de conhecimento. A tecnologia IA permite a criação de ambientes de ensino virtuais que simulam situações reais do setor de hospitalidade, oferecendo uma experiência de aprendizado imersiva e interativa.

Além disso, a IA é usada para analisar grandes volumes de dados sobre tendências de aprendizado e necessidades de desenvolvimento dos profissionais do setor. Essas análises ajudam a eSolution e a Ímã Tech a refinar constantemente seus programas de L&D, garantindo que eles sejam relevantes, atualizados e alinhados com as exigências do mercado. Esta abordagem orientada por dados assegura que o treinamento não seja apenas eficiente, mas também eficaz em equipar os profissionais com as habilidades necessárias para se destacarem em um setor competitivo.

Segundo Carmelito Junior, CEO da eSolution, o uso da tecnologia e de metodologias ágeis para alcançar resultados de negócio é a melhor estratégia de qualquer empresário preocupado com a produtividade do seu negócio. "O uso de IA não apenas melhora a qualidade e a acessibilidade do treinamento, mas também prepara o setor de hospitalidade para enfrentar os desafios futuros com uma força de trabalho altamente qualificada e adaptável".

A parceria entre a eSolution e a Ímã Tech representa um marco importante no uso da inteligência artificial para o desenvolvimento profissional no setor de hospitalidade e destaca o potencial da IA em transformar a educação e o treinamento corporativo. Este projeto alavanca a IA para criar soluções de aprendizado personalizadas e baseadas em dados. Não só melhora o produto eSolution, mas redefine o possível no campo do L&D. Além disso, promove uma cultura de aprendizado contínuo e inovação, valores extremamente importantes para a eSolution.



Layner Cléver

TRIÂNGULO DA EXCELÊNCIA NAS MULTIPROPRIEDADES:

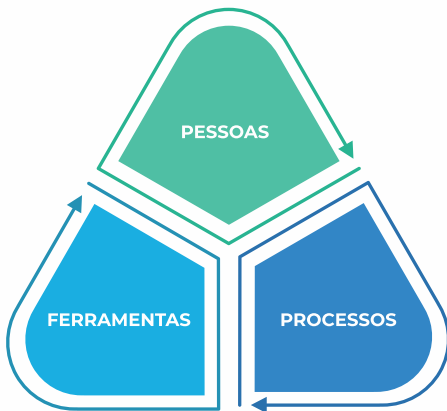
pessoas, processos e ferramentas

O mercado de multipropriedades pode ser considerado complexo em relação às operações e fases que envolvem esse modelo de negócio.

De acordo com Luciano Patule, Diretor de Projetos e especialista em Multipropriedades da Desbravador, a gestão de imóveis compartilhados é muito mais do que a administração de vendas e o controle de cotas. Para o sucesso integral dessas segundas residências é preciso considerar questões ligadas a:

- ✓ Multipropriedade;
- ✓ Hotelaria;
- ✓ Condomínios;
- ✓ Entretenimento;
- ✓ Eventos;
- ✓ Gastronomia.

Para atender todas essas áreas e garantir o sucesso das propriedades de férias, Luciano considera que o **Triângulo da Excelência** é a estrutura ideal. Ela envolve Pessoas, Processos e Ferramentas.



Entenda o que abrange cada um dos elementos dessa tríade.

O papel das pessoas

- ✓ Importância do capital humano na organização;
- ✓ Contratação e seleção de talentos;

- ✓ Desenvolvimento de competências e habilidades;
- ✓ Liderança e gestão de equipes;
- ✓ Cultura organizacional e valores compartilhados;
- ✓ Motivação e engajamento dos colaboradores;
- ✓ Comunicação interna efetiva;
- ✓ Diversidade e inclusão no ambiente de trabalho;
- ✓ Avaliação de desempenho e feedback construtivo;
- ✓ Gestão do conhecimento e aprendizado contínuo.

A importância dos processos

- ✓ Mapeamento de processos;
- ✓ Identificação e análise de gargalos;
- ✓ Otimização de fluxos de trabalho;
- ✓ Padronização de atividades e procedimentos;
- ✓ Automação e digitalização de processos;
- ✓ Gestão de mudanças organizacionais;
- ✓ Melhoria contínua e Ciclo PDCA;
- ✓ Gestão da qualidade e certificações;
- ✓ Análise de riscos e controle interno;
- ✓ Indicadores de desempenho (KPIs) e métricas.

O poder das ferramentas

Expertise da Desbravador

- ✓ Sistemas de Gestão (PMS/ERP);
- ✓ Software de CRM (Customer Relationship Management);
- ✓ Tecnologias de Business Intelligence (BI);

O poder das ferramentas

Expertise da Desbravador

- ✓ Ferramentas colaborativas e de comunicação;
- ✓ Plataformas de atendimento ao cliente;
- ✓ Soluções de armazenamento e gerenciamento de dados;
- ✓ Tecnologias para gestão de projetos.

SISTEMAS E SOLUÇÕES DIGITAIS PARA MULTIPROPRIEDADES: GESTÃO DE PONTA A PONTA DA DESBRAVADOR

Consideramos fundamental o desenvolvimento de softwares e ferramentas digitais que atendam plenamente a gestão e os processos empresariais de nossos clientes.

Para as demandas do mercado de multipropriedade, disponibilizamos softwares e diversos recursos tecnológicos para que as operações sejam totalmente automatizadas, padronizadas e integradas.

Conheça alguns dos produtos da Desbravador para atender às diferentes áreas do mercado de segundas residências.



**MULTI
PROPRIEDADE**
by DESBRAVADOR

Sistema de Gestão Multipropriedade

Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado.

Desenvolvido para atender e integrar todas as demandas de Front Office e Back Office. Possibilita a gestão de uma ou mais propriedades de forma unificada e permite ter controle total de reservas advindas de hóspedes e de proprietários, com a possibilidade de os cotistas disponibilizarem os períodos para pool de venda.



POSFast
by DESBRAVADOR

Sistema para restaurantes, bares, lojas de conveniências, empórios e outros PDVs.

Uma solução completa para gerenciar todos os pontos de venda que fazem parte do empreendimento. As funcionalidades inteligentes automatizam e organizam operações e otimizam processos, facilitando a administração e a integração das áreas de estabelecimentos gastronômicos.



CRM
by DESBRAVADOR

Solução digital para gestão de relacionamento com o cliente.

Uma ferramenta para auxiliar no gerenciamento e no acompanhamento das interações com os públicos, a fim de prospectar novos clientes e construir relações duradouras com os condôminos. Isso a torna uma ferramenta indispensável para que o empreendimento cresça com inteligência e estratégia.



Analyzer
by DESBRAVADOR

Software de Business Intelligence.

Essa ferramenta de análise coleta dados brutos e os transformam em informações compreensíveis. Esses números são a base para que executivos monitorem os resultados, tomem decisões com segurança e realizem ações estratégicas.

Quer conhecer outros recursos da Desbravador para tornar a operação da sua multipropriedade muito mais automatizada, integrada, prática e inteligente?

Fale com nosso time de especialistas!



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



BRASIL



INTERNACIONAL

SISTEMAS E SOLUÇÕES DIGITAIS PARA MULTIPROPRIEDADES

GESTÃO DE PONTA APONTA DA DESBRAVADOR

Para suprir às demandas do mercado de residências de férias, disponibilizamos softwares e diversos recursos tecnológicos para que as operações sejam totalmente automatizadas, padronizadas e integradas.



Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado.



Sistema de gestão para restaurantes, bares, lojas de conveniências, empórios e outros PDVs.



Software para administração de condomínios.



Solução digital para gestão de relacionamento com o cliente.



Aplicativo para multiproprietários.



Software de Business Intelligence.

A jornada para o sucesso total do seu negócio começa hoje!



Entre em contato para conhecer as ferramentas ideais para a sua multipropriedade.



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





A IMPORTÂNCIA E ESSENCIALIDADE DE UMA EQUIPE DE ADVOGADOS ESPECIALIZADA EM DIREITO IMOBILIÁRIO PARA EMPRESAS DE INCORPORAÇÃO EM MULTIPROPRIEDADE

Introdução

O mercado imobiliário tem se mostrado cada vez mais dinâmico e competitivo, especialmente no segmento de incorporação em multipropriedade. Nesse contexto, contar com uma equipe de advogados especializada em direito imobiliário, com experiência em estruturação de projetos imobiliários e contencioso imobiliário, é de fundamental importância para as empresas que operam nesse formato. Este artigo discutirá a importância e essencialidade dessa equipe especializada, destacando os benefícios que ela pode trazer para o sucesso e segurança jurídica das empresas de incorporação em multipropriedade.

1. Conhecimento especializado em direito imobiliário

O direito imobiliário é uma área complexa e específica, que envolve uma série de normas e regulamentos. Uma equipe de advogados especializada nessa área possui o conhecimento técnico necessário para lidar com as peculiaridades do mercado imobiliário e as particularidades da incorporação em multipropriedade. Essa expertise permite que os advogados identifiquem e resolvam questões jurídicas de forma mais eficiente e precisa, evitando problemas futuros e minimizando riscos para as empresas.

