

#ESPECIAL OUTUBRO/2025



MABU

LEVA MULTIPROPRIEDADE PARA RANKING
DE MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR



Entrevista com Thiago Duarte, especialista
em produtos de fidelização de clientes

Trajetória profissional de Weres Cley,
diretor comercial da Amazon Parques & Resorts

Estudos desvendam o potencial bilionário
da propriedade compartilhada no Brasil



O sonho da sua casa de férias em **Balneário Camboriú**.

A obra do Costao Estaleirinho segue a todo vapor, com excelência construtiva, respeito à natureza e um novo jeito de viver suas férias.

Construído com propósito.

Sustentabilidade é um dos pilares que guiam o Costao Estaleirinho.

Desde o planejamento, cuidamos para que cada decisão respeite o meio ambiente e preserve a beleza natural.

- *Reaproveitamento de materiais;
- *Redução de resíduos;
- *Captação da água da chuva;
- *Planejamento de eficiência energética;
- *Fornecedores conscientes e compromisso com a natureza.

• Garantia Costao de Qualidade
COSTAO DO SANTINHO O HONORÁRIO





Uma nova forma de viver as férias.

Mais que uma propriedade, você conquista o direito de viver o melhor do litoral catarinense.

Parador de Praia pronto para receber você.

Um espaço exclusivo à beira-mar, criado para proporcionar experiências únicas.

Benefícios exclusivos

Mais experiências, mais conforto e o mesmo padrão de excelência do Costao do Santinho.

Acesso diferenciado ao Multiparque

Entretenimento e lazer para toda a família.



Realize seu sonho de férias em família.

Fale com um especialista.



Gramado recebe o Top Seller Event

Chegamos a 13ª edição do Top Seller Event, principal evento para os profissionais da propriedade compartilhada, organizado pela RCI. Este ano o Top Seller acontece em Gramado (RS), que provavelmente, junto com Canela, deve ser o maior destino do país em projetos e profissionais atuantes na multipropriedade e timeshare.

Atualmente o destino Gramado e Canela, na serra gaúcha, conta com mais de 20 empreendimentos de multipropriedade e timeshare, quase 20 salas de vendas e aproximadamente 800 profissionais atuando nos projetos.

Eventos como o Top Seller são fundamentais para um mercado que busca cada vez mais a profissionalização, em que os participantes têm a oportunidade de assistir palestras e painéis sobre trajetórias profissionais, as boas práticas e desafios da propriedade compartilhada.

Participando do Top Seller desde 2016, o Turismo Compartilhado lança mais uma edição especial para o evento, com o My Mabu como grande destaque, apresentando o sucesso do Grupo Mabu na gestão de pessoas, resultando na cobiçada premiação Great Place to Work.

Outros destaques desta edição: uma entrevista com Thiago Duarte, especialista em fidelização de clientes, um perfil profissional de Weres Cley, diretor comercial da Amazon Parques & Resorts, a Aviva completa sete anos com novidades, e muito mais.



Boa Leitura!

Fábio Mendonça

Diretor de Jornalismo

EXPEDIENTE

Jornalista Responsável
Fábio Mendonça (MTb 01.877)

Direção de Arte
Flávia Correia

Impressão
Gráfica Alpha Ultra Press
Tiragem - 2.500 exemplares



Acesse: www.turismocompartilhado.com.br

redacao@turismocompartilhado.com.br

(64) 99206-0604

NESTA EDIÇÃO #Especial Top Seller

Capa 19

MABU

LEVA MULTIPROPRIEDADE PARA RANKING
DE MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR



Página 06

Entrevista com **Thiago Duarte**, especialista em produtos de fidelização de clientes



Página 07

Cana Brava Vacation Club: sucesso da nossa gente, orgulho do nosso clube



Página 12

A virada comercial da **Amazon Parques & Resorts** sob comando de Weres Cley



Página 14

Qualquer treinador pode fazer o Messi marcar gols, mas poucos podem fazer o time ser campeão - Artigo de **Erick Faleiro**



Página 28

Aviva celebra sete anos com investimento bilionário, novos produtos upscale e mudanças nos nomes dos hotéis



Página 30

GAV Resorts lança o projeto academia de líderes em parceria com a FGV



Página 31

Mais Tauá: uma proposta inovadora do Grupo Tauá para criar experiências únicas aos sócios



MERCADO

08 **Hot Beach Parques & Resorts:** 10 anos de Multipropriedade e uma história de transformação em Olímpia

10 Um marco histórico para a **Mundo Planalto**: grupo à frente de projetos turísticos de multipropriedade comemora a melhor temporada

TECNOLOGIA

16 **Desbravador** apresenta o triângulo da excelência nas multipropriedades

18 **eSolution** lança solução para incorporadoras, com estreia no Costao Estaleirinho

NEGÓCIOS

22 Destinos regionais amplificam seu alcance com a **RCI**

24 **Credlar Vacation** inova o turismo em Praia Grande com a multipropriedade

ANÁLISE

34 Estudos desvendam o potencial bilionário da propriedade compartilhada no Brasil

SOCIAL

38 Confira alguns momentos de eventos da propriedade compartilhada

ENTREVISTA

Com Thiago Duarte, especialista em produtos de fidelização de clientes

Produtos de propriedade compartilhada devem ter flexibilidade, aponta especialista

Especialista em desenvolvimento de produtos de fidelização (timeshare, multipropriedade e passaportes) para o turismo, hotelaria e parques turísticos, Thiago Duarte, atualmente na gestão estratégica de prospecção, vendas, atendimento e pós-vendas do Thermas de São Pedro, em São Pedro (SP), destaca tendências e caminhos para os próximos anos no setor de propriedade compartilhada, em entrevista exclusiva ao Turismo Compartilhado.

Thiago Duarte é um profissional experiente com mais de 17 anos em Vendas, Relacionamento com o Cliente e Gestão Comercial, sendo 14 deles dedicados ao setor de turismo e propriedade compartilhada. Com formação em Direito, MBA em Gestão Comercial e certificação em Incorporação Imobiliária, ele domina o ciclo completo de vendas e fidelização.

Sua carreira começou na Aviva, evoluindo de consultor a supervisor. A partir de 2017, assumiu papéis de liderança no Mabu Hotéis & Resorts e Incorpore Soluções, destacando-se por formar equipes de alta performance, implementar processos e buscar resultados sustentáveis.

Atualmente, atua como Gerente de Fidelidade no Thermas de São Pedro, sendo responsável pelo desenvolvimento de estratégias comerciais, produtos sustentáveis e campanhas de incentivo voltadas para o aumento do desempenho das equipes.

Como você enxerga a evolução do mercado de multipropriedade no Brasil nos próximos cinco anos?

Vejo que o setor está entrando em um ciclo de consolidação. Nos últimos anos, o mercado viveu um *boom* de lançamentos e, agora, acredito que o foco será a qualidade em vez da quantidade. Os consumidores estão mais informados, a regulamentação já está mais clara, o Judiciário está cada dia mais habituado com as questões da multipropriedade, e os empreendimentos que entregarem experiência consistente ganharão espaço. Acredito que a indústria de multipropriedade continuará crescendo nos próximos anos, porém, puxada por destinos consolidados e por *players* que combinam entretenimento e operação hoteleira profissional com foco na experiência do multiproprietário.

O que diferencia um empreendimento de multipropriedade bem-sucedido de um que enfrenta dificuldades?

Entendo que há três pilares: produto, governança e operação. Se o produto é desejado, com uma proposta clara de valor, a venda se consolida. Se a governança é transparente, o proprietário confia e se sente confortável para indicar algum conhecido. Se a operação hoteleira é consistente, a experiência fecha o ciclo de encantamento. Quando um desses pilares falha, surgem problemas de inadimplência, insatisfação e reputação.

Quais são os maiores desafios após a venda de um produto de fidelidade (Timeshare, Multipropriedade e Passaporte de Parque Turístico)?

Superar as expectativas do cliente. Após a venda, muitos clientes ainda não compreendem plenamente seus direitos e deveres. É fundamental investir em comunicação clara sobre taxas de manutenção/condomínio, regras de uso e responsabilidades. O desafio é entregar produtos e experiências acima do prometido na venda.



Thiago Duarte

Na sua visão, qual o maior desafio para gestores da propriedade compartilhada?

A alta rotatividade. Para superar esse desafio, é fundamental investir em capacitação contínua, cultivar uma cultura corporativa baseada no reconhecimento e na colaboração, além de estruturar uma pirâmide de crescimento clara e acessível. O acompanhamento por meio de *feedbacks* regulares e o alinhamento constante de expectativas também são estratégias eficazes para reduzir o *turnover* e fortalecer o engajamento da equipe.

Quais competências são fundamentais para as lideranças neste setor?

Visão estratégica, resiliência, habilidade de negociação e, sobretudo, empatia. Liderar um time de fidelização (Timeshare, Passaporte e Multipropriedade) significa equilibrar os interesses de todos os *stakeholders*: investidores, clientes, equipes e comunidade.

Você acredita em um produto/programa de fidelização híbrido?

Sem dúvida! Na imersão que participei em Orlando, ficou claro que os consumidores querem flexibilidade: ter direito a semanas fixas, mas também poder converter em pontos, diárias ou experiências. Esse modelo híbrido amplia o público e fortalece a proposta de valor.

Quais mudanças no perfil do consumidor impactam os produtos de fidelização?

O consumidor busca experiências e não apenas posse. Ele quer conveniência digital, personalização e transparência. Além disso, há uma tendência de valorização de destinos regionais, impulsionada tanto por questões econômicas e cambiais, quanto pela rica cultura do Brasil.



TOP SELLER: SUCESSO DA NOSSA GENTE, ORGULHO DO NOSSO CLUBE

Cana Brava Vacation Club vem sendo um dos grandes destaques da premiação aos profissionais da propriedade compartilhada



Equipe Cana Brava Vacation Club

O Top Seller é a mais prestigiada premiação da Indústria de Propriedade Compartilhada, reconhecendo os profissionais e empresas que se destacam em vendas, supervisão, captação e pós-vendas. Organizado pela RCI, líder mundial em intercâmbio de férias, o prêmio é símbolo de excelência e dedicação no setor.

Para o Cana Brava Vacation Club, o prêmio é muito mais do que reconhecimento: é a confirmação de que sua equipe está entre as melhores do mercado. Mesmo em um período de transição, com a saída de alguns colaboradores e o retorno de outros, após terem adquirido mais experiência no mercado de timeshare e multipropriedade, o clube mostrou resiliência. Onde muitos viam desafio, o Cana Brava enxergou oportunidade e provou que, diante de uma boa gestão, qualquer equipe pode se transformar em uma equipe de sucesso.

CANA BRAVA VACATION CLUB: REFERÊNCIA NO TOP SELLER

Ao longo dos anos, o Cana Brava Vacation Club consolidou uma trajetória de conquistas no Top Seller, revelando profissionais que fazem história em diferentes categorias. De supervisores a promotores, de especialistas em retenção a gestores, o clube mostra que excelência é parte do seu DNA.

Entre os grandes destaques de 2024, mais um capítulo de sucesso foi escrito:

- Davidson Alves - 3º lugar Supervisor
- Cristiane Santos Andrade - 1º lugar Promotor
- Geovana Costa de Magalhães - 2º lugar Retenção

Essas vitórias são a prova de que o talento individual, quando somado à força da equipe, gera resultados extraordinários.

O IMPACTO DO RECONHECIMENTO

Para os profissionais, o Top Seller é mais do que um prêmio: é um marco de carreira, que valida esforço, dedicação e exce-

lência em um mercado altamente competitivo. Para o Cana Brava Vacation Club, cada conquista é um selo de qualidade, que fortalece sua reputação e inspira colaboradores a perseguirem novos voos. O sucesso do Cana Brava no Top Seller também reforça a confiança de sócios e parceiros, mostrando que estão conectados a uma empresa que valoriza resultados, pessoas e experiências de férias inesquecíveis.

RCI E CANA BRAVA: UMA CONEXÃO GLOBAL

Graças à parceria com a RCI, líder mundial em intercâmbio de férias, os sócios do Cana Brava têm acesso a mais de 4.200 empreendimentos em 110 países. Essa conexão global transforma cada conquista em um reflexo de um trabalho que ultrapassa fronteiras, oferecendo experiências únicas e inesquecíveis.

