

#48 JULHO/2024

TURISMO



COMPARTILHADO

Negócios, Experiências & Entretenimento

GAV RESORTS

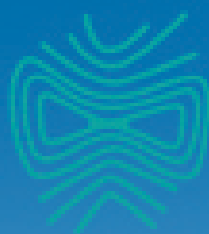
EXPANSÃO E EXCELÊNCIA

UMA JORNADA DE CRESCIMENTO PELO BRASIL

Entrevista com Alê Costa,
fundador e CEO da Cacau Show

Mundo Planalto destaca as
oportunidades para o turismo
com a Lei dos Cassinos

EP House anuncia lançamento do
Golden Tulip Campos do Jordão



COSTAO ESTALEIRINHO

O Costao está chegando em Balneário Camboriú



Saiba mais em:
www.costaoestaleirinho.com.br
[@costaoestaleirinho](https://www.instagram.com/costaoestaleirinho)

O **Costao** está chegando
em **Balneário Camboriú**
trazendo todo o seu DNA e
excelência em hotelaria para
seu novo empreendimento: o
Costao Estaleirinho.

Ao lado do parque aquático
Multiparque, com um
parador de praia exclusivo na
Praia do Estaleirinho e a
apenas 10 minutos do centro
de Balneário Camboriú, o
Costao consolida sua
expansão no mercado de
multipropriedade.



Parador de
praia na areia



Integrado ao
Multiparque



Vedado exclusiva
Praia do Estaleirinho



Hospitalidade e
gastronomia do Costao

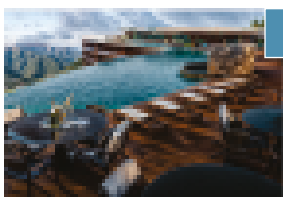
Capa 22

A EXPANSÃO DA GAV RESORTS PELO BRASIL



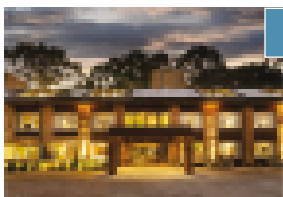
Página 06

Cacau Show chega ao mundo da hotelaria e entretenimento



Página 08

EP House anuncia lançamento do Golden Tulip Campos do Jordão



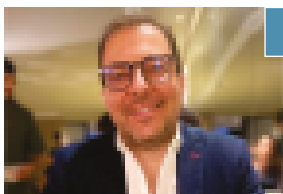
Página 18

Jangal das Araucárias: Excelência em Hospitalidade e Sustentabilidade



Página 31

Mundo Planalto destaca as oportunidades para o turismo local com aprovação da Lei dos Cassinos



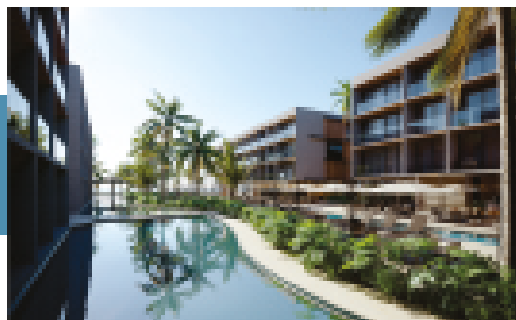
Página 34

Glauco Carneiro explica importância do estudo de viabilidade econômico-financeira para a multipropriedade e timeshare



Página 36

Incorporadora traz novidades em novo projeto de multipropriedade na serra catarinense



MERCADO

- 11** Merídio Broker celebra 3 anos de atuação no mercado de multipropriedade
- 12** Tauá Resort Atibaia tem novo parque aquático com atrações exclusivas e mais 250 acomodações

GESTÃO

- 14** Grupo Mabu: Excelência no ambiente de trabalho, na formação e capacitação de líderes
- 16** BPOYOU - Gestão financeira de excelência para o seu negócio

EXPERIÊNCIA

- 17** WAM Group celebra turismo em Caldas Novas

INTERNACIONAL

- 24** "Jeito Disney" de fazer propriedade compartilhada

TECNOLOGIA

- 26** Conheça a WOLTS- Equipamento inovador aquece águas de piscinas em no máximo 5 horas
- 28** Desbravador apresenta vantagens da multipropriedade e abre detalhes do sistema mais inovador do mercado

NEGÓCIOS

- 36** GR Group fortalece cultura organizacional em eventos corporativos, realizados em Barretos
- 37** Guia para multipropriedade acessar fundos de investimentos imobiliários

DIREITO

- 38** Multipropriedade: Uma forma acessível de investir e desfrutar de imóveis

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



evo
INTELIGÊNCIA
EM NEGÓCIOS

Marketing de resultado para hotéis, parques e multipropriedade.

A evo surgiu da fusão de duas empresas com diretores com mais de 15 anos de experiência no mercado: Wow e Criativioss.

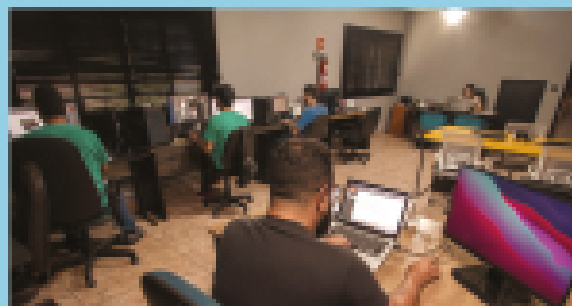
Planejamos e operamos táticas e estratégias digitais, utilizando de tecnologia e dados para tomadas de decisões.

No nosso setor, a experiência e o conhecimento não vem da longevidade. O que as agências fizeram há 5 anos atrás tem pouco a ver com o que é necessário para competir e vencer no amanhã.

Acreditamos no domínio constante de táticas inovadoras e investimos na melhoria contínua de nossas equipes e profissionais.

Por meio dessas práticas, nos tornamos especialistas, capazes de entregar projetos com alto nível de qualidade e excelência.

Alguns de nossos clientes:



Marketing 360



Sites e Landing Pages



ID Visual



Performance Digital



Redes Sociais



Google



Planejamento Estratégico



Inbound Mkt



Endomarketing



Produção



(62) 99623-0446



@evointeligencia



evointeligencia.com.br

CACAU SHOW CHEGA AO MUNDO DA HOTELARIA E ENTRETENIMENTO

Fundada em 1988, a marca Cacau Show se tornou referência em chocolates finos, hoje conta com mais de quatro mil lojas em todo o Brasil, quatro fábricas (duas em Itapevi/SP, Campos do Jordão/SP e Linhares/ES), uma fazenda de plantação de cacau e uma produção de aproximadamente 140 mil toneladas de chocolate ao ano, alcançando um faturamento de cerca de R\$ 5 bilhões em 2023, agora se prepara para conquistar os mercados de hotelaria e entretenimento.

O fundador da Cacau Show, Alê Costa, sempre disse que um de seus sonhos era ter um parque temático. Nos últimos anos, ele atuou para concretizar esse sonho. Primeiro, com as negociações para aquisições dos parques temáticos Beto Carrero World, em Penha (SC), e Hopi Hari, em Vinhedo (SP), mas que não avançaram. Uma de suas fábricas em Itapevi se transformou em um grande complexo de entretenimento, com visitas e um parque de diversões no pátio, chamado de Cacau Show Experience, contando como atração principal uma montanha-russa, com investimento de R\$ 3 milhões.

Porém, a marca de chocolates ousou mais, adquirindo o tradicional Grupo Playcenter e, mais recentemente, anunciou a construção de um parque de R\$ 2 bilhões em Itu, no interior de São Paulo, e outro em Itapevi.

No campo da hospitalidade, a Cacau Show também não ficou para trás. Desde 2021, a marca de chocolate possui um empreendimento hoteleiro temático em Campos do Jordão, o Bendito Cacao Resort & Spa. No fim de 2023, a Cacau Show anunciou o desenvolvimento de seu segundo resort temático em Águas de Lindóia (SP), após arrematar o antigo Hotel Vacance, o investimento da compra e reforma gira em torno de R\$ 100 milhões e tem previsão de inauguração ainda para 2024.

Para explicar melhor a expansão da Cacau Show na hotelaria e entretenimento, conversamos com Alê Costa, fundador e CEO da empresa. Confira a entrevista:



Alê Costa, fundador e CEO da Cacau Show

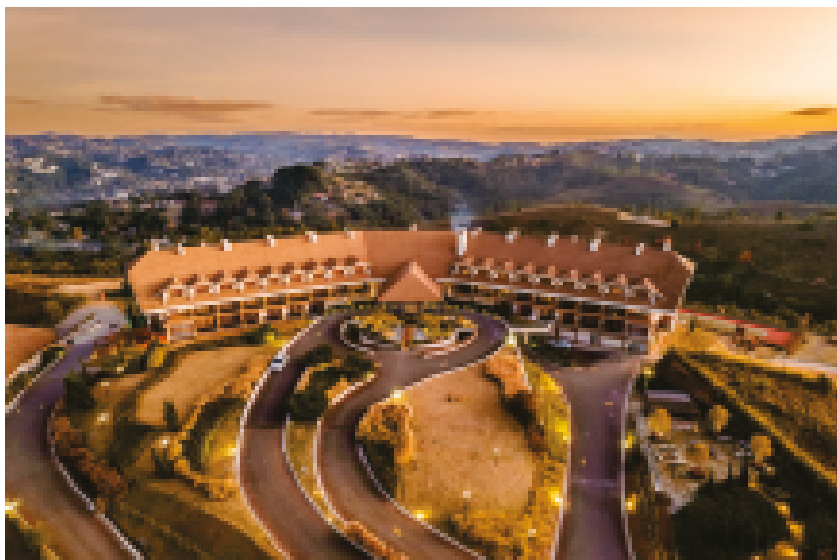
A Cacau Show já é uma marca famosa de chocolate há muitos anos. Como surgiu os projetos de investimentos em hotelaria e parques de diversão?

Aqui na Cacau Show, nós apenas expandimos e ampliamos o caminho que já estávamos trilhando, sempre visando o melhor, que é encantar as pessoas. Nossa jornada de experiências começou em 2017, com a inauguração da primeira mega store, hoje hiper, em Itapevi. Em 2018, inauguramos a primeira loja deste modelo no Shopping Morumbi, oferecendo uma experiência diferenciada em um ambiente único.

A partir dessas iniciativas, respeitando o nosso propósito, entendemos que o setor de entretenimento nos conectaria ainda mais com as pessoas e fortaleceria nossa relação com os consumidores. Assim, começamos a explorar esse novo mundo, que tem tudo a ver com chocolate e com a nossa marca Cacau (chocolate) e Show (entretenimento). Estamos sempre em busca de inovações para melhorar a experiência dos nossos consumidores, por isso, resolvemos entrar no setor hoteleiro e de parques de diversão, iniciando um novo momento da nossa Cacau Show.

ENTREVISTA

Com Alê Costa, fundador e CEO da Cacau Show



Bendito Cacao Resort & Spa



Acreditamos que poderemos levar diversão e doçura para muito mais gente

Como foram definidos os destinos para desenvolver os empreendimentos da Cacau Show, em Campos do Jordão e Águas de Lindóia (hotéis) e Itu (parque)?

Nós escolhemos Campos do Jordão justamente por ser um local que já temos proximidade por conta de nossa fábrica artesanal, que fica na cidade desde 2005. Já em Águas de Lindóia, decidimos por ser um destino turístico muito procurado pelos brasileiros, por conta de suas águas termais e pelo fácil acesso a região. Sobre o parque, em Itu, que é um grande sonho, ainda é um projeto que não está definido, ainda existem diversos aspectos para serem analisados, e desafios a serem superados, que se for realizado, coroará toda a nossa jornada de conexão e proximidade com os brasileiros.

No momento, seguiremos com os incríveis empreendimentos que já possuímos. Estamos no processo para aprimorar cada vez mais os nossos negócios já existentes.

Como está sendo a experiência e os desafios de operar um hotel?

Operar um hotel é muito diferente de tudo o que a Cacau Show já tenha feito anteriormente. Com o hotel, precisamos pensar, além de todos os detalhes que já pensamos para produzir nossos chocolates, em como encantar os nossos hóspedes desde sua chegada na portaria do hotel até o momento que ele irá se deitar para descansar. Está sendo delicioso poder participar ainda mais da vida das pessoas, compartilhando esses momentos tão especiais.

Em relação à negociação com o Grupo Playcenter, como surgiu a oportunidade do negócio e por que adquirir essa marca?

