



# TURISMO

## COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento



# A única solução completa de verdade

Mundo Planalto apresenta novo CRO  
e Diretora Comercial

Entrevista com Jason Gamel,  
presidente e CEO da ARDA

Multipropriedade Summit  
aconteceu em Balneário Camboriú

# SE A DIVERSÃO TEM COR, SÓ PODE SER BLUE!

Foz do Iguaçu tem praia. E o melhor: fica no Blue Park!  
Com ondas de até 1,20 m de altura, é a terceira maior do mundo e tem até areia natural!

A diversão não para por aí: toboáguas radicais, área kids, beach tennis, megatirolés e uma área gastronômica completa fazem do Blue Park uma parada obrigatória durante sua visita a Foz.

Aqui, o azul vai colorir  
seus melhores momentos em família!



Blue  
é a cor da  
diversão

Blue Park

Rua Dr. Alberto Abujamra, 3175  
Mata Verde - Foz do Iguaçu PR  
+55 (45) 3521-2060

Acesse o site e conheça:  
[blueparkfoz.com.br](http://blueparkfoz.com.br)

Capa 20

## eSolution: 20 Anos de Inovação e Liderança no Setor de Hospitalidade e Turismo



Página 04

Entrevista com Jason Gamel, presidente e CEO da ARDA



Página 10

Mundo Planalto apresenta novo CRO e diretora comercial



Página 14

Para prosperar na multipropriedade é preciso quebrar os paradigmas da hotelaria convencional, por Alexandre Zubaran - CEO da Enjoy Hotéis & Resorts



Página 19

Compartilhamento de custos e despesas, é legal? Por Daniela Coimbra, advogada do escritório Emrich Leão Advogados



Página 31

A estratégia de marketing por trás da Surfland Brasil



Página 42

Não existem equipes ruins, existem líderes que falham, por Erick Faleiros



### GESTÃO

- 06 GR Group inicia nova era com centro de serviços compartilhados em Goiânia
- 12 Executivos do Grupo Oceanic participam do maior evento customer experience do mundo

### ARQUITETURA

- 15 Como a arquitetura pode contribuir para a personalização das experiências na hospitalidade?
- 16 Multipropriedade e Arquitetura: desenvolvendo resorts que encantam e fidelizam os clientes

### DIREITO

- 25 A Evolução da Multipropriedade Imobiliária e o Direito Real de Uso no Contexto dos Imóveis de Férias

### MERCADO

- 24 Aviva Vacation Club celebra resultados de mais uma temporada de sucesso em Rio Quente Resorts e Costa do Sauípe Resorts
- 26 Costa do Sauípe oferece um banho de Bahia em nova campanha juntamente com Saulo Fernandes para hotel renovado
- 28 Experiências hoteleiras da GAV Resorts: conforto e excelência que transformam férias em memórias inesquecíveis
- 30 Merídio Broker adapta-se aos desafios da multipropriedade

### NEGÓCIOS

- 32 Wyndham Hotels & Resorts avança na multipropriedade e conquista seus clientes
- 34 Multipropriedade Summit

### TECNOLOGIA

- 36 Wolts: indústria revoluciona o mercado com gerador de calor inovador para piscinas
- 38 Desbravador: tecnologia e inovação para multipropriedade
- 41 ORQUESTRE traz novas soluções tecnológicas para parques, hotéis e resorts

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](http://www.turismocompartilhado.com.br)  
[redacao@turismocompartilhado.com.br](mailto:redacao@turismocompartilhado.com.br)  
(64) 99206-0604

# COMO O MERCADO BRASILEIRO PODE APRENDER COM A INDÚSTRIA DE PROPRIEDADE COMPARTILHADA DOS EUA

**R**eferência global na indústria de propriedade compartilhada, o mercado norte-americano conta com números consolidados: cerca de 1.500 resorts de timeshare, ocupação próxima a 77% na média do ano, aproximadamente 9,9 milhões de proprietários e 10,6 bilhões de dólares em vendas em 2023. Trazendo o ponto de vista da ARDA (American Resort Development Association) de como a indústria de propriedade compartilhada ainda pode se manter relevante atualmente e como um mercado em expansão, como no Brasil, pode crescer sustentavelmente, conversamos com o Jason Gamel, presidente e CEO da ARDA.



Jason Gamel, presidente e CEO da ARDA

### Como a ARDA contribui para trazer credibilidade e transparência ao segmento de propriedade compartilhada?

A ARDA se esforça para trazer credibilidade e transparência ao segmento alavancando sua posição como “a voz” da indústria, educando e estabelecendo relacionamentos com legisladores do Capitólio às legislaturas estaduais em todo o país, bem como meios de comunicação e o público viajante, para garantir que a propriedade compartilhada seja reconhecida como um setor-chave da grande indústria hoteleira.

Quanto à defesa em nome dos consumidores de timeshare, a ARDA-Resort Owners Coalition (ARDA-ROC) defende os interesses dos proprietários nos níveis federal, estadual e local, se dedicando a salvaguardar os direitos e o bem-estar dos mesmos através da monitorização legislativa e do envolvimento proativo.

Finalmente, a fim de mostrar o compromisso dos nossos membros com os mais altos padrões e comportamento ético na indústria, fornecemos um padrão de conduta - chamado Código de Ética da ARDA (ARDA Code of Ethics), que todos os membros da ARDA devem concordar em cumprir como condição de adesão. O Código de Ética não abrange apenas requisitos gerais de conduta, mas também exigências específicas que os membros devem cumprir ao realizar transações com consumidores, padrões para divulgação de informações

ao público, regras relativas à gestão de resorts, diretrizes básicas para atividades de revenda e diversas outras áreas de conduta do membro potencial.

### Quais são os atuais desafios, preocupações e questões enfrentadas pelo mercado de timeshare dos EUA?

O desafio mais comum para o mercado de timeshare dos EUA é encontrar maneiras de proporcionar experiências de férias que atendam às expectativas dos viajantes de hoje. As acomodações espaçosas, que atraíram inicialmente os viajantes para o timeshare, já não são suficientes para as gerações mais jovens, que querem mais do que apenas um lugar para ficar durante as férias.

Os principais *players* da indústria já abordaram esta mudança na procura através de parcerias com marcas de estilo de vida voltadas para o consumidor, oferecendo experiências exclusivas aos proprietários, como concertos, programas culinários, eventos desportivos e muito mais.

A capacidade de criar conexões emocionais mais profundas e aumentar a fidelidade dos proprietários através destas experiências únicas e selecionadas será essencial para a diferenciação e o sucesso a longo prazo em um mercado cada vez mais competitivo.

# ENTREVISTA

Com Jason Gamel, presidente e CEO da ARDA

**O que o mercado brasileiro de propriedade de férias poderia aprender sobre a experiência e evolução do timeshare nos EUA em relação às revendas?**

O foco principal do mercado brasileiro deveria ser facilitar a transferência de propriedade de um proprietário para outro. Um mercado de revenda robusto pode incluir a venda de timeshare de um indivíduo para outro, ou incorporadores e resorts que oferecem aos seus proprietários programas de "retomada", em que as incorporadoras ou resorts recuperam juros atuais sobre taxas e despesas.

Fornecer opções aos proprietários é extremamente importante, visando responder a uma questão muito importante que eles têm em mente: quais são as minhas opções se a propriedade de timeshare não atender mais às necessidades de férias ou estilo de vida? Esperançosamente, os desenvolvedores no Brasil também estão pensando sobre esta questão e apresentando soluções inovadoras para atender às preocupações dos potenciais proprietários.

**Com as novas tecnologias, como a Inteligência Artificial, e as plataformas online, como o Airbnb e outras, além das mudanças no comportamento do consumidor, como pode a propriedade compartilhada permanecer relevante e continuar a crescer?**

No atual cenário digital em rápida evolução, a forma como os consumidores interagem com a tecnologia transformou-se significativamente, criando desafios e oportunidades para indústrias como o timeshare. A chave para desbloquear o crescimento neste novo cenário reside na personalização possibilitada pela tecnologia e na construção de relacionamentos de longo prazo.

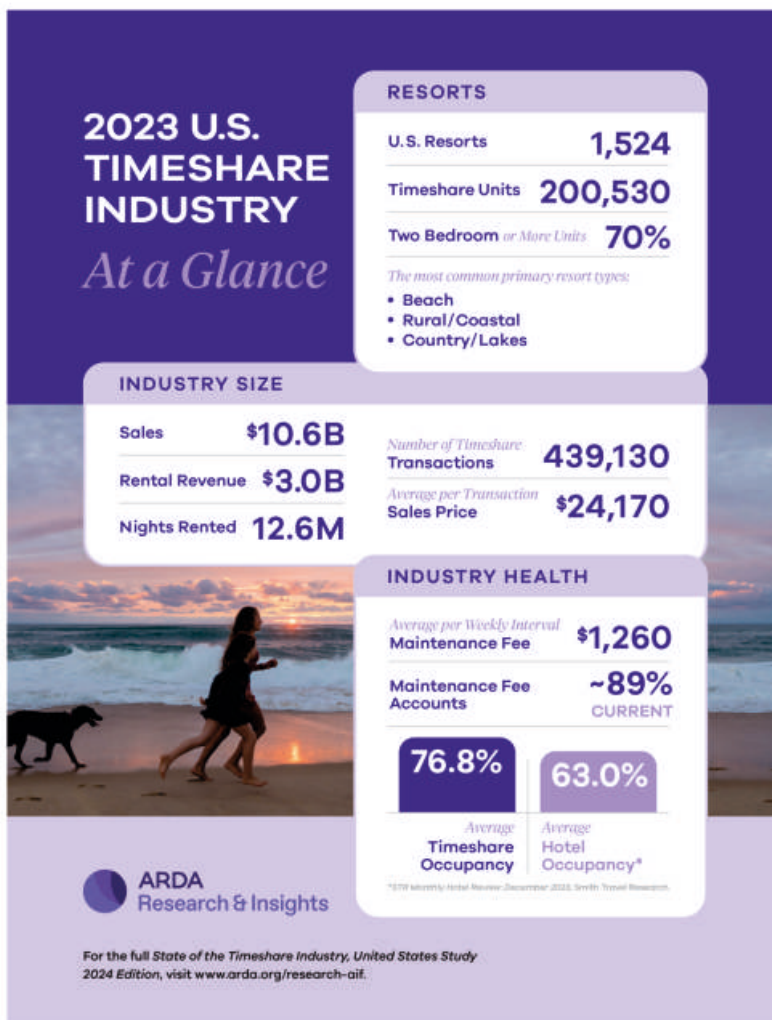
Ao contrário dos hotéis convencionais, as empresas de timeshare têm à sua disposição uma grande quantidade de dados de consumidores devido às relações de longa data que mantêm com os seus proprietários. As empresas que conseguem aproveitar esses dados de forma adequada para criar experiências verdadeiramente personalizadas podem gerar novos fluxos de receitas e, em última análise, criar uma base de clientes mais leais.

**No Brasil, apesar de estar em expansão, o modelo de propriedade compartilhada encontra muita resistência entre empresários do setor hoteleiro e do mercado imobiliário. Que conselhos a ARDA pode oferecer ao segmento brasileiro para atrair mais investimentos em timeshare?**

A educação é fundamental para atrair mais investidores para a propriedade compartilhada, porque nem todos compreendem como o produto timeshare é comercializado e vendido.

“  
**A educação é fundamental para atrair mais investidores para a propriedade compartilhada, porque nem todos compreendem como o produto timeshare é comercializado e vendido**  
”

Embora o modelo de timeshare possa parecer complexo, há muitos benefícios num produto de férias que traz visitantes de volta ano após ano, desde oportunidades de vender mais produtos aos atuais proprietários até à geração de receitas dentro e também fora do empreendimento, no destino em que esta localizado.



# GR GROUP INICIA NOVA ERA COM CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS EM GOIÂNIA

Reestruturação estratégica visa eficiência, padronização e crescimento sustentável



Sede GR Group em Goiânia

O GR Group, um dos maiores grupos de incorporação imobiliária para turismo do Brasil, está passando por uma reestruturação estratégica significativa. Como parte desse processo, o grupo está construindo um Centro de Serviços Compartilhados (CSC) em sua sede em Goiânia, Goiás. Este novo CSC será fundamental para otimizar processos internos, aumentar a eficiência operacional e proporcionar um suporte ainda mais robusto e sinérgico às operações em todo o país.

O CSC agrega eficiência, economia e agilidade, melhorando as rotinas corporativas e proporcionando a escalabilidade do negócio. O projeto de migração, planejado há mais de um ano e iniciado em julho, está previsto para ser concluído até dezembro de 2024. Os benefícios deste projeto incluem:

- **Foco no core business:** Permite que a empresa concentre seus esforços nas atividades principais;
- **Centralização de conhecimento e dados:** Facilita a gestão do conhecimento e a tomada de decisões;
- **Padronização de processos:** Garante uniformidade e eficiência nas operações;
- **Automação e redução de custos:** Melhora a eficiência e reduz despesas operacionais;
- **Melhoria contínua:** Fomenta a visão de experiência do usuário e a inovação constante.



Sede GR Group em Goiânia

A sede em Goiânia, localizada no ponto mais estratégico da cidade, a Avenida Ricardo Paranhos, no Setor Marista, oferece uma estrutura moderna e confortável, reforçando o compromisso do GR Group com a construção de ambientes de alta qualidade.