O FUTURO: SEMPRE EM BUSCA DA MAESTRIA

Com o apoio da R2, a parceria global da RCI e um time motivado, o Cana Brava Vacation Club segue consolidando seu protagonismo no Top Seller, convertendo desafios em conquistas e transformando reconhecimento em inspiração para o futuro.

11 EM 12: A MARCA DA EXCELÊNCIA NO TOP SELLER

O Top Seller representa muito mais que um prêmio: é a confirmação de que sua equipe está entre as melhores do mercado. Em 12 edições do Top Seller, o Cana Brava Vacation Club, junto à R2 Soluções Inteligentes, conquistou 11 premiações, um feito que demonstra consistência, excelência e liderança no setor.

GESTÃO QUE INSPIRA SUCESSO

O Cana Brava Vacation Club é conduzido pela R2 Soluções Inteligentes, consultoria e comercializadora que também atende o Opaba Vacation Club, e que tem como propósito transformar equipes, fortalecer operações e posicionar marcas como protagonistas no setor.

Hot Beach Parques & Resorts

10 anos de Multipropriedade e uma história de transformação em Olímpia

Uma década de crescimento e inovação

O Hot Beach Parques & Resorts celebra em 2025 os 10 anos de sua unidade de negócio em **Multipropriedade**, consolidando-se como um dos principais grupos de hospitalidade e entretenimento do Brasil. Nascido em Olímpia, interior de São Paulo, o grupo ajudou a transformar a cidade em destino turístico reconhecido nacionalmente, atraindo milhões de visitantes e movimentando a economia local com geração de empregos, valorização imobiliária e novas oportunidades de negócios.

Profissionalização e governança corporativa

Apesar de ser uma empresa de capital fechado, o Hot Beach estruturou uma governança comparável à de grandes companhias abertas. Há cerca de quatro anos, contratou a consultoria **MAPIE** para apoiar sua transição profissional e trouxe cinco diretores **executivos de mercado**, que somaram experiência, inovação e visão estratégica à gestão. Esse movimento elevou os indicadores de performance nas devidas unidades de negócio:

- Crescimento anual de cerca de **30% em receita da Multipropriedade este ano**;
- Crescimento da taxa de ocupação média superior a **70% nos resorts**;
- Crescimento de mais de **30% em receita de hotelaria** previsto para o final deste ano;
- Crescimento de **12% em acessos ao Parque Aquático**

Estrutura hoteleira diversificada

O portfólio do **Hot Beach** reúne empreendimentos que equilibram tradição e inovação:

- **Hot Beach Raízes e Hot Beach Suites:** resorts híbridos que combinam hotelaria e multipropriedade, oferecendo flexibilidade e experiências diferenciadas aos proprietários e hóspedes.

- **Hot Beach Celebration e Hot Beach Resort:** exclusivos para hotelaria, com taxas de crescimento anual em visitação de 15%, atraindo famílias de todo o Brasil.

- **Hot Beach You:** o mais novo projeto de multipropriedade do grupo, com as obras adiantadas em **seis meses** e um sucesso de vendas, já conta com **97% das unidades comercializadas** na primeira fase e iniciou a segunda etapa, que prevê a entrega de sete torres no total somando 800 apartamentos.

Eficiência operacional e inovação tecnológica

A solidez do grupo também se reflete na gestão de fornecedores e na adoção de tecnologias que garantem eficiência e rentabilidade.

Somente em 2024, a relação com fornecedores estratégicos gerou uma economia de quase 20%, resultado da consolidação de contratos de compras programadas de longo prazo com grandes players do mercado.

Além disso, o Hot Beach está desenvolvendo um **software próprio de gestão inteligente**, que, com o apoio de inteligência artificial, monitora estoques em tempo real, evita rupturas e compara automaticamente os valores de negociação entre fornecedores garantindo agilidade, previsibilidade e vantagem competitiva.



O parque aquático que conquistou o Brasil

No centro dessa operação está o **Hot Beach Olímpia**, parque aquático que se tornou o coração do destino e o desejo da maior parte dos visitantes. Reconhecido pela combinação de diversão, tranquilidade e segurança, recebeu mais de 1 milhão de visitantes no último ano, com crescimento de **10% sobre o período anterior**.

Esse desempenho é reflexo direto dos investimentos em marketing, que cresceram **100% no último ano sendo 72% apenas em marketing digital**.

Os resultados traduzem uma previsão de **crescimento anual da receita superior a 20%** na hotelaria neste ano e **30% na unidade de negócios da Multipropriedade**. Além da ampliação da presença da marca em canais inéditos e ações inovadoras no setor, como **Live Commerce**, transmissões ao vivo de programas de TV dentro do parque e o **crescimento do setor de eventos corporativos e sociais, que avança 20% ao ano**.

“ Nos últimos anos, fortalecemos uma marca sólida e emocionalmente conectada ao público. Com um marketing guiado por dados e movido por propósito, traduzimos a essência do Hot Beach em experiências que geram resultado. O aumento estratégico dos investimentos, especialmente no digital, ampliou conversões, fortaleceu o branding e elevou a percepção de valor. Mais do que vender hospedagem, entregamos pertencimento e confiança, reafirmando nosso compromisso com o desenvolvimento de Olímpia e o sucesso de nossos investidores e hóspedes. **“**

Rodrigo Vaz, Diretor Comercial do Hot Beach

Gastronomia e sofisticação

O Hot Beach também inova ao unir lazer e gastronomia de excelência. **O Hot Beach You** abriga um restaurante cinco estrelas que combina a delicadeza da culinária oriental com a tradição da parrilla argentina. Um espaço sofisticado, pensado para elevar ainda mais a experiência dos visitantes e reforçar a vocação cosmopolita do grupo. O espaço já está em funcionamento no local da obra e tem chamado a atenção pelos seus diferenciais.

Impacto em Olímpia e no setor

O crescimento do Hot Beach é também o crescimento de Olímpia. Nos últimos anos, o grupo:

- **Aumentou em 20% o quadro de colaboradores** de um ano para o outro;
- Crescimento da taxa de ocupação média superior a **70% nos resorts**;
- **Gera atualmente 300 empregos** diretos apenas na Multipropriedade;
- E movimenta **milhões de reais na economia local** por meio de compras, serviços e turismo.

Com a inauguração da primeira fase do Hot Beach You, a expectativa é de acréscimo de cerca de 200 novos empregos diretos na cidade um impacto significativo para a região. O empreendimento também obteve uma valorização média de mais de 100% nos imóveis em Multipropriedade e manteve um ritmo acelerado de entregas, com obras concluídas até seis meses antes do previsto.

“ A consistência do nosso crescimento é fruto de uma estratégia clara e de uma governança sólida. Mais do que empreendimentos, estamos construindo confiança junto a investidores e transformando a vida das pessoas que vivem e trabalham em Olímpia. **“**

Rafael Albuquerque, Diretor Geral de Multipropriedade do Hot Beach

O futuro já começou

Um grupo com mais de 40 anos de mercado celebra 10 anos da Multipropriedade, que é um marco importante, mas apenas o início de uma trajetória mais ambiciosa. Com novos projetos, gestão profissionalizada e um pipeline de empreendimentos que unem lazer, hospitalidade e investimento, o Hot Beach Parques & Resorts reafirma sua posição como referência no setor e como protagonista da transformação de Olímpia em um dos destinos mais desejados do Brasil.

“ Nos próximos anos, vamos ampliar ainda mais a presença do Hot Beach no mercado, sempre com foco em inovação, profissionalismo e experiências únicas. Temos convicção de que estamos apenas no começo de uma trajetória que vai marcar a multipropriedade no Brasil. **“**

Rafael Albuquerque, Diretor Geral de Multipropriedade do Hot Beach

UM MARCO HISTÓRICO PARA A MUNDO PLANALTO

Grupo à frente de projetos turísticos de multipropriedade comemora a melhor temporada

M num ambiente festivo, a Mundo Planalto celebrou, no final de agosto, com executivos do grupo e colaboradores, o melhor mês da história da operação na cidade de Gramado. Julho registrou um alcance expressivo de vendas brutas e entradas efetivas, consolidando a empresa, que está completando 12 anos, como referência nacional no sistema de multipropriedade.

Conduzida pelo CRO do grupo, Raphael Almeida, a festa também homenageou o CEO José Roberto Nunes pelo legado de liderança e visão estratégica com as quais conduz a empresa ao longo de mais de uma década, juntamente com a sócia Lorena Leão.

O evento comemorativo aconteceu no Hard Rock Café Gramado, e foi uma oportunidade para a Mundo Planalto reconhecer os colaboradores que se destacaram em uma temporada de recordes na comercialização de alguns dos produtos mais diferenciados no mercado de multipropriedade, como o Residence Club at Hard Rock Hotel Gramado.

A iniciativa de consagrar os Melhores do Mercado a cada mês faz parte da cultura da Mundo Planalto, onde um time de "escolhidos" desempenha suas funções em várias frentes, sempre com o objetivo de proporcionar "experiências incríveis" aos clientes. O grupo lidera projetos turísticos de multipropriedade no Sul do país.

Além da entrega de prêmios em dinheiro, realizada pela diretora comercial Isabela Almeida, a RCI, parceira do grupo em programas de time sharing, ofertou aos destaques do mês uma distinção pelo desempenho acima da média.

O encontro também foi uma oportunidade de anúncio de promoções no quadro da Mundo Planalto. O engenheiro Gustavo Moraes, que atuava como diretor de incorporação do grupo, passa a ocupar o posto de COO (Chief Operating Officer).

O time de gestão também recebeu várias menções entre os Melhores do Mercado, e o CEO José Roberto Nunes enalteceu a contribuição de todos para que a empresa comemorasse 12 anos batendo recordes.



Comemoração e entrega de premiações

MUNDO PLANALTO

É DESTAQUE NO MULTIPROPRIEDADE SUMMIT



Jose Roberto Nunes, CEO da Mundo Planalto, durante participação em painel na 5ª edição do Multipropriedade Summit



Raphael Almeida, CRO da Mundo Planalto, ministrando palestra na 5ª edição do Multipropriedade Summit

Goiânia sediou no último dia 27 de agosto o Multipropriedade Summit, evento dedicado ao compartilhamento de experiências e divulgação de oportunidades no trade hoteleiro. O encontro aconteceu no AlphaPark Hotel e contou com participação destacada dos executivos da Mundo Planalto, empresa de origem goiana que se tornou uma das maiores do mercado, com projetos diferenciados de multipropriedade planejados na região e executados no Sul do país. Na ocasião, os representantes da companhia foram entrevistados pela TV Serra Dourada, afiliada do SBT em Goiás.

CEO da Mundo Planalto, José Roberto Nunes integrou o painel sobre Erros e Acertos na Incorporação da Multipropriedade. Em sua participação, ele traçou um perfil do setor, explorando as perspectivas de crescimento da modalidade, que está em acelerado desenvolvimento no país.

"A multipropriedade é produto recente, jovem, inteligente, conectado com a tendência de compartilhamento, uma vez que os proprietários de cotas podem usufruir de uma ou mais semanas de hospedagem nos lugares onde adquiriram o título, ou intercambiar seu período de férias com mais de 4 mil hotéis ao redor do mundo. Baseado nessas premissas, temos um modelo de negócios de muito potencial para viabilizar projetos no setor hoteleiro e, por consequência, para quem detém uma fração de multipropriedade e assim expande suas possibilidades de experiência", explicou José Roberto.

O CRO da empresa, Raphael Almeida, focou sua apresentação em recomendações para quem já atua ou pretende atuar nesse mercado. Ele abordou a importância do trabalho de equipe no esforço em explorar novas possibilidades para a

comercialização da multipropriedade. "Nosso objetivo ao falar em um evento como o Summit é demonstrar que o modelo é rentável e muito atrativo. É, em resumo, um excelente produto", assinalou.

Segundo a pesquisa Cenário de Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2025, da Caio Calfat Real Estate Consulting, o mercado de multipropriedade cresceu 16% no último ano, passando de 200 projetos ativos em 2023 para 216 em 2024.



