

#50 DEZEMBRO/2024

TURISMO

COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento



Do Sonho ao Legado: O GR Group Celebra 25 Anos



Como a IA poderá impactar o turismo nas próximas décadas

Aviva Vacation Club avança receita bilionária da Aviva

WAM inicia obras do Mandala dos Pireneus e retrofit do Dom Pedro Laguna



3 torres



252
apartamentos



20.000 m²



Bar Molhado



Piscinas
Adulto e Infantil



SPA



Quadra
de Esportes



Academia



Restaurante



**Único Resort com
temática da Amazônia
no Mundo.**

AMAZON
PARQUES & RESORTS

amazonparqueseresorts.com.br

Capa **20**

A trajetória de 25 anos do GR GROUP



Página 06

Entrevista com Pablo Morbis, presidente do Conselho de Administração do SINDEPAT



Página 08

Com 25 anos, o maior clube de férias da América do Sul alavanca receita bilionária de gigante do turismo brasileira



Página 26

JAML&T: Um ano de novas opções no mercado de entretenimento, licenciamento de marcas e personagens para hotelaria e turismo



Página 30

A vez do Direito de Uso! CEO da TUDO Consultoria aponta os procedimentos para implantar uma operação de timeshare



Página 32

GAV Resorts: um ano de conquistas, desafios e inovação



Página 39

Aparecida Resort: O Futuro do Turismo de Lazer e Fé



Página 41

Blue Park inaugura nova atração Super Maverick



OPINIÃO

05 O Líder que Não Lidera: Quando a Pressão Substitui a Competência - Artigo de Erick Faleiro

GESTÃO

10 Perse em xeque: o desafio dos incentivos fiscais para hotéis, parques e setores do turismo no Brasil

11 Retrospectiva Proxy Gestão 2024: Um Ano de Conquistas e Consolidação

ARQUITETURA

13 Qual a relação entre arquitetura e *branding* nos empreendimentos de turismo e lazer? - Artigo de Milton Filho

TECNOLOGIA

14 O aquecimento perfeito para a hospitalidade: conheça o melhor aquecedor de piscina do mercado

16 Mercado de propriedades compartilhadas: tendências e tecnologias

19 TAAS: Transformando a Hotelaria e Multipropriedade com Tecnologia Sob Demanda

NEGÓCIOS

25 Conexão imobiliário-multipropriedade: Jeferson Gralha, da SurfLand Brasil, SmartShare e Gralha Imóveis atua na comercialização dos dois modelos

28 Como a inteligência artificial deverá impactar o turismo nas próximas décadas

SOCIAL

31 Confira os registros dos últimos eventos do setor

MERCADO

34 WAM inicia obras do Mandala dos Pireneus e retrofit do Dom Pedro Laguna

36 Credlar Vacation conquista 8 Top Sellers em três anos de atuação

38 Mundo Planalto é destaque no Top Seller 2024

40 My Mabu se prepara pra a maior temporada de sua história



50 X Turismo Compartilhado

Edição história da Revista Turismo Compartilhada! Chegamos a 50 edições da publicação, um marco em nossa trajetória! Com imensa alegria e orgulho que celebramos mais essa conquista. Esse é um momento de comemoração, reflexão e, acima de tudo, de gratidão a todos (leitores e parceiros) que tornaram essa conquista possível.

Ao longo de nossa trajetória, enfrentamos desafios, nos reinventamos e crescemos. Cada edição foi elaborada com cuidado, paixão e dedicação para trazer conteúdo relevante e de alta qualidade, contribuindo para o crescimento, fortalecimento e amadurecimento da multipropriedade e timeshare.

Porém, muito melhor que celebrar o passado é olhar para o futuro! Continuaremos firmes em nosso propósito de contribuir com o crescimento sustentável da propriedade compartilhada, com ética, honestidade e responsabilidade!

Nada melhor que trazer, como grande destaque, para essa edição histórica da Revista Turismo Compartilhado um dos nossos principais parceiros celebrando seus 25 anos de trajetória nos segmentos imobiliário, turístico e multipropriedade, o GR Group.

Seguindo com o conteúdo desta edição 50, a Aviva apresenta seus planos para o Aviva Vacation Club, a WAM anuncia o início da construção do Mandala dos Pireneus, em Pirenópolis (GO), e retrofit no Dom Pedro Laguna, em Aquiraz (CE), e ainda muito mais, temos entrevistas, tendências sobre tecnologia e negócios, novidades no mercado.

Finalizando este editorial, não podemos nos esquecer de agradecer por mais um ano mágico, em que o Turismo Compartilhado continuou com uma curva de crescimento, visualizando um promissor 2025!



Boa Leitura!

Fábio Mendonça
Diretor de Jornalismo

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável
Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte
Flávia Correia

Impressão
Gráfica Alpha Ultra Press
Tiragem - 2.500 exemplares



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

O LÍDER QUE NÃO LIDERA: QUANDO A PRESSÃO SUBSTITUI A COMPETÊNCIA

Ele chega cedo, organiza o *meeting*, anuncia as vendas ao final do dia, chega a ficha e entrega a um consultor para atender sem dar nenhum *feedback*, ou se é líder de captação, distribui a equipe por pontos de captação e aparece em algum momento ou outro lá, as pessoas que não produzem continuam sem *feedback* e treinamento, as que produzem se sentem mal acompanhadas porque já performam e são desassistidas, o dia começa a andar e o resultado não flui, ele cobra a equipe pelo WhatsApp, que por sinal, ele fica quase o dia todo mexendo e conversando sabe lá com quem, o dia encerra e ele vai para casa e no outro dia começa tudo de novo.

Esta é a rotina do líder que não lidera, de uma forma ampla, ele faz tudo igual, todos os dias a mesma coisa, tendo alguns dias mais tumultuados e outros menos nesta perspectiva.

Cada vez mais ouço de profissionais de Captação e Vendas no mercado sobre as suas frustrações de terem líderes apáticos e acomodados, que como não treinam e desenvolvem os integrantes da equipe, só sabem fazer pressão acreditando que este é o único caminho existente.

Pressão que custa saúde e, muitas vezes, ligadas a dias estressantes no trabalho, chega a atrapalhar os relacionamentos destas pessoas em casa com seus familiares.

Outro dia ouvi uma história que a sala estava zerada de casais e vendas até determinado horário e o líder, para punir a equipe pela sua "incompetência", os deixou até a meia-noite trabalhando, para "aprender a fazer direito".

Histórias que escutávamos e passávamos há décadas, ações que não cabem mais no mercado.

Se a equipe é incompetente, é porque o líder é incompetente.

Há líderes que acreditam que seu trabalho é apenas pressionar, se as pessoas não produzem, as pune para escancarar a sua incapacidade de produzir.

O mercado precisa de líderes que treinem suas equipes até mais tarde e não as deixem trabalhar desta forma até mais tarde, o mercado precisa de líderes que compreendam o lado particular da pessoa e não apenas o profissional, não existe esta diferença de CPF e CNPJ, são pessoas.

A cobrança de resultado tem que existir e tem que ser realmente dura, mas o profissional tem que ter estrutura, treinamento, ambiente e capacidade de desempenho para produzir.

Muitos vão ficar pelo caminho, mas que fique por conta deles, não por falta de atenção, desenvolvimento e estruturação vindas do seu gestor.

Liderar verdadeiramente é uma dádiva, participar do desenvolvimento de um ser humano é algo incrível e que não há preço, mas precisamos de mais líderes pensando além dos resultados, que apesar de determinantes, não são os únicos critérios a serem avaliados quando se trata de pessoas.

Não se faz gestão sem intimidade, a proximidade com os integrantes da equipe é um dos principais atributos que farão com que eles continuem na empresa.

E não estou falando de ser um líder bonzinho, há como ser um líder duro, que cobre, mas que tenha proximidade e respeito com seus liderados.



Erick Faleiro é autor do livro 'The Black Book' e head nacional da Your Vacation. 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.

“O Turismo é um setor ímpar para gerar emprego e distribuir renda em locais nos quais outras indústrias não chegam”

Novo presidente do Conselho de Administração do SINDEPAT (Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas), Pablo Morbis terá como principais desafios para a sua gestão, no biênio 2024-2026, a ampliação dos diálogos com os Poderes Executivo e Legislativo; o aprofundamento dos estudos e notas técnicas que embasam os pleitos defendidos pelo SINDEPAT; a expansão do quadro de associados, diante do bom momento vivido pelo setor, com inaugurações e ampliações frequentes; a ampliação das ações sociais do SINDEPAT, como o Dia Nacional da Alegria (DNA) e o Dia Nacional da Pessoa com Deficiência em Parques e Atrações (DNPd); e o desenvolvimento de espaços que estimulem a participação dos associados de forma prática e proativa dentro da associação, entre outros.

O novo presidente da entidade, que também é CEO do Grupo Cataratas, conversou com o Turismo Compartilhado sobre os planos para esses dois próximos anos para o SINDEPAT e setor de parques e atrações turísticas.

Formado em Engenharia Civil, Pablo Morbis iniciou sua carreira como *trainee* da Unilever. No Turismo, está há 18 anos, tendo iniciado no Grupo Cataratas na EcoNoronha, a concessionária do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha. Depois veio a mudança para o Rio de Janeiro, quando o Grupo Cataratas fez a implementação do Centro de Visitantes Paineiras, no Parque Nacional da Tijuca, resultando no início das operações do Paineiras Corcovado. Em 2020, assumiu como CEO do Grupo Cataratas e, neste ano, aceitou um novo desafio, como presidente do Conselho do SINDEPAT.



Pablo Morbis, presidente do Conselho de Administração do SINDEPAT

ENTREVISTA

Com Pablo Morbis, presidente do Conselho de Administração do SINDEPAT

Como foi a decisão de assumir o SINDEPAT e suceder a Murilo Pascoal?

Assumir no lugar do Murilo Pascoal foi um processo natural. Ele permaneceu na presidência do Conselho do SINDEPAT por três mandatos e teve um papel fundamental no fortalecimento da associação, do associativismo e na união do setor de turismo. Após esse período de seis anos, o processo de mudança era algo natural. Temos um Conselho de Administração que trabalha muito unido e acredito que todos nós, líderes no setor de parques e atrações turísticas, devemos doar um pouco do nosso tempo pelo associativismo, pela importância que ele tem em nosso setor. Agora é a minha vez e encaro com bastante responsabilidade e entusiasmo, como uma espécie de doação do meu tempo para toda a classe que o SINDEPAT representa.

O setor de parques e atrações conseguiu vitórias gigantes e cresceu muito nos últimos anos. O que o setor deve buscar daqui para frente e como deverá ser a sua gestão frente ao SINDEPAT, em relação a buscar novas regulamentações, projetos de leis, e relacionamento com políticos e gestores públicos?

Um dos principais pilares do SINDEPAT é sua representação institucional por meio da atuação junto aos poderes Executivo e Legislativo. Monitoramos quase uma centena de Projetos de Lei que trazem impactos para o setor de parques e atrações, sejam eles positivos ou negativos. Temos a constante preocupação de apresentar aos representantes do Executivo e do Legislativo a importância econômica e social do nosso setor. Essa é outra das áreas de atuação do Sindepat, a de educar, de mostrar por meio de estudos e números como podemos contribuir para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Com empregos, com distribuição de renda, com oportunidades e, principalmente, com um desenvolvimento econômico que conserva o meio ambiente e promove a inclusão. O Sindepat completou 20 anos no ano passado e o crescimento da associação tem como base o trabalho realizado e as consequentes vitórias que você menciona na pergunta.

Conseguimos, realmente, grandes feitos, como a isenção do Imposto de Importação para equipamentos específicos, não produzidos no Brasil; por meio do assento no Conselho Nacional do Turismo, defendemos junto ao Ministério do Turismo nossos pleitos; e, mais recentemente, o Perse. Há muito para se comemorar, mas há muito trabalho a ser feito.

Se a proposta da jornada de trabalho 5x2 for aprovada, qual será o impacto para o setor de parques e atrações?

Nosso setor é intensivo em mão de obra, então, certamente é um dos mais afetados por qualquer mudança na legislação trabalhista. Acho prematuro fazermos considerações sem estudos que possam avaliar os impactos concretos. Hoje, por conta do Panorama Setorial que realizamos anualmente, conseguimos estimar em cerca de 180 mil o número de pessoas empregadas no nosso setor. Os projetos em desenvolvimento mapeados pela 2ª edição do Panorama Setorial serão responsáveis, ainda, por 15 mil novos empregos diretos. Esses são os números concretos que temos hoje, mas certamente vamos começar a estudar os impactos e a viabilidade de uma mudança na jornada de trabalho.

“

Essa é outra das áreas de atuação do Sindepat, a de educar, de mostrar por meio de estudos e números como podemos contribuir para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Qual o posicionamento do SINDEPAT em relação à regulamentação dos cassinos no Brasil? Como o turismo e setor de parques poderá se beneficiar dos cassinos?