2. Estruturação de projetos imobiliários

A estruturação de projetos imobiliários é uma etapa crucial para o sucesso de uma empresa de incorporação em multipropriedade. Uma equipe de advogados especializada nessa área pode auxiliar na elaboração de contratos, análise de viabilidade jurídica e fiscal, negociação de parcerias e outras atividades relacionadas à estruturação do empreendimento. Essa assessoria jurídica contribui para que os projetos sejam desenvolvidos de forma segura e em conformidade com a legislação aplicável.

3. Contencioso imobiliário

O contencioso imobiliário é uma realidade enfrentada por muitas empresas do ramo. Disputas contratuais, litígios com clientes, questões ambientais e outros problemas podem surgir ao longo do processo de incorporação em multipropriedade. Uma equipe de advogados especializada em direito imobiliário está preparada para atuar nesses casos, representando os interesses das empresas em negociações, mediações e processos judiciais. A expertise desses profissionais pode fazer a diferença na resolução eficiente e favorável desses conflitos, evitando prejuízos e protegendo a reputação das empresas.

4. Atualização constante

O direito imobiliário está em constante evolução, com novas leis, regulamentos e jurisprudências sendo estabelecidos regularmente. Uma equipe de advogados especializada em direito imobiliário se mantém atualizada sobre as mudanças no setor, garantindo que as empresas de incorporação em multipropriedade estejam em conformidade com a legislação vigente. Essa atualização constante permite que a equipe ofereça um suporte jurídico adequado, considerando as melhores práticas e as demandas específicas do mercado imobiliário.

Conclusão

Em um mercado imobiliário cada vez mais competitivo e complexo, contar com uma equipe de advogados especializada em direito imobiliário é essencial para as empresas de incorporação em multipropriedade. Essa equipe traz conhecimento especializado, auxilia na estruturação de projetos, atua no contencioso imobiliário e se mantém atualizada sobre as mudanças legais do setor. Com isso, as empresas podem garantir o sucesso e a segurança jurídica de suas operações, minimizando riscos e aproveitando as oportunidades oferecidas pelo mercado imobiliário em expansão. Trabalhe com especialistas.



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.

COM RECORDE DE FATURAMENTO EM SEU CLUBE DE FÉRIAS, AVIVA APOSTA EM NOVOS PRODUTOS NO MODELO DE TIMESHARE, UM DELES INÉDITO NO BRASIL

Até 2028, a empresa investirá R\$ 1,2 bilhão em seus três destinos:
Costa do Sauípe Resorts, Hot Park e Rio Quente Resorts



Costa do Sauípe-BA

A estratégia de negócio adotada pela Aviva, plataforma de entretenimento detentora do Hot Park e dos resorts Costa do Sauípe (BA) e Rio Quente (GO), prevê investimentos de R\$ 1,2 bilhão em seus três destinos até 2028, incluindo novidades no Aviva Vacation Club, um dos maiores clubes de férias da América do Sul, com mais 30 mil membros, 25 anos de história e muito pioneirismo. A empresa se prepara para impulsionar ainda mais a sua área de fidelização ao investir em dois novos modelos de negócio no mercado de Timeshare, um deles inédito no Brasil.



Casa modelo - InCasa Residence Club

“A Aviva está investindo em mais produtos premium na trilha de fidelização de clientes, entregando ao mercado de Tempo Compartilhado brasileiro dois novos modelos em residências de férias, um chamado de Fractional, já com as obras em andamento em Rio Quente, e outro de High End Timeshare, em fase de projetos na Costa do Sauípe.”, explica Bruna Apolinário, Diretora de Fidelização da Aviva. “Para nós, esses lançamentos representam mais do que uma simples expansão de negócios. É uma oportunidade de

fortalecer ainda mais nosso relacionamento com os clientes, oferecendo-lhes uma forma única de se envolver com a marca.”, frisa.

Em Rio Quente, os principais diferenciais do novo produto, que recebe o nome de InCasa Residence Club e entra na maior categoria premium, estão na hospedagem em uma casa dentro de um resort, com atendimento, serviços e soluções exclusivas. “Entregaremos 40 casas de até 350 m², com duas, três ou quatro suítes, e uma ampla estrutura de lazer, chamada de Club House, composta por bar, restaurante, lounges, fitness center e piscinas privativas, entre outras

amenidades, garantindo conforto e exclusividade, além da disponibilidade de acesso à toda infraestrutura do destino, como Parque das Fontes, Hot Park, bares e restaurantes.”, complementa Bruna Apolinário.

Após amplos estudos, a Aviva também aposta em um modelo inédito no Brasil, o de High End Timeshare, que será lançado na Costa do Sauípe ainda neste ano. Os projetos estão em andamento para a entrega de um produto inovador, que ainda não foi desenvolvido pelo segmento.



Perspectiva do Club House - InCasa Residence Club

Somados aos treinamentos do time, esses lançamentos devem impactar fortemente no resultado do próximo ano, podendo até superar o recorde de 2023, que atingiu um faturamento de R\$ 770 milhões. “Não se consegue vender mais se não tiver um time qualificado e uma boa estratégia de marketing, por isso investimos muito em qualificação. Só assim teremos processos eficientes e conseguiremos atender o cliente com excelência, gerando mais vendas e faturamento.”, afirma Alessandro Cunha, CEO da Aviva, revelando um investimento de quase R\$ 4 milhões para qualificação de todas as pessoas associadas, como chamam quem trabalha na empresa, com cursos, treinamentos, *workshops* e eventos corporativos, em 2023.

Ainda segundo a Diretora de Fidelização da Aviva, esse investimento também é um dos pilares essenciais para que seu time, formado por mais de 300 pessoas associadas nas áreas de vendas, prospecção, apoio, atendimento, pós-vendas e fidelização, possa alcançar e superar as metas. “Educação continuada e treinamento são bases fundamentais para o nosso crescimento, tanto que tivemos uma palestra sobre Lifelong Learning, reforçando essa premissa que aprendizado não tem data para acabar. O resultado disso, claro, foram as tradicionais premiações entregues ao time. E, para celebrar o resultado de 2023, oito profissionais do Aviva Vacation Club ganharam ainda uma viagem de benchmarking para Orlando, nos Estados Unidos, para visitas técnicas nos resorts, parques e clubes de férias do destino”, conta. O reflexo disso também aparece no índice de clima organizacional.

Atualmente, a Aviva tem cerca de quatro mil pessoas associadas, devendo abrir mais 300 postos de trabalho em 2024. Para este ciclo de cinco anos, a companhia prevê incorporar cerca de mil empregos diretos, além dos incontáveis indiretos, já que os investimentos impactam a geração de empregos em outros setores além do Turismo, como o da Construção Civil.

“Sempre importante destacar que resultado financeiro é consequência de tudo que trabalhamos de estratégia, que são os pilares de aprendizado e crescimento, alinhamento dos processos, desenvolvimento do time, para que tenhamos o foco no cliente. Estamos focados na reputação da marca, analisando o que o cliente realmente tem a dizer sobre o nosso produto, seja NPS (Indicador de Satisfação do Cliente) ou pelas redes sociais”, afirma o CEO da Aviva.

Retrofit e investimentos

Desde 2018, quando a Aviva assumiu a gestão da Costa do Sauípe, já foram investidos mais de R\$ 110 milhões no destino. Para esse novo ciclo de cinco anos, há no radar o retrofit dos hotéis Ala Mar e Ala Terra, a construção de uma CPDA (Central de Produção e Distribuição de Alimentos) e o retrofit do hotel Premium Sol, que já está fechado e tem previsão de inauguração para o próximo verão. Em Rio Quente, a Aviva investe em modernizações no Hotel Pousada, o primeiro e mais tradicional construído no complexo, e em retrofits dos hotéis. Além dos novos produtos de Timeshare em ambos os destinos. No Hot Park, já aconteceram três grandes inaugurações em 2023 - a nova atração Turbilhados e os restaurantes Maracá e Rangará -, que fazem parte da tematização do parque aquático, que seguirá acontecendo até o final desse ciclo de investimento, principalmente com o novo parque aquático que será aberto na Costa do Sauípe, o Hot Park Baía das Tartarugas.



Time Aviva Vacation Club

SURFLAND BRASIL APRESENTA CASE EM EVENTOS NO BRASIL E PORTUGAL

Clube e resort temático no modelo de multipropriedade atrai o interesse de empresários, investidores e profissionais do turismo

Case de sucesso e marca reconhecida no turismo, entretenimento, multipropriedade e surf, a SurfLand Brasil, em Garopaba (SC), vem sendo convidada para apresentar seu projeto do resort e parque temático com piscina de ondas profissional em diversos eventos, feiras e seminários do segmento de turismo imobiliário no Brasil e Portugal.