## Novas Contratações Estratégicas

Para fortalecer ainda mais sua equipe, o GR Group anuncia a chegada de novos líderes, que com suas expertises contribuirão com o plano estratégico do grupo, de dobrar o valor de mercado da companhia, com índice de satisfação interno e externo acima de 80%, até 2026:



**Jose Francisco Buhner,** Diretor Financeiro, com mais de 17 anos de experiência em posições de alta gestão, no Brasil e no exterior, liderou equipes de até 400 colaboradores e conduziu reestruturações financeiras significativas. Possui MBAs em Controladoria e Finanças e em Gestão Empresarial, é fluente em Inglês e Espanhol, e especialista em sistemas ERP;



**Magally Oliveira,** Gerente Financeira, com mais de 20 anos de experiência, liderou reestruturações financeiras e criação de processos eficientes. Possui MBA pela FGV, é fluente em técnicas de Programação Neurolinguística e Inteligência Emocional, e especialista em auditoria e gestão de contratos;



**Renato Alves,** Gerente de Tecnologia e Inovação, com mais de 15 anos de experiência, gerenciar a infraestrutura tecnológica de grandes empresas e implementou governança de TI. Certificado em ITIL, COBIT, ISO/IEC 27001 e Scrum, é especialista em projetos de TI e análise de viabilidade de mercado;



**Thiago Marquette,** Coordenador de Departamento Pessoal, com mais de 15 anos de experiência, liderou equipes e implementou sistemas inovadores. Especialista em cálculos trabalhistas e indicadores de desempenho, possui formação em Ciências Contábeis e especializações em Gestão de Pessoas e Projetos;

## Viviane Rizzatti dos Reis,

Gerente do Barretos Country Park & Resort, com mais de 10 anos de experiência, gerenciou operações de grandes grupos hoteleiros e parques aquáticos. Fluente em Inglês e Espanhol, é especialista em gestão de custos e treinamento de equipes.



Sede GR Group em Goiânia

## Próximos Passos e Planos Futuros

Todo este processo de reestruturação estratégica, visa construir um grupo com valores ainda mais alinhados, cultura forte e maior sinergia, gerando agilidade e assertividade nas decisões. Para o futuro, o GR Group continuará focado na entrega de projetos como o Pitangui Beach Resort, em Extremoz/RN, a nova torre do Barretos Country, em Barretos/SP, e o Royal Prime, em Olímpia/SP, além de explorar novos negócios de loteamentos e comunidades planejadas, uma de suas vertentes de atuação, especialmente na cidade natal e sede do grupo.

Com essas iniciativas, o GR Group reafirma seu compromisso com a inovação, a eficiência e o crescimento sustentável, preparando-se para um futuro ainda mais promissor.



Sede GR Group em Goiânia



Foto: Perspectiva artística  
aérea do America Resort



SOBRE O LANÇAMENTO

VGV  
130 MILHÕES

100  
APARTAMENTOS

ÁGUAS  
QUENTES

LAZER  
COMPLETO

ENTREGA  
PREVISTA  
DEZ/27

## PLÁTANO CONSULTORIA CHEGA NA REGIÃO CENTRAL DO PARANÁ COM AMERICA RESORT

O maior empreendimento imobiliário em multipropriedade da região central do Paraná, o America Resort, foi lançado no último 5 de setembro. Ele fica localizado no distrito de Águas de Jurema na cidade de Iretama e é anexo ao parque aquático America Park.

Os stands de vendas já estão em plena atuação no parque e no Shopping Cidade dos Lagos em Guarapuava (foto). A visão estratégica da Plátano Consultoria foi uma das propulsores para esse momento junto a família Martins, idealizadora do projeto.

“Somos muito gratos e estamos muito felizes com a consultoria da Plátano, todos da equipe acreditaram muito no projeto do America Resort. Temos a certeza com a graça de Deus que esse é o começo de uma grande e sólida parceria de sucesso.”  
Comenta Nelton Martins, CEO do Grupo America.





Foto de cima da esquerda para direita:  
Eduardo Aquino - Novos Negócios  
Alexandre Maitto - Marketing  
Cadu Nobrega - Multipropriedade  
Cristiano Lorenz - Administrativo  
Cesar Mor - Comercial

## UM NOVO OLHAR PARA O MARKETING ESTRATÉGICO

Outra grande novidade na Plátano Consultoria, é a chegada do profissional de marketing Alexandre Maitto, com mais de 15 anos de experiência no mercado de parques temáticos, incorporação convencional e multipropriedade, o profissional possui 3 pós-graduações na área, em universidades como ESPM e PUCRS e já passou por grandes empresas dos segmentos.



“

*A chegada do Alexandre, completa um time de heads especializados em seus núcleos, que entregam um profissionalismo ímpar com uma régua extremamente elevada para nossos parceiros. É com orgulho que também anunciamos um novo momento da empresa, na qual expandimos nossa atuação para a incorporação convencional, lançando empreendimentos de alto padrão e realizando a gestão comercial com maestria em resultados”.*  
Comenta Cesar Mor,  
Cofundador e Head Comercial.

“

*Estou muito feliz e realizado em ter aceito o convite da Plátano, pois compartilho dos mesmos propósitos dos fundadores, Cesar, Dudu, Cris e Cadu. Acredito que quando se tem uma sinergia em um time de peso como esse não tem resultado que não se alcance.*

EM  
BREVE  
UMA NOVA  
CARA PARA  
A EMPRESA

*Estamos ansiosos para apresentar nos próximos meses o rebranding da Plátano que reforçará os atributos e as novidades da empresa olhando para o mercado nacional e suas necessidades”.*  
Afirma Alexandre Maitto.



# Mundo Planalto consolida crescimento: o sucesso de Raphael e Isabela Almeida



Isabela Almeida e Raphael Almeida

**N**ão é novidade que o Mundo Planalto vive um momento de grande crescimento e consolida, cada vez mais, sua posição de ser referência no mercado de Parques & Resorts.

O sucesso do Arca Parque - primeiro parque aquático com temática bíblica do Brasil, do Terra Santa - referência como comunidade planejada no Brasil, do Residence Club at the Hard Rock Hotel Gramado e de Castelos do Vale em Bento Gonçalves, prestes a ser entregue, são resultados de um posicionamento inovador, que utiliza experiências incríveis como motor de vendas.

Nada disso seria possível sem um time engajado, motivado e super qualificado, que encanta e conduz o cliente por toda a experiência que cada empreendimento proporciona.

À frente dessa expansão, destacam-se dois profis-

sionais que têm sido fundamentais nessa trajetória: Raphael Almeida, agora Chief Revenue Officer (CRO), e Isabela Almeida, promovida a Diretora Comercial. Esses dois líderes representam todo esse crescimento da empresa, marcada por estratégias ousadas e resultados expressivos, reafirmando o potencial de inovação e excelência do Mundo Planalto.

Raphael e Isabela trilharam um caminho de sucesso que reflete diretamente no crescimento acelerado da empresa. Raphael, com quase duas décadas de experiência no setor, transformou a área de vendas, sendo mentor de muitos dos principais profissionais do mercado. Já Isabela, com uma carreira iniciada cedo e recheada de conquistas, se destacou por liderar equipes comerciais de alta performance, trazendo recordes e reconhecimento em toda sua trajetória. Ambos foram peças-chave para o crescimento dos empreendimentos da empresa.



## Um pouco da palavra de Raphael e Isabela

Quando perguntado sobre essa nova fase, Raphael foi enfático: "Agradeço a Deus por essa oportunidade e por ter sido colocado nesse caminho. A confiança que os Sócios depositaram em mim e no time é o que nos motiva a continuar inovando e trazendo resultados incríveis".

Isabela compartilha da mesma visão: "Essa promoção é um marco na minha carreira e um reflexo do trabalho em equipe. Sou muito grata pela confiança dos sócios e pela chance de contribuir ainda mais para o crescimento da empresa. Deus tem guiado cada passo dessa jornada".

O sucesso de Raphael e Isabela simboliza não apenas o reconhecimento de dois grandes profissionais, mas também o compromisso do Mundo Planalto em seguir crescendo e liderando o mercado.



Raphael Almeida é CRO (Chief Revenue Officer) do Mundo Planalto, responsável por todos os produtos da empresa, atuando no Arca Parque, Terra Santa, Castelos do Vale Resorts Bento Gonçalves, Éden Resorts, Castelos do Vale Gramado e Hard Rock Hotel Gramado. Com 19 anos de carreira, é conhecido como um dos maiores nomes em vendas no mercado brasileiro, formando centenas de profissionais para a indústria, entre sócios, diretores, gerentes e executivos. Foi sócio da primeira universidade corporativa do país e mentor na primeira formação com certificação oficial de profissionais da Multipropriedade, realizada em Gramado. Idealizador do evento "Melhores do Mercado", palestrante nos maiores eventos em vendas do país, como Adit Share, Meeting Geral, RCI TopSeller, Kingdom Business Conference, Método Evo, entre outros.



Isabela Almeida iniciou cedo sua carreira como executiva comercial. Aos 19 anos já obteve sua primeira promoção como executiva na multinacional mexicana Royal Holiday. Logo foi convidada para integrar um time de multipropriedade na rede Privê, em Caldas Novas - GO e depois na WAM, em Porto Seguro - BA, onde após diversos reconhecimentos nacionais em recorde de vendas, foi promovida a Gerente Comercial. Foi nessa posição que Isabela formou alguns dos maiores líderes em atuação no mercado até os dias de hoje. Isso logo chamou atenção no mercado nacional, e Isabela se transferiu para um gigante grupo do Nordeste, onde comandou a MVC, e foi reconhecida com o prêmio Top Seller "melhor gerente de vendas do mercado". Com a vasta experiência e muitos recordes batidos, logo foi promovida a Diretora Executiva Comercial, liderando todo o time de vendas, pós-vendas, captação e administrativo em várias empresas ao mesmo tempo, através da Case Comercializadora. Isabela foi convidada a integrar o time da Mundo Planalto em 2022, e foi fundamental no crescimento exponencial da empresa, onde hoje atua como Diretora Comercial responsável pelas equipes comerciais do Arca Parque, Terra Santa House, equipes digitais e presenciais do Castelos do Vale Resorts Bento, Castelos do Vale Gramado e do maior projeto turístico imobiliário da América do Sul, o Hard Rock Hotel Gramado.

## **EXECUTIVOS DO GRUPO OCEANIC PARTICIPAM DO MAIOR EVENTO CUSTOMER EXPERIENCE DO MUNDO**

*CONAREC 2024 trouxe como tema principal "Inteligência Artificial e CX: A revolução definitiva"*

**B**uscando soluções inovadoras e seguindo as tendências de mercado, o executivo Fernando Pysklyvicz, responsável pelo Relacionamento ao Cliente dos projetos geridos pela Proxy Gestão, e Calixto Junior, responsável pelo Clube de Férias Mais Check-In, compartilham como foi a participação no CONAREC 2024, que é o maior evento de CX (Customer Experience) do mundo, nos dias 10 e 11 de setembro, em São Paulo (SP), e esse ano trouxe como tema: "Inteligência Artificial e CX: A revolução definitiva", abordando como a Inteligência Artificial vai moldar as relações de consumo e o que os profissionais precisam fazer para ficar por dentro dessas novas demandas.

Abaixo seguem um pequeno resumo dos temas que mais chamaram a atenção dos executivos:



João Branco no CONAREC 2024

### **Desmarketize-se! O Novo Marketing Não Parece Marketing, com João Branco**

João Branco propôs uma nova abordagem para o marketing, em que as ações de marca não são percebidas como meramente promocionais, mas sim como interações autênticas e significativas com os consumidores. O conceito de "Desmarketize-se" sugere que as empresas devem focar em criar valor genuíno e engajamento, ao invés de apenas vender. Ao humanizar o marketing, as marcas podem estabelecer conexões mais verdadeiras e duradouras, sem a pressão das estratégias convencionais, tornando-se parte da vida cotidiana dos clientes de maneira natural.



Caito Maia no CONAREC 2024

### **Como as Marcas Brasileiras Criam Conexões com os Consumidores, com Caito Maia (Chille Beans)**

Caito Maia, da Chilli Beans, destacou como as marcas brasileiras estão fortalecendo laços emocionais com seus clientes, indo além de produtos e ofertas. O segredo está em construir histórias e criar uma identidade autêntica, refletindo os valores e o estilo de vida dos consumidores. Maia enfatizou a importância de estar presente em múltiplos canais e de utilizar a cultura local para estabelecer conexões mais profundas e duradouras, tornando a marca parte integrante da vida dos consumidores.



Fernando Pysklyvitz - Diretor de Relacionamento ao Cliente

### O Futuro da Experiência na Era da IA

A inteligência artificial está revolucionando a experiência do cliente, trazendo uma personalização mais profunda e atendimentos cada vez mais ágeis e eficientes. Com a IA, as empresas podem antecipar as necessidades dos consumidores e criar interações mais relevantes. O futuro aponta para uma integração entre IA e humanos, onde a tecnologia será o motor para criar experiências mais imersivas e conectadas, mantendo o toque humano em pontos críticos do atendimento.

### Inteligência Artificial: Tendências e Oportunidades para o Mercado Brasileiro

O mercado brasileiro está repleto de oportunidades para a adoção da IA, com destaque para o uso de *chatbots*, automação de processos e análise preditiva. As tendências indicam que setores como varejo, saúde e serviços financeiros liderarão a transformação digital, ao mesmo tempo em que as empresas menores também começam a perceber os benefícios da IA. No entanto, para aproveitar essas oportunidades, as empresas precisam investir em infraestrutura tecnológica e capacitação das equipes para operar essas ferramentas de forma estratégica.

### IA Como Chave Para Experiências Fluidas e Memoráveis

A IA está se tornando essencial para criar experiências de cliente contínuas, sem fricções, em todos os pontos de contato. A tecnologia permite que as marcas personalizem cada interação de maneira única, proporcionando uma jornada do cliente mais suave e memorável. A capacidade da IA de integrar diferentes canais, entender o contexto e responder de forma quase humana transforma a maneira como os consumidores percebem e interagem com as marcas, elevando a satisfação e a lealdade.