Acreditamos que pode ser uma oportunidade de desenvolvimento de mais opções para o turismo, com mais um tipo de produto, o que sempre contribui para destinos com oferta tão variada como o Brasil. De qualquer modo, por ser um segmento que exige regulamentação, é fundamental que a mesma seja bem construída.

Na sua visão, como deverá ser o crescimento do setor para os próximos anos?

O aumento do número de visitantes é um dos principais *drivers* para o crescimento do setor, tanto em novos empreendimentos quanto em ampliações da capacidade das atrações e parques já instalados. O estudo setorial que realizamos anualmente mostrou que em 2023 os parques e atrações brasileiros receberam algo em torno de 128 milhões de visitantes e mapeou investimentos de R\$ 15,5 bilhões para os próximos anos, somados aí os investimentos em novos parques e os reinvestimentos naqueles já instalados. O Panorama Setorial indicou ainda 53 novos projetos, totalizando 97 negócios de entretenimento em estruturação no Brasil, quando acrescentados os projetos identificados na primeira edição do estudo, de 2023. Os projetos em desenvolvimento aparecem em 51 cidades brasileiras, de 18 estados. Esses dados mostram que o setor de parques e atrações está em pleno desenvolvimento e, além disso, a expansão ocorre em todo o país, de forma descentralizada, comprovando que o Turismo é um setor ímpar para gerar emprego e distribuir renda em locais nos quais outras indústrias não chegam.

COM 25 ANOS, O MAIOR CLUBE DE FÉRIAS DA AMÉRICA DO SUL ALAVANCA RECEITA BILIONÁRIA DE GIGANTE DO TURISMO BRASILEIRA

O Aviva Vacation Club, que possui mais de 33 mil famílias em sua base, recebe investimento de R\$ 400 milhões para novos produtos de alto padrão



Bruna Apolinário atua há 22 anos na Aviva e desde 2020 lidera a área de Vacation Ownership - Crédito: Divulgação/Aviva

O Aviva Vacation Club, o maior clube de férias da América do Sul, celebra 25 anos de operação, consolidado como um dos principais motores da receita da Aviva, plataforma de entretenimento detentora dos destinos Hot Park e Rio Quente Resorts, em Goiás, e Costa do Sauípe, na Bahia. Hoje, o clube de férias reúne mais de 33 mil famílias associadas e é responsável por aproximadamente 48% do faturamento da Aviva, que atingiu R\$ 1,2 bilhão em 2023.

Criado em 1999, o Aviva Vacation Club nasceu com o objetivo de proporcionar experiências de férias por meio do Timeshare, modelo de negócio que a Aviva foi precursora nos anos 2000, em que clientes compram pontos e podem trocar por estada em hotéis e resorts. Ao longo de duas décadas e meia, o clube se tornou o maior da América do Sul, destacando-se por sua estrutura de fidelização e pela diferenciação oferecida na jornada de seus clientes.

Sob a liderança de Bruna Apolinário, diretora de Fidelização da Aviva, a área alcançou marcos importantes, como a implementação da Jornada do Cliente Fidelizado, que ampliou a integração entre setores da companhia e trouxe eficiência nos indicadores. Por exemplo, a receita anual da Costa do Sauípe mais que

dobrou na área de Vacation Ownership, saltando de R\$ 73,5 milhões em 2019 para R\$ 184,6 milhões neste ano de 2024. Junto a isso, o principal legado de Bruna foi aproximar todas as áreas da Aviva para a estratégia de fidelização da empresa, sendo um fator que contribuiu significativamente para o crescimento de resultados.

“O timeshare é um modelo de negócio que a Aviva trouxe para o Brasil para fidelizar clientes e hóspedes dentro da nossa jornada de experiências”, destaca Bruna, sobre o mercado de “tempo compartilhado”, que é difundido em destinos internacionais e chegou ao país como uma ferramenta para fidelizar clientes, sendo parte da estratégia e não o único atrativo. “Um dos grandes desafios é fazer com que as pessoas entendam o modelo de negócio e, quando isso acontece, aderem ao clube e seguem nossa trilha de fidelização, buscando por vivências cada vez mais personalizadas. Hoje, 30% das vendas da área são provenientes de *upgrades* da nossa base de clientes, o que significa que estão consumindo e aderindo novos produtos e serviços que ofertamos, reforçando o sucesso deste modelo de negócio”, complementa a executiva.

A gestão da executiva também acompanha a entrada do clube de férias no mercado de alto padrão com projetos como o InCasa Residence Club e o High End Timeshare, que recebem investimentos de R\$ 200 milhões cada. O primeiro, um condomínio de casas de alto padrão no complexo de Rio Quente, já tem mais de 70% das unidades da fase inicial vendidas e terá primeira leva de casas em 2025, com um *ticket* médio de R\$ 600 mil e uma proposta voltada para famílias e grandes grupos de pessoas que buscam uma vivência personalizada, com quartos individuais, piscina e até opção de ter um chef particular. O segundo, um modelo inédito no Brasil, usa os princípios do tempo compartilhado em estruturas verticalizadas na Costa do Sauípe. “Estamos reposicionando nossos produtos para um público que anseia por novidades, com isso no Rio Quente Resorts a ocupação utilizada pelos membros do Clube de Férias já representa 50% do total, e em Costa do Sauípe estamos em uma fase de crescimento do número de membros, que neste momento representam cerca de 15% da ocupação total”, destaca Bruna Apolinário.

INVESTIMENTO NO TIME INTERNO



Parte do time Aviva Vacation Club no Top Seller Event 2024

Além da inovação em produtos, a Aviva investe continuamente na capacitação de suas equipes, um dos pilares do sucesso da área. A dedicação dos times de vendas, pós-vendas e fidelização foi recentemente reconhecida no evento Top Seller 2024, da RCI Brasil, em que a equipe conquistou 25 prêmios, um resultado recorde, incluindo os primeiros lugares em categorias de vendas e supervisão. Bruna reforça que “esse reconhecimento não apenas reflete a excelência de nosso time, mas também valida os esforços para criar um ambiente de trabalho que valoriza e desenvolve talentos, especialmente em uma área tão dinâmica e altamente relevante para a companhia quanto a de Vacation Ownership”.

Outra forma de garantir resultados cada vez melhores é por meio do programa de reconhecimento interno “Supera”, que pontua as pessoas colaboradoras da empresa e oferece a oportunidade de trocarem seus pontos por benefícios nos destinos da Aviva, como ingressos e diárias. “Neste ano de 2024, levamos os 10 melhores para um *benchmarking* em Orlando com o propósito de proporcionar experiências e desenvolver ainda mais o nosso time”, complementa a executiva.

O Aviva Vacation Club teve uma evolução notável nos últimos 25 anos e caminha para patamares cada vez mais desafiadores além de consolidar-se como o maior clube de férias da América do Sul, sendo um modelo de sucesso que simboliza a solidez de uma companhia nacional que, junto a valorização da brasilidade em seus destinos, se destaca ao aliar hospitalidade, entretenimento e inovação em um mercado tão competitivo.



Equipe Aviva Vacation Club em viagem de benchmarking em Orlando-EUA

PERSE EM XEQUE: O DESAFIO DOS INCENTIVOS FISCAIS PARA HOTÉIS, PARQUES E SETORES DO TURISMO NO BRASIL

No cenário econômico brasileiro, o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (PERSE) tem sido uma tábua de salvação para muitos operadores de parques, hotéis, clubes e outras empresas do setor de turismo.

No entanto, com a recente sanção da Lei 14.859, de 2024, o futuro desses incentivos fiscais está sob ameaça, levantando preocupações significativas para o setor.

A Lei 14.859/24 estabelece um teto de R\$ 15 bilhões para os incentivos fiscais do PERSE até dezembro de 2026. A alíquota zero para tributos como Imposto de Renda da Pessoa Jurídica, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, PIS/Pasep e Cofins será mantida enquanto o custo fiscal acumulado não ultrapassar esse limite (com exceção do Imposto de Renda e Contribuição Social das empresas do Lucro Real e Arbitrado que findam em 2024). Embora pareça uma medida de contenção fiscal, a realidade para os operadores do setor é mais complexa e exige planejamento e estratégias minuciosas.

Um dos principais riscos que emergem com a nova lei é a possibilidade de esgotamento dos recursos antes do prazo final de dezembro de 2026. Com o teto estabelecido, os benefícios fiscais podem ser interrompidos prematuramente, afetando diretamente a capacidade financeira de empresas que dependem desses incentivos para sua sobrevivência e crescimento. Há estimativas de que o valor seja integralmente consumido ainda no primeiro semestre. Isso é particularmente preocupante para parques temáticos e hotéis, que enfrentam margens de lucro apertadas e altos custos operacionais.

A redução do número de atividades contempladas de 44 para 30, conforme a nova legislação, também representa um desafio significativo. Muitas atividades foram excluídas, restringindo ainda mais o alcance do PERSE. Para as empresas que ainda se qualificam, a incerteza sobre a continuidade dos benefícios pode prejudicar planos de investimento e expansão.

Frente a esse cenário, é crucial que os operadores do setor de turismo adotem estratégias proativas para mitigar os riscos associados à potencial finalização dos incentivos do PERSE. Isso inclui, porém não se limita:

- **Diversificação de Receitas:** Explorar novas fontes de renda pode ajudar a compensar a perda de incentivos fiscais. Parcerias estratégicas e o desenvolvimento de novos serviços podem ser caminhos viáveis.
- **Eficiência Operacional:** Implementar medidas de redução de custos e aumento de eficiência pode ajudar a manter a viabilidade financeira sem depender exclusivamente dos incentivos fiscais.
- **Advocacia e Lobby:** Engajar-se em esforços de advocacia para influenciar políticas públicas e garantir que as necessidades do setor sejam ouvidas pelos legisladores.
- **Gestão tributária:** Acima de tudo, fazer um bom e eficiente planejamento Tributário, pois este pode garantir sua sobrevivência.

O futuro dos incentivos fiscais através do PERSE é incerto, e os operadores hotéis, parques, clubes, bares e restaurantes devem se preparar para um cenário onde esses benefícios podem não estar mais disponíveis. A adaptação e a inovação serão chaves para navegar por esse período de transição, garantindo a sustentabilidade e o crescimento contínuo do setor de turismo no Brasil.



Retrospectiva Proxy Gestão 2024: Um Ano de Conquistas e Consolidação

A Proxy, braço de inteligência imobiliária do Grupo Oceanic, situada em Balneário Camboriú (SC), consolidou-se em 2024 como uma referência no mercado de propriedades compartilhadas. Focada em consultoria e comercialização de multipropriedades e time share, segue na missão de maximizar a rentabilidade dos incorporadores, diagnosticando e solucionando desafios em todas as etapas do negócio - da reestruturação de produtos, até vendas e pós-vendas.

Os pilares de 2024

No segundo ano de operação, a empresa confirmou que está no caminho certo, com números consistentes e avanços estratégicos que superaram os resultados de 2023. Entre os destaques:

- ★ Transformação Digital: fase final de implantação de CRM robusto para otimizar o relacionamento com os clientes.
- ★ Lançamento do Mais Check-In: clube de férias exclusivo para clientes do Grupo Oceanic.
- ★ Parceria com Inteligência Artificial: integração com soluções de AI ao processo de pós-vendas, trazendo ainda mais eficiência e agilidade.

Marcos do ano

2024 foi um ano especial, marcado por lançamentos e parcerias estratégicas:

- ★ Ocean Penha: primeiro empreendimento próprio, localizado em Penha (SC), foi lançado em abril, representando um marco para o Oceanic Empreendimentos.
- ★ Parceria com o Grupo Swan: sociedade no Hotel Boutique Jangal das Araucárias (Canela-RS), vencedor do prêmio de melhor hotel boutique de multipropriedade pelo segundo ano consecutivo.

Grandes Números

Os resultados da Proxy em 2024 destacam a força de sua equipe e a aceitação de seus produtos:

- ★ 24.000 casais atendidos: refletindo o alcance de suas operações.
- ★ 6.000 vendas concretizadas: um marco que comprova a eficácia das estratégias do grupo.
- ★ R\$ 264 milhões em VGV: forte indicador de sucesso no mercado.
- ★ 12,4 milhões de reais em recebíveis no pós-vendas: acompanhados da reputação ÓTIMA no Reclame Aqui e um CSAT (índice de satisfação do cliente) superior a 85%, demonstrando o compromisso da empresa com o cliente.

Próximos passos

Enquanto a Proxy celebra as conquistas de 2024, já se prepara para os desafios de 2025. Novos projetos, parcerias e oportunidades estão no seu horizonte, continuando a investir em tecnologia, inovação e, acima de tudo, no relacionamento com seus clientes, sempre guiados por pela paixão e propósito.

Conheça as Equipes Proxy:



Operação comercial - Sala Classic Car



Operação comercial - Sala Space Adventure



Pós-Venda, Mais Check-in e Administrativo



Operação comercial - Sala Aventura Jurássica



Operação comercial - Sala Oceanic Aquarum

A Terceirização Financeira como Estratégia de Resultados.