A decisão da venda do Grupo Playcenter exclusivamente para nós ocorreu devido a identificação de valores e propósitos compartilhados entre nós, eu e Marcelo Gutglas, além de ser um lugar que fez parte da minha vida desde a adolescência.

Já a decisão de compra partiu da vontade da Cacau de entrar de vez no setor de entretenimento para honrar o nosso propósito de “Vivemos para, juntos, tocar a vida das pessoas, compartilhando momentos especiais”.

Quais os planos da Cacau Show para os parques e marca Playcenter?

Neste primeiro momento, a ideia é começarmos aos poucos com a implementação de A&B (alimentos e bebidas), achocolatar os parques, em Santo André já é possível observar o início dessa jornada e dar vida aos nossos personagens, Chocomonstros e Bellas, em lugares específicos nos Playlands e Playcenter Family. Além disso, acreditamos que poderemos levar diversão e doçura para muito mais gente, com um plano de crescimento e expansão de mais 100 unidades nos próximos 10 anos.



Hotel em Águas de Lindóia deverá ter quarto temático Chocomonstros

EP House anuncia lançamento do Golden Tulip Campos do Jordão



Golden Tulip Campos do Jordão

O RESORT ELABORADO COM O CONCEITO DE MULTIPROPRIEDADE, POSSUI O REQUINTE DE LAZER E EXCLUSIVIDADE

A EP House, em parceria com a rede Louvre Hotels Group – Brazil, anunciou, em 01 de julho, o lançamento de mais um empreendimento da bandeira Golden Tulip: o Golden Tulip Campos do Jordão. Localizado em um dos destinos turísticos mais nobres do Brasil, o Resort, que está previsto para ser inaugurado em quatro anos, se destacará por conforto, qualidade, sofisticação, hospitalidade e ampla área externa de lazer, em uma área total de mais de 2 mil m².

O empreendimento, que contará com um investimento aproximado de R\$ 300 milhões, terá 500 suítes – Cedro, Manacá, Ipê e Maple –, de 32 a 63 m², que acomodarão confortavelmente até seis pessoas. As opções de lazer também se destacam: Piscinas aquecidas, SPA e Kids Club, pet place, academia, fire place, salão de beleza e cafeteria. A gastronomia será um ponto atrativo: os hóspedes e proprietários contarão

com restaurantes de padrão internacional, além de bares espalhados pelo complexo.

Estruturado no conceito de multipropriedade – em que um grupo de pessoas compartilha a posse de um imóvel de forma alternada –, o empreendimento é inspirado na arquitetura suíça e alemã, unindo elementos clássicos, contemporâneos e de luxo.

A localização é privilegiada: o Golden Tulip Campos do Jordão será o resort mais alto do Brasil em relação ao nível do mar, possuindo uma das vistas mais privilegiadas da “Suíça brasileira”, procurada pelos amantes de turismo em regiões de clima ameno e frio, na Serra da Mantiqueira. O intuito é proporcionar aos proprietários e hóspedes uma experiência completa de contato com as belezas naturais e o comércio da região, acesso rápido a festivais e eventos culturais, além da facilidade da prática de atividades ao ar livre.



Piscina borda infinita

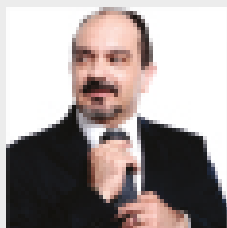


Entrada do Golden Tulip Campos do Jordão

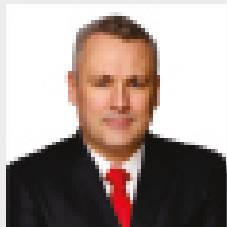
A preocupação com o meio ambiente é uma importante meta do projeto. A Golden Tulip Campos do Jordão adota medidas de compromisso com a natureza, desde a concepção arquitetônica, privilegiando peças locais, até a operação com sistema de reuso de água, energia solar, além de práticas de reciclagem e redução de resíduos.

“Quando optamos por Campos do Jordão, visamos uma bandeira que fosse premium e diferenciada e a Golden Tulip entrega isso. Esse é um projeto que trabalhamos com cuidado, a fim de somar ao destino”, destaca Rodolfo Rosa, sócio proprietário da EP House.

“A localização privilegiada, aliada à qualidade dos projetos da EP House, por meio do sistema de multipropriedade, permite que os proprietários desfrutem com tranquilidade, conforto e a segurança de um imóvel escriturado”, diz Paulo Luviseti, também sócio proprietário da EP House.



Paulo Luviseti



Rodolfo Rosa



Área social do empreendimento

Outros projetos em desenvolvimento de multipropriedade turística da EP House



Golden Tulip Eco Resorts Jericoacoara – em Jericoacoara (CE)



Golden Tulip Gravatá – em Gravatá (PE)

Merídio Broker celebra 3 anos de atuação no mercado de multipropriedade

Empresa conta com profissionais em comercialização e marketing

Com o intuito de proporcionar aos proprietários uma experiência positiva e ao investidor um retorno satisfatório, a empresa especialista em comercialização e marketing do sistema de multipropriedade Merídio Broker celebra três anos de atuação no mercado. A Merídio Broker surgiu com a união dos profissionais Thiago Coelho e Guilherme Coelho, que possuem mais de 10 anos de experiência no mercado de multipropriedade e timeshare, junto com Daniel Dias do Q&Q de Criação, especialista em marketing e publicidade. Há três anos, os sócios da Merídio Broker têm se dedicado ao planejamento e desenvolvimento do projeto Long Beach Multiresidência na Baixada Santista em todos os aspectos com implementação, gestão, orientação, suporte especializado para proprietários e investidores. Desde que surgiu, a Merídio Broker tem focado em capacitar profissionais e construir uma base sólida de clientes com planejamento, desenvolvimento, marketing, vendas, assegurar que todos os aspectos legais e regulatórios sejam cumpridos, gestão de propriedades, avaliação de viabilidade de execução do projeto em outras regiões, treinamento e desenvolvimento de equipes e serviço ao cliente, garantindo que os proprietários e usuários finais recebam um serviço de alta qualidade e estejam satisfeitos com a experiência de multipropriedade.

Segundo Thiago Coelho, a Merídio Broker participa do projeto inovador em Praia Grande/SP, ajudando a implementar o modelo de multipropriedade no quarto destino turístico mais procurado do Brasil. Ele enfatizou ainda que esse projeto não apenas proporcionará aos clientes a chance de possuir uma fração de imóveis exclusivos, mas também contribui para o desenvolvimento econômico da cidade de Praia Grande/SP.

Para Guilherme Coelho a Merídio Broker garante que cada aspecto do projeto seja executado com excelência, oferecendo uma estrutura abrangente que inclui departamento comercial, formado por uma equipe especializada na venda e negociação das unidades de multipropriedade, que proporciona uma experiência de compra simplificada e transparente; pós-vendas, que oferece suporte contínuo aos proprietários, e assegura que todas as necessidades sejam atendidas de forma eficiente e profissional, facilitando o contato e esclarecimento de dúvidas



Guilherme Coelho, Daniel Dias e Thiago Coelho no evento da Adit Show 2024

dos interessados e a utilização de sistemas e plataformas tecnológicas para facilitar a venda, gestão e comunicação com os proprietários. De acordo com ele, também fazem parte da estrutura o departamento de recursos humanos, com profissionais qualificados para atender com excelência e garantir um serviço de alta qualidade; e o financeiro, com gestão cuidadosa dos recursos e investimentos, assegurando a saúde financeira do projeto e a tranquilidade dos proprietários.

Segundo Daniel Dias, um dos aspectos importantes da empresa de consultoria é o departamento de marketing, responsável pelas estratégias de divulgação do empreendimento, destacando os diferenciais do projeto, atraindo o público-alvo ideal. Além disso, ele afirmou que o marketing precisa funcionar como uma agência dentro da própria organização e oferecer suporte aos demais setores de uma empresa para gerar agilidade nos processos, principalmente às equipes comercial e de pós-vendas. Ele disse ainda que outra estratégia usada para captar mais consumidores é o departamento de telemarketing, que atua na prospecção de clientes de forma online.

De acordo com Thiago Coelho, o planejamento é expandir as operações da Merídio Broker, explorar o mercado de multipropriedade e continuar inovando para atender às necessidades em constante evolução dos clientes e enfrentar os desafios futuros.

TAUÁ RESORT ATIBAIA TEM NOVO PARQUE AQUÁTICO COM ATRAÇÕES EXCLUSIVAS E MAIS 250 ACOMODAÇÕES

Piscina de ondas, rio lento, toboáguas e montanha-russa aquática, inédita no Brasil, integram novo espaço de lazer com mais de 3 mil m²



Ilha Tauá - Tauá Resort Atibaia

Descubra um novo resort e novas experiências de lazer em Atibaia (SP). Reconhecido como o hotel mais divertido de São Paulo, o Tauá Resort Atibaia, dono do primeiro parque aquático indoor da América Latina, inaugura um mundo novo de diversão. Sendo mais uma vez pioneiro, o Grupo Tauá de Hotéis e Resorts trouxe para o complexo hoteleiro inovações em lazer e expansões significativas.

Os investimentos somam mais de R\$ 140 milhões. Localizado a apenas 59 km da maior metrópole do país, cerca de 50 minutos do Aeroporto de Viracopos e 1h05 do Aeroporto de Guarulhos, o Tauá Resort Atibaia, com pensão completa, é um destino nacional, que atrai famílias com crianças na faixa etária de 2 a 12 anos em busca de entretenimento para todas as idades, além de comodidade e conforto.

Com a inauguração das novas 250 acomodações, o resort completa 788 quartos, sendo a maior unidade da rede hoteleira que também está em Caeté (MG), Alexânia (GO) e, em breve, em João Pessoa (PB). Além das categorias Superior Solteiro, que pode acomodar até 4 pessoas; Superior Casal, para até 5 pessoas; Superior com vista para piscina, para até 5 pessoas; Suíte Elite, com banheira de hidromassagem, o Grupo Tauá lança as categorias Suíte Elite Varanda, com banheira na varanda; Suíte Elite Plus com Banheira, sala com mesa de jantar e sofá e Suíte Tamática Infantil.

No novo parque aquático, ao ar livre, são 3,6 mil metros quadrados e 14 atrações para todas as idades, para quem busca adrenalina ou tranquilidade. Dentre elas, piscina de ondas artificiais, rio lento com um percurso de 220 metros

para que as famílias possam relaxar e desfrutar de uma diversão tranquila. Cinco novos toboáguas, para todos os níveis de coragem e de emoção. E para os corajosos de plantão, tem a inédita montanha-russa aquática. Para as crianças se divertirem de maneira interativa, tem o Brinquedo Interativo Peixe Aventura, que tem cama elástica e balde de água. Para os públicos adulto e infantil, novas piscinas, com acessibilidade. Bangalôs para locação com piscina exclusiva, jacuzzis, bar molhado, praça de alimentação. O projeto do parque é da empresa Turca Polin Waterparks, empresa líder na indústria aquática, que realiza projetos, fabricação e instalação de parques aquáticos.

Segundo Lizete Ribeiro, CEO do Grupo Tauá, a rede busca inovação todo ano para impulsionar a ocupação e diária média dos resorts, bem como manter a fidelização dos hóspedes. "Nossos resorts são concebidos por pessoas e para pessoas. As estruturas são incríveis, repletas de aventuras e adrenalina. Os quartos são extremamente confortáveis. A gastronomia de alto nível é um grande diferencial. No entanto, quem faz a magia acontecer para que nossos hóspedes saiam daqui encantados e retornem constantemente é o nosso grupo de colaboradores, a quem denominamos 'nossos emocionadores'. Sem eles, sem a nossa cultura, a magia não aconteceria".

O Tauá Resort Atibaia já conta com o Aquapark Indoor, com cerca de 5.500m², o espaço é totalmente fechado climatizado, e possui 16 atrações com água aquecida, com temperatura entre 29°C e 30°C. Dentre as principais atrações do parque aquático fechado tem o Rodopiou, uma das atrações mais altas do parque, onde o visitante alcança uma bela vista de

tudo o resort. Um tobogã gigante, de 15m, sai para fora do parque e retorna, dando voltas e mais voltas. O Aquapark do Tori, onde é possível deslizar em um grande tobogã no meio da floresta habitada pela turma de personagens do resort, até cair em uma piscina quentinha. Cogumelos do Pepito é uma piscina para crianças pequenas, de 0 a 4 anos. O rio lento faz a vida passar mais devagar já que a navegação a bordo de uma boia permite o hóspede relaxar e apreciar a paisagem ao longo do trajeto. São 170 metros que contornam toda a extensão do parque.