### IA do Ponto de Vista do CX: O Que Podemos Esperar?

Sob a ótica da experiência do cliente (CX), a IA promete transformar profundamente o setor, possibilitando um atendimento mais ágil, eficiente e personalizado. As expectativas são de que a IA permita responder rapidamente às demandas dos consumidores, antever problemas e gerar insights valiosos para melhorar continuamente a jornada do cliente. No entanto, o desafio será equilibrar a automação com o toque humano, garantindo que os consumidores se sintam ouvidos e valorizados.

### A Evolução da Experiência Impulsionada pela IA Generativa

Com a IA generativa, as interações com os clientes estão se tornando mais sofisticadas e criativas. Essa tecnologia permite que as marcas gerem conteúdos personalizados em grande escala, criando experiências únicas para cada consumidor. Além disso, a IA generativa pode simular cenários e sugerir soluções inovadoras para desafios de negócio. Essa evolução está mudando a maneira como as empresas criam, comunicam e entregam valor, colocando a criatividade e a inovação no centro das estratégias de experiência.

### Eficiência na Era da IA: Integrando Experiências Digitais e Humanas

A eficiência na era da IA depende da capacidade das empresas de integrar o digital com o humano, criando um equilíbrio entre automação e toque pessoal. A IA pode cuidar das tarefas repetitivas e dos atendimentos iniciais, enquanto os humanos assumem as interações que exigem empatia, julgamento e resolução de problemas mais complexos. Essa integração permite uma operação mais ágil e econômica, ao mesmo tempo que mantém a qualidade do atendimento e melhora a experiência geral do cliente.



Calixto Junior - Diretor Executivo do Mais CHECK-IN

# PARA PROSPERAR NA MULTIPROPRIEDADE É PRECISO QUEBRAR OS PARADIGMAS DA HOTELARIA CONVENCIONAL

*Alexandre Zubarán, CEO da Enjoy Hotéis & Resorts, comenta os desafios na gestão de um empreendimento de multipropriedade*

**F**alar sobre a necessidade de planejar e executar um projeto de Multipropriedade com a participação de toda a cadeia de negócios, como planejamento do produto, incorporação, implantação, comercialização das cotas imobiliárias, administração condominial, e operação hoteleira, não é mais novidade para os profissionais da hotelaria de Multipropriedade e para quem quer ingressar neste segmento.

O ponto crucial, segundo Alexandre Zubarán, CEO da Enjoy Hotéis & Resorts, operadora responsável pelos dois maiores empreendimentos de Multipropriedade do Brasil, localizados em Olímpia, interior de São Paulo, é que o maior desafio deste modelo de empreendimento é exatamente após a abertura.

“Uma gestão hoteleira equilibrada, que atenda os interesses e necessidades de todos os investidores, multiproprietários e hóspedes, é imprescindível e só alcançamos este equilíbrio quando combinamos eficiência operacional com baixa taxa condominial, a fim de evitar o cancelamento da compra da cota e aumento da inadimplência, com efetiva agressividade comercial na distribuição e vendas do pool hoteleiro, para atrair maior uso do empreendimento por parte dos proprietários, incremento de hóspedes e, respectivamente, do consumo per capita dentro do hotel”.

Segundo Zubarán, o sucesso está na entrega de um mix de serviços e conveniência, interessante e atraente para as famílias que querem se divertir. Como exemplo, ele cita que atualmente os serviços da Enjoy Hotéis & Resorts vão além da administração hoteleira de multipropriedade e que os resultados das operações bem-sucedidas trouxeram o aumento de seu portfólio, como produção de alimentos e bebidas, administração de franquias renomadas, shopping e espaço para eventos.

“É preciso visão, empreendedorismo, construir times capazes de prosperar em projetos inovadores e rentáveis, e, principalmente, ouvir e observar nossos clientes. Romper a barreira do comum e trivial é nosso grande diferencial”, conclui Zubarán.



A Enjoy Hotéis & Resorts oferece serviços de consultoria, análise e viabilidade de projetos de hotelaria no modelo multipropriedade, bem como serviços de gestão condominial, implantação e operação hoteleira, com uso de marca própria ou terceira, assim como operação de alimentos e bebidas. Interessados em conhecer mais detalhes do portfólio Enjoy podem contatar a secretaria executiva através do Whatsapp (11) 97103-9856.

## 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.

# COMO A ARQUITETURA PODE CONTRIBUIR PARA A PERSONALIZAÇÃO DAS EXPERIÊNCIAS NA HOSPITALIDADE?

As expectativas dos hóspedes estão cada vez mais altas em relação a sua estadia nos hotéis, resorts e empreendimentos de multipropriedade e timeshare. O fato é que cada vez mais precisamos dar uma experiência personalizada para o hóspede de acordo com seu perfil, e como a arquitetura deve contribuir para que tenhamos espaços adequados para essa personalização, sem prejudicar a eficiência da operação e o financeiro da empresa?

Design flexível dos quartos: esse é um recurso, onde podemos desenvolver modelos de apartamentos, que facilmente podem receber apenas um casal com muito conforto, ou uma família com dois filhos, ou ainda uma família com agregados, pais, sogra, casal de amigos, etc. Poder ter a flexibilidade de ter apartamentos de 1 e 2 quartos/ambientes se transformando rapidamente em um grande apartamento integrado, ou funcionando isoladamente com conforto e privacidade.

A Automação é um item crescente, que vem agregando muito valor, porque é possível criar cenários, com auxílio da inteligência artificial, personalizando as experiências, a atmosfera do ambiente de acordo com o perfil da família. Um cruzamento de dados existentes do cliente com dados externos, como rede social, localização geográfica, últimas visitas do cliente; é possível criar uma oferta específica para cada família, ou até diferentes ofertas dentro da mesma família.

As áreas comuns precisam ser multifuncionais: com o efeito pós-pandemia, hoje precisamos de espaços *coliving* e *coworking* combinados. Espaços flexíveis e adaptáveis a diversos usos, com mobiliário modular e tecnologia avançada nos ambientes para integrar as diversas atividades. Os lobbies precisam ser desenhados como espaço dinâmico, oferecendo cafés, *lounges*, espaços que possam se transformar em uma área de trabalho ou reuniões, de forma a poder se transformar em diferentes usos ao longo do dia.

A Gastronomia também passa por essa personalização, até porque ela é a experiência mais marcante que um hóspede tem na maioria das suas viagens.

Um espaço que possa oferecer diversas opções e experiências ao longo da estadia dos hóspedes já é um diferencial, agora para realmente encantar o cliente, a possibilidade de um prato ou sobremesa exclusiva a ele, de acordo com uma preferência que já indicou em algum outro momento (a tecnologia, sobretudo a inteligência artificial irá facilitar muito esse tipo de experiência).

*Fitness e wellness*: dois pontos que também diferenciam a experiência dos clientes, é uma grande oportunidade para oferecer um serviço personalizado.

Além da arquitetura, com um espaço pensado para maximizar o conforto e a tranquilidade dos hóspedes, os programas oferecidos com profissionais especializados, desde saúde holística, meditação e relaxamento, e terapias específicas.

Por fim, visualizamos um futuro para a hospitalidade, onde a integração entre a arquitetura, tecnologia (isso inclui a inteligência artificial e a internet das coisas), e uma excelente equipe de operação podem criar experiências únicas aos clientes, sendo esses três pontos os grandes diferenciais das empresas de hospitalidade no futuro.



Milton Filho

\* 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

## MULTIPROPRIEDADE E ARQUITETURA: DESENVOLVENDO RESORTS QUE ENCANTAM E FIDELIZAM OS CLIENTES

Tudo Consultoria e Gestão de Multipropriedade & Vacation Club aponta como a arquitetura impacta para o sucesso de um projeto de multipropriedade

**A**tuando há quase 30 anos com empreendimentos turísticos e imobiliários, Adriana Chaud, CEO da Tudo Consultoria e Gestão de Multipropriedade & Vacation Club, explica como a arquitetura tem um papel na multipropriedade muito além de apenas construir os espaços nos empreendimentos, atendendo as necessidades funcionais e de lazer, mas também gerando valor estético, econômico e sustentável.



### Qual o papel da Arquitetura para o sucesso de um projeto de Multipropriedade?

A Arquitetura desempenha um papel fundamental no sucesso de um projeto de Multipropriedade, agindo como responsável que conduz o equilíbrio entre viabilidade técnica, funcionalidade, estética e experiência do usuário. Sem dúvida, é uma etapa fundamental para o sucesso do projeto. A Arquitetura contribui para a redução de custos, a melhoria da experiência dos clientes e a sustentabilidade do empreendimento.

Um excelente escritório de Arquitetura, com profissionais especialistas na área, consegue definir assertivamente o conceito geral do projeto, considerando a localização e suas características regionais, o público-alvo, as tendências do mercado e as leis específicas da Multipropriedade. Já nos primeiros desenhos e plantas, estabelece as dimensões ideais dos espaços, a distribuição dos ambientes e as soluções construtivas, conceituando o projeto básico, evitando desperdícios de áreas e otimizando o uso de materiais. Nós da TUDO Consultoria sempre indicamos escritórios de Arquitetura em que confiamos completamente, como a Unyt Arquitetura de Resultados, que leva seus projetos e soluções além das expectativas de cada cliente.

Ao elaborar um programa de necessidades assertivo para a Multipropriedade, detalhando os espaços, as funções de cada ambiente e a relação entre eles, o arquiteto desenha todos os detalhes construtivos, especificando materiais com bom custo-benefício, acabamentos e instalações, permitindo

a execução da obra, sem comprometer a qualidade e a durabilidade. Pode optar também pela utilização de sistemas construtivos industrializados, modulares e sustentáveis que agilizam a obra e reduzem os custos operacionais do projeto a longo prazo, agregando valor ao investimento.

A utilização de tecnologias inovadoras otimiza a gestão do empreendimento e oferece mais comodidade aos usuários, aumentando a satisfação e a fidelização dos clientes.

### Quais as principais diferenças entre projetos arquitetônicos para empreendimentos imobiliários tradicionais, hotéis/resorts e Multipropriedades?

Os projetos arquitetônicos para empreendimentos imobiliários convencionais, hotéis/resorts e Multipropriedade apresentam diferenças significativas, decorrentes das características e objetivos específicos de cada tipo de empreendimento.

Nos empreendimentos imobiliários convencionais, o projeto se concentra em atender às necessidades individuais dos futuros proprietários, priorizando a privacidade e a personalização dos espaços. A ênfase está na otimização dos espaços para o dia a dia, com áreas bem definidas para cada atividade. A planta dos apartamentos ou casas costuma ser mais flexível, permitindo adaptações e personalizações de acordo com os gostos e necessidades dos compradores, priorizando espaços individuais como quartos, salas, cozinhas e áreas de serviço, com divisões claras entre os ambientes.



Já nos Hotéis e Resorts o projeto visa criar uma experiência única e memorável para os hóspedes, com ambientes que proporcionem conforto, lazer e bem-estar. A criação de áreas comuns atrativas e convidativas é fundamental, como piscinas, restaurantes, spas e áreas de lazer. A padronização dos ambientes é importante para garantir a identidade visual do hotel e facilitar a gestão, devendo também atender às normas de segurança e higiene específicas para estabelecimentos hoteleiros. A planta dos quartos é otimizada para facilitar a limpeza e a manutenção, com espaços multifuncionais e móveis que economizam espaço.

Na Multipropriedade o projeto precisa considerar o uso compartilhado dos espaços, com áreas comuns amplas e bem equipadas. A criação de ambientes confortáveis e convidativos para o lazer é essencial, já que os proprietários utilizam os imóveis em períodos de descanso. Oferecem uma ampla variedade de serviços e atividades, como piscinas, academias, quadras esportivas, restaurantes e clubes infantis. A planta dos apartamentos deve ser versátil, permitindo acomodar diferentes configurações de ocupação, combinando características de residências e hotéis, com apartamentos equipados e áreas comuns completas.

A busca por soluções sustentáveis é cada vez mais importante nesse tipo de empreendimento, com o uso de tecnologias e materiais ecoeficientes. Devem atender às normas de construção civil e às leis específicas sobre Multipropriedade, que variam de acordo com cada país.

**Como devem ser as conversas entre o arquiteto e os outros envolvidos no projeto, incorporador, engenheiro, consultoria, gestora hoteleira, parte de vendas e pós-vendas, etc?**

A comunicação deve ser o mais eficaz possível entre todas as partes num projeto de Multipropriedade. O arquiteto deve compreender as necessidades e expectativas de cada um dos envolvidos no projeto, como o incorporador (lucro, prazos), o engenheiro (viabilidade técnica), a consultoria (normas e legislação), a gestora hoteleira (operação), a equipe de vendas (apelo comercial) e os clientes (conforto, funcionalidade).

Essas necessidades e expectativas devem estar sempre voltadas para os objetivos do projeto, buscando soluções que agreguem valor ao empreendimento e atendam às necessidades dos clientes. Para isso, o arquiteto deve ser proativo, estar aberto a sugestões e disposto a fazer ajustes quando necessário, antecipando problemas e propondo soluções. A comunicação proativa evita atrasos e imprevistos. O arquiteto deve criar um ambiente de colaboração e valorização das diferentes perspectivas.

A TUDO Consultoria, com toda sua experiência em Multipropriedade, faz questão de ser o centro de toda comunicação entre as equipes envolvidas no desenvolvimento do produto, como um facilitador, promovendo um diálogo aberto e construtivo com todos os *stakeholders* e assim garantir o sucesso do empreendimento.