No primeiro semestre de 2024, o diretor comercial e sócio da SurfLand Brasil, Cristiano Santiago Vieira, apresentou o projeto na feira Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) e também no Invista no Turismo Brasileiro, na Embaixada do Brasil em Lisboa, ambos eventos em Portugal, e no seminário ADIT Juris, em Florianópolis (SC).

“Ainda temos muitos desafios a serem superados e uma entrega importante a fazer, então, quando somos reconhecidos como case, atingindo patamares expressivos de visitação e sentindo a força da nossa marca romper fronteiras, entendemos que estamos no caminho certo, no destino certo e com o produto certo. Mais do que o significado, vem para nós uma motivação extra”, afirma Cristiano.

Para o diretor da SurfLand Brasil, participar da BTL foi importante para observar a tração que o estado de Santa Catarina e o surf possuem. “A SurfLand já é uma marca presente no cenário do surf em Portugal, foi importante fortalecer e juntos fomentar o surf de ondas grandes, já que participamos, junto a secretária de Turismo de Santa Catarina, de uma missão em Nazaré, aonde se protocolou uma parceria entre o destino de surf português e Jaguaruna (SC)”.



Cristiano Vieira com empresários e líderes políticos em Portugal



Cristiano Vieira apresentou a SurfLand Brasil na Embaixada do Brasil em Lisboa, para empresários e líderes políticos

inúmeras perspectivas de novos negócios”, conta ele. “Apresentar números consistentes, trazer transparência sobre ônus e bônus do mercado, e do nosso projeto, validados pela experiência da entrega do parque foi um diferencial que gerou essas novas perspectivas”.

Seguindo com a participação em eventos, a SurfLand Brasil também apresentou seu case de estruturação jurídica de um resort de multipropriedade e parque temático no ADIT Juris. “Buscamos junto com nosso jurídico trazer não apenas os desafios superados, mas o cuidado que tivemos na concepção do produto e seu processo de incorporação. Sempre que recebemos o convite para participar dos eventos da ADIT aceitamos prontamente, pois entendemos a importância da troca de experiências”, conclui o diretor da SurfLand Brasil.

Sobre a SurfLand Brasil

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



Cristiano Vieira durante apresentação

TUDO CONSULTORIA E GESTÃO CELEBRA CINCO ANOS

Adriana Chaud, CEO da consultoria, conta a história, desafios e perspectivas da empresa no mercado de multipropriedade

Atuar no mercado e se manter atualizado sobre as tendências, inovações e tecnologias, para continuar relevante, essa é proposta da TUDO Consultoria e Gestão de Multipropriedade & Vacation Club, que comemora cinco anos de empresa em 2024. Porém, a história da TUDO começa bem antes, a fundadora da empresa, Adriana Chaud, atua na multipropriedade e timeshare há 27 anos.

Mercado marcado por uma certa resistência de alguns players em evoluir o modelo de negócio, a TUDO veio com a visão de abraçar o novo, colocando os clientes no centro dos projetos e utilizando a tecnologia para melhorar a jornada de compra e pós-vendas.

Confira a entrevista com Adriana Chaud sobre os cinco anos da TUDO, as evoluções do mercado e a necessidade de sempre buscar a inovação:



Adriana Chaud, CEO da consultoria



Celebrando cinco anos de TUDO Consultoria, quais os desafios enfrentados pela empresa nesses anos?

A TUDO nasceu de uma forte vontade em fazer diferente do que se encontra no mercado e a gota d'água foi uma dissolução societária, antes ao Covid-19. Nos planejamos para ter um primeiro ano de ajustes e adequações de propósitos e quando estávamos nos lançando ao mercado, um ano depois, veio a pandemia, tivemos que recuar para reestruturar novamente nossos propósitos. Muitos desafios, inovações e mentalidade disruptiva nos levou a ter a gestão do melhor departamento de vendas digitais, vendas de relacionamento (proveniente do refugio de indicações de *prospects* de salas de vendas) além da implantação e desenvolvimento de vendas de produtos de alto padrão e luxo.

Apesar de ter vinda do mercado de multipropriedade e timeshare tradicional, com sala de vendas, a TUDO investiu em vendas online e mercado de luxo. Ter a mente aberta para novos modelos é um caminho para consultorias se manterem relevante no mercado atualmente?

Sem dúvidas, parte desse "input" veio da necessidade na pandemia, mas o desenvolvimento e aperfeiçoamento vieram da nossa constante não acomodação com o "só dá certo assim...".

Nossa longa e sólida parceria com o Grupo Maceió Mar Empreendimentos (MME), que sempre apostou em nossas novas demandas, a fim de inovarmos, trouxe robustez e expertise do segmento digital de fornecedores que abraçaram nossas necessidades especiais para desenvolver o que precisávamos, com isso termos incrementado cerca de 15 a 20% às vendas com uma equipe completamente digital.

Por outro lado, o segmento alto padrão e luxo está cada vez mais latente no Brasil, com o modelo de compartilhar custos e maximizar os bônus de experiências incríveis, personalizadas e à disposição do proprietário, praticamente quando este desejar está no desenho dos principais produtos hoje existentes no país e nós acreditamos completamente.

Com 27 anos de atuação no mercado, como surgiu a oportunidade de empreender e ter a própria consultoria?

Em 1997, iniciei minhas atividades na área do turismo, na empresa Signum Las Palmas, e, em seguida, no Rio Quente Resort, onde permaneci até 2002, com um período à frente de operadoras de viagens como a Valetur (também do grupo Aviva) e CVC Viagens e Turismo, além de atuar como Gerente Geral da TC Brasil entre 2007 a 2010, momento em que fundei a Chaud Consultoria.

A Chaud Consultoria foi uma das primeiras empresas especializadas em elaboração de planejamento estratégico, consultoria, implantação, desenvolvimento e gestão plena dos projetos de time share e multipropriedade. Nesse momento, implementávamos para os clientes a central de relacionamento com clientes e seu gerenciamento de carteira.

Em 2012, a Chaud Consultoria fundiu-se à outra consultoria que nascia naquele momento, sendo sócia-diretora por

quase sete anos, atuando em vários estados do Brasil. Em 2019, nasce a TUDO Consultoria com a proposta de diferenciação na prestação de serviço pela bagagem de 25 anos de experiência: focada no cliente final através da alta formação de pessoas e contribuindo para o desenvolvimento social e econômico no ramo turístico e imobiliário.

Em 2021, foi criada a Chaud Properties voltada aos empreendimentos de luxo e alto padrão. E, em 2023, demos um mais um passo frente à inovação, encabeçando a gestão plena de uma "house" no segmento imobiliário de primeira residência com imóveis de alto padrão e luxo. E é só o começo...

Quais as mudanças e evoluções mais significativas do mercado nesse período?

Nos últimos anos, presenciamos mudanças e evoluções significativas. O mercado de multipropriedade e timeshare no Brasil vem crescendo a passos largos, impulsionado por diversos fatores, como a busca por maior flexibilidade nas viagens, o desejo de experiências únicas, a crescente popularidade do turismo nacional.

Em 2018, foi sancionada a Lei 13.777/2018 que dispõe sobre o regime jurídico da multipropriedade e seu registro, trazendo mais segurança jurídica para o mercado, definindo regras claras para a compra, venda e uso de imóveis em multipropriedade. Isso fez com que aumentasse mais investimentos no setor, possibilitando a maior oferta.

Em 2020, enfrentamos a pandemia da Covid-19, causando impactos devastadores em vários setores econômicos, sociais e estruturais. No entanto, vimos a multipropriedade crescer, se mostrando um produto seguro e versátil e, recentemente, tivemos a vitória da manutenção do PERSE (Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos) em apoio, também, ao setor turístico, segmento fundamental ao crescimento do país.

Já citamos vendas online, vendas de relacionamento, entrada de produtos de luxo no segmento, mas as inovações são atribuídas também às mudanças nas salas de vendas, desde o uso da tecnologia que proporciona uma experiência sensorial muito dinâmica e agradável, porém, nada substitui equipes mais treinadas, que de modo caloroso, personalizado e humano entendem cada vez mais que, como diz Carl Jung, "Conheça todas as teorias, domine todas as técnicas, mas ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma humana."

Hoje, no Brasil existem cerca de 200 projetos distribuídos em mais de 80 cidades, incluindo 83 lançados ou em construção. E a estimativa para o VGV (Valor Geral de Vendas) seria de R\$ 79,5 bilhões, de acordo com a consultoria Caio Calfat Real Estate Consulting, reafirmando o crescimento contínuo do mercado.

Esse aumento na construção de novos projetos, proporciona uma maior variedade de destinos a serem escolhidos pelos clientes, atingindo vários públicos que buscam, de maneira econômica e sustentável, formas de usufruírem de hotéis e resorts que antes eram acessíveis a uma fatia menor da população. Para nós, o acesso às melhores férias da vida, ano após ano, é o grande filão da propriedade compartilhada.