O completo de lazer possui ainda um complexo de piscinas externas e internas, spa, quadras esportivas, academia, pista de *cooper*, centro de convenções e atividades de lazer para todas as idades. Tem ainda, salão de jogos, cinema, boliche e arco e flecha. Para os hóspedes mirins, especialmente, os Taualegres – como são chamados os animados recreadores do resort – oferecem programação diária com espetáculos teatrais e gincanas para crianças de 3 a 17 anos. Para entreter a criançada, o complexo de lazer tem ainda a Jota City – uma atração exclusiva da Rede Tauá. É conhecida como a metrópole do futuro, uma cidade lúdica onde as crianças aprendem brincando sobre tecnologia, ciências e sustentabilidade.

A gastronomia completa o lazer em família. O resort funciona no esquema pensão completa (café da manhã, almoço e jantar inclusos). Há uma variedade de opções gastronômicas para todo tipo de paladar. A novidade é a Fire House, churrascaria fogo de chão. E há os recém-inaugurados restaurantes à la carte japonês Nigori e o italiano Coppola. Completam o cardápio diversos bares, cafeteria e a doceria Jota Candy.



Piscina de ondas da Ilha Tauá • Tauá Resort Atibaia



GRUPO MABU: EXCELÊNCIA NO AMBIENTE DE TRABALHO, NA FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO DE LÍDERES

Grupo recebe a certificação GPTW



O Grupo Mabu tem se destacado não apenas pela qualidade de seus serviços e infraestrutura de primeira, mas também por seu compromisso inabalável com a criação de um ambiente de trabalho excepcional. Recentemente, o Grupo Mabu recebeu a cobiçada certificação GPTW (Great Place To Work), um reconhecimento que celebra a excelência nas práticas de gestão de pessoas e a satisfação dos colaboradores. Porém, essa conquista é apenas a ponta do iceberg de uma longa jornada de dedicação e inovação.

No ano que o Mabu completou 50 anos, a certificação GPTW veio para fechar o ano com chave e ouro. No final de 2023, com um planejamento meticuloso e uma abordagem inclusiva, a jornada rumo a conquista do selo teve seu sucesso e a certificação de uma das melhores empresas para se trabalhar, chegou.

“Queríamos que todos os colaboradores entendessem a importância do que estávamos fazendo e como isso refletiria diretamente no nosso ambiente de trabalho, foram meses de muito trabalho e dedicação de toda liderança para que os mais de 300 colaboradores fossem impactados com a cultura GPTW”, destaca Karla Amaral, Diretora de Desenvolvimento Humano e Organizacional.

Para garantir que todos os colaboradores pudessem participar da pesquisa de maneira conveniente, o Mabu ofereceu espaços reservados e acesso via computadores pessoais. O resultado foi um relatório abrangente, divulgado durante a festa de final de ano. Este momento não só marcou a conquista do selo GPTW, mas também fortaleceu a coesão e o espírito de equipe dentro do grupo.



Luciano Motta CEO dos Hotéis Mabu e Blue Park

“A divulgação dos resultados na nossa festa de final de ano foi um momento de grande orgulho e celebração para todos nós. A certificação GPTW é uma prova de que estamos no caminho certo, valorizando e cuidando de quem faz o Mabu acontecer”, reforça Luciano Motta CEO dos Hotéis Mabu e Blue Park.

Em 2024, o Mabu continua a implementar as melhores práticas de gestão de pessoas, visando não apenas manter, mas aprimorar ainda mais o ambiente de trabalho. Essa dedicação contínua à excelência organizacional é uma prova do compromisso do Mabu com seus colaboradores e com a qualidade dos serviços oferecidos aos seus clientes.

Formando Líderes de Excelência

Reconhecendo que a liderança é um fator crucial para o sucesso organizacional, o Mabu tem investido fortemente em um programa de desenvolvimento de líderes. Este programa é construído sobre vários pilares que garantem uma gestão eficaz e resultados de alto impacto.



Karla Amaral, Diretora de Desenvolvimento Humano e Organizacional

“Acreditamos que a liderança de excelência é a chave para o crescimento sustentável do nosso grupo. Nossos líderes são incentivados a estabelecer metas desafiadoras e a motivar suas equipes a superá-las continuamente”, afirma Raimundo Pimenta CEO do My Mabu.

Desenvolver competências essenciais para atrair e reter talentos é outro aspecto vital, o Grupo Mabu promove processos de formação e capacitação de seus colaboradores, assim como a promoção de discussões eficientes e produtivas.

“A comunicação é aprimorada para abordar a diversidade de maneira inclusiva, incentivando o crescimento e o desenvolvimento individual de cada colaborador. Queremos que cada colaborador sinta que tem a oportunidade de crescer e se desenvolver conosco”, ressalta Karla Amaral.

Em 2023, o Mabu promoveu quase 200 colaboradores, demonstrando seu compromisso com o desenvolvimento interno e a valorização do talento. O Grupo possui em um dos seus pilares de desenvolvimento a trilha de carreira que permite que o colaborador desenvolva habilidades e conquiste cada vez mais o seu espaço na instituição.

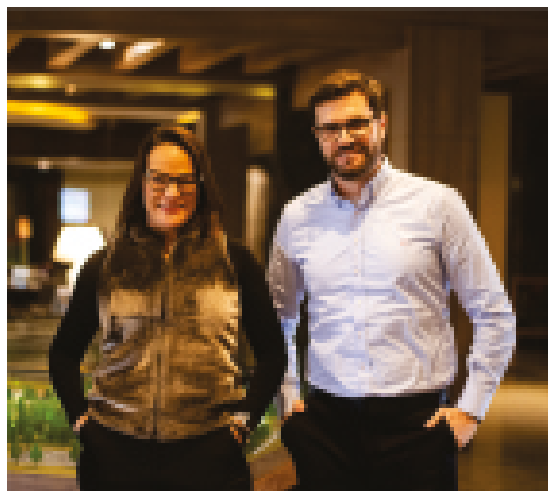
A liderança no Mabu é, portanto, uma sinergia de excelência, modernidade, comunicação eficiente e uma cultura organizacional sólida. Esses elementos combinados criam um ambiente onde os colaboradores se sentem valorizados e motivados, contribuindo significativamente para o sucesso contínuo do grupo.

Novos Talentos na Equipe Mabu

Fernanda Lanza assumiu a Gerência Geral de Multipropriedade do My Mabu, trazendo uma vasta experiência em gestão hoteleira. Com formações em Turismo e Gestão de Recursos Humanos, além de um MBA em Gestão Empresarial, Fernanda possui um histórico impressionante de liderança em várias redes de hotéis, como Promenade Apart-Hotéis e Radisson Hotels. Sua chegada é vista como um reforço estratégico, esperado para elevar ainda mais os padrões de excelência do Grupo.

Outro talento que se junta ao Mabu é João F. Biancardi, que vem para fortalecer a área de Comunicação, assumindo a Diretoria de Marketing. Com uma formação sólida em Publicidade e Propaganda e pós-graduações em áreas afins, João possui uma carreira de destaque, incluindo sua atuação como Head Latam de Negócios Marketing e Produtos Digitais na DASA. Sua expertise em marketing digital, planejamento estratégico e desenvolvimento de novos produtos promete trazer inovações significativas ao grupo.

Com a chegada de Fernanda e João e o compromisso contínuo com a melhoria, o Grupo Mabu continua a se consolidar como uma referência no setor, oferecendo não apenas um excelente serviço aos seus hóspedes, mas também um ambiente de trabalho exemplar para seus colaboradores.



Fernanda Lanza e João Biancardi



Um time especializado para atender o crescimento do mercado.

Gestão financeira de excelência para o seu negócio.

O mercado de multipropriedade é extremamente complexo e dinâmico, e entender as características desse modelo de negócio é crucial para o sucesso. Elaborar um planejamento financeiro detalhado, incluindo gestão orçamentária, projeções de fluxo de caixa e indicadores de desempenho, que permita monitorar os gastos e garantir o resultado esperado, é a melhor forma de gerir seu negócio. Uma assessoria de profissionais especializados em gestão financeira proporciona orientações e suporte nas tomadas de decisões estratégicas, e é isso que a BPYOU oferece.

Além de Multipropriedades atendemos diferentes negócios do segmento imobiliário:

Hotelaria

Resorts

Pousadas

Imobiliárias

Incorporadoras

Construtoras

Por que terceirizar suas operações financeiras?

- ✓ Especialistas em finanças com qualificação e experiência.
- ✓ Software de gestão moderno, seguro, integrado com outros sistemas.
- ✓ Atendimento personalizado com time dedicado e proativo.
- ✓ Clareza e previsibilidade dos cenários financeiros.
- ✓ Aumento de eficiência operacional e redução de gastos.

WAM Group celebra turismo em Caldas Novas

Premiações de parques aquáticos, investimentos em novos equipamentos, espaço de eventos e espetáculos artísticos marcam primeiro semestre do grupo no destino



Personagens do 'Férias Encantadas WAM'



Novas atrações do Kawana Park

Comemorando o primeiro ano de sucesso da nova gestão, o WAM Group tem mais motivos para celebrar em um dos principais destinos brasileiros, Caldas Novas, em Goiás, onde o grupo conta com sete hotéis e quatro parques aquáticos, com premiações e investimentos em novos equipamentos aquáticos, novo espaço de eventos e espetáculos artísticos, levando mais entretenimento e diversão aos visitantes da cidade.

O Kawana Park by WAM Experience, um dos mais novos parques aquáticos de Caldas Novas, foi reinaugurado no início do mês de julho. O empreendimento passou por reformas desde fevereiro deste ano e está com a estrutura ampliada, além de ter recebido novos equipamentos inéditos na região, os tobogãs Thunder Bowl e Vórtex, que estão ligados ao novo Rio Lento.

Neste primeiro semestre de 2024, dois parques do grupo, Náutico Praia Clube by WAM Experience e Water Park by WAM Experience, foram premiados com o Travellers' Choice 2024, que elege "os melhores dos melhores" na categoria Parques Aquáticos e de diversão do mundo inteiro.

A premiação é realizada pelo TripAdvisor, site de viagens em que milhões de avaliações e opiniões são compartilhadas por internautas ao redor do mundo. O "Travellers' Choice – Os Melhores dos Melhores" homenageia empreendimentos que tiveram um grande volume de comentários positivos no período de 12 meses. De acordo com a plataforma, dos oito milhões de empreendimentos cadastrados, menos de 1% recebe o prêmio.

Para o WAM Group, os reconhecimentos significam um importante reflexo do trabalho e da dedicação investidos pela

nova gestão da empresa, que é atualmente responsável por uma expressiva parcela do fluxo turístico da cidade, que é o quinto destino mais visitado do Brasil e o primeiro do estado de Goiás.

Além das premiações e reabertura do Kawana Park, o WAM também investiu na Arena WAM Experience, um espaço para espetáculos no Water Park, com uma estrutura com capacidade para até 1.500 pessoas sentadas. Os espetáculos acontecem sempre a partir das 19h.

Marcando a estreia da Arena WAM Experience, durante as férias de julho, Caldas Novas recebeu o projeto Férias Encantadas. Inspirando-se nos grandes parques de diversões internacionais, o WAM Group montou uma programação completa e de alto nível, trazendo os espetáculos infantis Show da Luna – Ao Vivo, Pequeno Príncipe, o teatro Clássicos Encantados, e finalizando as férias, Rapunzel — O Musical.

Sobre o WAM Group

O WAM Group é líder no turismo brasileiro, oferecendo uma ampla variedade de serviços e experiências de viagem em mais de uma década de inovação e liderança. Com presença em 4 das 5 regiões brasileiras, uma rede de 11 hotéis e resorts por onde passam cerca de 1 milhão de hóspedes por ano, além de 4 parques aquáticos e um programa de fidelidade com mais de 100 mil clientes ativos, o Grupo se destaca pela qualidade de seus serviços, prestados pelos seus mais de 3.500 colaboradores e pela capacidade de se adaptar às demandas do setor turístico-imobiliário de forma criativa e inovadora.

JANGAL DAS ARAUCÁRIAS: EXCELÊNCIA EM HOSPITALIDADE E SUSTENTABILIDADE



Fachada do Jangal das Araucárias

Hotel localizado na cidade de Canela também foi eleito melhor resort multipropriedade do Brasil pelo segundo ano consecutivo

Localizado em Canela (RS), o Jangal das Araucárias é celebrado por seu compromisso com o bem-estar e a hospitalidade, oferecendo experiências autênticas e personalizadas desde o primeiro contato do hóspede com o hotel. Esse diferencial se manifesta já no pré-check-in, quando a equipe do hotel, após a reserva feita pelo site, OTA ou Central de Reservas, entra em contato com o hóspede via telefone ou WhatsApp alguns dias antes da chegada. Nesse contato, são solicitadas informações sobre a viagem, como o motivo e a companhia, permitindo a personalização de uma carta de boas-vindas e a oferta das dicas sobre atividades na cidade.