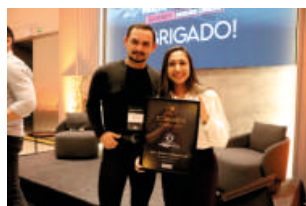
 **SOCIAL**

**Melhores Resorts de Multipropriedade  
TC Awards 2024**



A Gramado Parks recebeu três premiações:

- Categoria Super-Hotel: GOLDEN AWARD - Gramado Buona Vitta by Gramado Parks
- Categoria Premium Hotel: SILVER AWARD - Exclusive Gramado by Gramado Parks
- Categoria Fractional Hotel: GOLDEN AWARD - Bella Gramado by Gramado Parks



Categoria Premium Hotel: GOLDEN AWARD – Solar Pedra da Ilha, em Penha (SC)



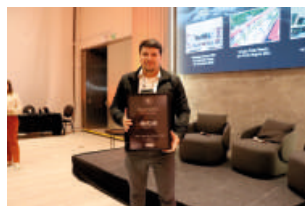
Categoria Boutique Hotel: BRONZE AWARD – Carpe Diem Boutique & Spa – BW Premier Collection, em Campos do Jordão (SP)



Categoria Boutique Hotel: GOLDEN AWARD – Jangal das Araucárias Swan Design Hotel, em Canela (RS)



Categoria Fractional Hotel: BRONZE AWARD – Ipioca Beach Residence, em Maceió (AL)



Categoria Super-Hotel: SILVER AWARD – Ondas Praia Resort, em Porto Seguro (BA)



Categoria Super-Hotel: BRONZE AWARD – Hotel Nacional, no Rio de Janeiro (RJ)

## A EVOLUÇÃO DA MULTIPROPRIEDADE IMOBILIÁRIA E O DIREITO REAL DE USO NO CONTEXTO DOS IMÓVEIS DE FÉRIAS

A Lei 13.777/18, também conhecida como a Lei da Multipropriedade, trouxe significativas inovações ao mercado imobiliário brasileiro, permitindo a fruição compartilhada de bens imóveis, especialmente aqueles destinados ao lazer, como imóveis de férias. Em contrapartida, a Lei 4.591/64 e o Código Civil Brasileiro, que estruturam a propriedade e a posse, oferecem uma base sólida para a análise e entendimento das relações de multipropriedade. Este artigo explora a tendência crescente de estruturação de imóveis de férias no formato de direito real de uso, destacando suas implicações legais e comerciais.

### 1. A Multipropriedade Imobiliária

A Multipropriedade, conforme estabelecido pela Lei 13.777/18, permite que várias pessoas sejam titulares de uma fração ideal de um imóvel, com o direito de uso em períodos específicos. Essa modalidade é especialmente atrativa para imóveis de férias, pois possibilita que diferentes proprietários compartilhem o uso de um único bem, reduzindo custos e aumentando a acessibilidade a destinos turísticos.

A legislação também define regras claras sobre a gestão do imóvel, o que é fundamental para garantir a harmonia entre os coproprietários. A divisão de despesas, a organização de reservas e a manutenção do imóvel são aspectos que a lei busca regulamentar, promovendo uma convivência pacífica entre os múltiplos proprietários.

### 2. O Direito Real de Uso

O direito real de uso, por sua vez, é uma figura jurídica que permite a utilização de um bem, mesmo que não haja a titularidade plena sobre ele. Essa modalidade é especialmente interessante para imóveis de férias, pois pode oferecer uma alternativa mais flexível e menos onerosa em comparação à multipropriedade. Para o empreendedor, pode se mostrar interessante na medida que não haverá uma incorporação propriamente dita e nem mesmo a necessidade de assembleias e aprovações como acontece em um condomínio de multipropriedade, por exemplo. A venda se dará em regra por longos anos (15, 20, 30...) e ao final do contrato o adquirente do serviço perde o direito do uso, sendo que a propriedade se mantém de forma permanente com o empreendedor.

A estruturação de um imóvel de férias sob o direito real de uso permite que um indivíduo utilize o bem por um período determinado, sem a necessidade de arcar com a aquisição de

uma fração do imóvel. Isso pode ser vantajoso em situações em que o uso do imóvel é esporádico ou limitado a determinadas épocas do ano, como nas férias.

### 3. Comparação entre Multipropriedade e Direito Real de Uso

Enquanto a multipropriedade estabelece um regime de coownership, com direitos e deveres distribuídos entre os coproprietários, o direito real de uso pode ser visto como uma forma de locação ou usufruto, onde a titularidade do imóvel permanece com um único proprietário. Essa distinção é crucial, pois influencia diretamente na forma como os imóveis de férias são geridos e utilizados.

A escolha entre a multipropriedade e o direito real de uso dependerá das necessidades e expectativas dos usuários. A multipropriedade pode ser mais adequada para aqueles que desejam garantir um acesso regular ao imóvel, enquanto o direito real de uso pode ser mais interessante para quem busca uma alternativa menos formal e com menor compromisso financeiro.

### 4. Tendências Futuras e Implicações Comerciais

A crescente popularidade do direito real de uso para imóveis de férias pode indicar uma mudança nas preferências dos consumidores. À medida que mais pessoas buscam experiências de viagem personalizadas e acessíveis, a demanda por soluções flexíveis pode impulsionar o desenvolvimento de novos produtos imobiliários.

Empreendimentos que combinam a multipropriedade com o direito real de uso podem emergir como uma solução inovadora, oferecendo aos consumidores a possibilidade de escolher entre diferentes modalidades de uso, adaptando-se às suas necessidades individuais.

### Conclusão

A Lei 13.777/18 trouxe um novo horizonte para a multipropriedade imobiliária no Brasil, enquanto o direito real de uso representa uma alternativa viável e atrativa para imóveis de férias. A intersecção entre essas duas modalidades pode resultar em novas oportunidades comerciais e jurídicas, refletindo um mercado em constante evolução. À medida que a legislação e as práticas de mercado se adaptam a essas tendências, é fundamental que os operadores do setor imobiliário estejam atentos às mudanças e às preferências dos consumidores, garantindo que as soluções oferecidas atendam às expectativas de um público cada vez mais exigente e diversificado.



**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.

# Compartilhamento de custos e despesas, é legal?



Imagine o seguinte cenário: um grupo econômico possui diversas empresas e alguns serviços são comuns à todas elas. Podem ser os serviços de recursos humanos, rotinas financeiras, marketing e até mesmo tecnologia da informação. A contratação de cada um desses serviços de forma isolada configura um grande custo. Uma possível solução é utilizar o centro compartilhado de serviços e custos. Com a formalização dos contratos de compartilhamento, o grupo econômico consegue fazer o rateio

daquelas despesas que são comuns a todas as empresas e diminuir os custos. Entretanto, isso é legal?

A resposta é: SIM, é possível e totalmente dentro da legalidade. Na prática, o que ocorre é a escolha de uma das empresas do grupo econômico (empresa centralizadora) que realizará a contratação e o pagamento daqueles serviços que beneficiam a todas do grupo. As empresas beneficiárias são signatárias do que denominamos “Contrato de Compartilhamento de Custos e Despesas”.

O compartilhamento, além de possuir uma ampla aplicabilidade, tem como vantagens o controle de gastos pela empresa gestora dos recursos, aumento da margem de negociação com prestadores de serviços e, principalmente, redução da carga tributária (“maximizar lucros e minimizar custos”, usando a expressão do doutrinador - Natanael Martins).

O contrato é sempre elaborado de forma antecedente às despesas e nele são estipuladas: as regras para contratação, o detalhamento do pagamento e repasse, quais critérios o custo ou despesa será alocado ao grupo e, ainda, a definição do percentual de contrapartida de cada empresa – a depender do volume de serviço por ela utilizado no montante total contratado, na exata proporção dos benefícios que auferir.

Esse tipo de contrato é considerado como um contrato atípico, pois não possui uma definição expressa no Código Civil e, como dito, poderá versar sobre qualquer espécie de rateio. No momento da formalização do contrato não poderão existir cláusulas utilizadas para regular a prestação de serviços por parte da empresa centralizadora, ou seja, aquelas cláusulas que estipulam direitos e/ou obrigações de fazer, ou que extrapolem seu mero direito de ser reembolsada daqueles valores que adiantou. Por outro lado, o contrato pode contemplar limites para o mandato conferido à empresa centralizadora, a forma de rateio, os procedimentos para comprovação das despesas e até mesmo prazo para reembolso, mas sempre levando em consideração que seu intuito é o mero acerto de contas.

É importante ressaltar que a empresa do grupo que realiza as contratações e o posterior rateio das despesas não pode cobrar

por isso ou adicionar alguma margem de lucro, isto porque ela não assume nenhum risco ou obrigação na prestação do serviço – apenas é reembolsada. Diante da inexistência de contraprestação e por não visar o lucro, esses contratos não se confundem com contratos de cessão de bens e direitos, compra e venda, doação ou outros tipos de alienação.

Pode ocorrer, ainda, que a própria sociedade centralizadora realize os serviços para outra empresa do grupo, ou seja, serviços específicos que poderiam ser prestados por terceiros independentes. Nesse caso, não estamos tratando de contratação que oferecerá uma vantagem coletiva e, portanto, fica autorizada a cobrança e pagamento do preço ajustado para a prestação de serviços individualizada. Não se trata, nitidamente, de reembolso por custos incorridos e, sim, contratação bilateral que não entra no rateio.

Passando para a parte prática do que deve conter um contrato de compartilhamento da estrutura administrativa de um grupo econômico, importante:

- (i) realizar a qualificação das partes;
- (ii) formalizar que reconhecem ser de interesse de todos o aproveitamento compartilhado dos recursos humanos - usualmente designado nestes contratos de staff que compreende os empregados, de acordo com a legislação trabalhista;
- (iii) indicar que o aproveitamento compartilhado, tanto do staff como das atividades gerenciais, significa o rateio entre as partes das despesas e encargos na medida de sua utilização por cada uma das partes (ou benefícios recebidos); estabelecer regras e critérios que permitirão proceder ao compartilhamento ou alocação dos custos, proporcionais aos serviços utilizados por cada empresa do grupo;
- (iv) definir como será feita a medição das atividades desenvolvidas por cada integrante do staff a cada uma das empresas compartilhadas participantes;
- (v) indicar a empresa que realizará a administração financeira dos recursos, controle e gerenciamento das despesas comuns ao grupo econômico;
- (vi) forma de comunicação às empresas compartilhadas do valor a ser desembolsado, com qual antecedência e apresentado qual tipo de relatório (documentos contendo as apurações dos valores frente às despesas, avisos de despesa), enfim, quais informações são necessárias para a prestação de contas e solicitação do pagamento;
- (vii) as obrigações das partes
- (viii) o tratamento das obrigações fiscais e trabalhistas, deixando claro que o compartilhamento da estrutura administrativa não representa vínculo trabalhista;
- (ix) previsão de confidencialidade
- (x) estipulação de prazo de vigência e forma de renovação
- (xi) hipóteses de rescisão;
- (xii) eleição de foro judicial ou adoção de métodos para resolução de conflitos.

# eSolution: 20 Anos de Inovação e Liderança no Setor de Hospitalidade e Turismo



Sede da eSolution, em Caldas Novas-GO

Comemorando duas décadas de inovação e pioneirismo, a eSolution se consolidou como a única solução completa e integrada para o setor de hospitalidade e turismo no Brasil. Ao longo de 20 anos, a empresa desenvolveu um portfólio robusto e modular de produtos que atendem às demandas específicas de um mercado em constante evolução, oferecendo desde soluções de gestão hoteleira até sistemas de multipropriedade. Atualmente a empresa conta com mais de 400 clientes e atua no Brasil, Argentina, Paraguai e Portugal.



Carmelito Junior, CEO da eSolution

## Pioneirismo e Trajetória de Sucesso

Desde sua fundação, a eSolution se destacou pela capacidade de antecipar as necessidades do mercado, trazendo soluções tecnológicas que transformaram a gestão de empreendimentos turísticos e hoteleiros. Em 2003, a empresa lançou sua primeira solução de gestão, que rapidamente se tornou referência no Brasil. Hoje, após 20 anos de trajetória, a eSolution é sinônimo de inovação e eficiência no setor, sendo a espinha dorsal tecnológica de muitos dos maiores grupos do mercado de multipropriedade e hospitalidade do país.



Layner Cléver, Nayara Cléver e Carmelito Junior em reunião estratégica

## Produto Robusto e Modular

A grande força da eSolution reside em sua plataforma modular e inteligente, composta por uma gama de produtos que se integram de forma fluida, proporcionando uma gestão centralizada e eficiente. A plataforma é capaz de se adaptar às necessidades específicas de cada cliente, independentemente do porte ou da complexidade do empreendimento. Essa flexibilidade é um dos diferenciais que consolidou a eSolution como a única solução completa no mercado brasileiro.

A modularidade da plataforma permite que os produtos sejam utilizados de forma integrada ou independente, conforme as demandas de cada negócio. Seja na administração de um grande grupo de multipropriedade, na operação de um hotel ou na gestão de parques temáticos, a eSolution oferece ferramentas que garantem não só o funcionamento otimizado das operações, mas também a redução de custos, evitando retrabalhos e promovendo uma experiência impecável para o cliente final.

**Entre os produtos que compõem o portfólio da eSolution, destacam-se:**

✔ **eSolution Back (ERP):** Uma solução de gestão empresarial completa que integra todos os processos de back-office, como controle de estoque, contabilidade, compras, contas a pagar e a receber. Essa centralização permite uma visão abrangente e em tempo real de todas as operações do empreendimento, otimizando a tomada de decisões e aumentando a eficiência administrativa. Além disso, o eSolution Back é totalmente parametrizável, permitindo ajustes que se adequam às políticas e procedimentos de cada organização.