MARCAS E PERSONAGENS CONSAGRADOS IMPULSIONAM O SETOR HOTELEIRO E DE ENTRETENIMENTO PELO BRASIL

JAML&T apresenta vantagens desse formato de investimento em entretenimento e lazer no turismo



Hotel Trento com quartos tematizados da personagem Hello Kitty & Amigos®

Após a pandemia, os hábitos de viagem passaram por uma metamorfose. Os viajantes não buscam apenas acomodações ou atrações, eles anseiam por histórias marcantes que ofereçam momentos únicos para eles e suas famílias. Nesse contexto, a presença de marcas e personagens já consolidadas no mercado tornou-se uma estratégia vital para o setor turístico imobiliário, de resorts e parques aquáticos e temáticos, especialmente em destinos turísticos regionais.

Por outro lado, os grandes estúdios de animação, os canais de streaming e as redes sociais trouxeram uma avalanche de novos personagens e marcas antes “nichadas”, que tem feito muito sucesso em diferentes faixas etárias, elevando o nível de oferta e a qualidade dos conteúdos à disposição do mercado. Eles também descobriram que os setores de hotelaria e parques é um importante canal de divulgação dos seus produtos, depois que a JAML&T iniciou o trabalho de aproximação desses dois setores tão relevantes.

Outro fator que a pandemia apenas ressaltou é a fidelidade dos clientes que se encaixam nos segmentos Geek, Pop e de Games, que arrastam milhões de fãs e aficionados por onde passam e o evento CCXP tem mostrado a força desse setor: 287 mil pessoas ao longo de cinco dias de evento, entre 29 de novembro e 3 de dezembro em 2023. Acumulado nas dez edições do maior

evento Comic Con do mundo, mais de 1,25 milhão de pessoas já participaram desse grande encontro de gerações.

Experiências marcantes: a busca por algo especial

Com o aumento do tempo livre e a valorização da qualidade de vida, as famílias estão cada vez mais propensas a investir em viagens que proporcionem experiências relevantes. Essa mudança de comportamento exige que resorts, restaurantes, parques ofereçam mais do que apenas acomodações, boa comida ou lazer: é preciso criar ambientes imersivos e temáticos que transportem os clientes para um universo único e inesquecível.

Marcas e personagens consagradas possuem um poder inigualável de atrair e fidelizar públicos. A familiaridade e o reconhecimento despertam emoções positivas, criando uma conexão emocional com os potenciais públicos. Essa conexão se traduz em maior predisposição à reserva, lealdade e até mesmo na recomendação do local para amigos e familiares, sem contar no aumento nominal das diárias e nos tickets médios nesses tipos de negócios. Elas trazem consigo um público cativo e uma legião de fãs que se engajam com seus produtos e universos. Ao associar essas marcas aos empreendimentos turísticos, todos ganham um diferencial competitivo significativo.

Quartos temáticos: Imersão na fantasia

Um exemplo brilhante dessa estratégia é o Trento Hotel, localizado em Guaíra, no Paraná, que introduziu quartos temáticos da Hello Kitty & Amigos. Essa iniciativa transformou a estadia em uma imersão na fantasia, encantando não só as crianças, mas também os adultos que cresceram acompanhando essa marca icônica que fará em novembro próximo 50 anos. A personagem está entre as 10 marcas mais licenciadas do mundo com um faturamento anual de U\$ 3,8 bilhões!

Com os quartos temáticos vieram as necessidades de se investir em gastronomia, entretenimento e live Experiences, em uma região extremamente rica economicamente e carente de lazer. Essa ação levou a um aumento de 12% nas receitas totais e, em comparação aos quartos tradicionais, um adicional de 38% nos valores das diárias médias dos apartamentos tematizados.

Colaborações Inovadoras: o casamento entre entretenimento e hospitalidade

Outra abordagem bem-sucedida é a colaboração entre a indústria do entretenimento e a hotelaria. Recentemente, a JAML&T realizou mais uma dessas ações, intermediando a parceria entre a Universal Studios e a rede Wish Hotels para o lançamento do filme “Kung Fu Panda 4”. Foram mais de 2000 apartamentos com elementos do filme, áreas instagramáveis, cardápio temático e a oportunidade de interagir com hóspedes e colaboradores. Essa colaboração não apenas promove o filme, mas também estabelece laços emocionais com os visitantes, tornando sua estadia verdadeiramente inesquecível.

A importância da tematização para o mercado de multipropriedades

Sabendo que para o sucesso de qualquer empreendimento de multipropriedades é necessário no primeiro momento ter casais em sala e, depois do produto entregue, manter a atratividade do produto que foi vendido, a tematização e o uso de marcas e personagens abrem uma grande janela de oportunidades.

Em destinos turísticos consolidados as parcerias para obter pontos de captação chegaram a valores absurdos e, via de regra, se torna uma disputa por quem paga mais. A JAML&T acredita que, estrategicamente, faz mais sentido criar os atrativos para a captação de clientes utilizando restaurantes temáticos próprios, realização de Meet & Greets, beach clubs tematizados, salas de vendas que gerem experiências diferenciadas e que, desde a venda, estabeleçam vínculos marcantes com os futuros proprietários.

Hoje temos mais de 30 marcas que podem ser utilizadas com essa finalidade, entendendo juridicamente o que cada uma delas tem como restrições, para atrair públicos qualificados para cada categoria de empreendimento.

Para os destinos turísticos regionais e nacionais, marcas e personagens consagrados podem ser ferramentas valiosas para se destacar no mercado e atrair um público mais amplo. A associação com nomes conhecidos e queridos pelo público contribui para aumentar a visibilidade do destino, gerar interesse, efetivar vendas e fidelizar visitantes.



Banheiro tematizado da personagem Hello Kitty & Amigos®



Parceria entre a Universal Studios e a rede Wish Hotels para o lançamento do filme Kung Fu Panda 4

Aprendendo com as experiências colaborativas

Em um mundo onde a concorrência no setor de turismo é acirrada, os resorts e parques precisam adotar estratégias inovadoras para se destacarem. A incorporação de marcas e personagens já estabelecidos no mercado não apenas atrai visitantes, mas também cria memórias afetivas que deixam uma impressão duradoura.

Seja através de quartos temáticos encantadores ou de parcerias criativas com o entretenimento, essas colaborações impulsionam não apenas o setor turístico imobiliário, mas também o turismo como um todo. Ao oferecerem momentos de felicidade e diversão, esses empreendimentos não apenas atraem visitantes, mas também contribuem para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Assim, marcas e personagens consagrados se revelam não apenas como símbolos do entretenimento, mas também como catalisadores do turismo e do progresso onde se estabelecem.

Ao investir em parcerias inteligentes e na criação de ambientes imersivos e temáticos, o mercado imobiliário de multipropriedades, os resorts e parques vão se diferenciar da concorrência, transformarão hóspedes em fãs e impulsionarão o sucesso do seus negócios.

TRUL HOTEIS LANÇA MARCA HOTELEIRA FOCADA EM ESPORTES E LIFESTYLE EM PARCERIA COM A LAYBACK

Layback Hotel by Trul Hotéis, marca inovadora terá unidades em São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Minas Gerais



Pedro Barros realizando manobra de skate (Foto: Helge Tscharn)

A indústria do esporte movimentava cerca de R\$ 31 bilhões por ano no Brasil, 3,1% do PIB, segundo dados da ESPM. Já estampando roupas, calçados, além de outros produtos, um dos segmentos mais lucrativos do mundo se alia ao *lifestyle* e entra no setor hoteleiro. A Trul Hotéis, operadora hoteleira multimarcas e referência em multipropriedade, em parceria com a Layback, empresa de *lifestyle* e esportes, lança nova marca hoteleira: a Layback Hotel by Trul Hotéis. A novidade visa trazer um novo conceito hoteleiro ao Brasil, com projetos que façam alusão a esportes como surfe, skate, kitesurf, beach tennis, mountain bike, além de arte e música nos empreendimentos.

Com a nova marca, um dos objetivos da Trul é atrair investidores do segmento de multipropriedade que visem alcançar o público familiar, de todas as idades. “A intenção do novo conceito de hotelaria é de que os empreendimentos ofereçam ambientes de integração, principalmente esportiva. São várias opções que fazem parte desse conceito, a exemplo do surfe, *skate*, *bike*, *handsurf*, além de uma grande diversidade de atividades que envolvem adrenalina e diversão, com o intuito de tirar as crianças e os jovens de frente das telas, para que eles tenham experiências diferen-

tes e saudáveis junto à família”, destaca o diretor de Novos Negócios da Trul Hotéis, Luciano Carvalho.

A proposta visa atingir um público que se identifica com o conceito e busca experiências imersivas no tema, já que o Layback Hotel seguirá toda a essência da marca criada pelo medalhista olímpico, o skatista Pedro Barros, referência dos esportes radicais no país e promessa das Olimpíadas de 2024. “Toda a arquitetura, decoração, além de souvenirs personalizados do empreendimento, vão seguir o conceito da marca Layback”, conta Carvalho.