Na chegada ao hotel, o check-in é ágil e acompanhado de um espumante de marca gaúcha de boas-vindas. Nos quartos, os hóspedes encontram um kit VIP check in, que inclui um cartão personalizado com o nome, motivo da viagem, fotos da família (quando aplicável) e bombons. Os amenities exclusivos com aroma de araucária também são um destaque especial.

Durante a estadia, os hóspedes podem participar de diversas experiências gratuitas, tais como: A Arte do Churrasco, A Música que Nos Toca, Aula de Yoga, Beer Tasting, Chocolatear, Degustação às Cegas, Descobrindo Olivas, Doce Jangal, Escola do Chimarrão, Quick Massagem, Sparkling Wine Tasting, Wine Experience, Wine Tasting Class e Nossa História. Todas experiências da nossa cultura gaúcha.

O café da manhã é assinado pela EAT + Kitchen, uma renomada rede de restaurantes de comida saudável e *slow food*. Esses diferenciais contribuíram para que o Jangal das Araucárias fosse eleito, pelo segundo ano consecutivo, como o melhor resort de multipropriedade do Brasil, conforme reconhecimento do TC Awards – Portal Turismo Compartilhado. Essa premiação é baseada em avaliações de hóspedes nas plataformas TripAdvisor, Booking.com e Expedia, realizadas entre janeiro de 2023 e janeiro de 2024.

EXPERIÊNCIA

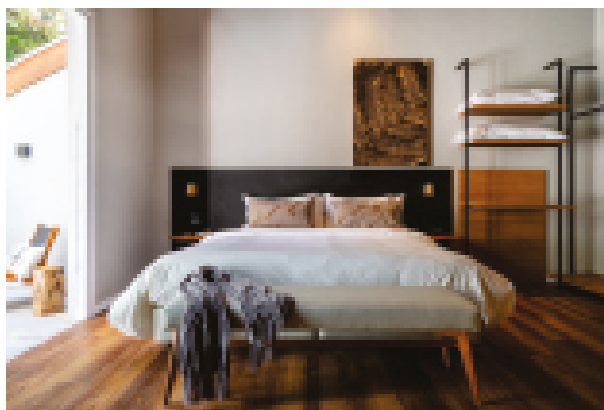
Gabriela Schwan Poltronieri, CEO da Rede Swan Hotéis, responsável pelo Jangal das Araucárias, destaca que esse reconhecimento evidencia a excelência em hospitalidade e a capacidade de adaptação em um setor dinâmico. O hotel, com 47 quartos, está situado em uma área de floresta nativa de preservação de araucárias, que deu origem ao nome "Jangal", que significa mata pequena e densa.

O respeito ao meio ambiente é outro diferencial do Jangal das Araucárias. Segundo Gabriela, a construção do hotel respeitou a área de preservação, e as cinco árvores que precisaram ser removidas foram tratadas e utilizadas para a fabricação do mobiliário dos espaços coletivos e quartos no próprio terreno, eternizando elas no projeto. Além disso, pallets e tijolos foram reciclados e integrados no design contemporâneo e acolhedor do hotel.

A identidade do hotel, operando no sistema de multipropriedade, é profundamente enraizada na sustentabilidade, com a preservação de uma área verde de 2 mil metros quadrados de araucárias seculares. Parte dessa área está disponível para os hóspedes como um refúgio natural nos fundos do empreendimento. Cada detalhe do hotel foi pensado para despertar sensações, contar histórias e ser atemporal. Os móveis, tanto das áreas sociais quanto dos apartamentos, são exclusivos, sustentáveis e carregados de significado, originados do reuso consciente das araucárias retiradas do terreno e de materiais utilizados na construção do prédio, bem como a o sistema de recolhimento de água da chuva, placas solares, amenities biodegradáveis e papelaria reciclável.



Ambiente externo: jardim, lareira e conexão com a natureza



Detalhe do quarto



Ambiente social, ao fundo, vista do restaurante



Detalhes do ambiente externo

Rede Swan Hotéis - Rede gaúcha com 31 anos de história. O primeiro empreendimento abriu as portas em 1993, em Novo Hamburgo, e nasceu da necessidade percebida na região de um hotel para visitantes, clientes e fornecedores que não encontravam uma alternativa na cidade e acabavam se hospedando em Porto Alegre. A rede conta com unidades em Porto Alegre, Novo Hamburgo, Caxias do Sul e Rio Grande no Brasil, além de um hotel em Lisboa e três em Sintra, em Portugal, todos no estilo boutique *house*. O lançamento mais recente da rede é o Jangal das Araucárias Swan Design Hotel, em Canela, e o próximo será uma casa em Portugal voltada ao *short-term rental*. Saiba mais em www.swanhoteis.com.br.



Muro Alto nos recebeu de braços abertos!

Em 2024, nossa hospitalidade inaugura o primeiro resort em uma das 25 praias mais bonitas do mundo.



Porto Alto Resort:

área de lazer completa,
localização privilegiada
e conforto garantido



Piscina
Semiolímpica



Parque
aquático infantil



Dog Care



Espaço de
massagem

EM BREVE SEU SONHO DE FÉRIAS

**Seja bem-vindo
a uma nova
experiência
de férias**



DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO: A EXPANSÃO DA GAV RESORTS PELO BRASIL

A empresa completa 10 anos em 2024 contribuindo para turismo e economia dos destinos de seus 13 resorts já lançados

Em um cenário de crescimento do turismo no Brasil, a GAV Resorts se destaca pela sua capacidade de promover transformação e desenvolvimento econômico e social. Com uma presença marcante em diversas regiões do país, a empresa não apenas fortalece cada destino com empreendimentos de alta qualidade, mas também lidera o mercado de multipropriedade e se destaca no segmento de hotelaria. Seja através de resorts em operação ou em fase de lançamentos, a empresa impacta positivamente as comunidades locais, promovendo o desenvolvimento regional e gerando empregos diretos e indiretos em cada área onde atua.

Neste mês de julho, ela comemora 10 anos de sucesso. Seus resorts em Salinópolis/PA, uma região promissora, impulsionaram significativamente a economia local, gerando emprego e renda, aumentando a arrecadação de impostos e aumentando o fluxo de turistas, destacando-se como referência em multipropriedade e rede hoteleira desde a inauguração do seu primeiro empreendimento na cidade. Agora, a GAV expande suas operações para Porto de Galinhas/PE, com a inauguração de um resort "pé na areia" em frente à Praia de Muro Alto, considerada uma das 25 praias mais bonitas do mundo pelo TripAdvisor. A empresa também marca presença com lançamentos em cidades como Pirenópolis/GO, Gramado/RS, Pipa/RN, Maragogi/AL e Barra de São Miguel/AL.

CRESCIMENTO

A GAV Resorts está em plena expansão, consolidando sua posição como líder no setor de multipropriedade e sendo referência também no setor de hotelaria. Atualmente, opera três resorts em pleno funcionamento e está prestes a inaugurar mais um ainda este ano. Além desses, nos próximos anos, serão inaugurados mais nove resorts em diferentes regiões do Brasil, ampliando significativamente sua presença nacional.

Com mais de 4.000 colaboradores diretos, não apenas proporciona experiências excepcionais aos seus hóspedes, mas também contribui de maneira significativa para a economia local através da geração de empregos e oportunidades de desenvolvimento profissional.

O sucesso da empresa é evidenciado pelos impressionantes números de mercado: mais de 136.000 cotas já foram lançadas, e atualmente possui 5.206 apartamentos, distribuídos entre resorts em funcionamento e lançamentos. A área construída dos 13 resorts ultrapassa 525.000 m², ressaltando o compromisso com a qualidade e o conforto dos empreendimentos. Além disso, conta com 22 showrooms de venda em diversas localidades pelo Brasil. "Em 10 anos, seremos uma das maiores redes hoteleiras do Brasil", afirma o CEO da GAV Resorts, Manoel Vicente Pereira Neto.

NORTE

Desde a sua chegada a Salinópolis, em 2014, a GAV Resorts tem sido um agente transformador, impulsionando significativos desenvolvimentos econômicos e sociais na região. Projetos emblemáticos como a revitalização da infraestrutura turística e a criação de novas oportunidades de emprego elevou o padrão de vida dos residentes locais. "Nós somos mais do que simplesmente empreendimentos turísticos na região, estabelecemos ali um pilar de apoio à comunidade, investindo em programas sociais locais e na preservação do meio ambiente, além de impulsionarmos a economia local", destaca o CEO.

Iniciativas que promovem o bem-estar da comunidade e a sustentabilidade ambiental têm feito a diferença na região. Um exemplo notável é o apoio fornecido para aquisição de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e uniformes para 40 alunos locais, como parte do Programa Escola da Vida



Praia do Atalaia, Salinópolis - PA



Salinas Park Resort



Porto Alto Resort



Porto Alto Resort

(PEV). Coordenado pelo CBMPA, este programa não só promove a cultura de paz e previne a violência, mas também já beneficiou mais de 80 mil jovens no Pará, conquistando respeito e reconhecimento em todas as comunidades.

Outra importante ação dos resorts em operação é o atendimento especial e prioritário para pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA). No *check-in*, as famílias podem se identificar na recepção sem necessidade de desembarque imediato. Após a confirmação da reserva, são entregues pulseiras de identificação para acelerar o processo e minimizar o tempo na recepção. Caso haja uma pessoa autista, são disponibilizados sala VIP, abafadores de ruído e suporte de auxiliares para reduzir o tempo de espera. O *check-out* é realizado diretamente no apartamento, evitando a ida à recepção. No setor de alimentos e bebidas, há flexibilidade para atender necessidades especiais, como seletividade alimentar e horários específicos para refeições. Recreatores dão atenção especial a crianças com TEA, oferecendo brinquedos apropriados e atividades específicas, e os guarda-vidas são treinados para dar atenção especial às famílias com autistas, garantindo segurança nas piscinas.

Já o programa Praia Limpa, em parceria com a Defensoria Pública e a Prefeitura de Salinópolis, tem como objetivo sinalizar diversos pontos da cidade com *outdoors*, cartazes e lixeiras, para manter as praias livres de lixo e promover a conscientização ambiental entre moradores e turistas. A iniciativa visa incentivar o descarte correto dos resíduos. Além disso, campanhas educativas são realizadas periodicamente, envolvendo a comunidade em ações de limpeza e sensibilização sobre a importância de preservar o meio ambiente.

A empresa também doou recentemente um caminhão de lixo para a cidade, com o objetivo de auxiliar de maneira eficiente no recolhimento de resíduos durante as ações de limpeza. “Esta doação é fundamental para garantir que o lixo seja

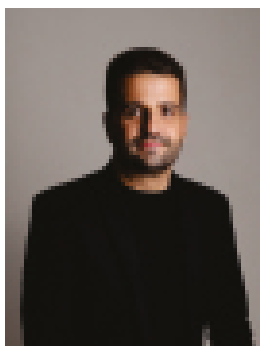
coletado de maneira adequada e frequente, especialmente em áreas de grande movimentação de turistas, como as praias. O caminhão de lixo, além de ser uma ferramenta essencial para a manutenção da limpeza urbana, representa o compromisso que temos com a sustentabilidade e o bem-estar da comunidade local”, destaca Alexandre Pedreira, Diretor de Operações da GAV Resorts.

Nordeste

Ampliando sua rede de resorts em operação, a GAV também inaugura ainda este ano, o Porto Alto Resort, localizado na deslumbrante região de Porto de Galinhas, às margens da premiada Praia de Muro Alto, oferecendo uma experiência ímpar para famílias e turistas de todo o Brasil e do mundo. Este destino é famoso por suas águas cristalinas e areias douradas, sendo Porto de Galinhas um dos locais mais aclamados do mundo.

Com uma infraestrutura que combinará conforto e preservação ambiental, o resort proporcionará não apenas acomodações de alto padrão, mas também, uma ampla gama de atividades de lazer para todos os gostos. Os visitantes poderão vivenciar momentos inesquecíveis em um ambiente paradisíaco.