✔ **eSolution Multipropriedade:** Projetado especificamente para o setor de multipropriedade, este módulo oferece uma gestão completa de cotas, desde a captação e vendas até o controle de uso e pós-vendas. O sistema automatiza processos

complexos, como a distribuição de semanas, comissionamento de vendas e a gestão de contratos, proporcionando uma experiência transparente e sem atritos tanto para as incorporadoras quanto para os proprietários de cotas. Com funcionalidades como o App eSolution Trip, o cliente pode gerenciar sua multipropriedade, agendar semanas e acessar informações financeiras de forma intuitiva, melhorando o relacionamento com o empreendimento.

✔ **eSolution Hotel (PMS):** O sistema de gerenciamento hoteleiro é uma das soluções mais completas para o setor, otimizando todos os aspectos da operação de um hotel. A plataforma permite o controle de tarifas, gestão de reservas, flutuação tarifária e *allotment*, além de integrar governança e manutenção. O App eSolution Trip também permite aos hóspedes realizarem *web check-in*, acessarem informações sobre eventos e fazerem pedidos diretamente pelo celular, garantindo uma experiência digital aprimorada e facilitando o controle operacional do hotel.

✔ **eSolution Parque:** Voltada para a gestão de parques temáticos e atrações turísticas, essa ferramenta integra todas as operações necessárias, como controle de ingressos, acesso de visitantes por biometria e catracas, locação de espaços e gestão de armários. Esse módulo também inclui funcionalidades para a administração de estacionamento e gestão de taxas de expansão, oferecendo uma solução completa para parques de grande porte.

✔ **SóFalta.Eu:** Uma plataforma inovadora de venda de ingressos que vai além do simples *e-commerce*. Integrada aos sistemas de gestão de parques e eventos, ela permite o controle completo de transações, oferece links de pagamento customizáveis e facilita a gestão de vendas em diversos pontos de contato. Com ferramentas de marketing integradas, a plataforma ainda ajuda a aumentar a conversão de vendas, enquanto reduz os custos com sistemas de terceiros.

## Inteligência Integrada para o Futuro

A eSolution sempre esteve à frente no uso de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial (IA), para oferecer aos seus clientes uma vantagem competitiva. Através da análise de grandes volumes de dados e da automação de processos, a eSolution permite que seus clientes otimizem operações e tomem decisões mais inteligentes e baseadas em dados. Essa abordagem inteligente e inovadora proporciona uma experiência sem igual tanto para os gestores quanto para os usuários finais, garantindo mais eficiência e melhores resultados.



Layner Cléver

eSolution Trip



Nayara Cléver

## Um Futuro Promissor

Com 20 anos de experiência, a eSolution continua a investir no desenvolvimento de novas soluções tecnológicas, mantendo-se na vanguarda das inovações para o setor de hospitalidade e turismo. A empresa não apenas oferece uma solução robusta e modular, mas também se compromete a acompanhar de perto a evolução do mercado, garantindo que seus produtos estejam sempre alinhados às últimas tendências e demandas.

Seja na gestão de grandes empreendimentos turísticos, na otimização de operações hoteleiras ou na criação de experiências excepcionais para os hóspedes, a eSolution segue firme em sua missão de transformar o setor de hospitalidade e turismo no Brasil, oferecendo a única solução verdadeiramente completa e integrada do mercado.



# eSolution aponta caminhos para melhorar a gestão com tecnologia

**Atuando no setor de propriedade compartilhada há mais de 20 anos, quais as maiores dores das operações, e também dos clientes/usuários, que empresas de tecnologia podem solucionar?**

**Carmelito Junior:** Quando se trata de propriedade compartilhada, as maiores dores que nos deparamos são os processos morosos, complexos e com alto risco de falhas, acompanhados de um volume muito maior de informações e transações. As soluções que oferecemos têm como objetivo mitigar essas dores por meio de um ecossistema altamente integrado, onde automatizamos ao máximo os processos e atividades.

**A eSolution atua com sistemas para hotelaria, condomínio e parques. Quais vantagens desta ferramenta completa para seus parceiros?**

**César Couto:** As vantagens são imensas, uma vez que conseguimos atender a operação de ponta a ponta. Isso faz com que a jornada do cliente seja ágil, assistida e gerenciável, possibilitando aos gestores, tomadas de decisões mais assertivas e em tempo hábil.

**Como enxergam a utilização da inteligência artificial nas operações de multipropriedade no médio e longo prazo?**

**Carmelito Junior:** A utilização da I.A. é inevitável para qualquer segmento que envolve tecnologia. No nosso caso, irão possibilitar uma infinidade de soluções que irão abranger desde a criação de novos canais de comunicação, tanto para fomentar as vendas e utilizações quanto à estrutura de cobranças, crm, pós-vendas e mais.

**Nayara Cléver:** A verdadeira magia acontece ao explorarmos as vastas possibilidades que a I.A. pode desencadear, como a detecção de discrepâncias em registros financeiros, o envio de mensagens personalizadas aos hóspedes, análises direcionadas para o aumento de vendas (*upselling*) de produtos, e previsões precisas de taxas de ocupação. Há também a perspectiva fascinante da qualificação automática de vendas, que promete revolucionar o Valor Geral de Vendas (VGV), a estrutura de comissionamento e as metodologias de vendas.

**Quais movimentos e investimentos estão sendo realizados para incorporar esta nova tecnologia no**

**sistema da eSolution? Com isso pode beneficiar seus clientes e melhorar o software da eSolution?**

**Carmelito Junior:** Aqui na eSolution, investimos na modernização de nossas aplicações, criamos um departamento exclusivo para P&D de I.A, investimos em pessoas, treinamentos, recursos e ferramentas para avançarmos. Além de contar com parceiros que estejam abertos a evoluir juntamente com o mercado e que possam de fato fazer a diferença no dia a dia tanto da empresa quanto dos seus clientes, trazendo conforto e redução de custo.

**Nayara Cléver:** As inovações tecnológicas, incluindo a Inteligência Artificial, não se limitam apenas a aprimorar a experiência do cliente na indústria do turismo; elas transcendem esse aspecto, facilitando uma otimização significativa do tempo dos profissionais envolvidos. Essa eficiência permite que os trabalhadores do setor direcionem seus esforços para tarefas de maior valor estratégico, por exemplo.

**Quando veio a pandemia, poucas operações de tempo compartilhado detinham conhecimento para vendas online. Como as empresas podem se preparar para os avanços tecnológicos?**

**Layner Cléver:** Para que empresas do segmento se preparem para os avanços tecnológicos, elas devem compreender sobre inovação digital, desenvolvimento de talentos na capacitação de equipes em habilidades digitais e *soft skills*, promover uma cultura de Inovação através de uma mentalidade ágil, aberta à experimentação. Dessa forma, estarão melhor preparadas para enfrentar desafios futuros e aproveitar oportunidades tecnológicas.

**Por ser uma empresa de tecnologia, há a visão de ser uma empresa inovadora também. Como a eSolution trabalha a inovação dentro da empresa? Como leva essas inovações para os clientes?**

**Junior:** O processo de inovação precisa ser diário e vivo. Sabemos que a inovação é crucial para nos mantermos no mercado de forma sólida e, por esse motivo, mantemos um canal aberto com nossos clientes para ouvir ativamente sobre melhorias em nossos produtos, discutir necessidades e tendências do mercado. Essa parceria é a receita, pois o mercado possui uma riqueza de experiência e excelência e, conseqüentemente, um vasto potencial de inovação pronto para ser explorado.

## Aviva Vacation Club celebra resultados de mais uma temporada de sucesso no Rio Quente Resorts e na Costa do Sauípe Resorts



Time de líderes Aviva Vacation Club

Mais uma super alta temporada de sucesso para a Aviva em julho, que atingiu uma receita recorde de R\$ 117 milhões com o Aviva Vacation Club, seu clube de férias, que conta com mais de 33 mil famílias fidelizadas e em novembro completará 25 anos. Para celebrar, em setembro, a empresa reuniu suas 332 pessoas associadas, como chamam quem trabalha nela, do time de Fidelização para grandes celebrações nos dois destinos, Rio Quente (GO) e Costa do Sauípe (BA). Foram distribuídos mais de R\$ 350 mil em prêmios e as premiações reconheceram os melhores em todas as funções dentro da unidade de negócio: prospecção, vendas, pós-vendas, ouvidoria, negociação, central de relacionamento e fidelização. Os eventos também

foram palco para parabenizar as dez pessoas associadas pelas promoções de liderança alcançadas neste ano.

“O sucesso da Aviva e do clube de férias não é só na superação de resultados e nas premiações, mas também no engajamento das pessoas do nosso time, que têm a oportunidade de se desenvolverem e crescerem conosco. Temos vários profissionais que conquistaram promoções, alcançando cargos de liderança, subindo de pipeline ou migrando para outras áreas da Aviva, e isso também é muito celebrado por todos. Sem dúvidas, a nossa marca empregadora, Aviva Carreiras, é uma propulsora a mais para que os resultados atingidos a cada temporada sejam sempre melhores.”, destaca Bruna Apolinário, Diretora de Fidelização de Cliente da Aviva.



***Veja os melhores momentos da festa de comemoração de resultados da temporada:***



## **COSTA DO SAUÍPE**

### **OFERECE UM BANHO DE BAHIA EM NOVA CAMPANHA JUNTAMENTE COM SAULO FERNANDES PARA HOTEL RENOVADO**

Campanha prepara o destino para novo momento, que terá renovação hoteleira e novo parque aquático entre as novidades; Aviva investirá R\$ 420 milhões só no resort até 2028.



Frame da nova campanha “Tome um Banho de Bahia”, da Costa do Sauípe - Foto: Reprodução/Aviva

Um banho de baianidade! Esse é o ponto central para a nova campanha da Costa do Sauípe, “Tome um banho de Bahia”. O destino sempre teve em sua essência a valorização da baianidade e, por isso, passar férias na Costa do Sauípe sempre foi sinônimo da autêntica experiência baiana, com diversos aspectos que trazem a vivência para dentro do ambiente do maior resort do país. A baianidade, agora, ficará ainda mais evidente também em sua comunicação.

O primeiro filme da campanha, que tem a canção “Isso de ser baiano” interpretada pelo cantor e compositor Saulo Fernandes como trilha sonora, traz a Bahia de sempre em uma Costa do Sauípe totalmente renovada, com o orgulho de ser o maior resort de praia e o primeiro resort all-inclusive do país, além de ser o único do litoral norte da Bahia 100% brasileiro.

“Saulo é a cara da Bahia e se conecta naturalmente com o público baiano e do resto do país, destacando a baianidade tão presente na Costa do Sauípe”, afirma Edson Cândido, diretor de Marketing e Vendas da plataforma de entretenimento Aviva. “Esta campanha tangibiliza as promessas que a Aviva fez em 2018, ao adquirir Sauípe, e os investimentos feitos no destino desde então, reforçando seu posicionamento renovado, forte e elevado, tendo a essência baiana como combustível para uma nova fase, cheia de axé e novidades”, completa. Até 2028, serão investidos mais R\$ 420 milhões no resort, especialmente na renovação da hotelaria e melhorias estruturantes e operacionais. Todos os hotéis do destino esta-

rão completamente renovados até 2028.

Atestando o novo posicionamento do destino, em 2024, o recém-renovado Brisa Grand Premium recebeu o prêmio Travellers' Choice Best of the Best, do Tripadvisor, que o coloca entre 1% dos melhores hotéis de todo o mundo. O Sauípe Resorts Ala Terra também foi reconhecido no prêmio. A Costa do Sauípe tem quatro hotéis *all-inclusive* à beira-mar que refletem a beleza e cultura da Bahia, além de área temática, gastronomia de qualidade e uma vila interiorana chamada Vila Nova da Praia, com direito a uma Quermesse que funciona o ano todo e que leva o público ao imaginário de estar em um vilarejo em toda sua essência.



Imagem do projeto da nova suite do Sol Grand Premium – Foto: Divulgação/Aviva

## Banho de Bahia com Saulo e Sol

Outro hotel do destino seguirá os mesmos passos. O Premium Sol está fechado para renovações e, a partir de sua reabertura, no próximo verão, será elevado de categoria. A reinauguração como Sol Grand Premium será um dos marcos da campanha e tem o cantor Saulo Fernandes, como seu embaixador, estrelando os filmes de desdobramento focados no hotel. O cantor também participará de outras ações da Costa do Sauípe que serão divulgadas nos próximos meses.

“Sempre digo que sou filho da música, da Bahia e de Dona Estela. Eu só sei falar de amor e da Bahia, não tenho outro assunto”, conta Saulo Fernandes. “A Costa do Sauípe é o destino 100% brasileiro no litoral norte da Bahia e que também tem a baianidade em sua essência, fazendo parte da história do nosso estado. Estou muito animado de trazer este banho de Bahia, especialmente com o novo Sol Grand Premium chegando em breve”.

Os detalhes da obra do Sol Grand Premium estão sendo divulgados na série “Quando o Segundo Sol Chegar”, que já teve os dois primeiros episódios lançados para contar as curiosidades e detalhes da obra. Clientes podem já se cadastrar em uma página exclusiva para receberem em primeira mão informações sobre o novo Sol Grand Premium, acesse o link a seguir: <https://www.costadosauipe.com.br/sol-grand-premium>.

## Produção banhada de Bahia

Para além da baianidade mostrada na tela, por trás das câmeras a Aviva trabalhou exclusivamente com parceiros baianos na produção e desdobramentos da campanha “Tome um Banho de Bahia”, como a agência Hike. Ainda estão programadas colaborações e parcerias com outras empresas fornecedoras locais, reforçando as diretrizes Aviva do seu plano ESG (sigla em inglês para “Ambiental, Social e Governança”) para desenvolvimento e fomento da comunidade que permeia o destino Costa do Sauípe.