Além da estrutura, as unidades da Layback Hotel vão fortalecer momentos em família, contando com espaços de convivência integrados com shows, atividades esportivas internas e em espaços públicos, gastronomia e arte.

“Buscávamos uma marca focada em esporte para ser nossa parceria e encontramos na Layback muitas facilidades para novos projetos, lançamentos e de impacto muito rápido no produto hoteleiro e de multipropriedade” reforça Carvalho. Isso se dá principalmente porque a marca traz um alcance notório - os estabelecimentos e eventos da Layback reúnem por ano 2,5 milhões de pessoas, principalmente de classes A e B, tanto em público feminino como masculino. “Temos uma força de divulgação muito grande. Só nas mídias sociais alcançamos mais de 10 milhões de pessoas todos os anos. Somos patrocinadores de mais de 20 atletas profissionais de skate e surf, além de contar com a Layback TV, um canal de comunicação autoral”, conta o CEO da marca, Rafael Alcici Cardoso.

A nova marca hoteleira já nasce com quatro empreendimentos em desenvolvimento, localizados nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina e Minas Gerais. “Serão unidades de negócios para investidores de novos hotéis como também para empreendimentos que já existem e têm interesse em mudança de bandeira”, exemplifica Carvalho. Além da atuação nacional, a nova marca já começa com pretensão de expansão internacional em linha com a atuação da Layback.



Parceria Layback: um mar de possibilidades

Entre os esportes, o skate e o surf se estacam como tendências de negócios não só no mar e nas pistas. Com mais de 34 milhões de fãs do skate e 45 milhões de apaixonados por surf, esses esportes atraem diversas marcas no Brasil, só surf movimentava R\$7 bilhões por ano no país ao passo que o skate deve movimentar R\$2,4 bilhões até 2025. O cenário ganha o pódio ainda mais com a skatista Rayssa Leal, a Fadinha se tornando a primeira brasileira embaixadora global da Louis Vuitton, por exemplo.

A Layback também é destaque, não só na democratização de esportes como o skate e o surf, mas também como potência de negócio. Criada em 2013 pelo skatista Pedro Barros, só em 2023 a marca, que por meio de suas casas, seus produtos e suas ações, faturou 60 milhões.

A marca atua em diversas frentes, como na criação de espaços de convivência que mesclam esporte, cultura e gastronomia ao redor do Brasil, na promoção de eventos esportivos, na produção de cerveja artesanal, no desenvolvimento de ações sociais, além de patrocinar vários atletas de diversas modalidades.

Ao todo, são 19 estabelecimentos Layback distribuídos pelo Brasil, em regiões como Belo Horizonte, Florianópolis, Fortaleza, São Paulo e Rio de Janeiro. E agora a empresa firma parceria no ramo da hotelaria com a Trul Hotéis, que conta com 13 empreendimentos e trabalha com a conversão e desenvolvimento de projetos em multipropriedade.



Pedro Barros mordendo a medalha de prata conquistada nas Olimpíadas de Tóquio 2020

Sobre a Trul Hotéis



Criada em 2016 como uma operadora multimarca com o conceito da customização hoteleira, a Trul chega ao mercado brasileiro com diferenciais, trazidos pelos anos de conhecimento nacional e internacional de seus fundadores nesse mercado. A empresa foca na necessidade e experiência do consumidor. Com DNA inovador, traz aos seus empreendimentos o foco na maximização dos resultados por meio das melhores práticas em gestão e NPS acima da média de mercado. A Trul já conta com 13 hotéis sob sua administração e mais de 3 mil quartos, espalhados pelos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia, sendo também referência em multipropriedade. A companhia conta com cinco hotéis no modelo fracionado em desenvolvimento, dois em Santa Catarina, um em São Paulo, em Mato Grosso e no Paraná. A rede está em franca expansão, tendo triplicado de tamanho em dois anos, no auge da pandemia em 2020 e 2021.

MULTIPROPRIEDADE ATINGE 200 EMPREENDIMENTOS E VGV DE R\$ 79,5 BI

Mercado registra crescimento de 33% no Valor Geral de Vendas dos projetos

Como nos anos anteriores, o mercado de multipropriedade segue uma curva de crescimento em 2024, mostrando que ainda há muita margem para expansão. O VGV projetado (Valor Geral de Vendas) subiu 33% e o número de empreendimentos 11,1%, o que foi constatado no mais recente estudo Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2024, elaborado pela Caio Calfat Real Estate Consulting.

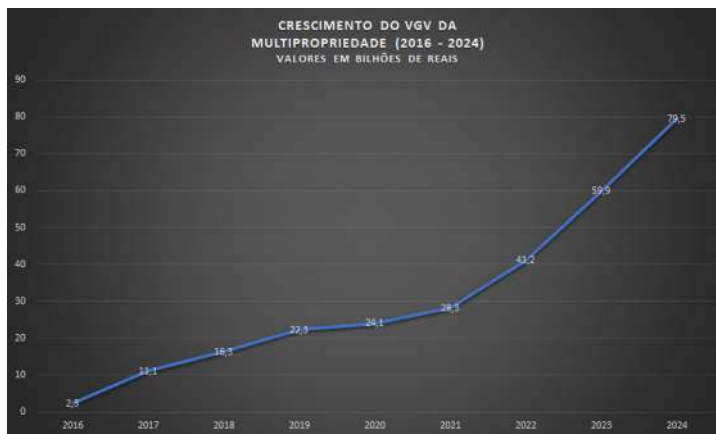
O VGV (Valor Geral de Vendas) total dos empreendimentos do mercado atingiu um total de R\$ 79,5 bilhões frente aos R\$ 59,9 bilhões de 2023. Aliás, esse total de VGV lançado neste último ano, R\$ 19,6 bilhões, é um recorde no mercado, representando um crescimento de 33%.

Ainda no comparativo entre a edição atual e a edição passada, observou-se também que esse modelo de negócio chegou a oito novas cidades. Já o crescimento apurado no número de empreendimentos aumentou pouco mais que 11%, passando de 180 empreendimento em 2023 para 200 empreendimentos em 2024.

O ano de 2024 também marca a consolidação de duas projeções feitas nos anos anteriores: a Lei da Multipropriedade, Lei 13.777, que entrou em vigor em 2019, iria impulsionar o crescimento do mercado, com a entrada de incorporadores e marcas consolidadas no segmento imobiliário turístico; os projetos caminhavam para formatos de empreendimentos de altíssimo padrão, com tíquetes médios maiores e focados em públicos mais qualificados.

Como podemos conferir nos gráficos que mostram a expansão do mercado, tanto no VGV como em números totais de empreendimentos desde 2016, ano que foi realizada a primeira pesquisa Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil, a partir de 2021, mesmo enfrentando a crise provocada pela pandemia, o valor do VGV mais que dobrou até este estudo de 2024.

MULTIPROPRIEDADES 2024	
EMPREENDIMENTOS	200
	11,1% de crescimento
VGV POTENCIAL	R\$ 79,5 bilhões
	33% de crescimento



Mais de 1 milhão de frações

O valor médio da semana aponta um crescimento geral de 14,4% para a edição 2024, índice este que está diretamente ligado ao aumento do VGV. Observa-se que o mercado tem buscado novos nichos de clientes, do que era observado até então. Embora a maioria dos projetos ainda esteja no segmento de valor médio da semana até R\$45.000 (média 2024 – R\$39.006), nota-se o aumento do número de empreendimentos que trabalham com uma faixa de renda maior, como por exemplo, os que trabalham com semanas vendidas com valores superiores a R\$80.000.

Da mesma forma, o número total de frações apresentou crescimento de aproximadamente 19%, atingindo um volume de mais de 1 milhão de frações disponíveis ao mercado, dado que impacta diretamente no volume de frações em estoque. Dessa forma, a atual edição aponta um pequeno aumento das frações em estoque, representando um total de 44%, o que era esperado perante o crescimento do número de frações.

Além do crescimento dos índices já mencionados, a pesquisa também captou tendências positivas, com um amadurecimento dos projetos de multipropriedade, que entra em uma nova fase com produtos diferenciados e com uma gestão mais profissionalizada. A curvatura de vendas está em um patamar equilibrada de próxima dos patamares observados nos anos anteriores, indicando que o modelo de captação e vendas também tem se profissionalizado e qualificado.