O BPO Financeiro (Terceirização dos processos financeiros) tem apresentado um crescimento significativo no Brasil, impulsionado por diversos fatores como a automatização, a busca por eficiência e a necessidade do cliente em focar no core business do seu negócio. A crescente demanda por serviços de BPO financeiro demonstra que empresas de diversos portes e setores estão buscando terceirizar suas operações financeiras para reduzir custos, otimizar processos e garantir maior precisão nas informações.

A BPYOU vem se destacando cada vez mais no segmento de hotelaria e incorporação, se tornando referência nesse segmento com suas estratégias de atendimento ágil e eficaz, garantindo aos clientes segurança e resultados no seu negócio.

Com investimentos cada vez maiores em tecnologia, adotando ferramentas como a IA (Inteligência Artificial), machine learning e automação robótica de processos (RPA), as empresas de BPO Financeiro vêm atingindo um alto nível de qualificação na prestação dos serviços financeiros, além dos clientes poderem contar com especialistas em finanças dedicados ao seu negócio, para ajudá-los na tomada de decisões.

Fluxo do processo de terceirização.



QUAL A RELAÇÃO ENTRE **ARQUITETURA E BRANDING** NOS EMPREENDIMENTOS DE TURISMO E LAZER?

Não sou um especialista em *branding*, mas um estudioso do assunto, porque cada vez mais ele tem tamanha relevância e impacto nos projetos de arquitetura, que é nossa área de atuação.

Gosto muito da definição da Ana Couto, uma das maiores especialistas nesse assunto: “O *branding* evoluiu de uma estratégia de marca para uma estratégia que alinha a marca, negócio e comunicação. Ou seja, quem eu sou como marca, qual é a minha personalidade, meus atributos, como sou percebido; qual o meu produto, qual a proposta de valor e o que o meu negócio faz”.

Com essa definição, já conseguimos visualizar toda a interface que o *branding* e a arquitetura têm. É necessário um alinhamento entre as duas disciplinas, eu gosto de analisar da seguinte forma: O *Branding* é a alma da empresa, e a arquitetura é o corpo físico dessa empresa. Tudo o que a alma é, faz e fala, precisa de um corpo para tangibilizar isso.

É muito importante uma análise do *branding* pela equipe de arquitetura, para compreender o propósito de cada ponto, assim como a análise e interpretação do *business plan* do empreendimento, para termos uma conexão entre marca, arquitetura e estudo de viabilidade.

Em nosso escritório, antes de começar a projetar temos uma análise minuciosa do *branding* de cada empreendimento. Mesmo que o empreendimento não tenha um *branding* finalizado, é realizada uma discussão com o cliente, para captar esses pontos e visões que ele tem sobre sua marca, porque isso será o ponto de partida para início de um projeto de arquitetura.

Assim como cada pessoa é única e tem necessidades específicas, os empreendimentos também são únicos, e precisam de soluções personalizadas em cada projeto, para atender um cliente específico, e se posicionar de forma única dentro do seu mercado.

Por isso, discutimos muito a relação entre essas duas disciplinas, para que haja uma visão conjunta, uma colaboração de ideias e partidos arquitetônicos, onde a marca possa ser expressa de forma clara, elegante, com os atributos do *branding*, e sem ser caricata, agregando valor ao empreendimento.



Milton Filho

* Milton Filho é arquiteto e urbanista, sócio da MFDC Arquitetura & Design, 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

O aquecimento perfeito para a hospitalidade: Conheça o melhor aquecedor de piscina do mercado: W Slim da Wolts



Com a crescente demanda por experiências confortáveis em hotéis e parques aquáticos, a Wolts traz uma solução inovadora para garantir piscinas sempre aquecidas e prontas para o uso: o aquecedor de piscina W Slim. Projetado especialmente para atender às necessidades do setor de hospitalidade, este equipamento compacto combina alta eficiência e desempenho com uma entrega que atende aos padrões mais exigentes do mercado.

Eficiência e economia em um design compacto

O aquecedor de piscina W Slim se destaca pela sua capacidade de entregar aquecimento de forma rápida e uniforme, mesmo em ambientes de alta demanda, como hotéis e parques aquáticos. Sua estrutura compacta permite instalações mais discretas, economizando espaço sem comprometer a potência.

Além disso, o W Slim é altamente eficiente, contribuindo para a redução de custos operacionais. Essa caracterização é essencial para empreendimentos que buscam aumentar a satisfação dos hóspedes sem onerar o orçamento.

Benefícios para clientes de hotelaria e parques aquáticos

Pensado para o setor de turismo, o W Slim proporciona:

- **Conforto para os hóspedes:** Piscinas aquecidas são um diferencial competitivo, especialmente em dias mais frios ou em destinos onde o clima é mais ameno.
- **Facilidade de manutenção:** O design moderno e inteligente reduz o tempo gasto em ajustes e cuidados técnicos.
- **Rápida instalação:** Graças à sua estrutura compacta, o W Slim se adapta facilmente a diferentes tipos de instalações.

A escolha certa para seu negócio

Em um mercado onde a satisfação do cliente é fundamental, o aquecedor W Slim se apresenta como uma solução confiável e moderna. Com ele, seu hotel ou parque aquático garante experiências mais agradáveis para os visitantes, agregando valor ao seu empreendimento.

Transforme o conforto da sua piscina em um dos maiores atrativos do seu negócio. Escolha o W Slim da Wolts, a solução compacta e eficiente que vai aquecer suas vendas e conquistar seus clientes.

Para saber mais, entre em contato com a Wolts e descubra como o W Slim pode ser integrado ao seu empreendimento.

www.woltsindustria.com.br

ALGUNS DE NOSSOS CLIENTES:



O segredo do sucesso em piscinas aquecidas:



W SLIM

Piscinas quentes, clientes felizes:
Descubra o novo aquecedor W Slim
da Wolts indústria, compacto,
eficiente e pronto para impressionar!



A INDÚSTRIA QUE
GERA NEGÓCIOS
AQUECENDO AS
OPORTUNIDADES



Mercado de propriedades compartilhadas: tendências e tecnologias

Seguindo a tendência dos últimos cinco anos, 2024 foi mais um excelente período para o mercado de propriedades compartilhadas.

Esse crescimento significativo foi registrado no Relatório Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil que contabilizou 200 empreendimentos em 2023, representando um aumento de 11,1% em relação ao ano anterior. Além disso, o número de frações disponíveis superou a marca de um milhão.

Essa expansão está relacionada ao aumento da demanda por investimentos mais acessíveis e pela busca de consumidores por destinos de lazer, especialmente em resorts e empreendimentos turísticos nas regiões Sul, Nordeste e Sudeste do país.

O que os proprietários querem?

Carolina Saas de Haro, uma das idealizadoras da pesquisa Hábitos de Viagens de Lazer do Multiproprietário Brasileiro, em entrevista à Revista Turismo Compartilhado, comentou que os clientes de segundas residências buscam:

- Hospitalidade;
- Entretenimento;
- Experiências;
- Serviços adicionais.

Com base nisso, Carolina acredita que os empreendimentos precisam proporcionar momentos e serviços relacionados a férias, relaxamento e diversão.

Excelência nas multipropriedades

O relatório também demonstrou que as empresas que querem se destacar no futuro precisam começar a pensar em formas de, não só atender às expectativas e necessidades, mas sim de encantar os cotistas.

Para acompanhar esse crescimento e estabelecer conexão emocional com os clientes, é fundamental que esses negócios tenham uma gestão excelente do início ao fim, capaz de englobar desde a venda de cotas até o pós-estadia.

MELHORES RECURSOS PARA GESTÃO

Uma das melhores estratégias para unir eficiência gerencial e experiências inesquecíveis é contar com ferramentas inteligentes, que automatizem, organizem e integrem informações, processos e operações.

A Desbravador atua há mais de 36 anos no mercado de soluções que transformam a gestão de:

- Hotéis, pousadas, resorts;
- Restaurantes, bares e casas de entretenimento;
- Empórios, lojas e franquias;
- Postos de combustíveis e lojas de conveniência.

Desde 2020, a empresa também oferece sistemas e tecnologias para o nicho de imóveis de uso compartilhado. Por isso, é expert no assunto.

TECNOLOGIAS PARA MULTIPROPRIEDADES



Gestão completa da Desbravador

Conheça algumas das soluções digitais para atender às propriedades de férias.



Gestão hoteleira

Funcionalidades inovadoras para gerenciar e integrar todas as operações do negócio.



Gestão de multipropriedades

Engloba toda a gestão do empreendimento, garantindo processos organizados e comunicação facilitada entre a administradora e os investidores.



Controle de condomínios

Ideal para administrar as demandas relacionadas ao empreendimento, com agilidade e integração.



Gerenciamento de sala de vendas

Possui recursos para toda a jornada de venda, da divulgação do empreendimento ao relacionamento pós negociação.



Plataforma para proprietários

Um ambiente online para facilitar o relacionamento e a comunicação entre os clientes e a administradora.

Fale com nosso time e conheça as ferramentas ideais para a sua multipropriedade.



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

Onde você encontra a Desbravador

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

Florianópolis - SC
Fortaleza - CE
Foz de Iguazu - PR
Salvador - BA
São Paulo - SP



Restaurantes

Postos e Conveniências

Hotéis



BRASIL



INTERNACIONAL

SISTEMAS PARA GESTÃO COMPLETA E INTELIGENTE DE MULTIPROPRIEDADES

Da sala de venda ao pós-estadia.

As melhores tecnologias para gerenciar e integrar todas as operações do negócio.

Software de Business Intelligence



Web app de autoatendimento, pré-check-in e pesquisa de satisfação



Terminal para check-ins e checkouts



Gerenciador de serviços e de experiências hoteleiras



Gerenciador de canais de vendas



Motor de reservas



Integração exclusiva com Google Hotel's



Flutuador de tarifas



Solução em nuvem com atualizações automáticas e contínuas



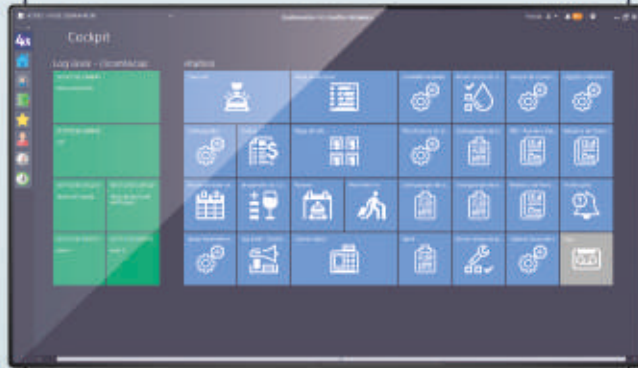
Gerenciador de atividades de governança



Sistema de gestão de relacionamento com o cliente



Sistema para gerenciamento completo de eventos



Sistema de gestão de multipropriedades

Gerenciador de salas de vendas

Sistema de gestão de condomínios

Solução para proprietários

Assistente virtual de atendimento

Aplicativo para lançamento de pedidos

Cardápio digital para autoatendimento

Kitchen Display System

Totem para lançamento de itens e pagamento de contas

Balança automatizada para restaurantes

Gerenciador de pedidos para restaurantes

Evolua seu negócio com a Desbravador.



RESTAURANTES POSTOS & CONVENIÊNCIAS HOTÉIS



DESBRAVADOR[®]
SOFTWARE DE GESTÃO

vendas@desbravador.com.br
+55 49 3321.0900

WhatsApp Comercial
+55 49 3321.0901

ATENDEMOS 11 PAÍSES

Contamos com 11 unidades de atendimento



Unidades Internacionais

Argentina Buenos Aires Estados Unidos Miami, Flórida Paraguai Ciudad del Este

Unidades Brasil

Brasília – DF Florianópolis – SC Salvador – BA Chapecó – SC Fortaleza – CE São Paulo – SP Florianópolis – SC: Web Foz do Iguaçu – PR

www.desbravador.com.br



TAAS: Transformando a Hotelaria e Multipropriedade com Tecnologia Sob Demanda

No mundo cada vez mais conectado, o conceito de "Technology as a Service" (TAAS) desponta como uma solução estratégica para a hotelaria e multipropriedade. Essa modalidade de negócios, baseada na entrega de serviços tecnológicos sob demanda, elimina a necessidade de altos investimentos iniciais em infraestrutura, oferecendo flexibilidade, eficiência e inovação.

O que é TAAS?

TAAS é um modelo de negócios no qual empresas adquirem soluções tecnológicas como serviços, em vez de comprarem produtos ou construírem suas próprias estruturas. Isso abrange desde *softwares* e automação até infraestrutura de TI, entregues de forma escalável e customizável.