O Porto Alto Resort não só promete estadias memoráveis, mas também contribuirá ativamente para a economia local, vamos criar na região somente este ano, mais de 250 empregos diretos. O resort oferecerá aos multiproprietários e hóspedes não apenas conforto e lazer, mas a oportunidade de viver a rica cultura e hospitalidade do nosso Nordeste. Desde a gastronomia regional até atividades culturais e recreativas para todas as idades. Tenho certeza que ele elevará ainda mais o nosso padrão de hospedagem”, declara o Diretor de Operações da GAV Resorts.



“ Nós apoiamos iniciativas comunitárias e projetos não apenas nas áreas onde já operamos, mas também nas futuras localidades onde estaremos presentes. Este compromisso reforça nosso papel no desenvolvimento local e assegura a qualidade excepcional dos serviços oferecidos em nossos resorts.



Manoel Vicente Pereira Neto, CEO da GAV Resorts

"JEITO DISNEY" DE FAZER PROPRIEDADE COMPARTILHADA

Entenda como o Disney Vacation Club conseguiu mudar a reputação da indústria de timeshare



Logotipo Disney Vacation Club

Com 33 anos de história, o Disney Vacation Club (DVC), o clube de férias de timeshare da The Walt Disney Company, conta atualmente com 18 resorts DVC e mais de 250 mil membros, e pode ser considerado um divisor de águas para a indústria de propriedade compartilhada dos EUA e também do mundo.

Apenas por mencionar que a Disney, uma das marcas mais famosas e com maior credibilidade do mundo, possui um produto de propriedade compartilhada, já seria grande o bastante para trazer uma imagem melhor para o tempo compartilhado, mas também é importante compreender o motivo de a gigante lançar o DVC, como que enxergava esse modelo de negócios e o que foi feito para tornar-se um produto "Jeito Disney".

Baseando nas informações do portal DVCinfo.com, que traz uma série de artigos e reportagens de jornais da época da fundação do Disney Vacation Club, vamos contar um pouco da história do timeshare na Walt Disney Company.

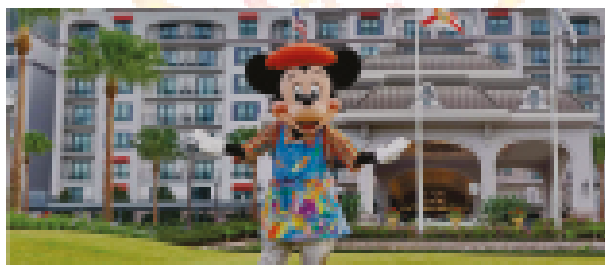
Oficialmente, o DVC abriu suas vendas em 1991, mas o planejamento para lançar o produto é bem mais antigo, podendo ser explicado em duas partes.

Crescimento do timeshare x reputação do timeshare

Projetos hoteleiros de propriedade compartilhada começaram a ser desenvolvidos nos EUA na década de 1960, mas foi na segunda metade da década seguinte que explodiu em crescimento. Em 1978, a indústria de timeshare atingiu um faturamento de US\$ 3 milhões, essa receita saltou para 490 milhões de dólares dois anos depois, no fim de 1980.

Ao mesmo tempo em que o mercado expandia, também explodiam as reclamações de clientes sobre as táticas de vendas agressivas, má gestão dos empreendimentos e dificuldades de revendas, o que gerou uma má reputação ao timeshare no início da década de 1980.

Quando os empreendimentos de propriedade compartilhada surgiram nos anos 1960, a Walt Disney já era gigante, com filmes e animações vencedoras de Oscars e um parque na



Personagem Mickey em frente a um dos resorts do complexo

Califórnia, a Disneyland, e começava o seu projeto Flórida, visando desenvolver um super complexo turístico em Orlando.

Com a inauguração do parque temático Magic Kingdom em 1971, nos anos seguintes, a região de Orlando deu um salto no turismo e economia, com a abertura de restaurantes, hotéis, parques temáticos e empreendimentos de timeshare.

A cidade de Orlando se tornou a capital nacional do timeshare dos EUA nos anos 1980, despertando a curiosidade dos executivos da Walt Disney sobre aquele modelo de negócio, que alcançava faturamentos astronômicos em pouco tempo.

A Década da Disney traz o timeshare

No final da década de 1980, a Walt Disney apresentou um ambicioso plano de expansão para os dez anos seguintes, chamado de "The Disney Decade" (A Década da Disney), em que seria construído novos parques e resorts, com investimentos previstos de mais de US\$ 1 bilhão. Essa cifra de investimento era alta mesmo para a Disney. A mentalidade da empresa era para desenvolver novos produtos para gerar mais caixa, enxergando a propriedade compartilhada como uma oportunidade de negócio.

Quando revelou os planos de desenvolver um produto de timeshare, entre 1989 e 1990, a Walt Disney já estava bem familiarizada com o tempo compartilhado, seus executivos acompanhavam e estudavam esse modelo de negócio há sete anos.

O maior temor da Disney era com a reputação do timeshare. A empresa só desenvolveria a propriedade compartilhada se o negócio atendesse aos padrões e à imagem da Disney, formatando um novo produto e nova abordagem de vendas e marketing.

"Havia uma séria preocupação de não querermos colocar o nosso nome numa imagem negativa para o consumidor. Não queríamos ser associados a práticas deploráveis de vendas e marketing", disse na época à imprensa Don Goodman, o então vice-presidente de desenvolvimento de empreendimentos imobiliários da Walt Disney Company.

Outro fator que reforçou para os executivos da Disney que era possível desenvolver um produto de timeshare com o "Jeito Disney", foi a entrada de outras gigantes da hotelaria neste negócio, com um alto nível de reputação para defender também, e que desenvolveram seus projetos antes da Disney, como a Marriott e a Hilton, com práticas comerciais honestas e administrando resorts com eficiência.

Os executivos da Disney também acreditavam que a marca Disney era mais forte que qualquer problema que a indústria de tempo compartilhado tenha tido no passado, o que foi confirmado em uma pesquisa realizada com clientes de seus parques e resorts. "Em nossa pesquisa com consumidores descobrimos que a reação ao timeshare foi mista", contou à imprensa na época Peter Rummell, o então presidente da Disney Development Co. "Acreditamos que o nome Disney acrescentará um nível de credibilidade ao produto. Há um nível de confiança e expectativa por parte das pessoas de que entregaremos um produto de qualidade", completou ele.

A partir destas premissas, a Walt Disney foi encontrando as soluções de negócios para desenvolver a propriedade compartilhada para seus empreendimentos turísticos..

DVC nasce com uma nova modelagem do produto

"Sentimos que podemos fazer isso de uma forma realmente atraente, honesta e capaz, e estamos muito entusiasmados com isso", disse antes do lançamento do DVC Michael Eisner, o então CEO da Walt Disney Company.

O primeiro ponto de destaque é que a Disney gostaria de se distanciar da palavra timeshare. Em todas entrevistas, após o DVC ter sido oficialmente lançado em 1991, os executivos reforçavam a ideia que aquele produto era diferente do timeshare, era um vacation club ou clube de férias.

De fato, o DVC trouxe um novo produto de tempo compartilhado, com um modelo de sistema de pontos, em que os clientes assinariam contratos de 50 anos e teriam uma quantidade de pontos para utilizar no ano, trazendo mais flexibilidade aos membros do clube de férias. Este formato se diferenciava da maioria dos produtos praticado pelo mercado na época, com semanas fixas. Além de que, para estes primeiros clientes DVC, a Disney ofereceu entradas gratuitas no parques Magic Kingdom, Epcot Center e Disney-MGM Studio Tour até 31 de dezembro de 1999.

Para que o cliente realmente tivesse tempo para refletir sobre o produto e investimento, a Disney oferecia 30 dias de arrependimento, para que ele pudesse cancelar a compra e ter todo o seu dinheiro de volta. A lei estadual na época exigia que as empresas dessem um período de 15 dias de arrependimento para os consumidores.

Para ter certeza que o marketing e vendas seguiriam o padrão Disney, a companhia foi muito rigorosa na contratação e treinamento dos profissionais. Cerca de 1.600 candidatos potenciais foram avaliados na seleção para o DVC, para a contratação dos primeiros 30 vendedores que iniciaram o projeto em outubro de 1991.

A Disney contratou profissionais que tinham no mínimo cinco anos de experiência com vendas, 20% destes já tinham



Old Key West Resort

tido alguma vivência com vendas de timeshare. Todos passaram por três meses de treinamento intensivo, não só no conceito de clube de férias, mas na cultura Disney.

Captação de clientes e sala de vendas

Na contramão dos projetos de tempo compartilhado, com o marketing ativo de abordagem corpo a corpo com o cliente, o DVC implantou uma captação de clientes discreta e sem oferecimento de brindes para assistir à apresentação de vendas. As informações eram deixadas aos hóspedes nos apartamentos dos hotéis da Walt Disney World, havia dois estandes do DVC, um no Magic Kingdom e outro no Epcot Center, e os materiais só eram distribuídos aos clientes que pedissem por informações.

A apresentação de vendas do DVC tinha duração entre 1 hora e ½ hora, incluindo um filme e duas apresentações de vídeo. Os clientes tinham três oportunidades de sair e pegar uma van de volta aos seus hotéis ou parques. Os próprios vendedores deveriam perceber quando o cliente não estava gostando e perguntar se gostaria de ir embora.

Se um *prospect* decidisse comprar, o vendedor chamava um gerente, para garantir que o cliente entendesse o que estava adquirindo e não se sentisse pressionado.

Após a apresentação de vendas, quando pegavam as vans de volta para seus hotéis ou parques, havia duas paradas finais, primeiro em uma sorveteria antiga para tomar sorvete e depois em um mural para tirar uma fotografia. As fotos eram enviadas como lembranças para todos, clientes que compraram e que não compraram, junto com uma pesquisa para garantir que não tinham sido pressionados, se tinham compreendido o programa e se a experiência na sala de vendas da DVC tinha sido agradável.

A Disney inaugurou o primeiro resort DVC no final de 1991, o Disney Vacation Club Resort, hoje chamado de Disney's Old Key West Resort. As projeções dos executivos da Walt Disney se mostraram assertivas, com todo o planejamento minucioso e cuidado com o projeto, de fato o timeshare não respingou na reputação da Disney, foi possível criar um modelo de negócio de propriedade compartilhado diferente do praticado pelo mercado, tanto na concepção do produto como na parte comercial, e a entrada da Disney realmente trouxe credibilidade para a indústria.

EQUIPAMENTO INOVADOR AQUECE ÁGUAS DE PISCINAS EM MENOS TEMPO

Com o objetivo de transformar o mercado de aquecimento de piscinas com eficiência e segurança, a Wolts apresenta seus equipamentos de geradores de calor, oferecendo um aquecimento rápido e uniforme, ideal para empreendimentos hoteleiros, multipropriedades, parques aquáticos, condomínios e residências.

Contando com investimentos em solução tecnológica, a Wolts foi desenvolvida ao longo de 12 anos de estudos dos engenheiros da empresa, para chegar nos inovadores equipamentos que aquecem as águas de piscinas independente das condições climáticas. Isso é possível graças a uma solução que utiliza energia elétrica aliada à primeira e segunda Lei da Termodinâmica, em que há transferência entre energia térmica e mecânica.

Fundada em Caldas Novas (GO) com o objetivo de aquecer piscinas de cidades onde não há água quente, atualmente, a Wolts conta com mais de 20 empreendimentos turísticos e imobiliários, além das residências, que utilizam seus dois equipamentos tecnológicos, W2-R ou W1-R, dependendo do volume da piscina, contando com mais eficiência e minimizando os resíduos.

Com equipamentos certificado pelo Inmetro, a solução da Wolts é sustentável, totalmente segura, não produz ruídos, o custo operacional é baixo, além do design que facilita a instalação, não necessitando de muito espaço.



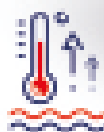
CONFIRA AS PRINCIPAIS VANTAGENS E BENEFÍCIOS DA WOLTS PARA AS PISCINAS:

- ✓ Agressividade no aquecimento: três vezes mais rápido que outras tecnologias existentes no mercado;
- ✓ Influência atmosférica “zero” - não necessita troca de calor com ambiente externo;
- ✓ Sem limitação de temperatura: atende todas e quaisquer tipos de piscinas, spas, ofurôs e terapêuticas;
- ✓ Possibilidade de ser instalada indoor ou outdoor (dentro ou fora das casas de máquinas);
- ✓ Nível de ruído: próximo de “zero” decibéis;
- ✓ Automação: pode ser comandada à distância por Android ou iOS;
- ✓ Fácil operação ao cliente final: liga/desliga;
- ✓ Material interno: aço inox 316 - Material externo: aço carbono e pintura eletrostática;
- ✓ Proteção DR em todas partes do equipamento;

- ✓ Auto-limpeza automática semanal sem necessidade de operação (Modelo W2-R);
- ✓ Facilidade de manutenção: apenas componentes elétricos na essência;
- ✓ Fabricação própria de todas as etapas sem terceirização: facilidade de sistema “Private Label” com parceiros regionais;
- ✓ Fácil instalação: tubos de CPVC de entrada e saída, e alimentação elétrica;
- ✓ Não possui nenhum rejeito na operação (fumaça e cheiros);
- ✓ Equipamentos ecologicamente sustentáveis;
- ✓ Custos de aquisição e manutenção mais baixos que trocadores de calor ou caldeiras;
- ✓ Suporte e atendimento personalizado.