Oferta Total | 200 Empreendimentos

Nº de Cidades/Estados	Ano				
	2024	2023	2022	2021	2020
Item					
Cidade	89	81	77	68	60
Estado	19	19	20	20	18

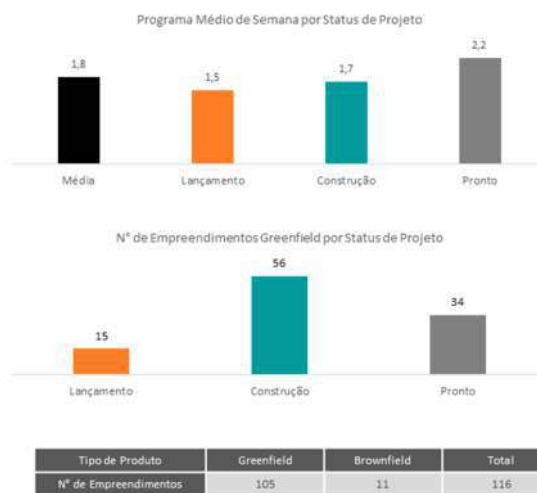
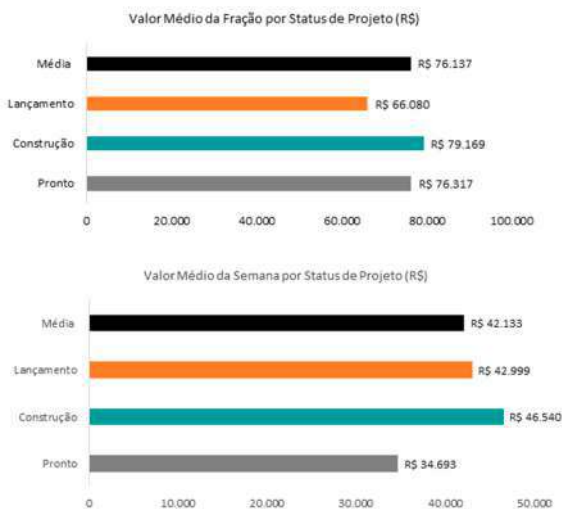
VG: 79,5 bilhões

Oferta Corrente | 116 Empreendimentos*

Regiões	Mercado Corrente					
	Brasil	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Empreendimentos	116	12	34	5	24	41
Unidades Habitacionais	25.370	3.529	8.109	2.404	5.664	5.664
Frações	812.847	87.432	252.883	48.050	166.973	257.510
Semanas/Frações	1,8	2,1	1,7	2,6	1,8	1,7
Valor Médio da Fração	R\$ 76.137	R\$ 57.965	R\$ 66.985	R\$ 58.009	R\$ 76.856	R\$ 94.209
Valor Médio da Semana	R\$ 42.133	R\$ 27.617	R\$ 40.172	R\$ 22.297	R\$ 43.571	R\$ 54.623
VGV Potencial (bilhão)	61,9	5,1	16,9	2,8	12,8	24,3
VGV Vendido (bilhão)	28,8	2,7	7,7	2,1	6,4	10,0
Frações a venda /total	53,5%	47,5%	54,6%	26,1%	50,4%	58,7%

*Oferta Corrente:

- Empreendimentos prontos como menos de cinco anos de operação; e/ou
- Empreendimentos em qualquer status com vendas inferior a 95% do total da oferta



EMPRESA DE FOTOGRAFIA PRETENDE EXPANDIR NO MERCADO DE TURISMO



Contando com parcerias com grandes grupos hoteleiros em Caldas Novas, Paparazzi Fotos explica como se preparou para as novas oportunidades de negócios

O crescimento do Turismo no Brasil, com mais lançamentos de hotéis, parques turísticos e multipropriedades, gera novas oportunidades de negócios para companhias prestadoras de serviços para os complexos. É o caso da Paparazzi Fotos, de Caldas Novas (GO), empresa especialista em fotografias para parques e hotéis, que se prepara para novos voos e desafios em outros destinos brasileiros.

Recentemente, a Paparazzi Fotos anunciou o maior investimento de sua história em um novo e moderno quiosque dentro do Lagoa Parques e Hotéis, em Caldas Novas. A parceria entre a Paparazzi Fotos e o Grupo Lagoa é longa, se estendendo para todos os empreendimentos do grupo, o Lagoa Parque, Lagoa Quente Hotel, Lagoa Flat Service, Lagoa Eco Towers e o Lagoa Jardins. Além do Grupo Lagoa, a Paparazzi Fotos também atua em outros complexos turísticos de Caldas Novas, o Resort do Lago e Kawana Park.

Conheça um pouco mais da Paparazzi Fotos nesta entrevista com os sócios da empresa, Marcos Alves e Rodinaldo Silva.

Como surgiu a Paparazzi Fotos?

Marcos - Em 2010, quando fechamos a primeira parceria em Caldas Novas, não tínhamos um nome para nossa empresa, então decidimos um nome que fosse diferente, que nos ajudasse a ter entretenimento e descontração com os clientes na hora da abordagem dentro das piscinas e sair na frente da concorrência, foi aí que surgiu a Paparazzi, "A Nossa Celebridade é Você!".



Sócios do Paparazzi Fotos, Marcos Alves e Rodinaldo Silva



Quiosque de atendimento - Paparazzi Fotos

O que uma empresa de fotos deve oferecer para parques e resorts? Por que um empreendimento turístico deve contar com uma empresa de fotos para seus clientes?

Rodinaldo - É de grande importância o trabalho de uma empresa de fotografia em um empreendimento turístico. São várias vantagens ao empreendimento parceiro: qualidade em produtos e serviços; lucro sem investimentos por parte do empreendimento parceiro; marketing através das fotografias adquiridas pelos clientes que vão para todo Brasil; satisfação e experiência ao cliente; valorização da marca do empreendimento parceiro vinculada aos produtos comercializados.

Normalmente, como a Paparazzi fecha as parcerias, com o investimento no espaço, fotógrafos e equipamentos, a responsabilidade é da Paparazzi ou do empreendimento parceiro?

Marcos - Quando fechamos uma parceria, a remuneração é de 30% de todo faturamento bruto ao empreendimento parceiro e 70% de repasse à Paparazzi.

Quais os planos da Paparazzi?

Rodinaldo - Estamos em busca de expandir nossa empresa, fechar novas parcerias e levar nossos serviços para outros destinos turísticos pelo Brasil.

POR QUE REGIÃO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ E CIDADES PRÓXIMAS É O NOVO POLO DE DESENVOLVIMENTO DA MULTIPROPRIEDADE?

Com um dos mercados imobiliários de luxo mais aquecidos do Brasil e várias atrações de entretenimento, o litoral norte de Santa Catarina entra na rota de expansão dos projetos de turismo compartilhado



Balneário Camboriú

O ciclo de crescimento do mercado de multipropriedade imobiliária acontece muito em períodos de expansão em certos destinos turísticos, foi assim primeiro em Caldas Novas (GO), Olímpia (SP), Gramado (RS), depois a região Nordeste, e, mais recentemente, os negócios fracionados despertaram o interesse dos empresários do litoral norte de Santa Catarina, correspondendo a um polo turístico formado em um raio de menos de 50 km, abrangendo as cidades de Balneário Camboriú, Penha, Itajaí, Bombinhas, Itapema, Porto Belo, Barra Velha e outras.

INTERESSE NA MULTIPROPRIEDADE

“É natural que os projetos de multipropriedade se instalem em cidades e regiões com muito potencial e que já tenham alguma base de visitantes constantes”, afirma Dainara Warken, turismóloga especialista em multipropriedade. “Esta é uma praça que brilha aos olhos de empreendedores e construtores, pelo PIB que carrega e pelo nível de imóveis e atrações turísticas que entrega”.

Além das belezas naturais e vários equipamentos turísticos, a região também é completa em termos de infraestrutura, comércio, segurança e lazer. “Ou seja, é bom para morar e para visitar”, diz a especialista em multipropriedade. Para ela, esses fatores são primordiais para um projeto de multipropriedade ser bem-sucedido. “Uma região que consiga reter o visitante por vários dias com atrações e atividades costuma ser o pacote completo para sucesso em vendas e entrega”.

Danilo Samezima, CEO da Oceanic Empreendimentos e

Atualmente, a região conta com 12 empreendimentos já lançados, com cinco em operação, além dos outros projetos que estão em fase de desenvolvimento para serem lançados em breve. Santa Catarina possui um total de 20 empreendimentos, de acordo com o estudo Cenário de Desenvolvimento de Multipropriedades 2024.

O litoral norte de Santa Catarina já é bem conhecido por ser uma das regiões mais pujantes economicamente do Brasil, com boas taxas de qualidade de vida do Brasil, com os maiores índices de valorização imobiliária, gerando um dos mais desenvolvidos mercados imobiliários de altíssimo padrão e luxo nacional.