CEO da Mundo Planalto, durante entrevista à TV Serra Dourada

A VIRADA COMERCIAL DA AMAZON PARQUES & RESORTS SOB COMANDO DE WERES CLEY

O diretor comercial da Amazon Parques & Resorts conta sua trajetória profissional dentro da multipropriedade e como multiplicou as vendas do projeto em Penha

Com mais de 10 anos de atuação no setor de multipropriedade, Weres Cley, também conhecido como Jhow e atual diretor comercial da Amazon Parques & Resorts, construiu uma carreira marcada por progressão contínua em vendas e gestão, alcançando resultados significativos nas empresas pelas quais passou. Sua trajetória profissional demonstra capacidade de adaptação e aplicação de conhecimento comercial em diferentes setores, o que o levou a alcançar cargos de diretoria.

Atuando há pouco mais de um ano como diretor comercial da Amazon Parques & Resorts — complexo turístico e hoteleiro no modelo de multipropriedade em construção em Penha (SC), próximo ao parque temático Beto Carrero World, com previsão de inauguração da primeira fase em 2026 —, Weres reestruturou a estratégia comercial e a equipe logo no primeiro semestre de 2024, tornando-se peça fundamental para as metas dos investidores do projeto.

"Em abril de 2024, assumi a diretoria comercial da Amazon Parques & Resorts. O empreendimento enfrentava um desempenho comercial inferior às expectativas dos investidores, com um estudo de viabilidade totalmente fora da realidade do projeto", contou Jhow.

Logo ao iniciar sua atuação na Amazon Parques & Resorts, o primeiro desafio de Weres foi desenvolver um novo estudo de viabilidade, cobrindo o período de abril a dezembro. "Estipulamos o que poderíamos alcançar nesse período", disse ele, que também trouxe novas lideranças e profissionais de vendas para o projeto. No primeiro mês completo de sua gestão, em abril de 2024, o empreendimento registrou faturamento de R\$ 2,9 milhões. A partir de então, os resultados apresentaram crescimento contínuo, atingindo uma média mensal entre R\$ 6,8 milhões e R\$ 7,5 milhões.



Weres Cley, diretor comercial da Amazon Parques & Resort



Equipe comercial da Amazon Parques & Resort - Sala Penha/SC

Experiência & Profissionalismo

Natural de Morrinhos (GO), muito antes de mergulhar no universo da multipropriedade, Weres já estava familiarizado com o ambiente do turismo e da área comercial. Ainda jovem, na década de 1990, trabalhou no Rio Quente Resorts, no departamento de controladoria, e depois na Valetur, antiga agência de viagens da empresa, onde teve contato com os aspectos administrativos e de reservas.

Aos 20 anos de idade, ingressou em uma empresa de pavimentação e construção civil na região de Assis (SP), onde chegou a ocupar a gerência comercial, desenvolvendo habilidades em negociações e participação em licitações. Posteriormente, enveredou pelo empreendedorismo, administrando duas lojas de calçados femininos em Mogi das Cruzes e Suzano, ambas no estado de São Paulo, durante seis anos, período em que aprimorou sua visão de mercado e sua relação direta com o consumidor final.

Mercado de Multipropriedade

Por volta de 2014, aos 39 anos, ele fez a transição para o mercado de multipropriedade, passando a atuar na WAM, em Caldas Novas (GO). Ali, uniu seu *know-how* anterior às especificidades do setor e obteve rápida adaptação. “Em seis meses de atuação, tornei-me *closer*. Após mais seis meses, ascendi a subgerente. Em seguida, assumi a gerência da sala de vendas por um ano e meio”, descreve Jhow.

Na época, a WAM estava em plena expansão no Brasil, levando o modelo de multipropriedade a diversos destinos. Weres acompanhou esse crescimento, vivenciando uma ascensão meteórica dentro da empresa. Após um ano e meio como gerente de sala de vendas em Caldas Novas, foi realocado para Penha (SC), em 2017, inicialmente como gerente de sala. Essa experiência consolidou sua progressão ao cargo de diretor comercial da WAM no destino catarinense, expandindo sua atuação também para projetos em Suzano (SP) e Fortaleza (CE). Posteriormente, retornou a Penha para atuar com a Proxy e, mais tarde, na Amazon Parques & Resorts.

Segredo dos Vendedores de Sucesso

O atual diretor da Amazon reconhece que sua experiência anterior na área comercial foi fundamental para alcançar resultados expressivos na sala de vendas. Para ele, os melhores profissionais são aqueles que conseguem transmitir credibilidade e argumentar com proficiência em qualquer situação.

“Pessoas compram pessoas. E ali apliquei minha bagagem nas técnicas da multipropriedade”, afirma Jhow. “Se o profissional tiver um bom relacionamento com o cliente e conseguir explicar as características e benefícios, transmitirá credibilidade, mesmo que a pessoa chegue com posicionamentos negati-

vos sobre a multipropriedade. Eu conseguia com muita facilidade devido à minha bagagem profissional, quebrar todas as objeções, gerando confiança real no mercado e no empreendimento”.

Além da experiência prática, Weres também possui uma sólida formação acadêmica: é graduado em Gestão Imobiliária e em Gestão de Negócios de Pequenas e Grandes Empresas, algo que considera fundamental para alcançar resultados expressivos em vendas e para crescer no setor.

Sua visão aguçada sobre o potencial do mercado e sua compreensão do negócio de multipropriedade em escala macro o levaram a ocupar cargos de liderança, de gerente a diretor. “Quando fiz meu primeiro estudo de viabilidade para o Dom Pedro Laguna, em Fortaleza, no qual analisei e previ a velocidade de vendas, comecei a enxergar ainda melhor o negócio, inclusive no sentido do treinamento da equipe e da sintonia dos profissionais com os objetivos dos investidores”.

Gestão Humanizada

Além da reestruturação do estudo de viabilidade comercial, que trouxe resultados concretos, Weres implantou na Amazon Parques & Resorts uma gestão de equipe humanizada. “Temos o menor índice de *turnover* do mercado”, afirma o executivo, lembrando que sua equipe conta com aproximadamente 50 pessoas. “O que aprendi com a experiência comercial e no segmento de multipropriedade? Pessoas seguem pessoas. Quando o líder tem seguidores, a operação se torna mais produtiva e alinhada aos objetivos dos investidores.”

Essa gestão humanizada se reflete também nos treinamentos oferecidos aos profissionais, que vão além do básico e incorporam conhecimentos de neurociência, *rapport* e gestão imobiliária. “O objetivo é capacitar os consultores a lidar com diferentes perfis de clientes e a abordar o produto com um conhecimento mais amplo do mercado imobiliário em sua totalidade, não apenas das especificidades da multipropriedade, permitindo que dialoguem com propriedade e confiança”, explica o diretor da Amazon.

Contando com a parceria estratégica do empresário Roberto Kwon, visionário fundador da Amazon, e da gestão competente de Márcio Piccoli, diretor operacional, Jhow destaca que o empreendimento já uma referência no mercado de multipropriedade e os planos são de entregar resultados além do projetado, elevando o projeto a um patamar ainda mais alto.

“Vejo a Amazon como a empresa de maior potencial e sustentabilidade do setor, com bases firmes para um crescimento exponencial. O futuro será de expansão, inovação e protagonismo — e é com esse espírito que seguimos construindo uma história de confiança, resultados e grandes conquistas”, conclui Weres Cley.

QUALQUER TREINADOR PODE FAZER O MESSI MARCAR GOLS, MAS POUcos PODEM FAZER O TIME SER CAMPEÃO

Sou apaixonado por futebol. Hoje, confesso que quase não assisto mais, mas ainda me pego acompanhando o que acontece no mundo da bola, principalmente quando o assunto são estatísticas de jogadores e treinadores.

Sempre gostei de olhar para além do resultado dos jogos, as estatísticas ligadas aos clubes e jogadores, gosto inclusive de usar grandes referências no meu cotidiano.

Outro dia, revisitando a carreira de Lionel Messi, para mim, o melhor jogador que vi jogar. Percebi algo curioso, os números dele impressionam sob qualquer treinador. Veja só o desempenho dele com alguns

- Luis Enrique – 219 participações em gols em 158 jogos.
- Pep Guardiola – 305 participações em 219 jogos.
- Ernesto Valverde – 158 participações em 124 jogos.

Não importava quem estivesse no banco como treinador, Messi sempre entregava. Messi sempre foi Messi.

Mas quando olhei para os números dos treinadores, encontrei um contraste que ensina muito sobre liderança

- Pep Guardiola – 247 jogos, 72,5% de aproveitamento, 14 títulos.
- Luis Enrique – 181 jogos, 80,2% de aproveitamento, 9 títulos.
- Ernesto Valverde – 145 jogos, 74% de aproveitamento, 4 títulos.
- Quique Setién – 25 jogos, 69,3% de aproveitamento, 0 títulos.
- Ronald Koeman – 67 jogos, 58% de aproveitamento, apenas 1 título.

Messi mantinha sua performance independente do treinador, mas o Barcelona nem sempre vencia os campeonatos, como é o caso dos dois últimos treinadores que têm desempenho bem inferiores.



O que isso revela sobre liderança

Não é simples treinar um craque como Messi. É preciso habilidade para lidar com egos, manter a chama acesa e fazer um talento tão raro pensar além de si mesmo. Mas convenhamos: fazer um gênio entregar é menos desafiador do que transformar medianos em bons ou bons em extraordinários.

E aqui está o ponto: o papel de um líder não é apenas potencializar talentos prontos. É fazer pessoas comuns acreditarem e entregarem o que nem elas mesmas imaginavam ser possível.

Pergunte a si mesmo

- Você depende de um "Messi" na sua equipe para que os resultados apareçam?
- Ou você está construindo um time capaz de vencer mesmo quando os craques não estão em campo?
- Está apenas celebrando talentos individuais, ou formando uma cultura coletiva de vitória?

A diferença entre ganhar jogos e vencer campeonatos está aí!

Messi sempre será Messi. E qualquer treinador razoável teria números impressionantes ao comandá-lo. Mas a grandeza de Guardiola ou Luis Enrique não está apenas nos gols de Messi, e sim na capacidade de transformar o Barcelona em um time campeão.

Porque talento individual vence jogos, mas só trabalho em equipe vence campeonatos.

O fecho da reflexão

Seja no futebol ou no mundo corporativo, líderes que se apoiam apenas nos "Messis" ficam vulneráveis. Já os que constroem equipes sólidas, alinhadas e disciplinadas vencem de forma consistente.

Um craque pode brilhar sozinho.

Mas apenas um grande líder faz um time inteiro brilhar junto.

Erick Faleiro é autor do livro "The Black Book" e Diretor Executivo da Your Vacation. Com mais de 13 anos de experiência no mercado imobiliário de tempo compartilhado, liderou 16 operações em diversas localidades do país.

SISTEMAS E SOLUÇÕES DIGITAIS PARA MULTIPROPRIEDADES

GESTÃO DE PONTA A PONTA DA DESBRAVADOR

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



Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado.



Aplicativo para multiproprietários.



Software para administração de condomínios.



O software PMS mais completo e inteligente do mercado

- Multiempresa • Multi país
- Multi-idioma • Multimoeda



Solução para gerenciamento de salas de vendas



Software de Business Intelligence.

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

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



RESTAURANTES

POSTOS & CONVENIÊNCIAS

HÓTEIS

www.desbravador.com.br



DESBRAVADOR
SOFTWARE DE GESTÃO

DESBRAVADOR
1988

vendas@desbravador.com.br

+55 49 3321.0900

WhatsApp Comercial
+55 49 3321.0901

ATENDEMOS 11 PAÍSES

Contamos com 11 unidades de atendimento



Unidades Internacionais

Argentina
Buenos Aires Estados Unidos
Miami, Flórida Ciudad del Este

Unidades Brasil

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

TRIÂNGULO DA EXCELÊNCIA NAS MULTIPROPRIEDADES:

pessoas, processos e ferramentas

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

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

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Multipropriedade; | <input checked="" type="checkbox"/> Entretenimento; |
| <input checked="" type="checkbox"/> Hotelaria; | <input checked="" type="checkbox"/> Eventos; |
| <input checked="" type="checkbox"/> Condomínios; | <input checked="" type="checkbox"/> Gastronomia. |

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



Entenda o que abrange cada um dos elementos dessa tríade.