Para mais informações: www.woltsindustria.com.br

Relaxa, que a WOLTS
esquenta
a água do seu hotel!



Conheça a solução e os
novos geradores de calor wolts
para o aquecimento da
água de piscinas!



A INDÚSTRIA QUE
GERA NEGÓCIOS
AQUECENDO AS
OPORTUNIDADES



MULTIPROPRIEDADES: NEGÓCIOS LUCRATIVOS PARA HOTELEIROS E EMPRESÁRIOS

A multipropriedade é um modelo de negócio que, a cada ano, atrai mais adeptos. Esse tipo de investimento permite que diferentes pessoas sejam donas de uma ou mais frações de um imóvel e possam usufruir do bem durante períodos determinados.

Esse conceito teve origem nos Estados Unidos, na década de 1970, como uma forma de proporcionar o acesso a propriedades sem a necessidade de adquirir o imóvel de maneira integral.

Normalmente, as cotas são vendidas por semanas, desse modo, o período mínimo para cada proprietário é de 7 dias e o máximo de frações é 52, o que corresponde ao número de semanas de um ano.

No Brasil, a multipropriedade ganhou destaque com a promulgação da Lei 13.777/2018. Antes da regulamentação, o mercado enfrentava incertezas legais, o que limitava o crescimento da modalidade, a aceitação dos consumidores e gerava nos empresários receio de investir no segmento.

Logo que surgiram, as multipropriedades eram, na maioria, apartamentos em destinos de lazer. Ao longo do tempo e com a visibilidade do segmento, construtoras, incorporadoras, operadoras, hotéis e outras companhias perceberam o potencial do negócio e diversificaram as ofertas, investindo na construção e venda de outros modelos de multipropriedades.

Hoje, é possível encontrar vários tipos de segundas residências:

- ☒ Flats e apartamentos em hotéis, pousadas e resorts;
- ☒ Casas, chalés e bangalôs em diversas em regiões e estilos;
- ☒ Mansões luxuosas em ilhas;
- ☒ Parques temáticos e outros tipos de imóveis.

Com a segurança jurídica proporcionada pela legislação, o mercado teve um crescimento bastante significativo. Conforme dados do “Relatório Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil”, até abril de 2023 havia no país mais de 180 empreendimentos vendendo cotas de imóveis de uso compartilhado.

Multipropriedade: ótima oportunidade para empresários



Entre as principais vantagens que a multipropriedade oferece para hotéis, construtoras, incorporadoras, intercambiadoras e outros negócios do ramo imobiliário estão:

Aumento de ganhos: nesse modelo, o valor do metro quadrado é muito significativo. Além disso, há incremento do VGV (Valor Geral de Vendas) o que proporciona uma valorização acima da média.

Retorno financeiro: pelas táticas de abordagem e de vendas, a comercialização das casas de férias acontece de forma ágil, o que acelera o retorno financeiro.

Aumento da ocupação: esse modelo possibilita que o imóvel fique ocupado ao longo de todo o ano, uma vez que diferentes proprietários utilizam o espaço em períodos específicos.

Aumento da receita: com a venda de frações para diferentes compradores, as empresas podem gerar uma receita diversificada sem ter que depender exclusivamente da ocupação sazonal do imóvel, especialmente em hotéis.

Compartilhamento de despesas:

os custos relacionados à manutenção e ao funcionamento do empreendimento são divididos entre os diversos proprietários, não ficando apenas sob a responsabilidade do empreendimento.

Geração de novos negócios:

as multipropriedades oportunizam novas fontes de receita por meio da comercialização de alimentos, bebidas, entretenimento e outros produtos ou serviços oferecidos.

Fidelização de clientes: proprietários desse modelo de imóveis tendem a desenvolver um vínculo emocional com o local, o que pode resultar em clientes fiéis, que indicam o negócio a outras pessoas.

Atratividade para investidores:

as segundas residências podem atrair interessados em adquirir cotas como forma de investimento imobiliário, impulsionando ainda mais o mercado.

Variedade de ofertas: a diversificação dos tipos de multipropriedades oferece opções para diferentes perfis de consumidores, ampliando o alcance do mercado.

Pool de locação: permite vender as cotas no mercado secundário, o que proporciona oportunidade e flexibilidade para os investidores.

As possibilidades para quem deseja atuar no mercado de multipropriedade são excelentes. As projeções apontam para um futuro ainda mais favorável e lucrativo.



Como empresa referência em softwares de gestão para o mercado hoteleiro há mais de 35 anos, a Desbravador acompanhou o surgimento e o crescimento das multipropriedades e, em 2020, passou a desenvolver sistemas e outras tecnologias para atender esse nicho.

Para apoiar hotéis e demais empresas que já atuam no ramo de imóveis de uso compartilhado e desejam aprimorar a administração ou para atender empreendimentos que pretendem migrar para esse mercado, a Desbravador tem as tecnologias ideais para gestão integral, prática e inteligente desses negócios.

Dentre esses recursos digitais está o Sistema Multipropriedade, uma inovação tecnológica para gerenciamento de propriedades de férias.

SISTEMA DE GESTÃO MULTIPROPRIEDADE

Conheça as principais funcionalidades desse software completo e integrado.

- ✓ Realiza todas as operações de back office e front office;
- ✓ Unifica a gestão de uma ou mais propriedades;
- ✓ Possui recursos completos de Gerência Hoteleira;
- ✓ Atende as demandas financeiras, contábeis, fiscais, de compras, estoque e outras;
- ✓ Gerencia diferentes pontos de venda, internos ou terceirizados de forma unificada;
- ✓ Oferece ferramentas de governança e manutenção;
- ✓ Gera relatórios para análises detalhadas do negócio.

Quer saber mais sobre esse sistema para multipropriedades?

Fale com nosso time e veja como crescer seus resultados.



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

Onde você encontra a Desbravador

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

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



BRASIL



INTERNACIONAL



— MULTI — PROPRIEDADE by DESBRAVADOR®

Tecnologia de alta performance

*Um software completo,
integrado e inovador.*

*Comprometidos com a transformação do mercado de multipropriedades,
desenvolvemos um sistema de qualidade superior.*

Resolve tudo que o seu negócio precisa.

- ✓ Salas de vendas;
- ✓ Contratos e proprietários;
- ✓ Cotas e semanas;
- ✓ Reservas e disponibilidades;
- ✓ Unidades habitacionais;
- ✓ Financeiro, Contábil e Fiscal;
- ✓ Orçamentos, Taxas e Impostos;
- ✓ Questões condominiais;
- ✓ Pontos de venda;
- ✓ Outras demandas no setor.

Gerencie com inovação.



**Fale com nosso time e conheça todos
os recursos do Sistema Multipropriedade.**



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



Onde você encontra a Desbravador

Brasília - DF
Buenos Aires - AR
Chaparral - SC
Ciudad del Este - PR
Miami (Flórida) - EUA

Florianópolis - SC
Portaleira - CE
Foz de Iguaçu - PR
Salvador - BA
São Paulo - SP



MUNDO PLANALTO destaca as oportunidades para o turismo local com aprovação da Lei dos Cassinos

Avanço no Senado da discussão sobre liberação de jogos de azar é positivo para setor hoteleiro e a economia como um todo, avalia o CEO do grupo

O grupo Mundo Planalto, responsável por trazer a marca Hard Rock até a Serra Gaúcha, acompanha a tramitação do PL 2234/22, que pretende legalizar cassinos e jogos de azar no Brasil. O projeto foi aprovado em 19 de junho pela CCJ do Senado e agora pode ir ao plenário da Casa para aprovação definitiva, antes da sanção presidencial.

CEO da empresa, José Roberto Nunes se posicionou favoravelmente à aprovação do projeto “Empreendimentos hoteleiros de porte são vetores de desenvolvimento regional e até nacional, uma vez que os turistas estrangeiros também virão com a finalidade de entretenimento vinculado ao jogo. Nós, no Mundo Planalto, estamos nos preparando para também proporcionar experiências com essa modalidade turística em nossos empreendimentos”.

Segundo estudos de mercado, o potencial de investimento no Brasil a partir da liberação dos cassinos é de mais de R\$ 100 bilhões, com 1,5 milhão de postos de trabalho diretos e indiretos.

Nunes acredita que a proposta que tramita no Senado será aprovada e enaltece os efeitos positivos da lei. “A proibição dos cassinos, que já dura quase 80 anos, fez com que o jogo clandestino prosperasse no Brasil, sem benefício fiscal. A estimativa é que mais de R\$ 20 bilhões em impostos sejam gerados anualmente pela regularização das atividades. É salutar também que os novos empreendimentos sejam licenciados e concedidos sob a fiscalização do ministério da Fazenda, de acordo com o projeto de lei”, completa.

Ele lembra que, em 2022, quando o projeto foi aprovado na Câmara, os estabelecimentos precisariam ser construídos especificamente para o fim de cassinos. Porém, na CCJ, esse texto foi alterado e agora os cassinos poderão operar em locais específicos, o que permite uma participação mais relevante do setor hoteleiro.

Outro aspecto que avançou com o atual PL em relação a propostas anteriores é que os estabelecimentos não mais

precisarão ser construídos especificamente para abrigarem cassinos.

Além disso, a instalação desses estabelecimentos irá fomentar não somente os empreendimentos que receberão as operações, mas todo o entorno, elevando as taxas de ocupações, os tíquetes médios e as vendas de alimentos e bebidas, sem mencionar o crescimento na geração de empregos.

“O nosso contrato de licença com a marca Hard Rock do projeto em Gramado/RS é de gestão hoteleira, ainda não temos a permissão do cassino no Brasil e por isso não negociamos isso em contrato, mas o hotel foi projetado para ser um resort integrado e tem condições de espaço, estrutura e capacidade para receber um cassino, além da marca estar entre as maiores de cassino do mundo e já ter declarado publicamente na visita do presidente global da marca ao ministro do turismo o interesse em montar cassinos no Brasil”, explica José Roberto Nunes.

O Mundo Planalto conta com uma série de empreendimentos hoteleiros de destaque no Rio Grande do Sul, incluindo o Hard Rock Hotel de Gramado. Lançado em outubro do ano passado, o resort com a icônica marca deve começar a operar com todos os equipamentos de lazer. O grupo também assina a rede de resorts Castelos do Vale, em regiões vinícolas do estado.



José Roberto Nunes, CEO do Mundo Planalto Parques & Resorts



GR GROUP FORTALECE CULTURA ORGANIZACIONAL EM EVENTOS CORPORATIVOS EM BARRETOS

O Conexões, GR Day e Premiação da Temporada levaram aprendizado, estratégia e união



2º GR Day reuniu colaboradores para alinhamentos, dinâmicas, palestra e integrações

Times alinhados, aprendizado intenso e rota determinada para o GR Group. Assim foram as edições do Conexões e do GR Day realizadas no Barretos Country Park & Resort no mês de junho de 2024, reunindo lideranças e colaboradores de Olímpia e Barretos/SP de forma presencial e de Goiânia/GO, online.

“Foram dias para fortalecermos o trabalho em equipe. Dias de alinhamentos estratégicos para o futuro da companhia, além de workshops e palestra com especialista renomado do setor comercial, nosso convidado Thiago Conser”, destacou o CEO, Gustavo Rezende. “Para nós é fundamental aprimorar habilidades para evoluirmos ainda mais com nossos times”.

8º Conexões

No dia 19 de junho, aconteceu o 8º Conexões, evento de nível gerencial e lideranças realizado trimestralmente para alinhamentos estratégicos e trocas. Nesta edição, voltada para o setor comercial, o tema “Vendas e Propósito: o futuro como meta” trouxe consigo as análises e os desafios do setor, resultando as expectativas e informações.

“É fundamental realizar o alinhamento com nosso propósito garantindo que todos estejamos na mesma página, trabalhando em conjunto para alcançar os mesmos objetivos”, endossou Rodolfo Rezende, Vice-presidente de Marketing e Vendas. “Assim, acompanhamos de perto a trajetória de crescimento e desenvolvimento do GR Group”.