Recebendo quase 9 milhões de visitantes por ano, a região também é turística, com o perfil de atrair turistas com alto poder aquisitivo. Além das famosas praias e clima ameno, o que gera um badalado turismo náutico, inclusive, com um dos mercados mais desenvolvidos de propriedade compartilhada de lanchas, jet skis e embarcações, o litoral norte de Santa Catarina também conta com outras atrações, como o parque temático Beto Carrero World, em Penha, o mais visitado da América Latina, outros parques e atrações temáticas (Space Adventure, Oceanic Aquarium, Aventura Jurássica, todos em Balneário, e outros), a famosa roda-gigante de Balneário, restaurantes, museus, hotéis de altíssimo padrão e povo hospitaleiro.

sócio da Proxy, empresas de Balneário Camboriú e atuantes no mercado de entretenimento, multipropriedade e hotelaria, reforça que é natural o desenvolvimento de hotéis e resorts em uma região como o litoral norte de Santa Catarina. “Diante deste vasto leque de opções e investimentos no turismo, que ano a ano tem crescido a visitação de turistas, atraindo o desenvolvimento de hotéis e resorts para atender esta demanda; a multipropriedade é uma das formas de funding”.

Esse potencial turístico atrai grandes empresas a investir na multipropriedade na região, como grupos de entretenimento, redes hoteleiras internacionais, como a Wyndham Hotels & Resorts, grupos de hotelaria e entretenimento internacionais, como Amazon Parks & Resorts, grandes redes hoteleiras brasileiras, como Costao do Santinho, e muitos hoteleiros e incorporadores da própria região, como o Grupo Tedesco.

INCORPORADORES LOCAIS LANÇAM PROJETOS

Uma das empresas de negócios imobiliários de Balneário Camboriú que entrou no mundo da multipropriedade, com o lançamento de seu primeiro empreendimento Infinity Exclusive Home, em Barra Velha, foi o Grupo Viabilize. O diretor comercial da companhia, Neto Bastos, destaca o poder aquisitivo do público que visita a região, “No litoral catarinense podemos encontrar um público classe média/alta que, além de sonhar com uma residência de férias, busca investir no mercado imobiliário”.

O executivo do Grupo Viabilize explica que na região há uma grande demanda de visitantes, mas, ao mesmo tempo, há uma carência de locais para hospedagem em determinadas épocas do ano, o que viabiliza a criação de empreendimentos de multipropriedade. “Além disso, por ser uma região que recebe um grande público de investidores, se torna uma região ímpar para a comercialização de empreendimentos do mercado imobiliário”.



Infinity Exclusive Home

MERCADO IMOBILIÁRIO AQUECIDO GERA PROJETOS DE ALTO PADRÃO

A multipropriedade segue o momento do mercado imobiliário das cidades do litoral norte, que tem as características de projetos de altíssimo padrão e grande valorização, voltados para um perfil de público com mais alto poder aquisitivo, que enxerga o segmento imobiliário local como uma forma de diversificar os investimentos.

Atualmente, Balneário Camboriú, Itapema e Itajaí estão entre as 10 cidades com o metro quadrado mais caro do Brasil. “Toda região tem uma valorização imobiliária grande, conforme índice divulgado em Mar/24 pela Fipezap, o valor médio do m² de venda em Balneário Camboriú é de R\$ 12.903, sendo mais alto do Brasil.”, afirma Danilo.

O executivo da Proxy/Oceanic explica que o valor de venda do m² do modelo de multipropriedade em vários destinos costuma ser de superior de 2 a 4 vezes o valor da venda tradicional; porém, “na região, como a valorização imobiliária tradicional já é alta, esse spread fica extremamente apertado, tornando, assim, o valor do m² do produto em multipropriedade em linha do tradicional”.

O mercado imobiliário aquecido e valorizado também é apontado como um fator de crescimento do turismo e, conseqüentemente, da multipropriedade. “Com pessoas desejando o destino, e é uma região com novidades o tempo todo, que atrai muitos investimentos e a cada ano traz novas possibilidades, fazendo sentido que os turistas e visitantes retornem muitas vezes, gerando o desejo de possuir um imóvel aqui”, salienta Dainara. “A cidade não tem um custo de vida baixo, por isso, também a tendência é de um volume maior de casais dentro das qualificações que sabemos que geram um resultado melhor em vendas”.

O mercado de empreendimentos imobiliários de altíssimo

padrão e luxo também eleva o padrão e formatação da multipropriedade na região, como pode-se constatar pelos empreendimentos já em operação, o Solar Pedra da Ilha, em Penha, que conquistou a premiação TC Awards – Categoria Premium Hotel, como melhor multipropriedade do Brasil; o Brava Mundo, na Praia Brava, um hotel boutique com muita sofisticação e requinte; e também nos projetos em desenvolvimento: como o Amazon Parques & Resorts, que terá um resort e parque temático com temática de Amazônia; o Costao Estalerinho, uma parceria do Costao do Santinho e Grupo Tedesco, entre outros.

DESAFIOS DA MULTIPROPRIEDADE NA REGIÃO

De acordo com Danilo Samezima, por conta deste mercado imobiliário de alto padrão e as características do turismo local, os incorporadores de multipropriedade podem encontrar alguns desafios na formatação da viabilidade financeira dos projetos na região, “como preço mais caro de terreno, a precificação do produto e os já conhecidos custos altos de comercialização e gestão do modelo de Multipropriedade, a sazonalidade dos turistas em destino de praia e sol, a diferença econômica entre hóspedes de lazer e os veranistas (proprietários dos imóveis de segunda moradia) e a escassez de âncoras para pontos de captação de clientes”.

Para Neto Bastos, do Grupo Viabilize, além dos desafios de regulamentação, licenças, marketing e comercial, a própria população cobra que projetos hoteleiros e imobiliários sigam um padrão de luxo. “Para que haja uma boa aceitação da comunidade é necessário que o empreendimento siga as dinâmicas sociais e econômicas da região, mantendo o padrão de qualidade, conforto e perfil de cliente”.



Itapema-SC

AMBIENTE DE NEGÓCIOS DESENVOLVIDO NA REGIÃO

A região do litoral norte de Santa Catarina conta com um forte ambiente de negócios o que favorece o desenvolvimento de novos projetos. “A região toda tem histórico das entidades, poder público e moradores com visão “pró negócio”, o reflexo desse pensamento conjunto é o alto desenvolvimento econômico da região. Os bons projetos não têm dificuldades em aprovações de licenças e a aceitação por parte da comunidade é ampla”, reforça Danilo Samezima.

Segundo Dainara, além de a população acostumada com o mercado imobiliário aquecido realmente enxergar como corriqueiras as abordagens, ofertas de produtos e lançamentos imobiliários, as atividades de marketing e comerciais também são bem regulamentadas e fiscalizadas. “Garantindo que o nível de entrega se mantenha, visto que é necessária alguma robustez do projeto e dos investimentos para uma sala de vendas se manter na região”.



Beto Carrero World

“Como em toda praça, Balneário Camboriú e região é um excelente lugar para aqueles que trabalham de forma séria e focada em manter a boa experiência dos clientes para que retornem e desejem adquirir uma fração imobiliária na cidade. A relação com o trade turístico e imobiliário, como um todo, é importantíssima, devido inclusive à quantidade de negócios estabelecidos na cidade. Existe espaço para todos aqueles que trabalham bem e a relação entre os negócios pode e deve ser saudável.”, conclui Dainara Warken.

Por conta deste crescimento da multipropriedade na região, o Turismo Compartilhado realiza o seminário Multipropriedade Summit em Balneário Camboriú, nos dias 05 e 06 de agosto, no Ocean Place. Mais informações e inscrições para o evento serão divulgadas em breve.



Parque de entretenimento infantil, Tauá Resort Atibaia

UMA JORNADA DE EDUCAÇÃO E LAZER: TAUÁ RESORTS OFERECE PACOTES EXCLUSIVOS PARA ESCOLAS

“Day Use Pedagógico” recebe estudantes nos resorts de Minas Gerais, São Paulo e Goiás. Em 2024, a rede hoteleira prevê receber mais de 20 mil alunos

Em período de baixa temporada no Turismo, considerado de abril a junho, grande parte dos hóspedes do Grupo Tauá de Hotéis e Resorts são estudantes. Isso porque a rede hoteleira oferece pacotes promocionais exclusivos para escolas. Entendendo a demanda do mercado por atividades educacionais fora do ambiente escolar tradicional, principalmente depois da pandemia, o Grupo Tauá desenvolveu o “Day Use Pedagógico”. A proposta é receber escolas dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás para um dia de experiências diferentes, aproximando a rede de um compromisso com a educação.

O “Day Use Pedagógico” consiste em uma excursão pelo resort Tauá, com café da



Espaço de entretenimento e educação infantil, localizado nos hotéis do Grupo Tauá

EXPERIÊNCIA

manhã, almoço, passeio pelas áreas de lazer do resort e uma rotina de atividades no maior espaço de entretenimento infantil dentro de hotel no Brasil, a Jota City. Esse espaço é baseado nos maiores parques de diversão do mundo, mas com quatro pilares principais: sustentabilidade, tecnologia, conhecimento e diversão, contando com diversas estações com temáticas diferentes para que as crianças aprendam e se conscientizem brincando.

No último ano, o número de visitas de escolas dobraram. Em 2022, houve um crescimento na demanda de todas as unidades do Grupo. As visitas das escolas acontecem no período de baixa temporada dos resorts, sendo abril a junho, criando uma movimentação relevante para o período.