O papel das pessoas

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

Desenvolvimento de competências e habilidades;

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

A importância dos processos

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

O poder das ferramentas

Expertise da Desbravador

- Sistemas de Gestão (PMS/ERP);
- Software de CRM (Customer Relationship Management);
- Tecnologias de Business Intelligence (BI);
- Ferramentas colaborativas e de comunicação;
- Plataformas de atendimento ao cliente;

- Soluções de armazenamento e gerenciamento de dados;
- Tecnologias para gestão de projetos.

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

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

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

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



**MULTI
PROPRIEDADE**
by DESBRAVADOR

Sistema de Gestão Multipropriedade

Inovação tecnológica para gerenciamento de imóveis de tempo compartilhado.

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



by DESBRAVADOR

O software PMS mais completo e inteligente do mercado

- Multiempresa • Multi país
- Multi-idioma • Multimoeda

Centraliza, organiza e controla todas as operações de uma ou mais unidades com 100% de integração e segurança.

Contempla todas as operações relacionadas ao Front Office e ao Back Office, sincronizando áreas como Financeiro, Contábil, Compras, Fiscal, Estoque, PDV e outras.



by DESBRAVADOR

Solução digital para gestão de relacionamento com o cliente.



by DESBRAVADOR

Software de Business Intelligence.

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

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

Fale com nosso time de especialistas!



desbravador.com.br

vendas@desbravador.com.br

+55 (49) 3321 0900

+55 (49) 3321 0901



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

ESOLUTION LANÇA SOLUÇÃO PARA INCORPORADORAS, COM ESTREIA NO COSTAO ESTALEIRINHO

O eScale é um sistema contábil-financeiro para gestão de obras

No mês de outubro de 2025, a eSolution marcou mais um avanço importante no mercado de multipropriedade e incorporação: o lançamento do eScale, produto de Incorporadora, que estreou em operação no Costao Estaleirinho.

O lançamento chegou para resolver uma dor antiga das incorporadoras: a falta de um sistema contábil-financeiro capaz de acompanhar a evolução de custos da obra e gerar apurações fiscais e societárias de forma prática, confiável e integrada.

O que o produto entrega

O produto foi desenvolvido para simplificar a rotina das incorporadoras que operam sob o regime de administração de obras, trazendo mais transparência e segurança para a gestão contábil e fiscal.

Com o POC (Método de Percentual de Conclusão), cada etapa do empreendimento pode ser acompanhada em tempo real, permitindo o reconhecimento progressivo de receitas e custos conforme o avanço da obra, em vez de concentrar tudo apenas na entrega final. Esse processo compara o custo corrido com o custo total orçado, gerando um percentual de avanço aplicado sobre o valor do contrato, o que resulta em demonstrações financeiras mais fiéis e consistentes.

O resultado é um espelho contábil completo, que reflete a saúde financeira mês a mês, calcula tributos automaticamente e consolida relatórios obrigatórios com agilidade e segurança.

O diferencial no mercado

Enquanto concorrentes oferecem sistemas de controle de obra sem integração à multipropriedade, a eSolution entrega algo único: um produto nativo, já dentro do mesmo ecossistema em que acontece a venda de unidades.

Isso significa que o gestor não precisa transitar entre softwares diferentes. A gestão de carteira, o acompanhamen-



Costao Estaleirinho está em construção na praia de Estaleirinho, em Balneário Camboriú-SC

to financeiro e a contabilidade da incorporação estão no mesmo ambiente tecnológico, lado a lado com os produtos comerciais da multipropriedade.

Um produto que acompanha a evolução do mercado

Mais do que uma ferramenta de controle, o eScale foi pensado para crescer junto com o mercado. Ele nasceu atendendo às necessidades centrais das incorporadoras, trazendo precisão contábil e segurança fiscal. E já está estruturado para evoluir em recursos, acompanhando as transformações do setor e fortalecendo ainda mais a gestão de empreendimentos imobiliários.

Primeiros passos e próximos capítulos

O Costao Estaleirinho é o primeiro empreendimento a validar e utilizar oficialmente o produto, em um movimento que reforça a vocação inovadora tanto do resort quanto da eSolution.

Mais que um novo lançamento, o eScale simboliza o compromisso da eSolution em estar sempre integrada ao negócio de seus clientes, transformando desafios de gestão em soluções inteligentes e preparando o terreno para o futuro da incorporação imobiliária.

“Nós não queríamos um terceiro sistema. Queríamos dois: um para vendas e pós-vendas, e outro para gestão de obras.

Na eSolution eu encontrei algo que fez diferença: abertura para melhorar, crescer e trabalhar em um formato de ganha-ganha. Eles não pensam só no Costao, mas em soluções que funcionem para todo o mercado.

O que chamou a atenção foi esse desejo parecido com o nosso: melhorar sempre. Hoje, na minha avaliação, a solução da eSolution está muito mais sólida.”

Omar Omar, Diretor de TIC e Transformação Digital do Costao do Santinho

“A gente entendeu que o produto é viável, que ele é relevante e interessante tanto para o incorporador quanto para quem compra e utiliza. Ele tem uma base muito consistente por trás.

Nós acreditamos que esse será o padrão da hospitalidade de turismo no Brasil, e entramos nessa aposta de corpo inteiro. Abrimos mão, na época, de muitos recursos de outros segmentos para embarcar na multipropriedade e criar um case de sucesso.”

Carmelito Júnior,
CEO da eSolution Tecnologia

MABU

AVANÇA EM RANKING DE MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR E REFORÇA PROTAGONISMO NA MULTIPROPRIEDADE



Complexo Mabu, localizado em Foz do Iguaçu-PR

My Mabu, empreendimento de multipropriedade da companhia, é um dos destaques da premiação Great Place to Work

Grupo Mabu conquistou novamente espaço entre as melhores empresas para trabalhar no Paraná. O reconhecimento veio pelo ranking Great Place to Work (GPTW), que elevou o grupo da 37ª posição em 2024 para a 33ª em 2025.

Mais do que um prêmio, a conquista reflete a consolidação de um modelo de negócios em franca expansão no Brasil: a multipropriedade. E, nesse cenário, o nome de Raimundo Pimenta, CEO do My Mabu, desponta como referência nacional.

O avanço do setor no país tem exigido regulamentação, credibilidade e inovação. À frente do braço de multipropriedade do Grupo Mabu, Pimenta tem desempenha-

do papel central nesse processo.

“O GPTW comprova que cuidar de pessoas é a estratégia mais sólida para crescer. No My Mabu, trabalhamos para que cada colaborador sinta que faz parte de um projeto transformador, capaz de redefinir a forma como as famílias brasileiras vivenciam férias”, afirma o CEO.

Segundo ele, o reconhecimento não é apenas uma conquista institucional, mas um reflexo do engajamento diário. “O grande diferencial é que nosso time acredita naquilo que entrega. Vender multipropriedade não é vender semanas de férias, é proporcionar experiências e criar vínculos. Quando o colaborador enxerga isso, o cliente também sente.”

TRAJETÓRIA E VISÃO ESTRATÉGICA

Com mais de 15 anos de experiência no segmento, Raimundo Pimenta acumula passagens por grandes empresas antes de assumir a liderança do My Mabu. Sua formação em Administração, somada a certificações financeiras e imobiliárias, trouxe uma visão ampla: a multipropriedade como produto, investimento e experiência de vida.

No comando do My Mabu, implementou práticas que unem hospitalidade de alto padrão à inovação em gestão de pessoas. Para ele, colaboradores motivados entregam mais do que serviço: entregam memórias.

“Quando investimos em capacitação e em um ambiente de trabalho saudável, o resultado aparece na ponta. O cliente percebe quando está sendo atendido por alguém que se sente valorizado, e isso é uma das razões que explicam o sucesso do My Mabu nos últimos anos”, completa.



Raimundo Pimenta, CEO My Mabu



Equipe Mabu festejando conquista da premiação GPTW - Great Place to Work

IMPACTO NO MERCADO

O crescimento do Grupo Mabu no GPTW fortalece a imagem da multipropriedade como um modelo sólido, sustentável e em plena expansão. Para o mercado, líderes como Pimenta representam a profissionalização do setor e ampliam seu alcance.

“A multipropriedade é muito mais do que uma forma de adquirir férias. É um instrumento de desenvolvimento regional, de geração de empregos e de transformação de destinos. O GPTW mostra que, quando valorizamos as pessoas dentro

da empresa, criamos condições para impactar positivamente todo o ecossistema do turismo”, reforça o CEO.

Ao projetar os próximos passos, Raimundo destaca a importância de manter o equilíbrio entre governança sólida, produtos inovadores e gestão humanizada. “O desafio daqui para frente é crescer com responsabilidade. Não basta expandir em número de vendas, é preciso sustentar uma operação que gere valor para investidores, hóspedes e colaboradores.”

UM SETOR EM ASCENSÃO



Equipe My Mabu durante festa de confraternização de resultados

No Brasil, a multipropriedade ganhou força a partir de 2018, com a regulamentação da Lei nº 13.777, que estabeleceu normas claras para o modelo. Desde então, o segmento tem se expandido rapidamente em destinos turísticos consolidados e emergentes.

O Grupo Mabu é hoje um dos principais expoentes do setor, unindo tradição em hotelaria à inovação no turismo de lazer. Com empreendimentos como o My Mabu e o Blue Park, em Foz do Iguaçu, a empresa fortalece sua atuação no cenário nacional, gerando impacto econômico e social.

“O sucesso da multipropriedade está diretamente ligado à confiança. E confiança se constrói com entrega, governança e pessoas comprometidas. O reconhecimento do GPTW reforça que estamos no caminho certo”, conclui Pimenta.

GERENTE DO MY MABU CONQUISTA PRÊMIO NACIONAL DE HOTELARIA

A gerente do My Mabu, Fernanda Lanza de Paula Veloso, conquistou o 1º lugar na categoria de multipropriedade do Prêmio VIHP (Very Important Hotel Professional). Esta foi a primeira vez que a premiação contemplou profissionais dessa área, reforçando a relevância crescente do modelo no setor hoteleiro.

Com pouco mais de um ano à frente da gerência de multipropriedade do My Mabu, Fernanda se destacou entre os finalistas. Sua trajetória na hotelaria começou em 2005, como estagiária de recepção, passando por diferentes funções — de recepcionista a gerente geral — em hotéis econômicos e cinco estrelas, em estados como Minas Gerais, Rio de Janeiro, Brasília e Paraná.

“Em um mercado tão competitivo, eu fico lisonjeada por fazer parte da premiação e conquistar esse reconhecimento, que é fruto da persistência em dar sempre o meu melhor e do engajamento de toda a equipe. Afinal, um gestor não é ninguém sem uma equipe engajada”, afirmou.

Com mais de 20 anos de experiência, Fernanda é hoje referência em operações complexas de multipropriedade, que exigem equilíbrio entre hóspedes, investidores e proprietários. Para ela, o segredo está no comprometimento e na paixão pelo ofício.

“O Mabu confiou em mim para essa missão de cuidar do financeiro e das pessoas. Quando você é convidada para integrar a equipe, essa responsabilidade é ainda maior. É exatamente assim que eu me sinto:



Fernanda Lanza de Paula Veloso, gerente do My Mabu

responsável por entregar sempre o melhor”, destacou.

A atuação de Fernanda em cargos de liderança ao longo dos anos, aliada à formação acadêmica em Turismo, bem como a implantação de projetos em grandes empreendimentos — como condomínios e apart-hotéis de até 376 unidades — reforçam sua visão operacional e estratégica, garantindo resultados de excelência que fortalecem a experiência do cliente no setor hoteleiro.

DESTINOS REGIONAIS AMPLIFICAM SEU ALCANCE COM A RCI

Com sua rede mundial de resorts e intercâmbio de férias, empresa consegue levar novos visitantes para empreendimentos em destinos menos badalados

A propriedade compartilhada ajuda a desenvolver economicamente destinos turísticos, gerando empregos diretos e indiretos, e a RCI desempenha um papel importante na valorização e para levar mais visitantes para os hotéis/resorts, principalmente em destinos que, muitas vezes, ficam às margens dos holofotes.