Na prática, o TAAS permite que hotéis e empreendimentos multipropriedade acessem tecnologias avançadas – como infraestrutura de redes, automação de conforto, controle de acesso e monitoramento remoto – pagando apenas pelo uso ou de acordo com um contrato pré-estabelecido.

Benefícios do TAAS para Hotelaria e Multipropriedade

1. Redução de Custos:

O modelo elimina a necessidade de investimentos iniciais em tecnologia, permitindo alocar recursos de maneira mais estratégica.

2. Acesso a Inovações:

Com atualizações constantes e suporte especializado, hotéis têm acesso às últimas tendências tecnológicas sem o ônus de upgrades caros.

3. Escalabilidade:

A modalidade TAAS se adapta ao crescimento do negócio. Seja um hotel boutique ou um grande empreendimento multipropriedade, as soluções podem ser ajustadas para atender demandas específicas.

4. Foco no Core Business:

Ao terceirizar a gestão tecnológica, as empresas do setor podem concentrar seus esforços na experiência do cliente, delegando a especialistas a responsabilidade pelo ambiente digital.

5. Sustentabilidade:

Soluções tecnológicas eficientes, como automação de energia e controle de consumo, contribuem para práticas ESG, reduzindo custos operacionais e a pegada de carbono.

Terceirização de TI, Gestão de Tecnologia e Desenvolvimento Personalizado no Modelo TAAS

Um dos grandes diferenciais do TAAS é a possibilidade de incluir, no pacote de serviços, a terceirização de TI, gestão de tecnologia e desenvolvimento de sistemas personalizados. Isso abre novas oportunidades para o setor hoteleiro e multipropriedade, permitindo:

- Monitoramento e suporte técnico especializados: Garantia de operação contínua com assistência 24/7 para sistemas e infraestrutura.
- Implantação de redes avançadas, como GPON: Oferecendo conectividade de alta performance, essencial para garantir a experiência digital dos hóspedes.
- Desenvolvimento de sistemas e aplicações sob medida: Criação de *softwares* personalizados que atendam às demandas específicas do negócio, como soluções para gestão de reservas, integração de canais de venda, controle de ocupação, automação de processos administrativos e até aplicativos para interação direta com os clientes.
- Gestão de TI como serviço: Centralização de toda a tecnologia em mãos de especialistas, com planejamento estratégico, segurança de dados e gestão de custos alinhados ao desempenho operacional.

Por que a Orquestra é o Parceiro Ideal para Implementar TAAS?

Com anos de experiência em tecnologia e uma equipe de profissionais altamente qualificados, a Orquestra se destaca como um provedor de soluções TAAS sob medida para o mercado de hotelaria e multipropriedade.

A empresa oferece:

- Consultoria especializada para entender as demandas específicas do seu negócio e propor as melhores soluções tecnológicas.
- Suporte técnico completo, com monitoramento contínuo e respostas rápidas a qualquer necessidade.
- Desenvolvimento de sistemas personalizados para atender às particularidades de cada empreendimento.
- Gestão de TI integrada, cuidando desde a infraestrutura até a estratégia tecnológica para otimizar operações e garantir a segurança dos dados.

Um Mercado Pronto para a Transformação

A adoção de TAAS está ganhando força, especialmente em empreendimentos que buscam diferenciação no mercado competitivo. Incorporar tecnologia de forma inteligente é essencial para melhorar a experiência dos clientes, aumentar a eficiência operacional e atender às crescentes expectativas do público por serviços personalizados e conectados.

Do Sonho ao Legado: O GR Group Celebra 25 Anos

Há 25 anos fazendo com que os sonhos dos clientes guie os nossos

Ao celebrar um quarto de século de história, o GR Group reflete sobre uma trajetória marcada por coragem, inovação e compromisso com a excelência. Desde sua fundação, o grupo não apenas construiu empreendimentos de destaque, mas moldou uma cultura empresarial pautada pela ética e pela visão de futuro. Este marco é muito mais que uma data comemorativa: é o reflexo de conquistas sólidas e da visão promissora que guia seus próximos passos.

"O sucesso não é apenas o destino, mas a jornada que nos transforma ao longo do caminho."



Primeira sede do GR Group,
em Goiânia/GO.



Um Sonho que virou Realidade

O GR Group nasceu do espírito empreendedor de Winston Rezende, um visionário que transformou desafios em oportunidades. Com determinação e uma visão clara de futuro, Winston iniciou a trajetória da empresa, superando adversidades e pavimentando o caminho para o sucesso. Cada projeto realizado ao longo dessa jornada reafirma o compromisso do grupo com a excelência e com a construção de um legado duradouro.

"Juntos nós construímos um legado que tem uma identidade própria e tenho muito orgulho de como lidamos com os negócios no dia a dia."
Winston Rezende, Fundador do GR Group.

25 Anos em Movimento: Nossa História, Nossos Marcos



1980

Goiânia • GO

Nossa história começa a ser construída aqui.

Pelas mãos do empreendedor, visionário, Winston Rezende nasceu a solução completa em entretenimento com um dos maiores grupos do Brasil.



Winston Rezende



1999

Goiânia • GO

Especialistas em gente feliz

Nasce um grupo de Especialistas em Gente Feliz, com o propósito de construir histórias nos quatro cantos do Brasil e desenvolver soluções completas e experiências duradouras para alegrar vidas.



2003

Caldas Novas • GO

Millennium Thermas Residence

Um ano após ser lançado, entregamos uma maravilhosa novidade para a cidade.



Construção e entrega.



2005

Rio Quente • GO

Thermas Paradise Residence Service

Inauguração do nosso primeiro empreendimento em Rio Quente-GO.



Construção e entrega.

2008

Caldas Novas • GO

Splendor Thermas Apart Service

Entregamos com sucesso o nosso segundo resort em Caldas Novas-GO.



2014

Olimpia • SP

Wyndham Olimpia Royal Hotels

Com a inauguração do Royal Thermas Resort, consolidamos ainda mais o turismo na estância turística de Olimpia-SP.



2016

Barretos • SP

Barretos Country Thermas Park

Aquisição e operação do primeiro resort com parque aquático do GR GROUP.



2017

Rio Quente • GO

Serra Madre Residence

Inauguramos o Serra Madre Residence, aos pés da serra de caldas e ao lado do maior parque aquático do cerrado.



2018

Olimpia • SP

Wyndham Olimpia Royal Hotels

Em 2018, a inauguração do Royal Thermas Resort & Spa tornou o complexo Wyndham Olimpia Royal Hotels o maior resort do Brasil.



2019

Barretos • SP

Barretos Country Thermas Park

Inauguração da primeira torre do Barretos Country Thermas Suites.



Rio de Janeiro • RJ

Yup Star Rio de Janeiro

Inaugurada em 2019, possui 88 metros de altura, 54 cabines e pode transportar até 432 pessoas a cada 20 minutos.



Socio Investidor

2019

WYNDHAM CLUB BRASIL

O maior clube de férias do mundo

Aquisição das operações do Wyndham Club Brasil (WCB), maior clube de férias do mundo, com gestão e comercialização dos produtos Wyndham na América Latina.



2021

Barretos • SP

Barretos Country Park & Resort

No segundo semestre de 2021, foi inaugurada a segunda torre de suites, totalizando mais de 216 apartamentos e um complexo de lazer com mais de 40 atrações, além da fazendinha, minizoo e atividades ao ar livre.



Olimpia • SP

Royal Prime Thermas Resort & Spa

Com previsão de entrega para 2027, o Royal Prime Thermas Resort chega em Olimpia, consolidando o destino e trazendo um novo conceito de resort premium.



Natal • RN

Pitangui Beach Resort

Um resort pé na areia que fica entre a tranquila Praia de Graçandu e as atrações de água doce do Pitangui Lagoa Park, com previsão de entrega em 2025.



2021

Foz do Iguaçu • PR

Yup Star Foz do Iguaçu

Inaugurada em 2021, possui 88 metros de altura, 54 cabines e pode transportar até 432 pessoas a cada 20 minutos.



Socio Investidor

2022

Natal • RN

Pitangui Lagoa Park

O Pitangui Lagoa Park é uma das atrações turísticas mais completas de Natal, unindo as belezas naturais da Lagoa de Pitangui, o melhor da gastronomia potiguar e a diversão das atrações aquáticas.



2023

Loteamentos

- Aparecida Garden
- Aparecida Park
- Casa Viva
- Belo Monte
- Quintas Belo Monte



Impacto Nacional e Transformação Social

Com presença em quatro regiões do Brasil, o GR Group vai além dos negócios, impactando positivamente as comunidades onde atua. Cada empreendimento leva desenvolvimento, gera empregos e promove oportunidades. A empresa se posiciona como um agente ativo de transformação social, comprometido com a sustentabilidade, o desenvolvimento humano e o fortalecimento dos destinos que escolhe para operar.

Hoje, o grupo transforma o modo como mais de 40 mil famílias vivem suas férias, oferecendo experiências que vão além das expectativas. Sua missão é clara: transformar sonhos em experiências reais e memoráveis, construindo um ecossistema saudável, alinhado aos valores que sempre o guiaram.

"Tem sido um tempo maravilhoso de muito trabalho e aprendizado. Somos felizes por ser uma empresa familiar e proporcionar lazer e entretenimento para tantas famílias." - Filipe Rezende, Vice-presidentes de Construção, Experiência e Hotelaria do GR Group.



Pilares que Sustentam Nosso Propósito

O GR Group se constrói sobre pilares sólidos que refletem não apenas seus valores, mas também seu compromisso em gerar impacto positivo em diferentes esferas. Esses pilares são a base para cada decisão, projeto e ação do grupo, e reforçam a essência que move a empresa há 25 anos.

 <p>Sustentabilidade e ética são guias fundamentais para o GR Group. Com práticas responsáveis e comprometidas, o grupo reforça seu impacto positivo e seu compromisso com o meio ambiente e as comunidades.</p>	 <p>A valorização interna é uma prioridade. Inspirar, conectar e reconhecer seus colaboradores fortalece a cultura e garante o alinhamento dos valores que impulsionam a empresa.</p>	 <p>Com ações estratégicas e engajadas, o GR Group promove a cultura, apoia causas humanitárias e gera impacto positivo em cada destino onde atua.</p>
---	--	---

Ao longo de sua trajetória, o GR Group construiu relações sólidas com clientes, parceiros e o mercado, tornando-se referência de qualidade e inovação. Cada empreendimento é pensado para superar expectativas, entregando mais do que imóveis: um estilo de vida.

"O GR Group é a concretização de um sonho e o reflexo dos valores que nossos pais nos ensinaram: dedicação, união e amor. Sou grato por fazer parte dessa trajetória de 25 anos e levar alegria a tantas pessoas." - Rodolfo Rezende, VP de Marketing e Vendas.



Inspirado por valores familiares, o grupo investe na capacitação, motivação e reconhecimento de seus colaboradores, criando um ambiente de trabalho sólido e motivador e investindo em imersões constantes para o desenvolvimento geral dos times. Com parceiros estratégicos, mantém relações de confiança que fortalecem seus projetos e impulsionam o crescimento.



"Fomos crescendo profissionalmente junto com a empresa, que sempre nos deu suporte. Ao longo da minha trajetória na empresa, passei por praticamente todos os departamentos e sinto que construímos uma verdadeira família." - Edmar Silva, colaboradora do GR Group há 34 anos.

Reconhecido por sua excelência, o GR Group é frequentemente destaque em premiações e convidado para compartilhar suas conquistas em eventos do setor. Essa postura ética e colaborativa fortalece sua presença em todos os destinos onde atua, promovendo desenvolvimento, integração e oportunidades para as comunidades locais.

"É um privilégio para poucos construir sonhos em família, lado a lado. Tenho muito orgulho destes 25 anos do Grupo. Com certeza a junção de trabalho árduo, dedicação, disciplina, respeito, fé, ética e honestidade descem por toda a corporação. Que possam vir mais 25 anos de muita luta, sonhos, pessoas felizes e gratidão." - Gustavo Rezende, CEO do GR Group.



Construindo o Futuro

Com um olhar atento para as tendências do mercado, um compromisso inabalável com seus valores e um plano de rota bem estruturado, nomeado de Voo 2.8.6, o GR Group segue no propósito de dobrar seu valuation, com 80% de satisfação interna e externa, até 2026, tudo isso enquanto transformam sonhos em realidade. Seus próximos passos são pautados por inovação, eficiência e um propósito claro de impactar positivamente a sociedade.

Os próximos anos prometem ser tão transformadores quanto os 25 que consolidaram o GR Group como líder e referência no mercado imobiliário e turístico.



Filipe Rezende, Vice-presidente de Construção, Experiência e Hotelaria, Winston Rezende, Fundador, Rodolfo Rezende, VP de Marketing e Vendas e Gustavo Rezende, CEO.