Toda jornada comercial foi tratada no Conexões com debates desde a prospecção, vendas e pós-venda, com informações sobre pontos cruciais do mercado atual, destacando a importância de o cliente estar no centro, vendas sustentáveis, além dos produtos certos para cada público.

“Focamos no comercial nesta edição por tratar-se um dos setores mais importantes do GR Group. Nossos times são comprometidos e tem entregas surpreendentes, mas atualização e conhecimento devem ser constantes, bem como reconhecermos e premiar”, destacou o VP Rodolfo.



Lideranças e gestores reuniram-se para Conexões “Vendas e Propósito”

2º GR Day

Não no dia 20 de junho, todos os colaboradores de Olímpia e Barretos estiveram presentes no Barretos Country para um dia de imersão no propósito, nos valores e na missão do GR Group. "Sem dúvida um dos pilares do sucesso da nossa empresa reside no engajamento e na colaboração de cada um dos GR Insiders. Nossos encontros são ferramentas poderosas para fortalecer estes valores, unindo nossas equipes em um propósito comum", disse o CEO Gustavo.

Além da participação dos colaboradores presencialmente, o time corporativo e pós-venda de multipropriedade de Goiânia participou online, acompanhando durante todo o dia os workshops e a palestra principal. Segundo o CEO, pela interação fortalece-se a cultura da colaboração, construindo um ambiente cada dia mais valorizado, fortalecendo os laços entre as equipes de toda ponta da operação. "A empresa reconhece a importância de investir em seus colaboradores e acredita que um time unido e capacitado é



Especialista em vendas, Thiago Concer

fundamental para o sucesso do negócio".

O ponto alto do GR Day foi a palestra do especialista em vendas, Thiago Concer que compartilhou suas experiências e insights para impulsionar os resultados da empresa. A palestra foi recebida com entusiasmo pelos colaboradores, que puderam revisar e aprender novas técnicas para aumentar suas vendas.

"Tanto o Concer, quanto o GR Day foram momentos importantes para a GR Group, que reafirmou seu compromisso com o desenvolvimento profissional de seus colaboradores e a busca pela excelência em seus serviços. A empresa reconhece a importância de investir em seus colaboradores e acredita que um time unido e capacitado é fundamental para o sucesso do negócio", endossa Gustavo.



Somente e premiações da Temporada de Verão do time comercial



GR Day promoveu a integração e capacitação dos GR Insiders

Para o Vice-presidente de Construção, Hotelaria e Experiência, Filipe Rezende os eventos foram um grande sucesso, contribuindo para o desenvolvimento profissional dos colaboradores e para o fortalecimento da GR Group como empresa. "Colaboradores que se sentem parte da empresa são mais engajados, mais produtivos, mais criativos e mais propensos a permanecer na organização por mais tempo. Eles são os verdadeiros embaixadores da marca, que defendem a empresa com orgulho e entusiasmo".

Confraternização e Premiação da Temporada de Verão

No final do dia, os times ainda participaram da confraternização, sorritos e reconhecimento referentes à Temporada de Verão 2024 dos times que bateram as metas propostas.

Foram diversos prêmios, dentre eles: motos, ar-condicionado, air fryers, aleas, fones JBL, TV's, Playstation e iPhones.

"Com gratidão celebramos o sucesso da nossa temporada de verão! Graças ao esforço, dedicação e talento de cada um dos GR Insiders, alcançamos resultados extraordinários, superando metas e conquistando novos patamares de excelência. Reconhecimento merecido pelo trabalho árduo e pela paixão que demonstram dia após dia", finalizou Rodolfo.



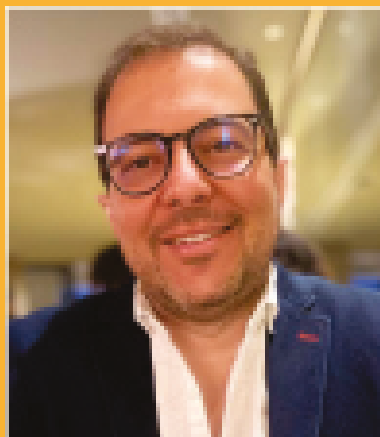
Premiação da Operação do Barretos Country Park & Resort

Diretor da TUDO Consultoria explica importância do estudo de viabilidade econômico-financeira para a multipropriedade e timeshare

Para Glauco Carneiro, a elaboração de um estudo de viabilidade econômico-financeira bem estruturado permite um melhor direcionamento para o desenvolvimento e execução de um projeto com excelência, eficiência e êxito, visando a sustentabilidade do negócio

Modelo de negócio em crescimento e oferecendo várias oportunidades para incorporadores imobiliários e hoteleiros, a propriedade compartilhada também conta com vários projetos que fracassaram, com obras não entregues e comercializações paralisadas, deixando clientes insatisfeitos e investidores no prejuízo. Os inúmeros motivos do insucesso destes projetos poderiam ter sido evitados, ou minimizados, com a realização de bons estudos de viabilidades econômico-financeiros, examinando vários aspectos financeiros, econômicos, legais e de mercados, para determinar se os negócios eram viáveis e sustentáveis.

Para entender melhor o peso que o estudo de viabilidade tem em um projeto de propriedade compartilhada conversamos com Glauco Carneiro, diretor administrativo e financeiro da TUDO Consultoria e Gestão. Confira a entrevista:



Glauco Carneiro, diretor administrativo e financeiro da TUDO Consultoria

Qual a importância do estudo de viabilidade para projetos de multipropriedade e timeshare?

Na visão da TUDO Consultoria, para qualquer tipo de projeto a viabilidade econômico-financeira é parte essencial do processo de estruturação de novos negócios. Uma viabilidade bem estruturada te mostra se você está diante de um risco positivo, de uma oportunidade, ou de um risco negativo, de uma ameaça, servindo de plano de fundo para que você consiga elaborar todo planejamento, projetar todo seu posicionamento estratégico entendendo se você tem condições para desenvolver o negócio antes mesmo de empreender.

Este é um instrumento de originação, não para entender somente se o projeto é ou não viável, mas para entender os melhores cenários de posicionamento de mercado. Não existe o "eu acho" em viabilidade econômico-financeira, o "feeling" é importante e faz parte do processo, mas não deve ser o ponto final de decisão. É um processo para o desenvolvimento de um negócio, porque ela sempre vai te mostrar o melhor caminho. A elaboração de um estudo de viabilidade econômico-financeira bem estruturado permite um melhor direciona-

mento para o desenvolvimento e execução de um projeto com excelência, eficiência e êxito, visando a sustentabilidade do negócio.

Como a TUDO realiza estudos de viabilidade para projetos de multipropriedade e timeshare?

Na TUDO Consultoria temos muita experiência e conhecimentos técnicos para a elaboração de um excelente estudo de viabilidade econômico-financeira. Nossa atuação desde o início de toda formatação de um novo negócio é muito importante, participando junto as demais equipes multidisciplinares em todas as decisões para melhor potencialização do negócio. Adotamos premissas de entrada ideais e reais para cada projeto como tamanho e quantidade das unidades, *layout*, *mix* de vendas, definimos todas as informações comerciais necessárias, estratégias de vendas, custos, despesas e fluxo de caixa. Fazemos uma análise do mercado local, considerando o potencial turístico, a demanda por acomodações, o perfil do público-alvo e a concorrência. Analisamos os principais *players* concorrentes do mercado, seus produtos e serviços, preços e estratégias de marketing.



O mercado imobiliário/turístico deve ser visto como um micro clima onde cada região responde de uma forma diferente porque tem uma dinâmica econômica diferente, tem fatores ligados a cultura diferentes, tem a geografia diferente enfim, uma série de peculiaridades onde cada cidade reage de uma forma diferente. Nunca fazemos uma viabilidade “copia e cola” e cada projeto tem suas particularidades específicas, que se não forem respeitadas causarão sérios problemas ao empreendedor.

Como o estudo da TUDO fica alinhado com os estudos de viabilidade da obra e operação hoteleira?

A viabilidade econômico-financeira é o final do processo de viabilidade e para chegarmos nela de forma consistente precisamos passar pela viabilidade de mercado e a viabilidade técnica. A jornada da viabilidade é composta por uma parte financeira e outra dela é dividida entre a parte de mercado e técnica. É preciso de um casamento destas duas viabilidades para que a econômico-financeira aconteça. Cada negócio é um universo que precisa ser simulado. A viabilidade é dinâmica, é projetar o funcionamento do negócio, é visualizar a movimentação dos recursos na linha do tempo, considerando o valor atual dos resultados projetados descontados a taxa mínima de atratividade do projeto.

Entender o comportamento dos descasamentos de caixa, a forma como recebo (Estudo Comercial) e como gasto (Cronograma Físico/Financeiro), a projeção de tudo, capital de giro, exposição de caixa, *breakeven*, *payback*, fluxo de caixa ... entender se vale mais do que custa ou se custa mais do que vale. Importante fazer uma viabilidade o mais próxima possível da realidade diminuindo ao máximo as incertezas, mas importante é ter premissas fortes para se ter uma projeção consistente.

Durante a comercialização é possível alterar, ou adaptar alguma projeção, ou indicador no estudo?

Quando se tem um estudo o mais bem elaborado possível, a comercialização acontece dentro de uma regularidade, sendo de extrema importância uma precisa análise de mercado para se ter uma viabilidade econômico-financeira consistente. O que pode mudar um pouco é o fator intenção de compra, que é volátil ligado a fatores incontrolláveis como políticos e crises, por exemplo. A comercialização deve usar a viabilidade como uma bússola, como um caminho ideal a ser seguido.

Uma viabilidade mal feita ou errada pode ser o caminho para o fracasso assim como bem feita e precisa, pode ser o

caminho para o sucesso. Sempre nos atentamos para que ela seja conservadora e ainda assim satisfatória ao negócio. Não adiantará tentar “calibrar” uma viabilidade após o início da comercialização e após a decisão do empreendedor pelo negócio, se as premissas de entrada, parcelamentos, custos comerciais e outros itens de qualquer modelo matemático de viabilidade econômico financeira não forem concisas, não forem defensáveis, não forem reais, tudo vai virar papel ou planilha.

É possível consertar a rota de um projeto em que não teve um bom estudo de viabilidade?

Precisamos analisar o nível a ser corrigido, mas sim: podemos corrigir boa parte dos cursos. Um estudo de viabilidade econômico-financeira mal feito pode causar o fracasso de um negócio. O fracasso de um negócio é falta de caixa para operacionalizar o projeto (falta de “perna”). Não adianta uma viabilidade para ter lucro projetado se você não dá conta de atingir aquele lucro. Para se “tentar” corrigir a rota de um projeto o ideal é fazer uma nova viabilidade, com premissas de entrada reais, seguras e assim tomar providências para minimizar problemas e prejuízos.

Com uma nova viabilidade pode-se tomar novas decisões a fim de manter o projeto em pé e os modelos matemáticos podem simular cenários diferentes para a decisão de qual melhor caminho seguir. Cada negócio é um universo que precisa ser bem simulado para que o empreendedor possa tomar a decisão certa. A TUDO Consultoria trabalha sempre com seriedade e individualidade na elaboração dos estudos de viabilidade econômico-financeira de seus clientes para esses mercados cada dia mais competitivos de Multipropriedade, Timeshare e Imobiliário.



Imagem ilustrativa - desenhado por Freepik

INCORPORADORA TRAZ NOVIDADES EM NOVO PROJETO DE MULTIPROPRIEDADE NA SERRA CATARINENSE

Com o know-how de já ter comercializado, construído e entregado um empreendimento de multipropriedade em Urubici, na serra catarinense, além de realizar a gestão do hotel, a CF Negócios Imobiliários, incorporadora de Florianópolis, lança o seu segundo projeto neste modelo de negócio no mesmo destino, o Eco Resort Colinas de Urubici.

Para este novo projeto, com investimento de R\$ 31,8 milhões, Valor Geral de Vendas projetado (VGV) de R\$ 93 milhões e previsão de entrega para 2027, a CF Negócios formatou um novo modelo de produto em relação à primeira multipropriedade do grupo, o Condado de Urubici.

Além da diferença entre um modelo de cabanas do Condado de Urubici, com 20 unidades, e formato de empreendimento, com 46 apartamentos, do Eco Resort Colinas de Urubici, a CF Negócios Imobiliários também fechou parcerias estratégicas para melhorar a comercialização e gestão da multipropriedade.