A empresa, líder mundial em serviços de viagens no setor da Propriedade Compartilhada, por meio de sua rede global de hotéis e resorts, atua como uma ponte estratégica para empreendimentos em destinos menos conhecidos, conectando-os a novos públicos e impulsionando o crescimento regional. "Quando os hotéis são afiliados à RCI, eles ganham uma visibilidade global. Ficam dentro de uma rede de intercâmbio, na qual terão alcance no mundo inteiro", explica Fabiana Leite, Diretora de Desenvolvimento de Negócios da RCI América do Sul.

A estratégia da RCI vai além da simples listagem de empreendimentos hoteleiros. A empresa investe pesadamente em um relacionamento contínuo e intenso com seus clientes finais, os sócios de intercâmbio de férias. "Começamos a conversar com o cliente no segundo dia após o contrato ser



Zagaia Eco Resort - Bonito/MS

inserido na RCI", revela Fabiana. Essa régua de relacionamento constante visa educar o sócio sobre os benefícios do programa e incentivá-lo a viajar, seja por meio do intercâmbio tradicional ou por programas de incentivo para hotéis em construção.

Novos Mercados

A equipe de atendimento da RCI atua como verdadeiros "vendedores de experiências", utilizando um processo de investigação aprofundado para compreender os desejos dos clientes. "Nossos guias de férias conseguem, de acordo com a expectativa e o desejo de viagem daquele cliente, entregar essa experiência nos diferentes hotéis que a gente tem ao redor do Brasil e no mundo", afirma a diretora. Isso significa que, mesmo que um cliente ligue pensando em um destino específico, pode ser direcionado para uma alternativa que melhor atenda às suas expectativas, muitas vezes em regiões que não considerava inicialmente.

Um exemplo prático do impacto da RCI é o de um empreendimento no Paraná que, apesar de consolidado regionalmente, buscava expandir seu alcance. "No primeiro ano de performance dele dentro da RCI, a gente já estava chegando a clientes do Nordeste e Norte", relata a executiva.

Essa capilaridade é resultado da divulgação e do incentivo contínuos, que incluem o treinamento da equipe da RCI sobre novos empreendimentos e destinos, além de workshops, como o Open House no Uruguai, onde os próprios hotéis apresentam seus produtos aos guias de férias.

Com quase 300 hotéis afiliados no Brasil, a RCI observa um crescimento de buscas para localidades que antes eram predominantemente regionais. "Quando inaugurou o Tauá Alexânia, em Goiás, ainda nem era afiliado à RCI, e os clientes já perguntavam se não tinham aquele resort na rede de intercâmbio", exemplifica a diretora, mostrando o poder da rede e da curiosidade dos viajantes em explorar novas opções.

De olho nas tendências de viagens e perfil dos clientes, a própria RCI também busca ativamente expandir seu portfólio para destinos ainda pouco explorados, mas com grande potencial. "Existem destinos que os clientes ainda não pediram, mas nós sabemos que são interessantes e que precisamos ter dentro do nosso portfólio", explica Fabiana.

Fabiana Leite,
Diretora de Desenvolvimento de Negócios da RCI América do Sul



Confira depoimentos de empresários sobre o potencial da RCI em trazer novos hóspedes para seus empreendimentos hoteleiros:

"A RCI tem um papel muito importante em abrir portas para que novos hóspedes conheçam o Parque do Avestruz, trazendo visitantes de destinos diversos que tradicionalmente não estavam na nossa base. Mas o Parque do Avestruz tem transformado essa oportunidade em fidelização ao proporcionar uma experiência única e humanizada, onde cada detalhe é pensado para que o hóspede se sinta parte da nossa família."

Tudo isso faz com que os hóspedes que chegam pela RCI não apenas vivam dias inesquecíveis, mas querem voltar, recomendem e passem a enxergar o Parque do Avestruz como um destino turístico de referência." - *Fabiana Rios da Silveira, Sócia Proprietária e Diretora comercial e de Marketing do Parque do Avestruz Eco Resort, em Esmeraldas (MG).*



Fabiana Rios da Silveira

"A RCI consegue ser um catalisador dos destinos, funcionando com um *hub* de conectividade dos empreendimentos ao cliente final. É a oportunidade perfeita para o consumidor viajante, através da sua aquisição de um tempo fracionado, tornar a experiência de hospedagem ainda mais inesquecível ao desfrutar de lugares inimagináveis." - *Jardel Couto, CEO da VCA Construtora e idealizador do Vivant Eco Beach, em Barra Grande (BA).*



Jardel Couto

"Zagaia, RCI e o timeshare: memórias que se repetem. Quem já veio pro Zagaia sabe: uma vez em Bonito, sempre dá vontade de voltar. É exatamente isso que o timeshare proporciona – a chance de garantir todo ano aquele encontro com a natureza, com a família reunida e com as experiências que só o nosso destino oferece. Com a parceria da RCI, essa conexão vai ainda mais longe: nossos hóspedes podem explorar o mundo e, ao mesmo tempo, trazer para cá viajantes de todos os cantos. O resultado? Bonito cada vez mais no mapa, o Zagaia cheio de vida e memórias que se renovam a cada temporada." - *Guilherme Poli, CEO do Zagaia Eco Resort, em Bonito (MS).*



Guilherme Poli



Raira Santos

"A RCI tem um papel fundamental no fortalecimento de destinos turísticos emergentes. No caso do Makai Resort, em Barra dos Coqueiros, na grande Aracaju, acreditamos que a multipropriedade e o timeshare são aliados estratégicos para apresentar o destino a novos públicos, conectando pessoas, culturas e experiências. Essa integração reforça a vocação de Sergipe como polo turístico e abre oportunidades para que viajantes descubram um Brasil autêntico, acolhedor e cheio de potencial." - *Raira Santos, CEO do Makai Resort, em Aracaju (SE).*



Credlar Vacation inova o turismo em Praia Grande com a multipropriedade

Multipropriedade alia desenvolvimento econômico e qualidade de vida no litoral paulista

A cidade de Praia Grande, no litoral sul de São Paulo, tem experimentado um novo momento no turismo graças ao crescimento da multipropriedade na região, modelo que tem conquistado cada vez mais espaço no mercado. O formato, que permite a aquisição de frações de um imóvel com uso garantido em períodos específicos do ano, tornou-se alternativa acessível para famílias que sonham em ter seu apartamento de férias na praia, mas sem precisar arcar com altos custos de compra integral, manutenção ou aluguel recorrente. Com 22 km de orla totalmente urbanizada, ciclovias, quiosques, áreas de lazer e infraestrutura para receber visitantes durante todo o ano, Praia Grande já é reconhecida como um dos destinos mais procurados do Brasil e a multipropriedade amplia esse potencial turístico e econômico ao viabilizar o acesso ao lazer. “É um formato inteligente de viver o lazer. O cliente garante seu espaço na praia, com estrutura de resort, pagando apenas pela fração que realmente utiliza”, explica o gestor comercial da Credlar Vacation, Thiago Coelho.

Impacto no turismo e economia local

O impacto da multipropriedade vai além da realização do sonho das famílias. O modelo gera empregos

diretos e indiretos e fortalece a economia local, movimentando restaurantes, postos de combustíveis, lojas de moda, prestadores de serviços e o comércio da cidade. “Quando uma família adquire uma fração, ela não está apenas conquistando o sonho do apartamento na praia, mas também contribuindo para o desenvolvimento turístico e econômico da cidade”, destaca o diretor administrativo da empresa, Guilherme Coelho. A proposta também reduz a necessidade de grandes investimentos individuais. “Em vez de comprar um imóvel inteiro e arcar sozinho com manutenção, condomínio e IPTU, o cliente investe menos e tem férias planejadas com comodidade e estrutura”, complementa Thiago Coelho.

Estrutura de excelência: Long Beach Multiresidence

À frente desse movimento está a Credlar Vacation, que se diferencia com a solidez e qualidade do empreendimento que comercializa: o Long Beach Multiresidence. O projeto traz um conceito de resort completo, incluindo piscina de borda infinita, piscina coberta, parque aquático infantil, espaço futon, restaurante, cafeteria, academia, cinema, centro de convenções e muito mais, a poucos metros da praia. Essa estrutura eviden-

cia a proposta de unir acessibilidade, sofisticação e lazer completo em um só produto, que será um projeto inovador na cidade.

Desenvolvimento humano e organizacional

Na Credlar Vacation, a valorização das pessoas é um pilar estratégico para o crescimento sustentável da empresa. A companhia apostou em oportunidades de carreira e conta com o Departamento de Desenvolvimento Humano Organizacional (DHO), dedicado a alinhar eficiência, bem-estar e cuidado com os colaboradores. O setor atua de forma integrada, oferecendo programas de capacitação contínua, treinamentos especializados, acompanhamento próximo e planos de crescimento individualizados. Essas iniciativas impactam diretamente não apenas na motivação e satisfação das equipes, mas também em melhorias salariais e no fortalecimento da qualidade de atendimento ao cliente. “O cuidado com as pessoas é um diferencial da nossa empresa. Sabemos que colaboradores motivados, preparados e reconhecidos são a base para a excelência em qualquer negócio”, destaca Maci Alves, líder do DHO da Credlar Vacation.

Qualidade e estratégia de negócios

O compromisso com a qualidade é outro pilar estratégico. A Credlar Vacation mantém um setor dedicado ao monitoramento de indicadores, garantindo que cada etapa, da venda ao pós-venda, atenda aos mais altos padrões. Esse modelo de gestão permite decisões assertivas, baseadas em números reais e em análises estratégicas de mercado. Além disso, o pós-venda tecnológico e eficiente garante aos clientes segurança, transparência e atendimento eficiente, consolidando uma relação de confiança que fideliza e amplia o impacto da empresa no setor.

Reconhecimento nacional: Top Seller

No cenário nacional, a Credlar Vacation reforça seu protagonismo ao participar do Top Seller, maior premiação do Brasil voltada ao mercado de multipropriedade. O evento deste ano será em Gramado (RS) e reunirá centenas de candidatos de diversas regiões do país. A empresa alcançou mais de 40 indicações em categorias como promotor de marketing, liner e closer. Além disso, levará 90 colaboradores ao evento, número que cresce a cada edição, refletindo o engajamento da equipe e a valorização do reconhecimento profissional. Neste ano, a Credlar também inovou ao promover o incentivo do Credcoin, que facilitou a participação dos colaboradores. Conforme acumulavam pontos, os profissionais conquistavam valores destinados à viagem para o Top Seller, alguns até garantiram a viagem completa apenas com o Credcoin e ainda levaram um valor extra para aproveitar durante a viagem. “Participar do Top Seller é sempre uma oportunidade de mostrar a competência da nossa equipe e, ao mesmo tempo, vivenciar um novo destino turístico. Isso fortalece ainda mais nossa união e amplia nossa visão de mercado”, destaca o gestor de Marketing, Daniel Dias.

Consolidação e futuro

Com inovação, foco em pessoas e estratégias sólidas, a Credlar Vacation não apenas impulsiona a realidade do turismo em Praia Grande, mas também se projeta nacionalmente como referência em turismo de experiência e multipropriedade. Mais do que comercializar frações imobiliárias, a empresa entrega qualidade de vida, oportunidades de crescimento e desenvolvimento econômico, levando o nome de Praia Grande a novos patamares e reforça seu papel no mercado brasileiro.



Colaboradores em constante desenvolvimento, motivados, preparados e em evolução contínua para entregar sempre o melhor

A tranquilidade que sua empresa precisa. A experiência que a **Mapah** entrega.

Enquanto o sistema tributário muda, sua operação pode seguir estável, segura e preparada.

A Mapah transforma complexidade em clareza, riscos em resultado.

Somos especialistas em planejamento tributário, contabilidade estratégica e adequação à reforma fiscal para **hotelaria, timeshare, multipropriedade, parques e clubes**.

Entregamos:

- Diagnóstico técnico do impacto da CBS e IBS;
- Ajustes em estruturas contratuais, societárias e operacionais típicas de multipropriedade, SPEs e serviços recorrentes;
- Otimização de créditos e suporte contínuo para setores com operações híbridas.