2024: Celebração e Transformação

O 25º aniversário do GR Group foi mais do que uma celebração; foi um marco de mudanças estratégicas voltadas para o futuro. A construção de um Planejamento Estratégico estruturado para os próximos anos e a criação de um centro de serviços compartilhados em Goiânia/GO exemplifica o compromisso com eficiência, padronização e evolução. Esse movimento, somado a um foco em inovação e digitalização de processos, reforça a missão de construir um grupo mais ágil e conectado, pronto para os desafios do mercado.



UMA NOVA PERSPECTIVA PARA MULTIPROPRIEDADE

Comemorando 4 anos de empresa, o sucesso da Plátano Consultoria se consolidará com a apresentação no próximo mês de um rebranding estratégico

Esse novo momento da marca promete uma nova perspectiva para o mercado da multipropriedade.

SAIBA EM
PRIMEIRA
MÃO



PLÁTANO
CONSULTORIA



Formamos um time de grandes especialistas dedicados a cada área estratégica do negócio, promovendo uma visão multidisciplinar e integrada do mercado de multipropriedade e tempo compartilhado. Esse diferencial fortalece nossa posição e amplia consistentemente nossa capacidade de entrega.

Este é o momento de compartilhar um spoiler do nosso momento de empresa: estamos vivendo uma jornada de rebranding no qual estamos trabalhando a muitas mãos nos últimos 6 meses. Mais do que uma nova identidade visual, estamos trazendo uma abordagem sistêmica de pessoas, método e processos que transforma a maneira como geramos valor para o mercado.

Como cofundador, sinto-me honrado em comemorar 4 anos de empresa e por liderar este crescimento ancorado em valores claros, estratégias sólidas e em um grande time que faz a diferença todos os dias.



CESAR MOR
COFUNDADOR DA
PLÁTANO CONSULTORIA

Conexão imobiliário - multipropriedade: empresário atua na comercialização dos dois modelos

Jeferson Galha, da SurfLand Brasil, SmartShare e Galha Imóveis, conta sua experiência de ter negócios no imobiliário e fracionado ao mesmo tempo

Atuar, ao mesmo tempo, no mercado imobiliário tradicional e na multipropriedade é um desafio enorme. Apesar de juridicamente estarem próximos, os modelos de negócios são diferentes no desenvolvimento de produto, vendas, pós-vendas, carteira de recebíveis, entrega do empreendimento, entre outros fatores.

O diretor comercial da SurfLand Brasil, empreendimento de multipropriedade em Garopaba (SC), sócio da SmartShare, comercializadora do projeto, e também sócio da Galha Imóveis, uma das principais imobiliárias de Florianópolis, Jeferson Galha, compartilha sua experiência e visão de atuar nos dois mercados.

A multipropriedade ainda enfrenta muita resistência de incorporadores imobiliários e fundos imobiliários. Atuando no mercado imobiliário com a Galha Imóveis e na multipropriedade com a SurfLand Brasil, como enxerga essa visão do imobiliário sobre o fracionado?

O fato é que os modelos realmente são muito diferentes no que diz respeito ao fluxo de caixa para a obra e volume de distratos ao longo da jornada construtiva, o que gera insegurança para fundos imobiliários e incorporadores tradicionais.

Como o mercado de multipropriedade pode superar esse desafio?

Uma das soluções está em trazer modelos de vendas onde exista maior desejo de compra, e demanda maior que a oferta, gerando menor probabilidade de distratos. Estrategicamente, a postura comercial da sala de vendas também pode evoluir para gerar vendas mais saudáveis.



Piscina de ondas, inaugurada em 2023



Jeferson Galha, diretor comercial da SurfLand Brasil

Para você, como é atuar nestes dois mercados, no imobiliário e na multipropriedade?

Definitivamente me trouxe insights de ambos os negócios para melhoria de conversão e qualificação da venda. Estratégias de escassez e urgência da multipropriedade, com *scripts* bem elaborados e treinamento constante, fazem do mercado de multipropriedade uma referência em vendas de impacto. De outra forma, a venda consultiva, focada na percepção de valor e investimento do mercado tradicional, fazem a diferença na qualidade da venda. E a soma dos modelos acaba sendo uma receita aplicável quando se domina ambos mercados.

Com o sucesso da SurfLand Brasil, a SmartShare deve estar sendo muito procurada por outras empresas, para quais tipos de projetos a consultoria pretende levar o know how adquirido na SurfLand e no mercado imobiliário e fracionado?

Certamente, o case da SurfLand Brasil será um marco na história da SmartShare, e esta notoriedade de vendas 100% digitais tem feito diversos projetos nos procurarem. Um dos segredos do sucesso foi termos formatado uma exclusividade de vendas com direcionamento de verba de marketing agressiva e constante ajuste das práticas comerciais dentro da plataforma de tecnologia que permeava todo o nosso processo. Como nosso contrato de exclusividade se encerra em abril, estaremos avaliando novos projetos que ofereçam condições de executarmos a nossa expertise de vendas.

JAML&T consolida 2024 com novas opções para entretenimento, hotelaria e turismo



Empresa fecha o ano com muitos negócios de licenciamento de marcas e personagens concretizados e projeta 2025



Ativação em produto, com a marca Hello Kitty



Personagens 3 Palavrinhas durante sessão de fotos

O ano de 2024 foi marcado por uma série de transformações no mercado de entretenimento, licenciamento de marcas e personagens para o turismo e o lazer no Brasil. Com as mudanças constantes nos hábitos de consumo do brasileiro, os turistas passaram a buscar experiências cada vez mais imersivas e personalizadas, o que abriu novas oportunidades para as empresas do setor.

Diferentes destinos turísticos, tendo como modelo a cidade de Gramado/RS, tem procurado ofertar atividades que atendam todos os públicos, passando de parques naturais a restaurantes temáticos, atrações musicais aos museus interativos, atividades esportivas e “gamificação”, tudo para aumentar a permanência dos turistas em suas cidades.

Esse modelo de negócio está se consolidando e, por outro lado, o setor de licenciamento e suas marcas, tem visto o mercado nacional como um dos mais promissores para os próximos anos. Gigantes do entretenimento e do *show business* têm apostado no desenvolvimento de seus modelos de negócios em terras brasileiras e já fazem planos mais ambiciosos, segundo informações disponibilizadas pela IAAPA e Sindepat.

A JAML&T, empresa especializada em agenciamento e licenciamento de marcas e personagens, aproveitando essas tendências se destacou como um importante *player*

no mercado. Com uma carteira diversificada de marcas e personagens, a empresa ofereceu soluções inovadoras para os seus clientes, ajudando-os a criar experiências únicas e memoráveis para os visitantes de seus complexos turísticos e de entretenimento.

“Além das já tradicionais tematizações, realizamos lançamentos de filmes de grandes studios americanos, Meet & Greats em resorts, desenvolvimento de restaurantes temáticos, salas de vendas em projetos de Multipropriedades, criação de projetos para Comunidades Planejadas e, para finalizar o ano, atuamos no desenvolvimento da maior expedição náutica realizada no sul do país”, conta Juliano Macedo, CEO da JAML&T.

Uma das principais tendências observadas em 2024 foi a crescente demanda de experiências para fãs de diferentes segmentos. Os turistas passaram a buscar hospedagens e momentos de lazer que oferecessem ambientes dessa natureza, com decoração e atividades inspiradas em filmes, séries de TV, jogos de videogames, E-sports e marcas de luxo.

“E isso não só em hotéis, pois estamos observado uma série de atrações sendo inauguradas para nichos específicos de aficionados, em uma profusão de novos restaurantes, *beach clubs*, lançamentos imobiliários e atividades imersivas em shoppings, centros de eventos e atividades *outdoors*”, completa o CEO da JAML&T.

Expedição Foz Boat Show 2024



A recente edição do Foz Boat Show consolidou-se como um marco histórico para o desenvolvimento do turismo náutico, de pesca e ecoturismo na região do Lago de Itaipu. O evento, que reuniu apaixonados por embarcações, profissionais do setor e turistas, demonstrou o enorme potencial do lago como destino náutico e impulsionou a economia regional. O Foz Boat Show transcendeu a simples exposição de barcos, transformando-se em um verdadeiro show de experiências e oportunidades. A feira apresentou as mais recentes novidades do mercado náutico, promovendo *test-drives*, palestras e *workshops* sobre navegação, pesca esportiva e cuidados com o meio ambiente.

Além disso, o evento impulsionou o turismo de aventura na região, com a realização do Congresso Internacional Náutica e a Expedição Foz Boat Show, que atraíram visitantes de diversas partes do país e do exterior. A rica biodiversidade do Lago de Itaipu, aliada à infraestrutura náutica em constante desenvolvimento, torna a região um destino cada vez mais atrativo para os amantes da natureza e dos esportes aquáticos.

Idealizado pela MSJET, a Expedição Foz Boat Show percorreu 900km pelo majestoso Rio Paraná. Contando com a participação de mais de 150 Jet Skis, a expedição partiu de Rosana/SP, passou por diversos balneários, pernovernaram no Trento Hotel em Guaira/PR e fizeram uma chegada incrível no Iate Clube Lago de Itaipu (ICLI) durante a abertura da segunda edição do Foz Boat Show 2024.

Essa expedição teve amplo apoio de Itaipu Parquetec, Itaipu Binacional, Revista Náutica, NEPOM/Polícia Federal, Marinha do Brasil, Cervejaria Colônia, muitas prefeituras parceiras, Secretaria de Turismo do Paraná e governo do Paraguai.

“Nosso papel foi projetar, junto com a MSJET, a interface de diferentes marcas com os órgãos governamentais e do terceiro setor, para que os ‘jeteiros’ tivessem momentos únicos ao navegar pelo Rio Paraná, curtir as belezas naturais do Parque Nacional Ilha Grade e do Lago de Itaipu, além de desfrutarem do destino Foz do Iguaçu e a Tríplice Fronteira” aponta Juliano Macedo.



Foz Boat Show 2024

Perspectivas para o mercado em 2025

O próximo ano promete continuar sendo desafiador para a economia de uma forma geral, todavia, com o dólar ainda em patamares altos, a tendência é que o turismo interno permaneça registrando bons resultados, principalmente nos destinos regionais e aqueles atendidos pelos modais de transporte terrestre.

Olhando para o futuro, a JAML&T vê muitas oportunidades nos parques aquáticos, temáticos e nos resorts que serão entregues nos próximos anos, principalmente para se diferenciarem dos que já estão em operação no país. “O uso de dinossauros e piratas em novos projetos não são mais atraentes, devido a utilização intensiva daqueles empresários que não querem investir em algo diferente para não terem que pagar *royalties*. O mercado de licenciamento de marcas, propriedades intelectuais e artísticas movimentaram em 2023 mais de R\$ 23 bilhões e tende a ser maior em 2024, mostran-

do que o público quer algo novo”, frisa o executivo da JAML&T.

Outras apostas da JAML&T para os próximos anos são nos segmentos imobiliário turístico e de comunidades planejadas. “O *placemaking*, que em uma tradução literal pode ser entendido como a produção de lugares, tem como objetivo a transformação de espaços públicos e privados na busca por criar oportunidades para estreitar as conexões entre as pessoas e estes locais. Em se tratando de turismo e na criação de centralidades de lazer e entretenimento dessas novas comunidades, o licenciamento será muito importante para fazer essa ligação”, explica Juliano Macedo. “Criar ambientes, *boulevards*, parques naturais, áreas interativas, espaços gastronômicos e de serviços, utilizará sobremaneira marcas fortes e já consolidadas para atrair e fidelizar esse público. Que venha 2025 com muito trabalho pela frente”, conclui o executivo.

COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DEVERÁ IMPACTAR O TURISMO NAS PRÓXIMAS DÉCADAS

Celso Camilo, Mestre e Doutor em Inteligência Artificial, citou algumas aplicabilidades em que o turismo pode utilizar IA

“**A** inteligência artificial é o passo adiante do BI (*Business Intelligence*). Enquanto o BI utiliza os dados da organização para gerar indicadores e *dashboards*, a IA analisa os dados e sugere decisões. A base da IA são os dados. Mas os dados por si só não fazem a inteligência artificial. A IA está pautada na pergunta que se quer solucionar”, explica o professor Celso Camilo, Mestre e Doutor em Inteligência Artificial e co-fundador do Centro de Excelência em Inteligência Artificial (CEIA) da UFG - Universidade Federal de Goiás*.

Às vésperas de embarcar para a 19ª reunião de cúpula do G20, no Rio de Janeiro, Celso Camilo concedeu entrevista para o Turismo Compartilhado sobre os impactos da Inteligência Artificial, em especial para o setor do turismo.

O especialista em IA contextualiza que na prática a inteligência artificial é como um *software*, uma programação. “Na teoria ela é uma ciência multidisciplinar, junto dela tem robótica, matemática, filosofia, etc, no qual o conceito é a tentativa de simular o comportamento e a inteligência humana”.

Trazendo exemplos práticos da aplicabilidade da IA no turismo, Celso citou alguns:

- No caso do CHURN (métrica utilizada para mostrar o número de clientes que cancelam serviço em um determinado espaço de tempo), é possível analisar o comportamento do cliente e criar um “score” de risco, identificando e classificando os clientes que têm propensão a cancelar. Através dessa classificação, a organização pode antever ações para permanecer com esse cliente na base.