Os filmes e ativações, além da comunicação da Costa do Sauípe, devem destacar a baianidade do destino por meio de suas belezas naturais, sua alegria e a diversidade natural e cultural da Bahia.

Serão feitas, também, ações com influenciadores para levar o Banho de Bahia da Costa do Sauípe para o resto do país. Além disso, na Costa do Sauípe, a Aviva tem parceria com instituições como o Instituto Imbassá e o Projeto Tamar com foco no apoio às comunidades locais e cuidado com a fauna da região, respectivamente.



Imagem do projeto do Sol Grand Premium – Foto: Divulgação/Aviva



Imagem do projeto da fachada do Sol Grand Premium – Foto: Divulgação/Aviva



Imagem do projeto da piscina do Sol Grand Premium – Foto: Divulgação/Aviva

## Novo parque aquático temático na Bahia

O Hot Park Baía das Tartarugas será a maior novidade dos próximos anos que vai materializar este novo momento do destino e toda sua renovação. Será o primeiro parque aquático de grande porte na Bahia e um dos primeiros na região Nordeste. Com a inauguração, prevista para 2027, o Hot Park se torna o primeiro parque brasileiro – entre aquáticos, temáticos e de diversão – a estar em dois destinos no país, e deve promover um impacto positivo na economia da região, com expectativa de gerar cerca de 2.150 entre empregos diretos e indiretos.



# EXPERIÊNCIAS HOTELEIRAS DA GAV RESORTS: CONFORTO E EXCELÊNCIA QUE TRANSFORMAM FÉRIAS EM MEMÓRIAS INESQUECÍVEIS

**A** GAV Resorts entende de férias como ninguém, seja proporcionando ao multiproprietário a chance de ter sua casa de férias dos sonhos, seja oferecendo ao turista uma experiência completa de lazer e descanso em seus resorts por determinado período. Com uma gestão verticalizada que vai da construção e incorporação imobiliária à operação e atendimento ao cliente, a empresa garante uma experiência excepcional em cada etapa de seus projetos.

Com três resorts em operação na região Norte do Pará, em Salinópolis, e a inauguração de seu primeiro empreendimento no Nordeste, na Praia de Muro Alto, em Porto de Galinhas, ainda este ano, a GAV Resorts está transformando

destinos turísticos e proporcionando experiências únicas tanto para seus multiproprietários quanto para os turistas que escolhem seus resorts. A empresa vem elevando o padrão do turismo brasileiro, oferecendo férias de alta qualidade em locais paradisíacos, sempre com foco em proporcionar o máximo de conforto e exclusividade.

Alexandre Pedreira, Sócio Diretor de Hotelaria da GAV Resorts, acredita que a chave para o sucesso da empresa está em oferecer mais do que hospedagem: "Nosso compromisso é entregar uma experiência completa, desde o momento em que o hóspede entra no resort até o último dia de sua estadia. Queremos que cada visita seja memorável, e isso só é possível com um serviço hoteleiro de excelência."

## Hospitalidade em Salinópolis

Salinópolis viu seu potencial turístico ser ainda mais reforçado com a chegada da GAV Resorts. Com três resorts em operação – Salinas Park, Salinas Exclusive e Salinas Premium –, a empresa introduziu um novo nível de sofisticação e comodidade. "A GAV Resorts trouxe uma nova dimensão para a cidade. Nossos resorts são equipados com as melhores instalações, desde piscinas para toda a família até restaurantes que oferecem o melhor da culinária local e internacional. Isso atrai não apenas os multiproprietários, mas também turistas que procuram um refúgio de alto padrão com valores totalmente acessíveis," destaca Alexandre.



## Muro Alto: o novo capítulo no Nordeste



Seguindo a mesma linha de sucesso, a GAV Resorts expandiu suas operações para o Nordeste, com a inauguração ainda este ano do primeiro resort na paradisíaca Praia de Muro Alto, em Porto de Galinhas. Este empreendimento representa não apenas a expansão física da empresa, mas também o compromisso em levar a mesma qualidade e excelência dos serviços para um novo público.

"A escolha de Muro Alto não foi por acaso. É uma das praias mais belas do Brasil, na verdade, foi considerada pela TripAdvisor, uma das 25 praias mais bonitas do mundo e queríamos trazer um empreendimento que fizesse jus a esse cenário. Nosso resort em Muro Alto combina alto padrão e sustentabilidade, oferecendo uma experiência única de conexão com a natureza sem abrir mão do conforto", comenta o Sócio Diretor.

### Serviço hoteleiro

Um dos grandes diferenciais da GAV Resorts são os serviços oferecidos. Cada detalhe é pensado para atender as necessidades específicas dos turistas que buscam as férias perfeitas. "Sabemos que nossos clientes têm expectativas altas, e trabalhamos arduamente para superá-las. Desde serviços de concierge que planejam passeios personalizados até tratamentos de spa que revitalizam corpo e mente, nossa missão é garantir que cada hóspede se sinta único e especial," afirma ele.

A comodidade é outro ponto forte. Com unidades bem equipadas, que incluem cozinhas e áreas de lazer completas, todos têm a liberdade de aproveitar suas férias no seu próprio ritmo.

### Transformando férias em experiências inesquecíveis

A GAV Resorts não se limita a oferecer hospedagem; ela cria memórias. Cada resort é uma imersão em uma cultura diferente, com atividades que vão desde programações para toda a família até experiências gastronômicas exclusivas. "Nosso objetivo é que cada momento no resort seja inesquecível. Acreditamos que férias devem ser mais do que apenas descanso; devem ser uma oportunidade de vivenciar algo novo e enriquecedor," finaliza Alexandre.



# Merídio Broker adapta-se aos desafios da multipropriedade

Reconhecida por sua atuação no mercado de multipropriedade da Baixada Santista, a Merídio Broker Consultoria, tem enfrentado desafios significativos em Praia Grande/SP, mas tem se adaptado com estratégias inovadoras. Diante do cenário atual, o sócio-diretor Thiago Coelho explica como a empresa de consultoria tem trabalhado no mercado da região. Com um forte foco na valorização das pessoas, tanto internamente, com o desenvolvimento de carreiras, quanto externamente, no atendimento ao cliente, a Merídio Broker Consultoria busca equilibrar as complexidades do mercado com a criação de experiências que geram confiança e satisfação.



Thiago Coelho, sócio-diretor da Merídio Broker

## 1- Qual o diferencial da região da Baixada Santista na venda de frações imobiliárias?

O diferencial está na oportunidade de educar o mercado. Muitos potenciais compradores ainda desconhecem esse modelo, e nosso desafio é esclarecer suas vantagens. Apesar de já estarmos performando bem, é fundamental avançar na formação de pessoas e na conscientização sobre os benefícios do investimento em imóveis de lazer na região, que se destaca pelo seu potencial turístico e qualidade de vida.

## 2 - Quais os desafios enfrentados?

No período que

estamos em Praia Grande/SP, enfrentamos desafios como a burocracia e regulamentação local, que exigem agilidade nos processos, atender às expectativas dos clientes, além da gestão de pessoas, pois precisamos adaptar a equipe para entender melhor o mercado local e atender de forma eficaz.

## 3 – Quais as adaptações realizadas neste trabalho de consultoria da Merídio Broker?

As adaptações realizadas pela Merídio Broker incluem a personalização de estratégias de venda focadas no perfil local, treinamento da equipe para um atendimento diferenciado, aprimoramento da comunicação e marketing digital, e estabelecimento de parcerias estratégicas na re-

gião da Baixada Santista.

## 4 – Como tem sido o desafio na formação de pessoas no trabalho de multipropriedade?

O desafio na formação de pessoas no trabalho de multipropriedade em Praia Grande inclui a necessidade de educar o mercado sobre esse modelo imobiliário ainda pouco conhecido. É crucial capacitar a equipe para que compreenda as nuances da multipropriedade e consiga explicar seus benefícios aos clientes de forma clara. Além disso, lidar com a resistência e a desinformação do público em relação a esse tipo de investimento requer um esforço adicional em comunicação e treinamento, garantindo que todos estejam alinhados e possam oferecer um atendimento eficaz.

# A ESTRATÉGIA DE MARKETING POR TRÁS DA SURFLAND BRASIL

**Marco no mercado de multipropriedade turística e imobiliária, por trazer um empreendimento com temática de surf com uma piscina de ondas profissional e ter o seu lançamento com 100% das vendas digitais, a SurfLand Brasil, em Garopaba (SC), também desenvolveu uma estratégia de marketing robusta para dar suporte ao tamanho do projeto.**

**Em entrevista à Revista Turismo Compartilhado, Mário Flores, head de Marketing da SurfLand Brasil, explica como foi formatado o planejamento de marketing do projeto.**



## **Como foi desenvolvida a estratégia de marketing da SurfLand Brasil?**

O início de todo o processo tomou como base a criação de uma marca forte, com identidade clara e comunicação assertiva. Já o trabalho de *branding* permanece contínuo. Trouxemos como parceira uma agência de comunicação com histórico de amplos e expressivos trabalhos em produtos voltados ao universo do surf, apelo principal do nosso produto.

Após isso, mergulhamos no desafio de educar o público a respeito do modelo de negócio, no caso, a multipropriedade. Contudo, o maior desafio que enfrentamos foi o de criar uma transposição da lógica do processo de vendas de impacto, que ocorriam até então, presencialmente, para uma jornada digital de ponta-a-ponta, potencializando, é claro, os pontos positivos que a tecnologia e o ambiente web proporcionam aos negócios que estão dispostos a inovar.

## **Após alguns anos de comercialização e com a inauguração da piscina de ondas, algo teve que ser adaptado nesta estratégia?**

Como o empreendimento foi evoluindo no sentido construtivo e do avanço das vendas, novas abordagens foram implementadas. Criamos, por exemplo, o conceito da "Família SurfLand Brasil", que atua no senso de pertencimento e engajamento dos nossos milhares de clientes, programas do tipo "MGM" (*member get member*), que impulsionam vendas de indicação entre amigos, Diário da Obra, eventos exclusivos para proprietários, e outras ações que surgiram ao longo dos anos. Mas, estrategicamente falando, um ponto importante realmente foi mostrar ao público/mercado que a Família SurfLand é formada por milhares de pessoas, de todo o país. Esta noção abastece, também, nosso processo de abordagem comercial, oferecendo credibilidade e apoio no fechamento de vendas.

## **A SurfLand Brasil utilizou a estratégia de marketing de ter embaixadores de marca. Como essa estratégia agrega para as vendas? Vocês têm indicadores que mostram conversão de vendas através dos embaixadores?**

Os embaixadores são pessoas que endossam a marca e o produto, contudo, é necessário haver uma verdadeira relação de sentido com este produto, caso contrário torna-se apenas uma ação de visibilidade para as mensagens emitidas. A credibilidade demanda um elo realmente verdadeiro com o produto/marca. No caso dos embaixadores, não houve uma métrica específica nesse sentido, pois na jornada de compra eles possuem uma atuação complementar, validada qualitativamente ao longo do processo, desde captação dos leads até a apresentação do produto. No caso dos embaixadores é importante sempre um estudo com intuito de contar com alinhamentos mútuos em atividades, valores, crenças e atitudes, para definir os que possuem mais força de vínculo com a marca.

## **Dentro do marketing, qual a diferença entre influenciador, embaixador da marca e utilizar uma celebridade para divulgar o empreendimento?**

Conceitualmente, pode haver diferenças de visões sobre o tema. Na minha experiência, ao longo dos anos trabalhando estes recursos, digo que celebridades podem agregar gerando atratividade e alcance na mensagem (mas é importante ter o cuidado para discernir o que é *hype* do que é sólido nesse sentido). Embaixadores atuam no âmbito de endosso da marca/produto e fornecem credibilidade, principalmente se faz sentido ao público essa parceira entre marca e embaixador. O influenciador pode ter características destes dois tipos que citei ou não, mas é a pessoa/empresa capaz de gerar resultados mais efetivos na conversão de vendas.

## **Qual a importância do marketing digital para as vendas na multipropriedade, tanto físicas como digitais?**

Fundamental. Foi a mola propulsora de um produto que já havia demonstrado seu potencial. Nosso trabalho foi no sentido de navegar nas possibilidades que o ambiente digital oferece e amplificar os resultados com uma estratégia digital construída a partir da jornada de compra tradicional, mas agora, repleta de inovações e variações. Durante anos atuei no processo de educação e preparação de empresas para a realização da Transformação Digital, no caso da SurfLand, foi um terreno fértil. Isso fez toda a diferença.

# Wyndham Hotels & Resorts avança na multipropriedade e conquista seus clientes

## Gigante norte-americana é única internacional a operar multipropriedade no Brasil; clientes destacam os diferenciais

Como a única empresa hoteleira internacional a operar hotéis e resorts no setor de multipropriedade no Brasil, a Wyndham Hotels & Resorts, maior empresa de franquia de hotéis do mundo, com mais de 9200 empreendimentos, continua evidenciando a sua liderança e acaba de anunciar seu mais novo contrato no segmento: o Wyndham Ilhas de Atibaia, no interior de São Paulo.

O empreendimento, com previsão de entrega da primeira fase em março de 2027, será um resort com 481 apartamentos que vai compor um amplo complexo de lazer, eventos, compras e gastronomia.

O avanço da empresa no segmento, que já soma 24 contratos assinados com previsão de entrega para os próximos anos e dois empreendimentos em operação: Wyndham Gramado Termas Resort & Spa e Wyndham Olímpia Royal Hotels, está alicerçado em dois pilares: *know-how* nesse segmento a partir de uma equipe de desenvolvimento altamente capacitada e resultados expressivos na gestão dos ativos, gerando um alto nível de satisfação dos clientes.