Olhando para 2024, o Tauá reafirma seu compromisso com a integração entre educação e lazer, aspirando não apenas a manter, mas a superar os padrões já estabelecidos. Com o objetivo de visitar mais de 2.500 escolas nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás, o projeto estipula a ambiciosa meta de beneficiar mais de 20.000 alunos. Essa iniciativa reforça laços entre a marca e seu público, promove o conhecimento dos estudantes e assegura experiências memoráveis, indo além da mera perspectiva de vendas.

Sobre o Grupo Tauá

Um dos principais players de hotelaria para viagens em família no Brasil. Tendo como principal pilar a cultura do sorriso, é reconhecido por oferecer entretenimento para crianças e adultos. Descanso e lazer são diferenciais que os resorts oferecem aos hóspedes. Os resorts têm esquema de pensão completa e contam com restaurantes à la carte. As crianças têm atenção especial, com menus exclusivos e recreação durante todo o dia, com os Taualegres – os monitores infantis da rede de hotéis. Tem ainda a exclusiva Jota City - a metrópole do futuro, uma cidade interativa onde os hóspedes mirins aprendem brincando sobre sustentabilidade e consumo consciente. Os adultos têm à disposição uma estrutura de lazer robusta incluindo, além das piscinas, SPA, cinema, boliche, academia, quadras esportivas e salão de jogos, dentre outros. A rede tem mais de 2000 apartamentos espalhados por três estados brasileiros, MG, SP e GO.



Espaços de entretenimento e educação infantil, localizado nos hotéis do Grupo Tauá

ARQUITETURA POSITIVA

Arquitetura positiva é um termo que vai muito além da funcionalidade e estética dos empreendimentos, é uma busca por criar ambientes que tem como prioridade o bem-estar e a felicidade das pessoas, sejam os empreendedores, clientes, funcionários, prestadores de serviço, etc. Esse é um termo emprestado da psicologia, que muito se tem falado a “psicologia positiva”, em que se concentra o estudo dos aspectos positivos das relações e experiências humanas, como a felicidade, o desenvolvimento pessoal e o sentido de propósito.

Ao emprestar os princípios da psicologia positiva para a arquitetura, nós profissionais especialistas dessa área buscamos criar espaços que incentivem e promovam emoções positivas, como o contato com a natureza (dentro dos conceitos de biofilia, que já discutimos muito por aqui), estimulem a interação social e ofereça oportunidades de crescimento e desenvolvimento pessoal para todos os envolvidos; o estudo, o desenvolvimento e a aplicação de elementos como luz e ventilação natural abundante, convívio e integração entre as pessoas (sempre respeitando as diferenças e a intimidade), design acessível e inclusivo (que já discutimos por aqui também), entre outras soluções...

Dentro do nosso contexto de empreendimentos de turismo, hospitalidade e entretenimento, a arquitetura positiva pode desempenhar um papel fundamental para a criação de experiências memoráveis e significativas para os clientes. No desenvolvimento de resorts, hotéis, parques, centros de lazer e entretenimento, nós arquitetos consideramos o impacto psicológico e emocional dos espaços projetados, aplicando os conceitos que discutimos acima, sempre levando em consideração que precisamos encantar os clientes, e que as experiências geradas em alguns



poucos dias precisam perpetuar em sua memória por muito tempo.

Claro que a arquitetura não é a única responsável pela experiência dos clientes, é um complemento fundamental, para que o empreendimento tenha a estrutura necessária para a operação desenvolver seu trabalho.

A aplicação desses conceitos passa por todas as áreas do projeto, desde apartamentos com vistas panorâmicas e integradas a natureza, espaços ao ar livre para atividades como meditação, ioga, áreas de lazer e piscinas que precisam transmitir esses princípios, e claro as áreas gastronômicas com uma alimentação consciente e saudável.

Por fim, esses são alguns exemplos da aplicação da arquitetura positiva nos empreendimentos, mais que soluções técnicas, é uma filosofia de trabalho, em que o ponto central é promover a felicidade humana e dar sentido de propósito nas relações das pessoas, das empresas e nos negócios.



* 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, entre outros.



@miltonfilho.arquiteto



@mfdc.arq.design



milton.arquitetura@gmail.com

ENTREVISTA

Com Juan Ignacio Rodriguez, diretor-geral da RCI International e diretor de desenvolvimento de negócios globais RCI

“Tempo compartilhado no Brasil tem taxa de crescimento mais alta em comparação a qualquer outra região no mundo”

Maior empresa de intercâmbios de férias do mundo, a RCI enxerga o mercado de propriedade compartilhado no Brasil como estratégico, já que é a indústria com as maiores taxas de crescimento no mundo.

Para falar sobre a visão da companhia sobre o timeshare e multipropriedade no país, conversamos com Juan Ignacio Rodriguez, que assumiu recentemente o cargo de diretor-geral da RCI International e diretor de Desenvolvimento de Negócios Globais RCI, e conhece bem o mercado do Brasil, já que foi um dos principais executivos por mais de 20 anos da RCI América Latina, acompanhando a expansão dos projetos brasileiros.



Assumindo a posição de diretor-geral da RCI International e diretor de Desenvolvimento de Negócios Globais da companhia no segundo semestre de 2023, qual o perfil e desafios desta nova posição?

Desde o ano passado, meu objetivo é consolidar as regiões com potencial de crescimento dentro da nossa indústria e o Brasil é uma das mais importantes. Entre meus desafios, integrar paulatinamente mais serviços de viagem adicionais ao intercâmbio, que já trabalhamos, com o objetivo de agregar valor à associação dos clientes, nos consolidando na primeira opção de viagem para bases fechadas. E, claro, otimizar os recursos por meio de intercâmbio de ideias e melhores práticas que ajudam nosso negócio.

Qual sua visão sobre o tempo compartilhado no Brasil?

O Brasil cresceu e acreditamos que continuará expandindo de maneira sustentável, com uma taxa de crescimento mais alta em comparação a qualquer outra região no mundo.

O Brasil tem uma oferta de produtos muito interessante, que vai desde produtos de entrada ou prova, os que são direito de uso por “x” número de anos e, finalmente, os projetos em multipropriedade, com ou sem registro da propriedade e os

fracionados de alto padrão. É uma gama de produtos importantes porque atinge a diferentes públicos que, unido ao fato de que já estão nas principais regiões/destinos do País, converte essa indústria como um dos principais motores para o turismo.

Quais os planos da RCI – mundo e/ou Brasil?

O Brasil segue muito estratégico para a operação global da RCI. No total, o País teve uma performance de quase US\$ 2 bilhões em 2023, um crescimento médio de 15% em relação a 2022 (US\$ 1,7 bilhão).

Hoje, O Brasil soma mais de 250 empreendimentos afiliados (20 deles afiliados em 2023) 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.

Além disso, como equipe, a RCI Brasil pode continuar como uma peça fundamental na expansão de produtos e serviços, apoiar os empreendedores das diferentes regiões do País, de acordo com suas necessidades, e ser uma peça-chave para a indústria, para nossos clientes e para o consumidor.



Esta é a melhor notícia sobre o setor de Multipropriedades desde a aprovação da lei!

Anualmente a **Caio Calfat Real Estate Consulting** lança o "**Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil**", relatório que já virou um clássico, atualizando o mercado sobre as principais mudanças e evoluções da área.

Este ano, seu característico mapeamento cresceu ainda mais, **ganhando dois volumes: um sobre quem faz e outro sobre quem compra Multipropriedades**. Este segundo, em parceria com a **Mapie**, **mergulha em dados nunca antes divulgados sobre o comprador, vindo diretamente de suas opiniões e preferências**.



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



MULTIPROPRIEDADE

SUMMIT BALNEÁRIO CAMBORIÚ

MULTIPROPRIEDADE SUMMIT DESEMBARCA EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ PARA DISCUTIR E PROMOVER O DESENVOLVIMENTO DA MULTIPROPRIEDADE IMOBILIÁRIA

Um dia inteiro de palestras, debates, apresentação de cases, networking e a presença de importantes executivos do setor compartilhando conteúdos e novas ideias. O MULTIPROPRIEDADE SUMMIT abre portas para o setor hoteleiro e o setor imobiliário moldarem estratégias em busca de boas práticas do setor.

Data: 05 de agosto

Local: Ocean Place – Barra Sul



TC Awards
2024

Entrega da placa de reconhecimento:

TC Awards 2024 – Melhores Resorts de Multipropriedade do Brasil

Dia 06 de agosto:

VISITA TÉCNICA com roteiro exclusivo no destino para conhecer os bastidores de parques de entretenimento, salas de vendas e empreendimento de multipropriedade em operação.

Realização:

TURISMO
COMPARTILHADO

Saiba mais em:

@multipropriedadesummit

contato@turismocompartilhado.com.br

www.turismocompartilhado.com.br