- Na gestão do POOL, é possível utilizar a IA para fazer a previsão de consumo das UH's a partir do compor-



Imagem ilustrativa

tamento de utilização dos usuários e entregar soluções para diminuir inventário ocioso, por exemplo.

Para Celso, o setor de turismo, bem como o setor do comércio e serviços, tende a consumir ferramentas de IA com mais rapidez, se comparado a outros setores mais conservadores da economia, pois acompanham muito o consumidor. “Como o consumidor está ávido por tecnologia, especialmente no Brasil, muitas empresas vão acompanhar essa evolução, a exemplo da Netflix e do Ifood, que têm muita IA envolvida”.

Ele destaca que o turismo tem um potencial gigante para evoluir e usufruir da IA, mas ainda não conseguiu colocar isso no seu *core*. “As pessoas precisam entender que a evolução da tecnologia está totalmente ligada à transformação do negócio, e se souber fazer a empresa vai conseguir sair na frente, entregando valor ao seu cliente e, consequentemente, recebendo muito valor do seu cliente também”.

De acordo com o especialista em IA, o mundo está caminhando para ser personalizado. O que isso quer dizer? “Vamos sair do modelo P, M, G de roupa, para entregar produtos e serviços cada vez mais personalizados. No setor do turismo, as pessoas não querem viver experiências padronizadas por faixa etária, por sexo. Elas querem viver experiências altamente personalizadas para o seu DNA”, diz ele.

Na história da evolução da economia, as empresas que buscaram escalar seus negócios, tiveram que abrir mão da qualidade, da personalização. “Através da inteligência artificial o ser humano está conseguindo dar escala com personalização, mas muitas pessoas ainda não caíram a ficha”, ressalta Celso Camilo.

OBSTÁCULOS PARA PROGRESSO DA IA

Alguns tabus ainda são obstáculos para o progresso da IA, como por exemplo, a resistência das pessoas em fornecer dados. Porém, o especialista em IA enxerga de forma positiva a troca de dados, “pois os benefícios que determinado aplicativo me entrega justifica as informações que eu cedo a ele”.

Outro tabu que gera questionamentos na sociedade é a exterminação de vagas de emprego devido à substituição de atividade humana pela inteligência artificial. Celso Camilo é enfático ao contextualizar que existem inúmeras vagas de empregos abertas e um número enorme de pessoas desempregadas. “Existem muitas vagas de trabalho abertas por falta de qualificação profissional. Temos que pensar urgente em acelerar a qualificação das pessoas”, afirma ele. “As pessoas precisam entender que o processo de aprendizagem mudou. Antigamente as pessoas iam para uma faculdade, aprendiam um conhecimento, uma habilidade, em seguida partia para o mercado de trabalho. Hoje não funciona mais assim, as pessoas trabalham

aprendendo, aprendem trabalhando, no modelo chamado Life Long Learning. Precisamos mudar a mentalidade das pessoas para colocá-las nos postos de trabalho. Tem muitas ofertas, mas poucas pessoas capacitadas ou dispostas a se capacitar. Isso mostra nossa fraqueza de adaptação, de educação e formação”.

Ainda analisando a relação IA e empregos, sobre a forma como as pessoas enxergam a sua relação com inteligência artificial no dia-a-dia do seu trabalho, o professor frisa que a IA está chegando para ajudar e facilitar a produtividade. “As tarefas que exigem otimização e perfeição não são para humanos, os seres humanos são imperfeitos, são imprecisos, esses trabalhos são das máquinas”.

“E o que vai restar para nós, depois que as máquinas assumirem boa parte das tarefas? Restará voltarmos a sermos humano! Iremos parar para refletir: o que minha essência humana entrega de valor para as outras pessoas? Não tem como mais não gerar valor para o cliente, não tem como mais vender a qualquer custo”, conclui Celso Camilo.

Celso Camilo é Mestre e Doutor em Inteligência Artificial, membro fundador do Centro de Excelência em Inteligência Artificial, Prof. visitante da Carnegie Mellon University, CMU EUA (2015/2016), Prof. visitante no IITGN - India Institute of Technology (2022), professor adjunto da Universidade Federal de Goiás, delegado do Startup20/G20 e representante do Brasil em diferentes fóruns de inovação. Além disso, é pesquisador, consultor e palestrante. Dentre as palestras, destaca-se a ministrada na NASA (JPL/LA-USA). Coordenou dezenas de projetos de P&D (Academia-Empresa-Governo) nas áreas de Saúde, Jurídico, Ecommerce, Educação, Logística, Vendas e Marketing. No setor público, foi Secretário de Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Ciência e Tecnologia de Goiânia; e Subsecretário de TI do Estado de Goiás.



A VEZ DO DIREITO DE USO!

TUDO Consultoria aponta os procedimentos para implantar uma operação de timeshare

Um dos modelos de negócios mais inovadores para gerar mais receitas para hotéis e resorts, o timeshare, ou vacation club, na modalidade jurídica de direito de uso, é um sistema de vendas de diárias antecipadas, fidelizando dos clientes. Porém, ainda há muitas dúvidas e perguntas sobre esse modelo, gerando muita desinformação para os hoteleiros e empreendedores.

Visando sanar algumas dúvidas sobre o timeshare, Adriana Chaud, CEO da TUDO Consultoria, explica como resorts e hotéis devem analisar a necessidade e como implantar uma operação de timeshare.



Adriana Chaud, CEO da TUDO Consultoria

Por que uma grande rede hoteleira, hotel ou resort, com clientes já fidelizados, deveria estudar a implantação de um programa de timeshare/fractional ou o chamado direito de uso?

Esse perfil de empreendimento já tem clientes fidelizados e isso imprime uma vantagem significativa ao considerar a implantação de um programa de fidelidade, tanto timeshare como direito de uso. Primeiramente, essa rede já possui um relacionamento estabelecido e a confiança dos clientes, o que facilita a promoção de produtos de fidelidade. Além disso, o timeshare pode permitir que a rede maximize a ocupação de seus imóveis em períodos de baixa demanda, além de gerar uma fonte de receita recorrente e previsível. Isso também pode ajudar a diversificar o portfólio de produtos da rede, atraindo novos clientes que buscam a flexibilidade e os benefícios de um sistema deste. Por fim, ao oferecer um programa de timeshare ou direito de uso, a rede pode criar uma experiência de férias mais rica e personalizada, incentivando os clientes a retornarem e fortalecer sua lealdade à marca.

Como deve ser o entendimento de qual produto é melhor, um timeshare com um direito de uso, ou a multipropriedade escriturada?

O timeshare, ou tempo compartilhado, é um contrato que

dá direito de uso de um empreendimento por um período de tempo específico por meio de pontos. É uma compra antecipada de hospedagem a um preço vantajoso em comparação com as tarifas praticadas pelo mercado e seu contrato é feito através do direito de uso, portanto, não há a compra da propriedade, mas sim do direito de usufruir por um tempo determinado o empreendimento.

Já na multipropriedade, o cliente compra uma fração de uma propriedade onde a escritura dessa unidade fracionada pertence a cada comprador e lhe dá o direito de uso de semanas fixas ou randômicas por ano.

O entendimento sobre qual produto adotar, timeshare - direito de uso, ou multipropriedade, vem do perfil de cada empreendedor. Para o empreendedor que já é hoteleiro a tendência é adotar um timeshare, já o empreendedor com perfil de investidor/incorporador tende a preferir o sistema de multipropriedade.

Quais itens um novo empreendedor de timeshare/fractional ou multipropriedade deve se atentar antes de implantar um produto de propriedade compartilhada?

Antes de implantar um produto de propriedade compartilhada, os grandes grupos hoteleiros devem se atentar aos seguintes tópicos essenciais:

1. **Análise de Mercado:** Realizar uma pesquisa de mercado detalhada para entender a demanda por propriedade compartilhada na região, identificar o público-alvo e analisar concorrentes. Isso inclui entender as preferências dos consumidores e as tendências do setor.

2. **Aspectos Legais e Regulatórios:** Consultar especialistas jurídicos para garantir que todas as regulamentações e leis locais, estaduais e nacionais sobre propriedade compartilhada sejam seguidas. Isso inclui a elaboração de contratos claros e a transparência nas informações fornecidas aos clientes.

3. **Modelo de Negócio Sustentável:** Desenvolver um modelo de negócio e produto que não só atraia os consumidores, mas que também seja financeiramente viável a longo prazo. Isso inclui análise de custos, rentabilidade e estratégias de marketing eficazes e próprias. O foco em desenvolver bem – arquitetonicamente – também é essencial.

4. **Gestão da Propriedade:** Estabelecer um plano de gestão eficiente para a manutenção e operação das propriedades compartilhadas. Isso envolve a definição de responsabilidades, se terá ou não uma bandeira hoteleira, serviços de concierge, limpeza e manutenção das unidades, garantindo que os proprietários tenham uma experiência satisfatória. Em caso de multipropriedade, deve ser levado em conta também a gestão condominial.

5. **Experiência do Cliente:** Focar na criação de experiências excepcionais e exclusivas para os clientes, oferecendo benefícios adicionais que possam diferenciar o produto. Isso pode incluir serviços exclusivos, programas de fidelidade, de assinatura ou parcerias com atrações locais.

6. **Formação/Treinamento da Equipe:** Investir no treinamento da equipe para que todos estejam alinhados com a filosofia e a operacionalização do novo produto. A equipe deve ser dedicada e estar capacitada para oferecer um atendimento excepcional e resolver dúvidas de forma eficiente.

7. **Pós-vendas/Relacionamento/ Gestão de Carteira:** Comunicação clara, sincronizada e eficaz imediatamente após a assinatura dos contratos minimizam danos e ajudam a manter uma carteira “quente” e feliz.

Ao considerar esses cuidados, seja um hotel, pousada, grupo hoteleiro ou empreendedor da multipropriedade, podem afirmar que suas chances de sucesso são altíssimas.

A TUDO Consultoria tem atuado em todos estes modelos e se atualizando no que faz sentido aos brasileiros desde 1997. Para todos os itens acima mencionados, ou paralelos ao desenvolvimento e operação do segmento de propriedade compartilhada, nosso compromisso é claro e transparente: Vender a verdade para o bem comum do empreendedor e consumidor final. Consulte-nos!

📷 SOCIAL

CONFIRA OS REGISTROS DOS ÚLTIMOS EVENTOS:



Equipe RCI no Top Seller 2024



Gilson Gratão, Manoel Vicente e Átila Gratão, da GAV Resorts



Lizete Ribeiro, do Grupo Tauá, e Murilo Pascoal, do Beach Park



Luiz Vasconcelos, da MME Hotéis, Rafael Albuquerque, do Hot Beach Parques & Resorts, e Leonardo Ruffo, da MME Hotéis



Gustavo Rezende, do GR Group; Jose Roberto Nunes e Raphael Almeida, do Mundo Planalto



Diego Monteiro, Eric Sussumi e Álvaro Araújo, do Hotel Nacional

GAV Resorts: um ano de conquistas, desafios e inovação

Empresa inaugurou seu novo resort em Porto de Galinhas, lançou o Guia do Multiproprietário e participou dos principais eventos e feiras do setor de turismo

O ano de 2024 ficará marcado como um período de crescimento e evolução na trajetória da GAV Resorts. Com a celebração dos 10 anos de fundação, a empresa se consolidou ainda mais no setor de multipropriedade e hospitalidade no Brasil.

Entre conquistas memoráveis, inovações estratégicas e desafios superados, destaca-se a inauguração do Porto Alto Resort, o primeiro empreendimento no Nordeste já em funcionamento, que reforça a presença da GAV Resorts na região, onde a empresa tem outros lançamentos previstos para os

próximos anos. Além disso, a empresa encerra o ano com um marco histórico: atingindo a meta de 90 mil cotas, solidificando assim, sua posição no mercado.

Para o CEO da GAV Resorts, Manoel Vicente Pereira Neto, a venda de multipropriedade vai além dos números. "A multipropriedade representa o sonho de férias realizado por milhares de famílias brasileiras, que agora fazem parte da comunidade GAV. Mais do que isso, demonstra a confiança crescente no modelo, que representa acessibilidade e exclusividade", destaca ele.



Imagem da área das piscinas - Porto Alto Resort

Inauguração do Porto Alto Resort

Outubro foi um mês especial, com a inauguração do Porto Alto Resort, em Porto de Galinhas, Pernambuco. Localizado na privilegiada praia de Muro Alto, o resort é um marco na expansão da empresa. Com 395 apartamentos, infraestrutura completa de lazer e serviços diferenciados, ele representa um novo padrão de excelência no turismo.