Para a vice-presidente de Desenvolvimento de Negócios da Wyndham para a América Latina, Maria Carolina Pinheiro, “o Brasil tem uma gama de oportunidades para desenvolver multipropriedade e nós da Wyndham temos benefícios e

vantagens em escala global, o que nos coloca um passo à frente na atuação no mercado”. A executiva destaca forte investimento em tecnologia, poder de distribuição e transparência nas relações comerciais.

“Somos uma empresa de capital aberto na Bolsa de Nova York (EUA) e isso nos leva a ter compromisso público com nossos clientes, parceiros e investidores, com o objetivo claro de gerar experiências positivas a todos”, salienta a vice-presidente. A consequência desse perfil de atuação vem sendo expressa em números robustos e declarações positivas de clientes.

A gigante norte-americana finalizou o primeiro semestre de 2024 com crescimento expressivo em diferentes frentes: nos 36 hotéis em operação no Brasil, a empresa teve aumento de 56% na receita em comparação com mesmo período de 2023. Além disso, encerrou o ciclo com alta de 11% na oferta de quartos na América Latina e Caribe, atingindo a marca de 43.300 apartamentos.

E o premiado programa de fidelidade Wyndham Rewards, com mais de 110 milhões de membros, é um dos grandes ativos usados pela companhia para incentivar a movimentação nos seus empreendimentos.

## Com a palavra os clientes Wyndham: Owners First

“O nosso resort foi pensado não apenas para representar toda a cultura paraense para a região, mas para levar isso para todas as pessoas do Brasil e do mundo. Para alcançar esse objetivo, a gente precisava de parceiros como a Wyndham Hotels & Resorts. Estar junto com a Wyndham nos garante a certeza de alto padrão de qualidade e seriedade e coloca a gente na rota dos grandes resorts de alto padrão do mundo, além do que a marca Wyndham Garden expressa conforto e conexão com a natureza.”

**Fernanda Magalhães, Investidora do Wyndham Garden Castanhal**

Acreditamos que a força da marca e o alto padrão de qualidade que Wyndham Hotels & Resorts entrega, são fatores importantes que agregam muito valor na experiência do cliente que busca esse diferencial.

**Dalton Santos, CEO Multi ART Incorporações | Wyndham Flecheiras Ceará Resort**

“Entendemos que não bastava entregar apenas um excelente projeto, mas era preciso oferecer serviço de alta qualidade de hotelaria, com uma bandeira de alcance internacional e a excelência na prestação de serviços. E foi então que chegamos à Wyndham, com a qual tivemos todo apoio na conclusão dos projetos e diversas experiências de hospedagem que nos deram respaldo para ter certeza da nossa escolha. O sucesso do empreendimento depende de uma excelente hospitalidade.”

**Ana Raquel Araújo Pinheiro, Diretora Executiva da Azure Resorts | Wyndham Lençóis Maranhenses Blue Resort**

“A Wyndham tem um DNA muito parecido com o nosso. A competência no mercado nos levou a consolidar essa parceria. E a marca Wyndham Garden tem uma conexão muito forte com o empreendimento, que é natureza pura!”

**Jorge Abukater, Investidor do Wyndham Garden Vista Eco Resort**



“

“Estamos muito satisfeitos com essa nova parceria. Os empreendimentos de Olímpia e Gramado são duas referências no País, exemplos de sucesso. Temos na Wyndham todo o suporte necessário, que se une ao nosso *know-how* para atuar no Rio Grande do Norte. O Wyndham Pitangui será um marco para o estado e estamos certos que vai movimentar positivamente toda a região.”

**Gustavo Rezende, CEO do GR Group | Wyndham Pitangui Beach Resort**



**Wyndham Olímpia Royal Hotels**

“A importância da Wyndham para o desenvolvimento do nosso projeto é grande. Entendemos que por ser a maior do mundo na área hoteleira, isso nos traz qualidade e segurança de que tudo será bem feito. Além disso, nos traz tranquilidade na tomada de decisão durante a execução do projeto, uma vez que a implementação segue as melhores práticas globais.”

**Marcio Piccoli, Sócio e Diretor de Operações do Amazon Parques & Resorts | Wyndham Garden Penha Amazon Resort**

“A marca Wyndham tem uma história de sucesso e um peso em nível global. Isso traz para o nosso empreendimento visibilidade, *know-how* e conhecimento em hospitalidade, turismo e lazer. Por tudo isso, essa é a marca que escolhemos. Só temos a agradecer por essa parceria que vem nos dando todo suporte, além da proximidade e segurança. Temos certeza que estamos no caminho do sucesso.”

**Claudinei Martellozzo, Investidor do Wyndham Pontal do Sol Resort**

“

“A parceria com a Wyndham Hotels & Resorts reforça nosso compromisso em transformar Atibaia em um dos principais polos de turismo, lazer e eventos do país. Com uma localização estratégica, o Ilhas de Atibaia oferece uma experiência única que combina conforto, entretenimento e proximidade com as grandes metrópoles, contribuindo para o crescimento contínuo do setor na região”.

**Luiz Roberto Pelosi de Oliveira Junior, Investidor do Wyndham Ilhas de Atibaia**



**Wyndham Ilhas de Atibaia**

“Estamos muito felizes com essa parceria. Isso evidencia a nossa seriedade e compromisso com o alto padrão na entrega, afinal, estamos juntos com a maior empresa de franquia de hotéis do mundo! Além disso, essa parceria vai possibilitar para a nossa região ter o nosso destino divulgado para uma base de mais de 110 milhões de pessoas, por meio do programa de fidelidade Wyndham Rewards. Isso é um movimento estratégico não só para nós, como para nosso Estado!”

**Itamar Trombetta, Investidor do Wyndham Oásis Mato Grosso Resort**

“O estado de Goiás é um destino que tem muito a oferecer. O novo resort associado a uma rede internacional vai projetar a imagem da região e, consequentemente, do Estado para mais de 95 países. Trata-se de uma ação estratégica que vai potencializar não só o turismo, mas como a economia de toda a região. Esse é o nosso compromisso com os nossos investimentos.”

**José Neto (Zéneto), CEO da Paulinos Empreendimentos Imobiliários | Wyndham Luziânia Corumbá VI Lake Resort**



# MULTIPROPRIEDADE

**SUMMIT** BALNEÁRIO CAMBORIÚ

## *Multipropriedade Summit 2024*

*aconteceu em Balneário Camboriú dias 05 e 06 de agosto*

**O**rganizado pelo Turismo Compartilhado, seminário dedicado a geração de novas oportunidades de negócios, debates sobre boas práticas e compartilhamentos de experiências entre os projetos, o Multipropriedade Summit desembarcou em 2024 em Balneário Camboriú (SC), nos dias 05 e 06 de agosto, sendo que no segundo dia foi realizada visitas técnicas nos parques temáticos do Grupo Oceanic, Oceanic Aquarium e Aventura Jurássica, e no Brava Mundo Hotel Boutique.



Fonte: wikipedia

### > Empreendimentos entregues na região: desafios e oportunidades

O Multipropriedade Summit 2024 começou com um painel mostrando os desafios de incorporar neste modelo de negócio no litoral norte de Santa Catarina, com participação de Nathalia Mendes, sócia da Mendes Empreendimentos e do Brava Mundo Hotel Boutique; Diego Vailatti, diretor comercial do Grupo Pedra da Ilha; Danilo Samezima, CEO da Oceanic Empreendimentos; e Dainara Warken, gerente de operações do Costao Estaleirinho, empreendimentos de multipropriedade do Costao, como moderadora.



### > Desafios da incorporação imobiliária na multipropriedade

O segundo painel do Multipropriedade Summit contou com a participação de desenvolvedores de projetos que compartilharam suas experiências em incorporar no mercado de multipropriedade. O painel "Desafios da incorporação imobiliária na multipropriedade" contou com o Wesley Reis, sócio e COO do Mundo Planalto; Roberto Kwon, CEO da Amazon Parques & Resorts; Rafael Schlesting, sócio e diretor financeiro da Surfland Brasil; e João Paulo Mansano, sócio da New Time, como moderador.



## > Hospitalidade & Experiência: gestão hoteleira na multipropriedade

Para falar sobre gestão hoteleira na multipropriedade, o seminário Multipropriedade Summit organizou o painel "Hospitalidade & Experiência: gestão hoteleira na multipropriedade", com participação de Luciana Kuzuhara, gerente sênior de Novos Negócios para o Brasil da Wyndham Hotels & Resorts; Rafael Delgado, diretor de Operações e Implantações da Livá Hotéis; Leonardo Ruffo, gerente geral de Multipropriedade do Maceió Mar Empreendimentos; e Juarez Tavarez, sócio do Magia Parks & Resorts, como moderador.



## > O avanço da tecnologia na jornada do cliente

Com o objetivo de levar um debate sobre tecnologia e gestão, o Multipropriedade Summit organizou o painel "O avanço da tecnologia na jornada do cliente", com participação de Carmelito Junior, CEO da eSolution Tecnologia; Luciano Patule, diretor de projetos da Desbravador Software; Fernando Pysklyvicz, diretor de pós-vendas e relacionamento com clientes da Proxy/Oceanic Empreendimentos; e Edson Mendonça, sócio da HubServic, como moderador.



## > Vendas online: o futuro da comercialização em grande escala?

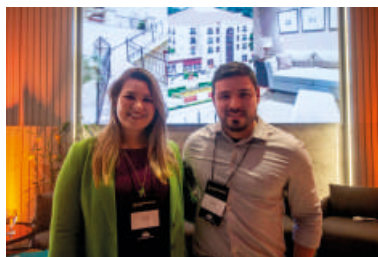
Fechando a grade de programação do Multipropriedade Summit 2024, aconteceu o painel "Vendas online: o futuro da comercialização em grande escala?", com participação de Raphael Almeida, CRO do Mundo Planalto; Cristiano Vieira, sócio da Surfland Brasil e Smartshare; Sérgio Estevão, sócio da 2Share Multipropriedades; e Renato Campos, sócio da Live Better Brasil, como moderador.



## Cases e palestras



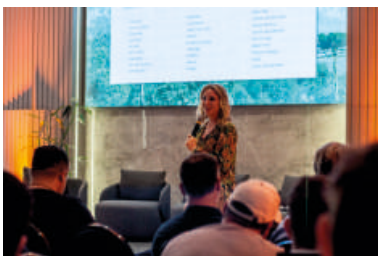
O advogado Diego Amaral apresentou a palestra "Aspectos jurídicos da multipropriedade".



O case "Ecosistema Gramado Parks: uma estratégia de sucesso" foi apresentado por Lísia Diehl, diretora de Marketing e Comercial, e Jean Santos, gerente de Multipropriedade.



O CEO do Grupo GANSS, Athayde Neto, apresentou a palestra "Case Grupo GANSS: do showbusiness à multipropriedade".



A CEO da Swan Hotéis, Gabriela Schwan Poltronieri, apresentou o case "Jangal das Araucárias: design conceito do empreendimento eleito pelo 2º ano consecutivo como o melhor do Brasil".

# WOLTS Indústria Revoluciona o Mercado com Gerador de Calor Inovador para Piscinas.

Tecnologia de ponta promete aquecimento eficiente e sustentável. O mercado de aquecimento de piscinas acaba de ganhar uma nova protagonista: a WOLTS Indústria. Recém-chegada ao setor, a empresa já se destaca com o lançamento de um gerador de calor de última geração, que promete transformar a maneira como os consumidores aquecem suas piscinas, com foco em eficiência energética e sustentabilidade.

## INOVAÇÃO TECNOLÓGICA A FAVOR DO CLIENTE

O principal diferencial da WOLTS está na tecnologia avançada incorporada ao seu gerador de calor. Com um design compacto e robusto, o equipamento foi projetado para maximizar o aquecimento da água, utilizando energia e proporcionando maior durabilidade em comparação aos métodos tradicionais. O sistema é equipado com sensores inteligentes que ajustam automaticamente a temperatura da água de acordo com o programado, otimizando o consumo de energia e garantindo um

uso eficiente. Além disso, o gerador de calor da WOLTS é silencioso e conta com um processo de instalação simplificado, ideal tanto para residências quanto para ambientes comerciais, como hotéis e parques aquáticos. Essa inovação tecnológica visa proporcionar uma experiência mais confortável e econômica para os clientes, mantendo a água aquecida de maneira constante e sem desperdício de energia.

## SUSTENTABILIDADE NO CENTRO DA INOVAÇÃO

Um diferencial da WOLTS é o compromisso com a sustentabilidade. O gerador de calor é elétrico, isso reduz a emissão de carbono e diminui os custos operacionais, tornando o aquecimento de piscinas mais acessível para um público diversificado.

*“Nosso objetivo é transformar a maneira como as pessoas vêem o aquecimento de piscinas, oferecendo uma solução mais ecológica e eficiente.”*

*“Queremos que nossos clientes aproveitem suas piscinas o ano todo, sem se preocupar com o impacto ambiental”.*

## EXPANSÃO E CRESCIMENTO NO MERCADO

Apesar de recente, a WOLTS Indústria já planeja uma rápida expansão no mercado nacional e internacional. Com foco em inovação contínua, a empresa está investindo em pesquisa e desenvolvimento para aprimorar ainda mais seu gerador de calor e lançar novos produtos que atendam às demandas crescentes por soluções tecnológicas no setor de aquecimento.