Mais do que conformidade: entregamos confiança. Você não precisa entender de reforma. Precisa de quem resolva.

📞 (62) 3954-4001 | 📲 WhatsApp (62) 9 8193-8884
🌐 mapah.com.br | @grupomapah

MAPAH — O método que resolve.
25 anos, mais de 8.000 empresas atendidas

Aviva celebra sete anos com investimento bilionário, novos produtos upscale e mudanças nos nomes dos hotéis

Em 2025, empresa apresentou novidades para Rio Quente e Costa do Sauípe

A Aviva, plataforma de viagens e entretenimento detentora do Rio Quente Resorts (GO), da Costa do Sauípe (BA) e do parque aquático Hot Park, celebra sete anos de atuação com avanços que consolidam sua estratégia de crescimento. Até 2028, a empresa fará investimentos de R\$ 1,2 bilhão, que inclui retrofits completos em hotéis, abertura e lançamento de novos produtos de fidelização — como modelos de *residence club* de alto padrão, o InCasa Private Residence Club, já funcionando em Rio Quente, e InCanto Residence Club, com vendas abertas na Costa do Sauípe — ambos com experiências únicas e formato *members only* —, a abertura de um novo Hot Park na Bahia e a reorganização de sua arquitetura de marcas, com mudanças na categorização e nos nomes dos hotéis do Rio Quente Resorts.

“Desde 2018, quando o então Grupo Rio Quente adquiriu a Costa do Sauípe resultando no nascimento da marca Aviva, estamos trabalhando para integrar nossos produtos sob uma mesma estratégia de marca. A categorização dos hotéis, a nacionalização do Hot Park com uma nova unidade na Costa do Sauípe, o fortalecimento da Turminha da Zooeira com uma nova série animada e novos produtos licenciados consolidam a visão da companhia como uma plataforma múltipla de experiências”, afirma Alessandro Cunha, CEO da Aviva.

O movimento mais emblemático desse novo momento foi a abertura do InCasa Private Residence Club, complexo com 40 casas de alto padrão dentro do Rio Quente Resorts (GO). Com a inauguração das primeiras 20 casas em julho de 2025, o produto marca a entrada da Aviva no mercado *upscale*, unindo privacidade, sofisticação e pertencimento para quem busca férias memoráveis. Já o InCanto Residence Club, localizado na Costa do Sauípe, chegará ao mercado em 2029, reforçando o conceito de *residence club* e oferecendo experiências exclusivas.



Casa para até 12 pessoas - InCasa Private Residence Club

vas para seus membros, em um modelo que une liberdade, curadoria e alto padrão de hospitalidade.

“Nosso compromisso é proporcionar uma experiência de um universo particular de férias de alto padrão. O InCasa Private Residence Club simboliza isso em cada detalhe da jornada, com serviços pensados para o bem-estar e a personalização da vivência”, afirma Bruna Apolinário, Diretora de Fidelização da Aviva. “O lançamento simboliza um marco no movimento de renovação e qualificação dos produtos da Aviva, que agora amplia sua atuação para o mercado de alto padrão com um produto que é, ao mesmo tempo, sofisticado e acolhedor.”

Branding em evolução

No Rio Quente Resorts, a Aviva promove uma reorganização de *branding* que valoriza a memória afetiva dos hóspedes, mas conecta seus produtos ao padrão atual de experiência. Hotéis tradicionais como o Turismo, Pousada e Cristal assumirão novas identidades, em transições gradativas — Refúgio Grand Premium (a partir de janeiro de 2026), Origem Premium (em 2027) e Vista Grand Premium (em 2028), respectivamente — reforçando a clareza da oferta e o posicionamento *upscale*. Em Sauípe, os hotéis Brisa e Sol já foram elevados à categoria Grand Premium, e o Hotel Mar passa por retrofit completo para reabrir no verão de 2026 com uma categoria mais elevada, tornando-se Mar Premium.



Imagen conceito da piscina do hotel Mar Premium, na Costa do Sauípe, que será reinaugurado no verão de 2026

Outro grande marco é a abertura de um novo Hot Park, agora na Bahia. Com a inauguração do novo parque aquático, em 2027, a Aviva nacionaliza a marca, que passa a se apresentar como Hot Park Rio Quente e Hot Park Costa do Sauípe, que contará com temática voltada à preservação das tartarugas marinhas e acesso ilimitado para hóspedes e ingressos *day use* para visitantes externos.

“No campo de fidelização em parques, lançamos produtos como o Passaporte Série Limitada, que oferece 15 anos de acesso ilimitado ao futuro Hot Park Costa do Sauípe, além de pré-lançamentos e acesso ao clube social de alto padrão Laguna Sauípe, exclusivo para clientes fidelizados.”, completa a diretora de Fidelização da Aviva.



Hotel Turismo, no Rio Quente Resorts, após reformas assume nova identidade como hotel Refúgio Grand Premium a partir de 2026.

Reconhecimento e investimento em pessoas

Reconhecida pelo GPTW (Great Place To Work) como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil — figurando no **ranking nacional na 54ª posição**, e nas listas regionais, na 6ª posição no Centro-Oeste e 3ª posição no Bahia, onde estão localizados seus destinos Rio Quente Resorts (Goiás) e Costa do Sauípe (Bahia) —, a Aviva é reconhecida por uma cultura que une acolhimento, oportunidade e excelência.

É justamente esse olhar contínuo de desenvolvimento, aprendizado e investimento nas suas pessoas associadas, como chamam quem trabalha na empresa, que lhe permite colher resultados concretos de performance e fidelização. Tanto que, na alta temporada de julho de 2025, o ecossistema de produtos de fidelização — que inclui o Clube de Férias, o Passaporte Hot Park e os produtos *upscale* *InCasa* e *InCanto* — somou mais de R\$ 125 milhões em faturamento, evidenciando a força do relacionamento com clientes e a maturidade do modelo de negócios.

E para reconhecer quem impulsiona a companhia nestas conquistas, a Aviva realizou um ciclo especial de premiações que contemplou 110 pessoas associadas em primeiro, segundo e terceiro lugares em diferentes frentes, como vendas,

reservas, pós-vendas, *upgrades*, retenção e negociação, incentivo, relacionamento com o cliente, *backoffice* e prospecção, e toda a gestão de fidelização foi reconhecida com premiações em dinheiro e experiências. Foram R\$ 500 mil investidos em recompensas, incluindo viagens dentro dos destinos da companhia, bônus financeiros, uma viagem para a Disney com tudo pago e inscrições — também 100% custeadas — para um dos principais eventos da indústria de tempo compartilhado no Brasil.

Esse ciclo de reconhecimento convive com programas estruturantes de desenvolvimento humano, que reforçam a formação contínua, a saúde integral e o bem-estar. “Ao investirmos em pessoas, garantimos um time que vive verdadeiramente o nosso propósito de ‘fazer famílias felizes’ – as nossas e dos nossos clientes”, resume Laini de Melo Silva, gerente geral de Talentos Humanos da Aviva.

Com pessoas preparadas, produtos renovados e uma visão clara de longo prazo, a Aviva comemora seu sétimo ano consolidando a combinação que a distingue no turismo brasileiro: investimento bilionário, inovação escalável e uma cultura que reconhece e desenvolve talentos.



Equipe da Aviva recebe premiação GPTW 2025: Heloneida Santos, João Sacramento, Larissa Vasconcelos e Laini de Melo



Pessoas associadas do time de Fidelização da Aviva durante festa de premiação da temporada Julho/2025, no Rio Quente Resorts

GAV RESORTS

LANÇA O PROJETO ACADEMIA DE LÍDERES EM PARCERIA COM A FGV

Iniciativa reúne mais de 250 gestores e reforça o compromisso da empresa em formar líderes preparados, conectados e multiplicadores da cultura organizacional



GAV lança projeto 'Academia de Líderes'

AGAV Resorts dá um passo importante em sua estratégia de valorização e desenvolvimento das pessoas com o lançamento da Academia de Líderes, um programa desenvolvido em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV).

A iniciativa tem como missão desenvolver competências, fortalecer a cultura organizacional e integrar áreas estratégicas — do corporativo à hotelaria, do comercial à engenharia — criando uma liderança mais conectada, empática e preparada. No total, farão parte do projeto 259 líderes, entre eles, supervisores, coordenadores, gerentes e diretores.

“Este é um investimento em pessoas e no futuro da GAV Resorts. Queremos líderes que inspirem, que estejam prontos não apenas para sustentar o crescimento da companhia, mas também para formar novos líderes e multiplicar nossa cultura”, afirma Rachel Melo Filizzola, head de RH da GAV Resorts.

Importância para o setor

Para o setor de multipropriedade e hotelaria, a criação de uma academia de líderes representa um marco de profissionalização e visão de futuro. “O mercado está em constante transformação, e somente organizações que formam líderes preparados conseguem sustentar crescimento com qualidade. Queremos contribuir não só para o desenvolvimento da GAV Resorts, mas para elevar o padrão de gestão em todo o setor”, ressalta Átila Gratão, vice-presidente da GAV Resorts.

Ele acrescenta que o projeto simboliza um dos melhores

momentos da empresa, marcando uma nova fase de fortalecimento da gestão. “Quanto mais suamos no treinamento, menos sangramos nas batalhas. O melhor ainda está por vir. Este é um investimento em toda a estrutura da base. Líderes preparados sustentam o presente e constroem o futuro no nosso mercado”, completa o executivo.

O programa teve início em 22 de setembro de 2025 com a aula inaugural e contará com módulos mensais, encontros online e dinâmicas em grupo. Além de aulas e avaliações, os participantes terão projetos interdisciplinares, trocando experiências com colegas de diferentes áreas. Um dos diferenciais é a integração: cada líder terá a oportunidade de compartilhar seus desafios e soluções, construindo uma visão mais ampla e colaborativa sobre o negócio.

A diretoria executiva também participará ativamente como alunos e mentores, reforçando o compromisso da empresa em liderar pelo exemplo e em consolidar a cultura GAV Resorts como um valor vivo.

Segundo Rachel, o projeto vai além da capacitação: “A Academia de Líderes é sobre conectar pessoas, preparar sucessores e consolidar uma cultura sólida. Nossos líderes serão guardiões da essência GAV Resorts, fortalecendo vínculos e garantindo que todos falem a mesma língua dentro da empresa”.

Com previsão de continuidade após os módulos iniciais, a iniciativa nasce como um legado de desenvolvimento sustentável, reafirmando a crença da GAV Resorts de que investir em liderança é investir no futuro.



Treinamento da Academia de Líderes da GAV Resorts

MAIS TAUÁ: UMA PROPOSTA INOVADORA DO GRUPO TAUÁ PARA CRIAR EXPERIÊNCIAS ÚNICAS AOS SÓCIOS

O programa de benefícios oferece mais de 40 vantagens e experiências exclusivas nos hotéis e resorts do Grupo Tauá



Show do Péricles foi a grande atração do Weekend Mais Tauá

Em busca de oferecer experiências realmente únicas às famílias, o Grupo Tauá criou uma solução que unisse vantagem concreta e cuidado na jornada, do primeiro contato ao pós-estadia. Desse propósito nasceu o Mais Tauá, o programa de benefícios que hoje integra vendas, operação e relacionamento em um mesmo ecossistema, transformando desconto garantido em experiências memoráveis e mensuráveis.

Na prática, o Mais Tauá assegura a melhor tarifa com desconto mínimo garantido ao longo do ano, identifica o sócio por pulseira e dá acesso a mais de 40 benefícios e experiências exclusivas nos hotéis e resorts da rede. As vantagens combinam facilidades operacionais, prioridades em programações temáticas, convites para ativações especiais e um calendário que traduz a proposta do programa em momentos de convivência para todas as idades.

"Estou no Grupo Tauá desde 2017 e tive a oportunidade de vivenciar de perto a venda do nosso produto anterior, o Tauá VIP Club, que funcionava no formato de timeshare. Foi uma fase de muito aprendizado, porque nos mostrou o quanto os clientes buscavam não apenas vantagens comerciais, mas sim experiências verdadeiras em família", afirma Luisa Agreste, gerente nacional de vendas do Mais Tauá.