Segundo Alexandre Pedreira, sócio-diretor, o novo resort simboliza mais do que crescimento: "O Porto Alto é um reflexo do nosso compromisso em oferecer experiências únicas e inesquecíveis. Desde a escolha estratégica do local até os serviços exclusivos, tudo foi pensado para encantar nossos hóspedes".

Guia do Multiproprietário: inovação e transparência

Em agosto, a GAV Resorts lançou o Guia do Multiproprietário, uma iniciativa pioneira no setor. O material detalha o modelo de multipropriedade, esclarecendo dúvidas e garantindo que os clientes compreendam plenamente o que estão adquirindo.

Para Átilla Gratão, sócio-diretor, o guia representa um avanço significativo: "Transparência é fundamental para fortalecer o relacionamento com nossos clientes. Esse material reflete nosso compromisso em tornar a experiência de ser um multiproprietário ainda mais clara e satisfatória".

Átilla Gratão durante lançamento do Guia do Multiproprietário



Participação no ADIT Share

Entre os destaques do ano, a GAV Resorts marcou presença em maio na 12ª edição do ADIT Share, o maior evento da América do Sul voltado ao setor de multipropriedade. A participação foi estratégica para fortalecer a presença da marca e compartilhar conhecimentos sobre o mercado. No *stand* exclusivo, a empresa apresentou suas iniciativas e reforçou o compromisso de liderar inovações no setor turístico.

Sustentabilidade e responsabilidade social

O ano também foi marcado pela atuação da GAV Resorts no campo do ESG. Em outubro, a diretora de ESG, Aline Gonçalves, representou a empresa em um evento em São Paulo, destacando o papel da responsabilidade social no setor hoteleiro. A iniciativa reforça o compromisso da empresa com práticas sustentáveis e com a promoção de experiências transformadoras para hóspedes e comunidades.

Outros destaques

Em novembro, a GAV Resorts se destacou com a estreia do programa "Enfim... Férias!", apresentado pelo jornalista Zeca Camargo, visitando os resorts em Salinópolis/PA e Porto de Galinhas/PE, além de promover as vantagens da multipropriedade.

Outro momento especial foi o apoio ao Natal Luz, em Gramado, consolidando a presença da empresa em eventos que criam memórias inesquecíveis para famílias de todo o país.

Jornalista Zeca Camargo e Gilson Gratão durante gravação do programa



Férias e hotelaria

Ao longo do segundo semestre de 2024, a GAV Resorts também intensificou sua presença em importantes eventos do setor turístico no Brasil, reforçando sua marca e ampliando conexões.

Em julho, a empresa marcou presença na Expo Turismo Goiás, em Goiânia/GO. Em agosto, participou da Associação das Agências de Viagem de Ribeirão Preto (AVIRRP), e, em setembro, esteve na ABAV Expo 51, em Brasília/DF. Outubro foi o mês de ativação na feira Brazil Travel Market (BTM), em Fortaleza/CE, enquanto em novembro, a GAV Resorts apresentou o seu novo resort em Porto de Galinhas no *stand* da Festuris, em Gramado/RS.

Para 2025

Com 2024 chegando ao fim, a GAV Resorts iniciará 2025 se consolidando ainda mais no mercado. O próximo ano terá novos lançamentos, além da inauguração de dois resorts de destaque: o Pyrenéus Residence, em Pirenópolis/GO e o Porto 2 Life Resort, também em Porto de Galinhas/PE.

"Nosso objetivo é fortalecer as bases que construímos ao longo dos últimos anos, avançando de forma sólida em novos projetos e desafios", afirma Manoel Vicente Pereira Neto, CEO da GAV Resorts. Ele também ressalta que a empresa segue comprometida com a excelência, inovação e sustentabilidade, pronta para transformar a próxima etapa de sua trajetória em um novo capítulo de conquistas e sucesso.

WAM inicia construção do Mandala dos Pireneus, em Pirenópolis

Empreendimento na cidade goiana tem previsão de entrega para 2027



A WAM, pioneira no mercado de multipropriedade no Brasil, anuncia o início das obras do Mandala dos Pireneus Eco Village, em Pirenópolis (GO), representando não apenas o compromisso da WAM com a inovação e a qualidade, mas também sua visão estratégica de consolidar a presença em mercados turísticos de alto potencial.

Com o início da construção em setembro de 2024, o Mandala dos Pireneus será o primeiro empreendimento de multipropriedade da WAM em Pirenópolis. Este projeto, com previsão de conclusão em 2027, representa um marco na atuação da empresa na região, reforçando a proposta de criar produtos que combinam sofisticação, conforto e conexão com a natureza.

Localizado próximo à Igreja Matriz, o Mandala dos Pireneus se beneficia de uma localização privilegiada, com fácil acesso ao Centro Histórico, Parque Estadual, trilhas, cachoeiras e museus da cidade. Essas características tornam o empreendimento ideal para visitantes que buscam descanso, aventura e imersão cultural.

O Mandala dos Pireneus será composto por 57 apartamentos, divididos em seis tipos, sendo dois deles equipados com ofurô. Com áreas que variam de 27,78 m² a 70,17 m², as unidades foram projetadas para acomodar famílias e grupos

de amigos, combinando funcionalidade e conforto. As opções incluem plantas tipo loft e apartamentos com cômodos separados, atendendo diferentes perfis de hóspedes.

Além das acomodações, o empreendimento contará com uma estrutura completa de lazer e bem-estar, incluindo piscina de borda infinita, academia, spa, restaurante, bar, business center, playground, espaço infantil e hidromassagem. Um dos destaques será o rooftop com vista panorâmica da Serra dos Pireneus, permitindo que os visitantes desfrutem de um dos mais belos pôr do sol do cerrado goiano.

Pirenópolis, conhecida por suas riquezas históricas e naturais, é um destino que atrai turistas de todo o Brasil. Situada a menos de 200 km de Goiânia, a cidade se destaca por sua preservação cultural e ambiental, além de oferecer uma vasta gama de atividades turísticas. A chegada do Mandala dos Pireneus promete movimentar a economia local, gerando empregos e atraindo novos visitantes.

O Mandala dos Pireneus, além de expandir o portfólio de empreendimentos, fortalece o desenvolvimento econômico e turístico da região, mostrando o impacto positivo da abordagem moderna da WAM.

Acompanhe o andamento do projeto e todas as novidades em www.wamexperience.com.br.

WAM investe na modernização do Dom Pedro Laguna

Com investimento de R\$ 40 milhões, retrofit abrangerá todas as áreas comuns e os apartamentos do resort, trazendo uma renovação completa dos ambientes

Visando modernizar o seu portfólio de resorts, a WAM, pioneira no mercado de multipropriedade no Brasil, inicia o processo de retrofit do Dom Pedro Laguna Beach Resort & Golf, em Aquiraz (CE), um dos resorts mais renomados do Brasil, tendo sido eleito por cinco anos consecutivos como o "Melhor Resort Brasileiro" pelo World Travel Awards.

Em dezembro de 2024, a WAM deu início às obras de retrofit do resort, com conclusão prevista para meados de 2026. Este projeto representa um investimento de R\$ 40 milhões e tem como objetivo agregar valor ao empreendimento, inaugurado em 2011.

O retrofit abrangerá todas as áreas comuns e os apartamentos do resort, trazendo uma renovação completa dos ambientes. O objetivo é modernizar as instalações mantendo a identidade e o charme original do Dom Pedro Laguna. Para isso, materiais e equipamentos já utilizados serão atualizados, garantindo que o resort continue a oferecer a combinação perfeita entre elegância e funcionalidade.

Entre as melhorias planejadas estão a criação de novas estruturas, como um SPA e um espaço de beleza, focados no bem-estar dos hóspedes. Essas áreas visam oferecer uma experiência de luxo, com serviços exclusi-

vos que atendam às demandas de um público exigente. Além disso, o projeto introduzirá novos conceitos de hospitalidade, onde cada detalhe será cuidadosamente pensado para proporcionar máximo conforto e exclusividade.

Inovações e Conveniências: Concierge Digital

Outro diferencial do retrofit será a implementação de um concierge digital, oferecendo um suporte personalizado e tecnológico. Com este serviço, os hóspedes poderão realizar check-outs, agendar horários no SPA, reservar mesas em restaurantes e acessar uma gama de serviços com apenas alguns toques no celular. Essa solução digital reforça a proposta do resort de oferecer conveniência e exclusividade.

O retrofit do Dom Pedro Laguna reafirma a posição da WAM como pioneira no setor e demonstram seu compromisso com a excelência e a inovação no mercado de multipropriedade.

Acompanhe o andamento do projeto e todas as novidades em www.wamexperience.com.br.





■ Top Sellers: Larissa Rezende, Ingrid Leal, Karla Rocha e Leonardo Moraes

Credlar Vacation conquista 8 Top Sellers em três anos de atuação

A empresa celebra o crescimento de 200% na conquista da premiação no ano de 2024

No ano de comemoração dos três anos de atuação em Praia Grande/SP, a Credlar Vacation celebra a conquista de 8 Top Sellers. Essas conquistas refletem o desenvolvimento contínuo da equipe, que brilhou durante o Top Seller 2024, realizado em Teresópolis/RJ, ao conquistar seis prêmios de destaque. Esse número representa um crescimento de 200% em relação ao ano de 2023, quando a empresa foi reconhecida com dois prêmios na mesma cerimônia.

Os ganhadores do Top Seller em 2024 foram: Alanna Gonçalves, que ganhou 2 troféus, na categoria de Consultora e Supervisora de vendas online; os prestadores de serviço Ingrid Leal, na categoria Consultora; Karla Rocha, na categoria de Gerente em destaque; Larissa Rezende, na categoria de Supervisora, e Leonardo Moraes, na categoria de Relacionamento com o Cliente. “Esse resultado é fruto de investimento constante na qualificação dos nossos profissionais e na criação de um ambiente motivador e inovador”, comentou o sócio-diretor comercial da empresa, Thiago Coelho.

Reconhecimento

No cenário competitivo e inspirador do evento Top Seller, histórias de determinação, garra e superação se destacaram, mostrando que o sucesso vai além dos números. Para Karla Rocha, ser reconhecida como Top Seller é mais do que um título, é a celebração de sua dedicação e persistência diária. “Esse prêmio é um marco que me impulsiona e motiva a continuar crescendo, aprendendo e entregando o meu melhor. Cada desafio superado é um passo rumo ao sucesso coletivo”, declarou. Larissa Rezende, vencedora pela segunda vez consecutiva, reforçou o poder das oportunidades e do compromisso com a excelência.

“Sempre encarei cada venda como única, garantindo que fosse uma vitória tanto para mim quanto para as famílias que atendi. Representar a Credlar Vacation novamente no pódio é uma honra indescritível, ainda mais carregando comigo o apoio incondicional da minha família”, destacou. Para Ingrid Leal, a premiação foi um marco de confiança em sua trajetória. “Essa conquista me mostrou que estou no caminho certo. Tudo o que vivo hoje é fruto da minha força de vontade e determinação. Vou seguir para os próximos desafios com foco, garra e muita vontade de estar entre os melhores do Brasil!”, afirmou. Já Alanna celebrou o feito de alcançar duas premiações no mesmo evento, reforçando sua crença no trabalho árduo. “Ter esse reconhecimento foi o resultado de muito esforço e persistência. Essas conquistas me mostram que estou trilhando a direção certa”, ressaltou. O coordenador Leonardo expressou a alegria de ser reconhecido com o prêmio de destaque de Pós-Vendas no Top Seller 2024, coroando uma jornada de sete anos no mercado de tempo compartilhado. “Esse prêmio prova que todo o esforço do último ano valeu à pena. Sou profundamente grato a Deus e ao meu incrível time de gigantes do Relacionamento com o Cliente da Credlar Vacation”, declarou com orgulho.

Durante o evento de 2023, realizado em Olímpia/SP, os prêmios de Top Seller foram para os prestadores de serviço Larissa Rezende, na categoria Supervisora, e Matheus Bosqueto, na categoria de Consultor. “Os 8 troféus conquistados não são apenas uma conquista individual, mas representam uma vitória coletiva que fortalece a cultura organizacional da Credlar Vacation”, enfatizou Thiago Coelho ao declarar que a conquista em 2024 reforça a visão de expansão da empresa, servindo como um marco na trajetória da empresa rumo a novos desafios e conquistas.

Marco profissional

A cada ano, o Top Seller consolida sua posição como um evento transformador para os profissionais do mercado. No evento de 2024, a Credlar Vacation contou com a participação de 63 parceiros e prestadores de serviço, um número expressivo que reflete o crescente interesse e relevância do encontro no mercado da multipropriedade. Os participantes saem do evento com novas perspectivas, motivações renovadas e a certeza de que estão no caminho certo para alcançar a excelência. Com palestras inspiradoras, premiações e a oportunidade de network com os maiores nomes da área, o evento representa um momento único para troca de conhecimentos e reconhecimento de talentos. Este ano, o sócio-diretor Thiago Coelho participou do painel "Vendas: evolução das experiências e produtos". Como forma de tornar a experiência ainda mais especial, a empresa presenteou todos os participantes do evento com um mimo típico do Rio de Janeiro: chá mate e biscoitos, que foram um grande sucesso entre os presentes.