*“Estamos apenas começando. O mercado de aquecimento de piscinas está em constante evolução, e estamos prontos para liderar essa transformação com produtos que combinam alta tecnologia, eficiência energética e respeito ao meio ambiente”, destaca o comercial. Com uma proposta sólida e inovadora, a WOLTS Indústria se posiciona como uma das grandes apostas do mercado de aquecimento de piscinas, oferecendo uma solução que alia conforto, tecnologia e sustentabilidade.”*

## SOBRE A WOLTS

Fundada a mais de 10 anos a WOLTS Indústria é uma empresa focada no desenvolvimento de soluções tecnológicas avançadas para o mercado de aquecimento. Com sede em Caldas Novas, escritórios/representantes em Goiânia, Brasília e outros estados, a empresa tem como missão transformar a experiência de aquecimento de piscinas por meio de produtos sustentáveis e eficientes.

*água quente*  
**FAZ A DIFERENÇA**



**CONHEÇA A  
SOLUÇÃO DOS  
NOVOS GERADORES  
DE CALOR WOLTS  
PARA AQUECIMENTO  
DE PISCINAS!**

**WOLTS**   
AQUECIMENTO E SOLUÇÕES INTELIGENTES



**A INDÚSTRIA QUE  
GERA NEGÓCIOS  
AQUECENDO AS  
OPORTUNIDADES**



evo

## Desbravador: tecnologia e inovação para multipropriedades

**N**os últimos anos, a multipropriedade tem ganhado destaque no mercado imobiliário brasileiro, apresentando-se como uma alternativa atraente e viável para a aquisição de imóveis de férias.

Por ser um modelo que permite que vários proprietários adquiram frações de um mesmo bem, tem chamado a atenção de quem busca aproveitar destinos de turismo e de lazer sem os encargos financeiros e administrativos de uma propriedade exclusiva.

De acordo com dados da Caio Calfat Real Estate Consulting, já são mais de 200 empreendimentos lançados, com projeções de crescimento contínuo nos próximos anos.



**Um dos motivos da expansão dessa modalidade foi a Lei 13.777/2018 sobre o regime jurídico da multipropriedade, pois:**

- Criou um marco legal específico para o segmento;
- Estruturou e fez evoluir o mercado;
- Deu segurança jurídica aos compradores;
- Estimulou o investimento de novas empresas.

A legislação também fez surgir uma nova dinâmica no setor. Deu confiança para que diversas empresas, além daquelas ligadas ao ramo imobiliário, apostassem no negócio, atendendo assim todo o ecossistema das multipropriedades.

Dentre as empresas que perceberam as potencialidades das segundas residências, está a Desbravador, que acompanha de perto o cenário, as tendências e as perspectivas para o futuro.

**Tecnologia para multipropriedades: a melhor é Desbravador**

Para atender às demandas e as particularidades desse mercado em constante evolução, a Desbravador desenvolve sistemas de gestão, aplicativos e ferramentas digitais que apoiam e estimulam o crescimento, a organização e a inovação das propriedades compartilhadas.

Um estudo realizado pela ABRAMAT (Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção), apontou que a digitalização no setor imobiliário tem aumentado a eficiência das transações e reduzido os custos operacionais.

A mesma pesquisa destaca que a adoção de tecnologias digitais pode aumentar a velocidade das vendas em até 30%, o que é um grande incentivo para o mercado de multipropriedade.

Com expertise de mais de 36 anos e 100% de tecnologia própria, os softwares e ferramentas digitais da Desbravador são flexíveis e personalizáveis para atender toda a operação de compartilhamento de imóveis.

Um dos nossos programas para o mercado de propriedade de férias é o Sistema **Multipropriedade**, uma tecnologia com todos os recursos para uma administração ágil, segura e conectada.



## SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE

### Benefícios exclusivos

- Administração de condomínio;
- Gestão de salas de vendas;
- Cadastro e histórico de proprietários;
- Controle de contratos;
- Gestão de reversões de contratos com solicitações de cancelamentos;
- Gerenciamento de cotas e de semanas;
- Acompanhamento de reservas e de disponibilidades;
- Classificação e gestão de apartamentos;
- Automatização de demandas financeiras, contábeis, fiscais e outras;
- Administração de orçamentos, taxas e impostos;
- Centralização de cobranças;
- Distribuição de atendimentos para equipes especializadas;

- Pós-venda integrado com atendimento;
- Pós-venda com controle de permanência para novos contratos.



— MULTI —  
**PROPRIEDADE**  
by DESBRAVADOR®

Além de gerenciar a propriedade, esse sistema estimula as vendas e faz escalar o negócio.

Fale com nossos especialistas em multipropriedade e conheça todas as funcionalidades desse software.



[desbravador.com.br](http://desbravador.com.br)  
[vendas@desbravador.com.br](mailto:vendas@desbravador.com.br)  
+55 (49) 3321 0900  
+55 (49) 3321 0901

### Onde você encontra a Desbravador

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

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



Restaurantes

Postos e Conveniências

Hotéis



BRASIL



INTERNACIONAL



**MULTI  
PROPRIEDADE**  
by DESBRAVADOR®

## A MELHOR TECNOLOGIA PARA MULTIPROPRIEDADES

Transforme o modo de gerenciar  
e operar a sua multipropriedade.



**Conheça o software mais inovador e completo  
do mercado, totalmente pensado para segundas  
residências.**

- Possibilita uma gestão mais transparente e segura;
- Aumenta a eficiência operacional;
- Integra setores e diferentes propriedades;
- Conta com salas de vendas para fechar mais negócios;
- Melhora o atendimento e garante serviços de excelência.

**Saiba mais sobre o Sistema de Gestão  
Multipropriedade, a solução sob medida para  
empreendimentos de uso compartilhado.**



**Agende uma demonstração.**



[desbravador.com.br](http://desbravador.com.br)



[vendas@desbravador.com.br](mailto:vendas@desbravador.com.br)



+55 (49) 3321 0900



+55 (49) 3321 0901



Restaurantes

| Postos e Conveniências

| Hotéis

**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



BRASIL



INTERNACIONAL



# ORQUESTRE traz novas soluções tecnológicas para parques, hotéis e resorts

Empresa se destaca por sua especialização em projetar e implementar sistemas inovadores com tecnologias avançadas para os setores de hospitalidade e entretenimento

Visando elevar a experiência dos clientes e melhorar a eficiência operacional através de tecnologias de ponta para parques, hotéis e resorts, a empresa Orquestre surge para trazer soluções inovadoras e serviços personalizados, criando formatos integrados que atendem às necessidades específicas de cada cliente, desde a concepção até a implementação.

Um dos pilares da Orquestre é seu serviço de desenvolvimento de *software* sob demanda. A empresa oferece soluções personalizadas que vão além do padrão, atendendo a necessidades específicas e proporcionando ferramentas eficientes para gerenciar reservas, otimizar operações e interagir com os clientes de maneira inovadora.



Jonis Duarte



Ruan Peres

## Soluções Completas em TI

A Orquestre é pioneira em fornecer soluções completas para o setor, incluindo:

- Consultoria Especializada: Orientação estratégica para maximizar o desempenho tecnológico.
- Terceirização de TI: Suporte técnico e operacional contínuo para garantir a eficiência dos sistemas.
- Conectividade e Redes de Alta Performance: Infraestrutura robusta e de alta velocidade para assegurar conectividade contínua e segura.
- Customização e Sonorização de Ambientes: Soluções de áudio HI-FI para criar experiências imersivas e de alta qualidade.
- Softwares com IA e Machine Learning: Tecnologia avançada para soluções inteligentes e adaptativas.

## Infraestrutura de Redes de Alta Performance

A expertise da Orquestre em gestão de infraestrutura de TI e segurança da informação é um diferencial significativo. A empresa oferece redes robustas e de alta velocidade, garantindo conectividade contínua e segura, com uma abordagem eficiente e adaptada às necessidades dos parques, hotéis e resorts.

## Liderança de Excelência

A Orquestre é liderada por Jonis Duarte e Ruan Peres, duas figuras proeminentes no setor de tecnologia. Jonis Duarte, CEO da Duoward, com mais de 10 anos de experiência, traz um conhecimento profundo em arquitetura de sistemas e operações, fortalecendo a oferta de soluções inovadoras e eficientes da empresa. Ruan Peres, com mais de 25 anos à frente da Trilan Tecnologia, aporta uma vasta experiência na implantação de redes de alta velocidade e disponibilidade, assegurando soluções tecnológicas confiáveis e de alta performance para a Orquestre.

“Com uma combinação única de inovação tecnológica e experiência de mercado, a Orquestre se posiciona como uma parceira estratégica essencial para parques, hotéis e resorts que buscam excelência e inovação. Investir na Orquestre é investir no futuro do seu negócio, garantindo experiências memoráveis e operações otimizadas”, afirma Jonis Duarte.

“Ao escolher a Orquestre, o empresário não apenas adota tecnologias avançadas, mas também se alia a uma equipe de especialistas dedicados a transformar e elevar o empreendimento a novos patamares”, conclui Ruan Peres.

## Para mais informações:



[orquestre.com](https://www.orquestre.com)



(17) 3227-2277

## NÃO EXISTEM EQUIPES RUINS, EXISTEM LÍDERES QUE FALHAM

Já dizia o General William Creech, oficial altamente respeitado da Força Aérea dos Estados Unidos: "Não há pelotões fracos, apenas líderes fracos."

Você já deve ter ouvido algum gestor ou líder dizer frases como: "Minha equipe é fraca", "Minha equipe não faz nada que eu peço", "Minha equipe é incompetente", entre outros comentários e menções similares. O líder é sempre responsável por tudo que acontece na equipe, sejam coisas boas ou ruins, por quem está na equipe e também por quem não performa.

Quem contrata? Quem treina? Quem dá feedback? O líder.

Logo, se o time não performa, quem é o responsável por treinar e auxiliar o profissional para produzir? O líder.

Todas às vezes que um líder estiver fazendo comentários como esses, mencionando a equipe, na verdade ele está falando de si mesmo.

O líder deve ser, em si mesmo, a mudança que quer ver no time, porque é muito fácil estar em uma posição de comando e "só mandar".

O papel do líder de captação vai muito além de dar o meeting e distribuir pontos de captação; o papel do líder de vendas vai muito além de distribuir fichas e organizar a escala de folgas; qualquer adolescente poderia fazer isso.

O líder tem que desenvolver, auxiliar, treinar, dar apoio técnico e emocional, criar ferramentas de trabalho e, principalmente, gerar desconforto nas pessoas a ponto de elas alcançarem níveis que talvez nem elas mesmas acreditassem que poderiam alcançar.

Quando há um problema com um integrante ou uma minoria da equipe, pode haver um desalinhamento dessas pessoas com o líder e a cultura, mas quando toda a equipe ou a maioria não performa ou está desalinhada, o problema é realmente o líder, e não a equipe.

Mesmo que a equipe tenha grandes talentos, líderes ruins podem impedir que essas pessoas alcancem seu máximo potencial, e, ainda pior, podem minar esses e outros profissionais, pois é impossível ser profundamente liderado por alguém que não se admira e respeita.

Como respeitar um líder que fala e não cumpre? Como respeitar um líder que não impõe limites às pessoas? Como respeitar um líder que não aplica treinamentos à equipe e ainda a cobra para entregar os melhores resultados possíveis?

Líderes têm papéis determinantes na performance e na qualidade de vida e trabalho das pessoas que estão sob sua responsabilidade. Liderança não é um cargo, é uma responsabilidade.

Quando estou fazendo uma apresentação sobre liderança, faço uma pergunta cuja resposta, no início, me surpreendeu, mas hoje não mais. Eu pergunto: "Quem aqui já deixou um emprego por conta do seu líder?" No mínimo, metade das pessoas na sala levanta as mãos.

Normalmente, quando uma pessoa sai da empresa, ela não abandona a empresa, e sim abandona o seu líder direto. Elas não deixam a empresa para ganharem mais em outro lugar, para terem mais benefícios em outro lugar; elas deixam porque seus líderes não lhes deram o devido valor, não as desenvolveram e muito menos deram atenção aos seus problemas profissionais e particulares como elas esperavam.

Agora, o fato de o(a) líder hoje ser ruim não significa que, ao olhar para o futuro, ele(a) também tenha que continuar sendo.

Liderança é uma habilidade que pode ser aprendida e desenvolvida, para alguns com mais facilidade e para outros com mais desafios, devido à forma como cresceram e viveram.

No entanto, o primeiro estágio da mudança é a consciência: o líder ter ciência de que tem seus desafios e dificuldades internas e buscar melhorias através de cursos, treinamentos e, principalmente, mentores. Como sempre digo, ser líder está longe de ser uma tarefa fácil. Exige muita inteligência emocional, comunicação assertiva, resiliência, disponibilidade de tempo e uma capacidade inovadora de resolver problemas recorrentes, muitas vezes de formas diferentes, mas a maior delas é que exige uma capacidade absurda de dar o exemplo, algo que não pode ser fingido a longo prazo.

Não se esqueça: se você diz que sua equipe é ruim, procure melhorar a si mesmo, que ela crescerá junto.



**Erick Faleiros** é fundador da Faleiro Advisors, com mais de 12 anos de experiência no mercado imobiliário de tempo compartilhado, liderou 14 operações em diversas localidades do país. Desenvolveu a metodologia "Árvore da Excelência" e fundou a Colossos - Escola de Liderança, dedicada à capacitação de líderes atuantes e desenvolvimento de novos líderes.

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

**TURISMO**  
COMPARTILHADO

Apresenta:

# IMERSÃO TEMPO COMPARTILHADO

MISSÃO INTERNACIONAL  
ORLANDO

- ★ NETWORK
- ★ CONTEÚDO
- ★ BENCHMARK
- ★ VISITA TÉCNICA

**save  
the  
date**

**3 a 5  
dezembro.  
VAGAS  
LIMITADAS.**

EMBARQUE



Business Center. Piazza Grande Ave. Orlando/FL.