Entre as entregas exclusivas para quem é sócio, recentemente, o Weekend Mais Tauá foi um case de sucesso. O evento foi em formato de festival: show do cantor Péricles, ativações de marcas parceiras de renome nacional e uma sequência de atrações de entretenimento pensadas para toda a família. Ele funcionou como vitrine do programa ao transformar o benefício em vivência concreta, do palco aos espaços temáticos do resort.



Presença de celebridades no Weekend Mais Tauá



Registros do show de Péricles no evento



O evento contou com abadá exclusivo e muita interação

COMO FUNCIONA O PROGRAMA

O desenho atual nasce de uma revisão de processos para reduzir ruídos entre promessa e entrega. Três dias antes do *check-in*, o time de *Concierge* faz o primeiro contato, levanta preferências e alinha expectativas. Na chegada, equipes exclusivas em cada unidade acompanham a execução do que foi apresentado na sala de vendas e registram pontos de atenção para intervenções rápidas. A integração entre vendas, *concierge*, pós-vendas e operação encurta o tempo de resposta, padroniza treinamentos e acelera a formação de novos consultores. O efeito aparece na consistência do atendimento entre unidades e na previsibilidade da experiência do hóspede.

A comunicação com os sócios foi reescrita para ser clara e relevante. Uma régua de relacionamento acompanha a jornada desde a mensagem de boas-vindas até a renovação do contrato. *E-mail* e WhatsApp se complementam para entregar informação no momento certo, com espaço para ouvir e ajustar. Em vez de disparos genéricos, a estratégia privilegia conteúdo útil, instruções objetivas e convites que reforçam o pertencimento ao programa. Isso melhora a taxa de resposta, reduz dúvidas na véspera da viagem e favorece a adoção de benefícios pouco explorados.

Para ampliar capilaridade e tornar a proposta de valor mais tangível, duas frentes aproximam o programa do público no próprio resort. No **Mais Tauá 360**, visitantes vivenciam, antes da compra, áreas e programações diferenciadas que deixam evidente o que muda para quem é sócio. Já os **Guardiões Mais Tauá** - colaboradores de restaurante, lazer, recepção e governança - recebem formação contínua, usam botão de identificação e indicam famílias com perfil de adesão. O processo eleva o engajamento interno e distribui a responsabilidade de prospecção por toda a operação.

OPERAÇÃO INTEGRADA E DECISÃO POR DADOS

A gestão do programa se apoia em indicadores que permitem decisões ágeis. Custos, DRE e NPS dos sócios são acompanhados de forma recorrente e alimentam ciclos curtos de ajuste. Quando um indicador aponta oportunidade de melhoria, o comitê do programa prioriza ações e define responsáveis com prazos claros. Esse método reduz retrabalho, dá transparência às escolhas e mantém o foco naquilo que mais impacta a estadia da família. Em paralelo, a leitura de desempenho comercial orienta o calendário de campanhas e o desenho de benefícios para períodos de maior procura.

Do ponto de vista do hóspede, o efeito é simplicidade: quem assina sabe o que tem, quando pode usar e como será acolhido. Do ponto de vista da operação, padrões e rotinas compartilhadas, metas de qualidade e *checkpoints* de auditoria evitam que pequenos desvios virem problemas maiores. Quando a equipe identifica uma oportunidade de encantamento, o *Concierge* aciona o time local, registra o caso e alinha uma base de aprendizados que orienta futuras decisões. Treinamentos recorrentes alinharam linguagem, orientam o uso correto dos benefícios e reforçam a importância de



Naiumi Goldoni - influencer e a família vivendo momentos inesquecíveis através do programa Mais Tauá



Ticiane Pinheiro, desfrutando dos benefícios do programa Mais Tauá

cumprir o que foi apresentado ao cliente. A compreensão compartilhada sobre o papel do programa fortalece a sustentabilidade do negócio ao combinar receita previsível com satisfação acima da média.

A perspectiva das lideranças reforça esse caminho. "Quando colocamos o Mais Tauá no centro da jornada, deixamos de vender apenas tarifa para entregar uma relação. Integrarmos vendas, operação e *Concierge*, definimos padrões e passamos a decidir com base em dados. O resultado aparece em duas frentes: mais previsibilidade para o negócio e mais confiança para as famílias, que sabem exatamente o que recebem e quando recebem", afirma Felipe Castro, diretor de operações e fidelidade do grupo.

O calendário de experiências funciona como vitrine permanente do programa. Curadorias privilegiam atividades que estimulam convivência, acolhimento e diversão. Em datas estratégicas, o Mais Tauá organiza ações exclusivas para sócios que ajudam a transformar o benefício em lembrança afetiva. É nesse repertório que a assinatura ganha valor percebido e se traduz em fidelização: famílias que retornam reconhecem, na prática, a combinação de vantagem objetiva e cuidado atento.

PRÓXIMO CAPÍTULO: JOÃO PESSOA, COM EXCLUSIVIDADES PARA SÓCIOS

O próximo movimento da empresa amplia o alcance do Mais Tauá e adiciona novas possibilidades ao calendário do programa. Com inauguração prevista para julho de 2026, a unidade de João Pessoa (PB) será o primeiro Tauá pé na areia, levando para o litoral nordestino a combinação de vantagem e acolhimento que caracteriza a marca.

No novo resort, os sócios Mais Tauá terão acesso privilegiado a espaços exclusivos, como o rooftop com vista para o mar, áreas diferenciadas nas piscinas, além de experiências gastronômicas reservadas para enriquecer ainda mais cada estadia.

A integração começa já na pré-abertura, com ativações e benefícios específicos do período de lançamento. A chegada do Tauá ao Nordeste aproxima o programa de públicos que buscam o litoral e abre espaço para parcerias locais que ampliam a vivência do hóspede.



Tauá Resort & Convention João Pessoa (em construção) - imagens meramente ilustrativas

ESTUDOS DESVENDAM O POTENCIAL BILIONÁRIO DA PROPRIEDADE COMPARTILHADA NO BRASIL

Pesquisas publicadas este ano revelam a consolidação do mercado, com segurança jurídica, sinergias estratégicas e construção de credibilidade, apresentando uma grande capacidade para atrair investidores

O ano de 2025 apresentou cinco importantes estudos sobre a propriedade compartilhada, trazendo não apenas o crescimento, mas também mostrando que a credibilidade do mercado vem sendo construída não com expectativas, mas sobre uma base de dados apurados. Neste cenário, a disponibilidade de pesquisas aprofundadas não é apenas uma vantagem, mas sim uma necessidade estratégica. Afinal, essa base de conhecimento é fundamental para apresentar um setor ao poder público e, crucialmente, para atrair o capital de potenciais investidores.

Corroborando essa necessidade de dados e análises, pesquisas e estudos publicados em 2025 por importantes entidades, como a ADIT Brasil, Sindipat e Adibra, e as empresas Caio Calfat Real Estate Consulting, Noctua, RCI e Mapie convergem para a mesma constatação: o modelo de propriedade compartilhada no Brasil é uma realidade consolidada, com crescimento vigoroso, profissionalização crescente, arcabouço jurídico e capacidade notável de gerar valor e impulsionar a criação de empregos.

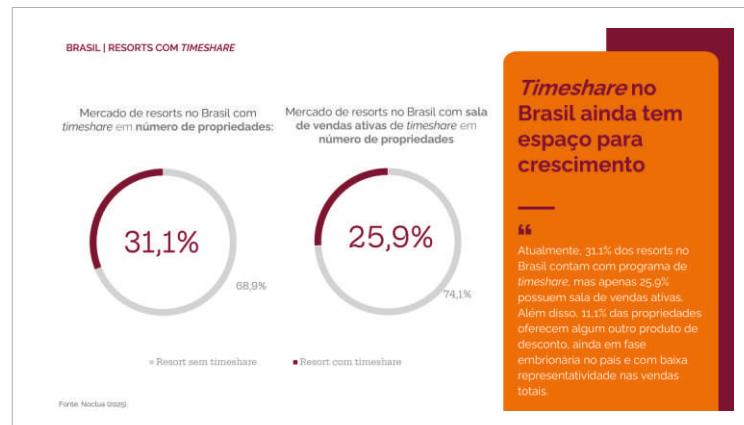
A relevância desses levantamentos aumenta significativamente neste momento, em que incorporadoras com projetos de multipropriedade enfrentam dificuldades na busca de financiamento com Fundos de Investimentos Imobiliários (FIIs). Isso se deve ao fato de que os projetos precisam, mais do que nunca, gerar confiança e credibilidade inabaláveis para atrair e reter o interesse dos investidores.

Ancorada em marcos legais específicos (Lei 13.777/2018 e Lei 11.771/2008), com uma base jurídica robusta, oferecendo segurança e minimizando riscos regulatórios, o modelo de turismo compartilhado abre o leque de oportunidades de negócios e de investimentos. Os estudos indicam um mercado ativamente monitorado, quantificado e profundamente compreendido, funcionando como uma porta de entrada estratégica para novos empreendedores e investidores.



Cenário de Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2025 - Caio Calfat Real Estate Consulting

Pesquisas comprovam crescimento do mercado



Timeshare no Brasil: Dimensionamento de Mercado e Performance - Noctua e RCI

A robustez da propriedade compartilhada no Brasil ficou evidenciada neste mês de outubro, quando a RCI divulgou um relatório, durante o evento LASOS 2025, reforçando o mercado brasileiro como o terceiro maior do mundo, atingindo US\$ 2,1 bilhões de vendas em projetos de multipropriedade e timeshare em 2024, representando 10% do mercado global. As vendas no segmento no Brasil cresceram 133% em comparação com 2019, ano pré-pandemia. O mercado brasileiro fica atrás dos Estados Unidos, com US\$ 10,5 bilhões, e do México,

que atingiu US\$ 6,2 bilhões em vendas em 2024.

Adicionalmente, a pesquisa "Cenário do Desenvolvimento de Multipropriedades no Brasil 2025", da Caio Calfat Real Estate Consulting, mapeou 216 empreendimentos de multipropriedade no Brasil, representando um Valor Geral de Vendas (VGV) potencial de quase R\$ 93 bilhões, distribuídos em projetos localizados em 97 cidades e 18 estados brasileiros, dos quais 117 já se encontram em operação. Esse salto quantitativo, que elevou o número de empreendimentos de 109 em 2020 para 216 em 2025, simboliza um notável crescimento de quase 100% em um curto período.

O diagnóstico "Timeshare no Brasil: Dimensionamento de Mercado e Performance", da Noctua e RCI, ampliou ainda mais a robustez e o potencial do segmento, apontando que há 343 empreendimentos com o modelo de propriedade compartilhada no Brasil (englobando multipropriedade e timeshare). A mesma pesquisa também revelou que apenas 31,1% dos resorts no Brasil contam com a modalidade de tempo compartilhado. Quando comparado ao mercado dos Estados Unidos, onde 89% dos resorts operam com timeshare e estes alcançam uma ocupação média anual de 80%, o estudo não apenas expõe o cenário atual, mas, principalmente, evidencia gigantescas oportunidades de crescimento para o turismo e a hotelaria no Brasil.

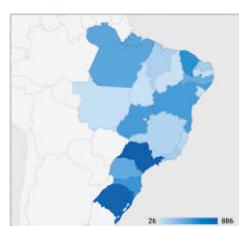
Processo de marketing e vendas bem-estruturado

Outro análise, "Panorama das Salas de Vendas de Timeshare e Multipropriedade no Brasil", da ADIT Brasil, revela um setor em franca profissionalização, com um ecossistema de vendas e captação de clientes complexo e altamente estruturado, e detalha a capilaridade do mercado, com 207 salas de vendas distribuídas em 101 cidades e 21 estados brasileiros.

A força na geração de emprego também ficou evidente neste estudo, com mais de 10 mil pessoas atuando nas salas de vendas: 6.530 profissionais diretamente envolvidos nas vendas (Captadores, Liners e Closers) e mais 4.047 em cargos de apoio. A estrutura de remuneração confirmou que os profissionais da propriedade compartilhada recebem salários superiores aos praticados em muitos outros segmentos econômicos: a remuneração média mensal de um Captador é de R\$ 6.300, de um Liner R\$ 8.600 e de um Closer gira em torno de R\$ 11.000.