O sócio da CF Negócios Imobiliários, Joel Adami, explica melhor o significado deste novo empreendimento para a incorporadora:



Como surgiu a oportunidade de empreender em Urubici e na multipropriedade?

Já conhecíamos a serra catarinense há bastante tempo, sempre vimos uma oportunidade de fazer algo para turistas. Através de pesquisas de mercado, entendemos melhor o turismo da região e percebemos o sonho das pessoas de terem casas de campo, mas que não era algo viável, pois deveria comprar um terreno, com um valor alto, depois construir, mobiliar. Até pessoas de um nível social alto não faziam, pois entendiam o tamanho do problema. Então, desenvolvemos o Condado de Urubici, no estilo cabanas e no modelo de multipropriedade. São 24 casas em um terreno de 100 mil m². É realmente uma casa de campo, com bastante, conforto e privacidade, e na multipropriedade o ticket fica mais baixo do que se ele fosse comprar o terreno e construir.



Vista frontal do empreendimento



Eco Resort Colinas de Urubici

Quais aprendizagens que a incorporadora teve do primeiro empreendimento de multipropriedade para este segundo? Nos conte a experiência em relação ao lançamento, vendas, obras e entrega.

O nosso maior aprendizado na multipropriedade foi que um empreendimento bem exclusivo e pequeno, no modelo boutique e cabanas individualizadas, tem a vantagem de ter um ticket mais alto. Então, o Condado de Urubici tem poucas frações imobiliárias e poucos condôminos, foi formatado na ideia de que realizar o sonho das pessoas terem suas casas de campo.

O Colinas de Urubici já é um projeto de eco resort, para atender o cliente que quer ficar em um resort, então teremos piscina aquecida, academia, espaço kids, restaurante. Mas seguimos no conceito intimista, são 20 mil m² de terreno e 46 unidades, mantendo nosso modo de atuação para um público A.

Sobre a comercialização, deve ter uma house interna de vendas. Hoje temos uma house que garante uma venda mais saudável e realizada com menos emoção.

Qual a importância de contar com profissionais especialistas na multipropriedade, como o Cristiano Santiago Vieira, e também da Livá para gestão hoteleira, para um maior sucesso deste novo projeto?

É importante ir se aprimorando e, ao mesmo tempo, se aproximar de especialistas neste modelo. O Cristiano é um executivo que trabalha com multipropriedade há muito tempo, conseguindo nos auxiliar dentro do mercado de multipropriedade, nos apresentar para as comercializadoras e investidores, explicando alguns modelos de vendas que funcionam e outros que dão mais dor de cabeça.

Neste momento, a Livá está atuando para prever os possíveis problemas que podemos ter lá na frente sobre gestão hoteleira/condominial. Vemos muito empreendedores iniciando projetos e depois que começam a operação percebem algumas dificuldades que poderiam ter sido resolvidas na parte do planejamento, antes de iniciar a obra. Queremos que a operação do Colinas de Urubici seja a mais tranquila possível, com espaços pensados para atender os hóspedes da melhor forma, otimizando a execução.

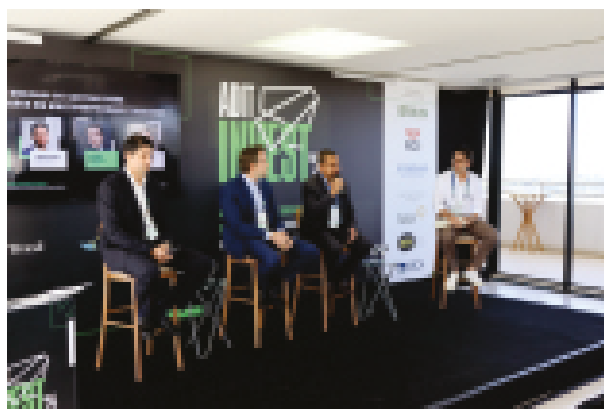
GUIA PARA MULTIPROPRIEDADE ACESSAR FUNDOS DE INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Mercado financeiro exerce papel importante para alavancagem dos projetos

Atualmente, há 473 fundos de investimentos imobiliários (FIIs) listados na Bolsa de Valores (B3), e uma parcela ínfima deste total atua com projetos de multipropriedade. Apesar do mercado fracionado estar em franca expansão, alcançando em 2024 um VGV projetado (Valor Geral de Vendas) de R\$ 79,5 bilhões, ainda são poucos fundos que enxergam o modelo como uma boa e segura oportunidade de ampliar seus portfólios e oferecer novos modelos de empreendimentos para seus investidores qualificados.

O Turismo Compartilhado acompanhou vários painéis em eventos do mercado de multipropriedade e imobiliário entre 2023 e 2024 e conseguiu mapear alguns pontos sobre essa relação entre fundos imobiliários e multipropriedade:

- Apesar de poucos estarem na multipropriedade, há interesse, curiosidade e apetite dos fundos imobiliários pelo mercado fracionado. Eles estão pesquisando e questionando sobre resultados e riscos deste modelo de negócios;
- Porém, eles enxergam a multipropriedade como um alto risco. Com taxas de distratos gigantes, os fundos não entendem como os empreendimentos param de pé. Além do histórico recente de problemas entre empreendimentos e fundos;
- Ao comentar que eles não entendem o modelo de negócio, chegamos ao próximo tópico: é necessário levar informação e conhecimento para os executivos do mercado financeiro, convidá-los para eventos do mercado, enviar conteúdo relevante sobre o mercado, etc.



ADIT Invest 2024

Além destes tópicos, reunimos algumas dicas que os fundos imobiliários falaram para facilitar o acesso dos projetos de multipropriedade ao mercado financeiro:

- Se preparar para taxas altas – não tem jeito, o mercado financeiro enxerga a multipropriedade com alto risco, e isso não irá mudar no curto e médio prazo. Essas taxas já devem estar previstas no estudo de viabilidade;
- As taxas ficarão mais atraentes quando o mercado tiver um maior histórico de entrega de projetos;
- Outros pontos mencionados que podem resultar na queda das taxas: investimento em governança corporativa, operacional e financeiro, ter a contabilidade bem organizada e comprovar capacidade de vendas com menos distratos;
- Como o projeto de multipropriedade já é alavancado, com o metro quadrado mais valorizado que no imobiliário tradicional, o estudo de viabilidade econômico-financeiro deve ter projeções para que o empreendimento pare de pé com o valor do metro quadrado real da região;
- O projeto deve ter uma porção grande de equity do incorporador.

De uma forma geral, não há terra arrasada, como foi especulado em 2023 sobre a relação entre multipropriedade e fundos imobiliários. Mas as questões ainda são as mesmas de alguns anos atrás, o segmento fracionado deve buscar aumentar sua credibilidade e os fundos devem entender melhor o modelo de negócio. Como os próprios executivos do mercado financeiro reforçaram, os fundos imobiliários são parceiros do negócio, o interesse é que o projeto tenha sucesso.



ADIT Share 2024



MULTIPROPRIEDADE: UMA FORMA ACESSÍVEL DE INVESTIR E DESFRUTAR DE IMÓVEIS

A multipropriedade é um modelo de propriedade compartilhada que tem ganhado destaque no setor imobiliário. Através desse regime, um imóvel é dividido em frações de tempo, permitindo que um grupo de pessoas se torne coproprietário do mesmo bem. Cada coproprietário tem o direito de utilizar o imóvel por um período específico ao longo do ano, de forma rotativa.

No Brasil, a multipropriedade foi regulamentada pela Lei 13.777/2018, que trouxe disposições importantes para o entendimento desse regime. De acordo com a legislação, é obrigatório o registro da multipropriedade no cartório de registro de imóveis, especificando o período de uso. Além disso, é estabelecido um regime condominial, regido por uma convenção de condomínio específica, e os direitos e obrigações dos coproprietários são proporcionais à sua fração de tempo.

Segundo o Código Civil, as frações de tempo não podem ser inferiores a 7 dias seguidos ou intercalados. Elas podem ser fixas, determinadas no mesmo período a cada ano; flutuantes, com a determinação periódica do período; ou mistas, combinando os sistemas fixo e flutuante.

A instituição da multipropriedade pode ser feita por meio de um ato entre vivos ou testamento, devidamente registrado no cartório de imóveis. Na instituição, é necessário indicar a duração dos períodos correspondentes a cada fração de tempo, o que resultará na abertura de uma matrícula para cada fração determinada.

É importante ressaltar que a convenção de condomínio em multipropriedade é diferente da convenção do condomínio onde o imóvel está localizado. A convenção de condomínio em multipropriedade deve ser registrada em um livro auxiliar próprio, trazendo disposições sobre os direitos e deveres dos coproprietários, regras de acesso, número máximo de ocupantes, entre outros.

A convenção de condomínio em multipropriedade pode estabelecer um limite máximo de frações de tempo no mesmo imóvel que podem ser detidas pela mesma pessoa. No caso da venda das frações de tempo a terceiros, esse limite só se torna obrigatório após a venda.

A transferência do direito de multipropriedade e seus efeitos perante terceiros ocorrem de acordo com a lei civil, mediante escritura pública de compra e venda e registro no cartório de imóveis, em uma matrícula específica da fração de

tempo. Não é necessária a anuência ou cientificação dos demais coproprietários.

A administração do imóvel submetido ao regime da multipropriedade é feita por uma pessoa indicada no instrumento de instituição ou na convenção de condomínio em multipropriedade. Caso não haja indicação, a pessoa é escolhida em assembleia geral dos condôminos. Essa pessoa é responsável pelas funções de coordenação, cobranças, pagamentos, manutenção e outras.

No caso de multipropriedade em condomínio edilício, o administrador é obrigatoriamente um profissional, que assume a posição de mandatário legal de todos os coproprietários, exclusivamente para realizar os atos de gestão ordinária da multipropriedade, incluindo a manutenção, conservação e limpeza do imóvel e suas instalações.

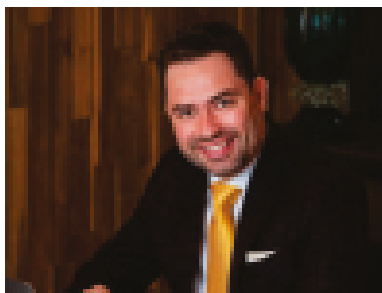
A multipropriedade tem se mostrado uma alternativa interessante para aqueles que não desejam investir de forma definitiva em um imóvel, arcar com custos fixos e lidar com questões administrativas. Ao adquirir uma fração de tempo, é possível investir em diversos imóveis, em diferentes localidades e padrões, de forma mais acessível financeiramente.

Esse modelo de propriedade compartilhada também atrai empreendedores, oferecendo oportunidades de novos negócios e impulsionando o mercado imobiliário.

Em resumo, a multipropriedade proporciona uma visão empreendedora mais ampla aos adquirentes, permitindo investir em imóveis de forma mais flexível e acessível. Além disso, ao compartilhar a propriedade com outros coproprietários, é possível dividir os custos de manutenção, impostos e outras despesas, tornando o investimento mais econômico.

Outra vantagem da multipropriedade é a possibilidade de desfrutar de diferentes destinos de férias, sem a necessidade de adquirir um imóvel em cada local. Com o sistema rotativo de uso, cada coproprietário tem a oportunidade de usufruir do imóvel por um período determinado, garantindo uma variedade de experiências de viagem.

No entanto, é importante considerar alguns aspectos antes de investir em multipropriedade. É fundamental ler cuidadosamente o contrato de compra e venda, verificar as cláusulas sobre cancelamento, reembolso e transferência de frações de tempo. Além disso, é recomendado pesquisar sobre a reputação da empresa administradora do empreendimento e avaliar a localização, infraestrutura e qualidade do imóvel.



Diego Amaral é sócio do escritório Dias & Amaral Advogados Associados, diretor da Comissão Nacional de Direito Imobiliário do CFOAB, Conselheiro Jurídico da CBIC, Conselheiro Jurídico da ADEMI/GO, Ex-Presidente da Comissão de Direito Imobiliário e Urbanístico da OAB/GO (2016/2018 - 2019/2021), professor de pós-graduação em Direito Imobiliário, autor e palestrante.



Marketing estratégico

Multi soluções Multi resultados

Sua agência full service especializada em

Marketing Hoteleiro e Multipropriedade

Alguns de nossos
cases de excelência



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



@dualitymkt



Amazon Parques & Resorts,

onde a emoção
encontra a sustentabilidade
para criar momentos
memoráveis.



+ de 20.000 m
área construída



+ de 200
apartamentos



3 torres



9.000 m²
de área de lazer

AMAZON
PARQUES & RESORTS



amazonparqueseresorts.com.br