■ Alanna Gonçalves conquistou 2 troféus durante o Top Seller 2024

Avanços marcam novo ciclo de crescimento da empresa

O último ano foi um marco para a consolidação da empresa no mercado de multipropriedade da Baixada Santista. O período trouxe avanços significativos em capacitação profissional, desenvolvimento estrutural e inovação tecnológica, fortalecendo sua posição como referência no mercado. O investimento em capacitação profissional incluiu treinamentos voltados para áreas estratégicas como liderança, tecnologia, finanças e participação em eventos de destaque, como o Conarec, Acelerador Finance, Master Class: Gestão em Liderança, A Trinca – Grand Finale entre outros. Essas iniciativas têm ampliado o potencial dos parceiros e prestadores de serviço, promovendo uma gestão mais eficiente e conectada às demandas do mercado. Dessa forma, a empresa tem oferecido oportunidade promocional aos parceiros e prestadores de serviço, com ascensão dos profissionais para novos cargos.

Outro destaque foi o investimento em tecnologia e inovação, pilares que têm garantido experiências aprimoradas para parceiros e clientes.

Esses avanços foram essenciais para incluir 800 novas associações à RCI em 2024 e, para 2025, o planejamento é incluir 1.600 novas associações, a fim de reforçar a confiança e a satisfação dos clientes com os serviços oferecidos.

O progresso estrutural também ganhou destaque. As obras do Long Beach Multiresidence estão em andamento, o que representa o compromisso da empresa em entregar o projeto mais inovador de Praia Grande/SP. Esse período de crescimento e conquistas mostra que o futuro reserva ainda mais oportunidades para a empresa e seus parceiros. A combinação de capacitação, inovação e expansão estrutural tem moldado o caminho para uma nova era no mercado de multipropriedade na região, a fim de consolidar o propósito da Credlar Vacation, que é reconhecer os profissionais e incentivá-los a continuar crescendo e contribuindo com o sucesso coletivo.



■ Evento de capacitação profissional da equipe Credlar Vacation



■ O Long Beach Multiresidence está ganhando forma

MUNDO PLANALTO

É DESTAQUE NO TOP SELLER 2024

Empresa conquistou nove premiações do principal evento para profissionais da propriedade compartilhada do país



Parte do time Mundo Planalto, no Top Seller 2024, realizado no Le Canton, em Teresópolis-RJ



Raphael Almeida durante participação em painel no Top Seller 2024



Isabela Almeida, recebendo premiação de empresa destaque

OMundo Planalto participou com grande protagonismo no evento que premiou os melhores profissionais de Multipropriedade do Brasil, o Top Seller Event - organizado pela RCI - e faturou incríveis nove prêmios de destaques individuais, além de ter sido reconhecida como uma das empresas de maior resultado do evento, em função do seu market share relevante.

Compartilhando sua experiência em liderar grandes times, o CRO da empresa, Raphael Almeida, foi painelistas de um dos momentos mais aguardados do evento, o painel "Liderança Inspiradora, o segredo das equipes de sucesso".

"Participar de mais um Top Seller novamente como painelistas é muito gratificante. Mostra que estamos alinhados com as melhores práticas do mercado. Agradeço a RCI pelo convite e parabéns a todos os ganhadores, em especial os nossos escolhidos", comemora Raphael.

O evento, que ocorreu no luxuoso hotel Le Canton, em Teresópolis, na região serrana do Rio de Janeiro, reuniu as maiores empresas do setor, sempre com clima de descontração e muito aprendizado.

Mesmo com grande parte do seu time ancorada no Sul do Brasil, a empresa fez questão de valorizar e incentivar a participação dos seus parceiros, em uma delegação de mais de 35 pessoas, liderada pela diretora comercial Isabela Almeida, que conta como foi a sensação de estar à frente do time no maior evento do segmento no país.

"Aqui temos os melhores do mercado todos os meses. Agora, levar os melhores ao maior evento e ver nosso time ganhando prêmios, sendo referência e inspiração para outros campeões nos mostra o poder da disciplina e nunca abrir mão de valores que carregamos. É um dia feliz para o Mundo Planalto", encerra Isabela.

OS VENCEDORES QUE REPRESENTARAM O MUNDO PLANALTO FORAM:



Andre Luis



Joice Gomes



André Carnevalle



Laila Neves



Clarice Oliveira



Helen Giuliatti



Higor Lemos

Aparecida Resort: O futuro do turismo de lazer e fé



Perspectiva do Aparecida Resort, localizado na cidade de Aparecida-SP

Empreendimento na cidade de Aparecida (SP) será comercializado pela TC Brasil

O Aparecida Resort surge como um empreendimento inovador que promete transformar o turismo em Aparecida, cidade que recebe anualmente mais de 12 milhões de visitantes no Santuário Nacional. Com o objetivo de incentivar estadias prolongadas e oferecer uma experiência completa aos turistas, o resort será o maior do eixo RJ-SP, ocupando uma área de mais de 110 mil m² e com um investimento de R\$ 500 milhões. Localizado estrategicamente próximo ao Santuário, o resort atenderá tanto peregrinos quanto famílias em busca de lazer e descanso, consolidando-se como uma das maiores atrações da região.

A comercialização do Aparecida Resort será conduzida pela TC Brasil, uma empresa de consultoria, gestão e comercialização que atua no segmento de Tempo Compartilhado no Brasil desde 2004. A TC Brasil nasceu da necessidade de criar alternativas para o mercado hoteleiro e imobiliário, combatendo a sazonalidade na hotelaria por meio de programas de Vacation Club (Time Share) e otimizando a venda de produtos imobiliários nos modelos fracionado e de multipropriedade. Reconhecida como referência no setor, a empresa será res-

ponsável por levar o Aparecida Resort ao público, conectando investidores e futuros proprietários ao projeto e garantindo o sucesso comercial do empreendimento.

O empreendimento contará com uma estrutura completa, incluindo piscinas para adultos e crianças, spa, academia, quadras poliesportivas, restaurantes temáticos, áreas de recreação infantil, salão de jogos, espaços para eventos e convenções, além de acomodações modernas e confortáveis projetadas para atender às diferentes necessidades dos visitantes. Com foco na hospitalidade de alta qualidade, o resort busca atender à crescente demanda por hospedagem na região, que frequentemente atinge ocupação máxima em períodos de alta temporada.

O Aparecida Resort representa um marco para o turismo da cidade, integrando tradição e modernidade em um único espaço. Além de melhorar a experiência dos visitantes, o projeto contribuirá para o fortalecimento da economia local, consolidando Aparecida como um destino completo, que alia fé, lazer e inovação.

My Mabu se prepara para a maior temporada de sua história

Turismo em alta em Foz do Iguaçu e estrutura completa atraem novos clientes



Equipe My Mabu no Top Seller Event 2024

O verão 2024/25 promete ser um marco histórico para Foz do Iguaçu/PR, com grande movimentação nos hotéis do Grupo Mabu e no Blue Park. O time de promotores de captação do My Mabu terá à sua disposição um volume recorde de potenciais compradores para o produto de multipropriedade.

Os resultados do ano são expressivos, com vários recordes superados, e com a temporada que se aproxima, a empresa investiu forte na capacitação do time atual, na contratação de novos profissionais e na ampliação da estrutura para atendimentos. O lançamento do Super Maverick, a mais nova atração do Blue Park, já quebrou recordes de visitantes e conquistou o público pela qualidade e inovação de sua estrutura.

A principal sala de vendas do My Mabu, localizada dentro do Blue Park, oferece uma experiência única para os clientes conhecerem e adquirirem de 2 a 4 ou mais semanas de férias de alto padrão em Foz do Iguaçu, com opções também em mais de 4.200 destinos pela RCI.

A localização privilegiada na tríplice fronteira permite ao My Mabu atrair turistas de todo o Brasil, além de famílias do Paraguai, Argentina, Uruguai e Chile, ampliando as oportunidades de vendas, já que o produto pode ser adquirido também por estrangeiros.

Conversamos com o CEO do My Mabu, Raimundo Pimenta, sobre os resultados recentes e as expectativas para essa temporada. Confira os principais trechos da entrevista:

Como foram os resultados até aqui? Você tiveram alguma ação especial na Black Friday?

Estamos acelerados em direção a meta do ano e temos certeza de que com o time que formamos, vamos superar! No último mês, o My Mabu lançou uma semana inteira de ofertas especiais de Black Friday onde quem comprava durante essa semana, já garantia o café da manhã na primeira hospedagem pelo produto. Além disso, tivemos promoções especiais também para quem pagava entrada à vista ou todo produto em uma única vez.

O que o My Mabu tem preparado para essa temporada?

Estamos totalmente engajados em proporcionar a estrutura necessária para que nosso time consiga atender ao grande volume de famílias com o padrão e a qualidade My Mabu. Assim como no ano passado, vamos abrir mais um ponto de venda no Mabu Thermas para dar mais agilidade nos atendimentos e comodidade aos hóspedes que desejam conhecer o My Mabu.

Sobre as metas de vendas e premiações, o que já pode nos dizer?

No ano passado, quebramos todos os recordes históricos do projeto, com 13 dias consecutivos vendendo mais de R\$ 1 milhão por dia. Este ano, queremos ultrapassar essa marca e crescer 15% em relação ao ano anterior. Tivemos mais de R\$ 150 mil em premiações na temporada passada, e sem dúvida vamos aumentar os prêmios para este ano.

Para quem está em busca de trabalhar no My Mabu, aproveite essa oportunidade, as vagas estão abertas.

Escaneie esse QR Code ou entre em contato através do WhatsApp: (45) 3521-2070.



Blue Park inaugura nova atração Super Maverick



Super Maverick, nova atração do Blue Park, em Foz do Iguaçu-PR.

O Blue Park, destino favorito dos turistas que buscam diversão e adrenalina em Foz do Iguaçu, acaba de inaugurar uma atração que promete encantar visitantes de todas as idades: o Super Maverick. Com 18 metros de altura e 155 metros de extensão, essa inovadora atração oferece uma experiência única com imersão musical, feixes de luz e uma descida emocionante a até 60 km/h. A novidade pode ser vivida de forma individual ou em dupla, permitindo que amigos e familiares compartilhem a adrenalina.

Elvio Andrade, Diretor do Blue Park, destaca: "O Super Maverick é adrenalina pura. Ele começa com luzes e música, e termina com uma queda íngreme que tem arrancado elogios de todos que já experimentaram. É um produto único no Brasil, pensado para proporcionar uma experiência inesquecível."

O Blue Park também conta com outras opções de lazer, como tirolesa, arvorismo (em construção) e uma quadra de Beach Tênis.

O parque também é inclusivo, com brinquedos adaptados para pessoas com deficiência, e recebeu o selo "Amigo do Autista". Além disso, oferece aulas de Wakeboard e diversas opções gastronômicas para complementar a experiência dos visitantes.

Com a parceria com a RCI, com mais de 4.200 opções de destinos, e uma estrutura de atendimento cada vez mais sofisticada, o My Mabu e o Blue Park se preparam para um verão de sucesso e para consolidar ainda mais sua posição como referência em multipropriedade e turismo em Foz do Iguaçu.



Fachada do My Mabu, com vista da piscina de ondas



Atração infantil, Blue Park em Foz do Iguaçu-PR

Sua agência *full service* especializada em
**Marketing Hoteleiro e
Multipropriedade**



Conheça-nos e
entenda porque
somos o parceiro
perfeito para
sua estratégia.

BRANDING • DESIGN ESTRATÉGICO • INBOUND/OUTBOUND MARKETING
• GESTÃO DE TRÁFEGO • MÍDIAS SOCIAIS • GESTÃO DE MARCAS



Marketing estratégico

**Multi soluções
Multi Resultados**

@ d u a l i t y m k t



duality.com.br

O seu projeto hoteleiro merece uma administração **experiente e diferenciada**

Implantação
e operação
hoteleira
multimarcas

Administração
de alimentos
e bebidas

Know-how em
Multipropriedade

Administração
de condomínios
de lazer

Marketing e
comercialização
do pool hoteleiro

Gestão de
aluguel por
temporada

enjoy Hotéis
& Resorts

www.enjoyhoteis.com.br

IMERSÃO TEMPO COMPARTILHADO

MISSÃO INTERNACIONAL
ORLANDO

Conheça os bastidores e segredos da propriedade compartilhada em Orlando, em três dias com visitas técnicas e benchmarking nas principais operações do maior e mais consolidado mercado de propriedade compartilhada do mundo.



✓ Disney Vacation Club

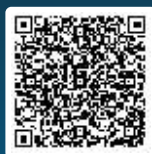


✓ Marriott Vacation



✓ Westgate Lakes

Março/2025



EMBARQUE

Realização
TURISMO
COMPARTILHADO