Empregos Gerados na Comercialização Multipropriedade e Timeshare

Captador | Liner | Closer



Total Captadores Liners e Closers

6.530

+ Cargos de Apoio e Pós Vendas

4.047*

Estado	Total	Capt...	Liner	Closer
São Paulo	896	312	161	183
Bio. Grande do Sul	849	295	162	200
Deadi	551	205	234	112
Santo Catarina	515	204	304	107
Goias	488	198	218	80
Bahia	486	202	167	117
Alagoas	478	172	218	92
Para	431	179	163	89
Paraná	402	161	156	85
Pernambuco	381	124	173	84
Rio de Janeiro	158	69	69	20
Bio. Grande do Norte	157	56	67	34
Maranhão	142	69	46	27
Minas Gerais	123	48	48	27
Belo Horizonte	102	44	36	22
Espírito Santo	96	34	48	14
Paraíba	75	39	23	13
Mato Grosso	49	21	19	9
Saude	42	18	18	6
Pará	33	12	15	6
Sergipe	32	12	12	8
Tocantins	28	10	10	8
Plata	26	10	10	6

Panorama das Salas de Vendas de Timeshare e Multipropriedade no Brasil - ADIT Brasil

Sinergia estratégica com o entretenimento



Panorama Setorial: Parques, Atrações Turísticas e Entretenimento no Brasil - Noctua, Adibra e Sindipat

Um dos aspectos mais promissores revelados pelos levantamentos é a crescente integração entre o mercado de propriedade compartilhada e o setor de parques, atrações turísticas e entretenimento. O "Panorama Setorial: Parques, Atrações Turísticas e Entretenimento no Brasil", conduzido pelo Sindipat, Adibra e Noctua, apresenta um mercado de entretenimento que, por si só, já é gigantesco: 854 empreendimentos, 138 milhões de visitantes por ano, R\$ 8,4 bilhões em faturamento em 2024 e R\$ 12 bilhões em investimentos e reinvestimentos para 2025.

A pesquisa apontou uma sinergia estratégica entre o entretenimento e a propriedade compartilhada: 25,7% dos empreendimentos de entretenimento já possuem projetos de hotelaria, timeshare e/ou multipropriedade, um aumento significativo em relação aos 17,5% observados na edição anterior do estudo. Mais impressionante ainda é que 47,4% dos 78 novos projetos identificados (totalizando R\$ 9,4 bilhões em investimentos) já nascem com essa integração.

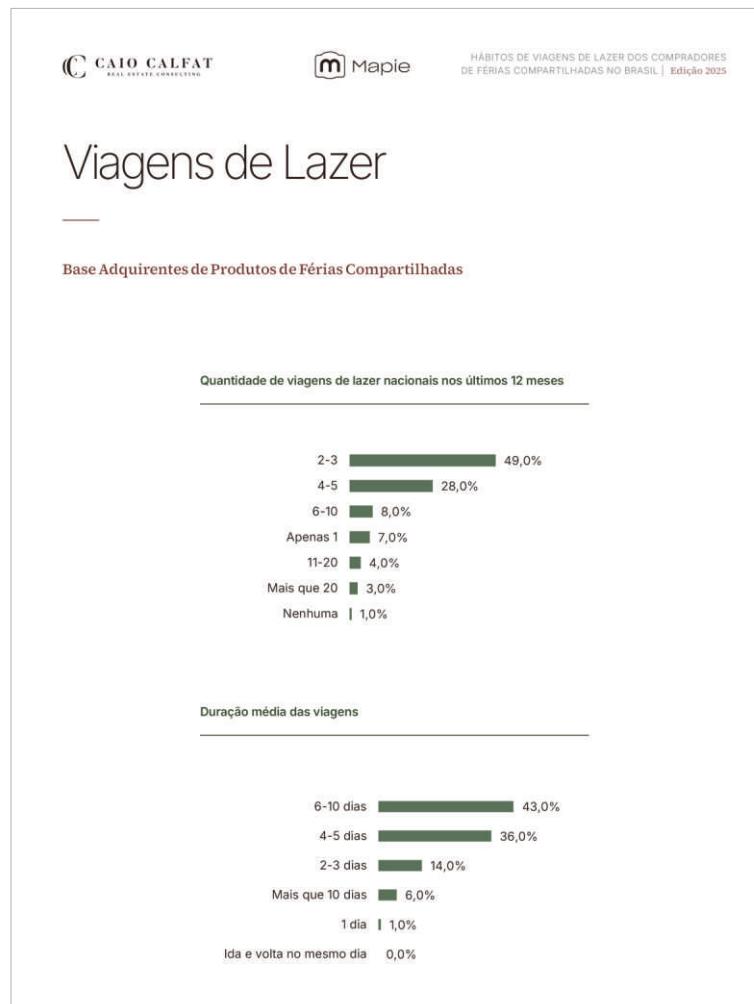
Esta é uma estratégia de valorização mútua. O entretenimento serve como uma âncora poderosa, gerando fluxo de visitantes e valorizando o empreendimento de propriedade compartilhada, enquanto o modelo compartilhado garante ocupação e receita recorrente para as operações hoteleiras e de lazer.

Essa conexão cria um modelo de negócio mais resiliente e

atraente. Parques e atrações, com sua alta rentabilidade (mais de 40% desses empreendimentos entregam entre 30% e 40% de EBITDA ao ano) e capacidade de atrair públicos amplos (principalmente famílias das classes B e C), são o motor perfeito para os projetos de turismo compartilhado. Para investidores, essa fusão representa uma diversificação de receitas e uma proposta de valor diferenciada, ancorada em experiências de lazer que são cada vez mais demandadas.

Para ir além dos indicadores de crescimento e faturamento, o diagnóstico "Hábitos de Viagens de Lazer dos Compradores de Férias Compartilhadas no Brasil", da Mapie e da Caio Calfat Real Estate Consulting, investigou a visão dos proprietários/clientes dos produtos de propriedade compartilhada, apresentando os lados positivos e negativos dos modelos de negócios e trazendo insights validosos. De acordo com os resultados, os clientes de tempo compartilhado não apenas viajam mais (49% relataram ter feito de 2 a 3 viagens nacionais nos últimos 12 meses), mas também demonstram um padrão de gasto superior nos destinos em comparação com outros viajantes. Mais especificamente, a maior parte (38%) dos respondentes que são clientes de modelos de férias compartilhadas relatou um gasto médio entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil por viagem nacional, ao passo que a maioria (28,36%) dos respondentes que não são adquirentes informou um gasto médio consideravelmente menor, situado entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00.

Pesquisas apontam desafios na propriedade compartilhada



Entretanto, é fundamental reconhecer que nem tudo se resume a crescimento. Em um movimento que reforça a credibilidade e apresenta uma visão realista e não idealizada do setor, os estudos também investigaram a fundo os desafios inerentes à propriedade compartilhada. Entre eles, destacam-se as altas taxas de distratos e inadimplência, a crucial importância do pós-venda, o custo da comercialização, a experiência na sala de vendas, o nível de satisfação com o produto e a complexidade da gestão hoteleira / condominial.

Em uma perspectiva mais abrangente, as análises fornecem o arcabouço factual e as lentes de análise necessárias para avaliar a modalidade de turismo compartilhado não como uma aposta, mas sim como uma classe de ativo mensurável e com potencial de retorno.

Porém, sob a ótica de investidores profissionais, as pesquisas ainda não preenchem todas as lacunas fundamentais para o aporte de capital. Os fundos imobiliários operam com base em dados concretos, modelos de riscos bem definidos e a necessidade de transparência e liquidez.

Dessa forma, os FIIs deverão investigar rigorosamente os detalhes – por meio de um processo aprofundado de Due Diligence – de cada projeto de propriedade compartilhada que se candidate a receber aporte de capital de investidores profissionais. O objetivo é claro: separar o promissor do sólido, o oportunista do sustentável. Cabe, portanto, a cada projeto abraçar este desafio: ir além do dever de casa, expondo com clareza sua alavancagem financeira e a real saúde de sua carteira.

A propriedade compartilhada não busca mais validação, pois já transcendeu o status de aposta para se consolidar como uma oportunidade mensurável, firmemente ancorada em pesquisas e dotada de um grande potencial de retorno. A mensagem é clara: o modelo de tempo compartilhado no Brasil é um terreno fértil para aqueles que souberem construir e cultivar a confiança por meio de dados transparentes e uma governança sólida, pavimentando, assim, um caminho de crescimento verdadeiramente sustentável.

CONFIRA ALGUNS MOMENTOS DE EVENTOS DA PROPRIEDADE COMPARTILHADA



Adriana Chaud, CEO da Tudo Consultoria, recebe o TC Awards - categoria Fractional Hotel para o **Ipioca Beach Residence & Resort**, em Maceió (AL)



Frederico Augusto, diretor executivo do Hotel Nacional, recebe premiação TC Awards - categoria Super-Hotel para o **Hotel Nacional**, do Rio de Janeiro (RJ)



Maria Izabel Coutinho, gerente comercial e pós-vendas do Solar Pedra da Ilha, recebe o TC Awards - categoria Premium Hotel para o **Solar Pedra da Ilha**, em Penha (SC)



Ricardo Pereira, gerente geral da Operadora Hoteleira e Gastronomia da Gramado Parks, recebe três premiações TC Awards: categoria Premium Hotel - **Exclusive Gramado**, categoria Fractional Hotel - **Bella Gramado**, e categoria Super-Hotel - **Buona Vita**, todos empreendimentos em Gramado (RS)



Flavia Boos, gerente de Estratégias Comerciais e Relacionamento com Clientes da Mendes Empreendimentos; e João Cazeiro, diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios na Livá Hotéis, recebem o TC Awards: categoria Boutique Hotel, para o **Brava Mundo Boutique Hotel**, na Praia Brava, em Itajaí (SC)



Gabriela Schwan, conselheira da Swan Hotéis, recebe o TC Awards - categoria Boutique Hotel para o **Jangal das Araucárias Design Hotel by Swan e Oceanic Hotéis**, em Canela (RS)



Inauguração do **InCasa Private Residence Club**, no Rio Quente Resorts, em Goiás: Bruna Apolinário, diretora de Fidelização da Aviva; Alessandro Cunha, CEO da Aviva; e Paulo Schneider, diretor de Operações da Aviva



Inauguração do **GoldenTulip Canela**, em Canela (RS): Paulo Michel, da Louvre Hotels Group, Raiani e Gabriel Schwanck, da Schwanck Empreendimentos, e Beto Caputo, da Livá Hotéis



Participantes de painel do **Multipropriedade Summit**, em Goiânia (GO): Filipe Rezende, VP de Engenharia, Hotelaria e Entretenimento do GR Group; Átila Gratião, sócio da GAV Resorts; o arquiteto Kardec Borges; José Roberto Nunes, CEO da Mundo Planalto; e o advogado Diego Amaral.

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



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



Marketing estratégico

**Multi soluções
Multi Resultados**

@dualitymkt

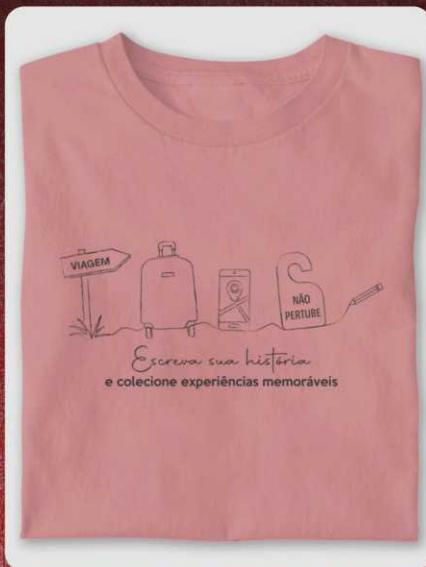
BRANDING • DESIGN ESTRATÉGICO • INBOUND/OUTBOUND MARKETING
• GESTÃO DE TRÁFEGO • MÍDIAS SOCIAIS • GESTÃO DE MARCAS



duality.com.br



CAMISETAS QUE TRADUZEM SUA ALMA



Acesse o QR Code e conheça a loja
Camisetas 100% algodão sustentável
Entrega para todo o Brasil
Parcela em até 6x sem juros