

# hotelnews

HOTELARIA GASTRONOMIA TENDÊNCIAS

Nº 400 | Setembro/Outubro 2017

57  
anos

## MERCADO LGBT a hotelaria está preparada?

Fechamento autorizado, pode ser aberto pela ECT

**entrevista**  
CLOVIS CASEMIRO  
IGLTA

**ECONOMIA E NEGÓCIOS**  
TIME SHARING, FRACTIONAL,  
CLUBES DE HOSPEDAGEM

**GASTRONOMIA**  
OTIMIZANDO SUA COZINHA

**ESPECIAL**  
HOTELNEWS CHEGA  
À 400ª EDIÇÃO



# ÍNDICE

Nº 400 | Setembro/Octubre 2017

Capa: Nito/Shutterstock

Nesta página: Grupo Rio Quente/ Divulgação

## Destaques

**14** **MATÉRIA DE CAPA**  
Turismo LGBT

**28** **ECONOMIA E NEGÓCIOS**  
Time sharing, fractional, clubes de hospedagem

**67** **SEU FORNECEDOR**  
Equipamentos, produtos e serviços





# TIME SHARING, FRACTIONAL, CLUBES DE HOSPEDAGEM

VOCÊ SABE COMO FUNCIONA CADA UM DESTES MODELOS DE NEGÓCIO?

POR JULIANA BELLEGARD

Viajar já é um hábito do brasileiro: dados do Ministério do Turismo (MTur) mostram que 22,5% dos entrevistados tem a intenção de viajar nos próximos seis meses, apesar da crise econômica pela qual o País vem passando. Isto aumenta a demanda por hospedagem, pois 49,5% destes turistas prefere acomodar-se em um hotel ou em uma pousada. Dentro deste cenário, o segmento hoteleiro vem se diversificando: há quem trabalhe com time sharing dentro de seu próprio hotel; outros preferem filiar-se a clubes de hospedagem; e ainda existem as propriedades fracionadas, que apelam para outro desejo do viajante - o de possuir um imóvel de férias. É essencial, portanto, que o mercado entenda o que são e como funcionam estes modelos de negócios.

## Multipropriedade ou fractional

Os produtos são diferentes: o time sharing e os clubes de hospedagem são hoteleiros; e as propriedades fracionadas - também chamadas de multipropriedades - são um produto imobiliário usado com finalidade turística. É um imóvel de férias dividido em frações, que são vendidas para diferentes proprietários. Estes têm direito de uso também fracionado, normalmente por semanas. Caio Calfat, consultor e vice-presidente de Assuntos Turísticos e Imobiliários do Secovi-SP, explica que o modelo surgiu como um upgrade para os imóveis de férias. "O que se oferece é a manutenção hoteleira. A com-





O Le Canton oferece o sistema de time sharing

pra é de uma fração da propriedade imobiliária. Para o viajante classe B, por exemplo, a vantagem é poder adquirir parte de um apartamento ou casa de padrão A por um preço acessível para ele. Também é um produto que não demanda do proprietário a preocupação com a manutenção e a ocupação do imóvel”, diz ele.

Os especialistas ainda apontam que há potencial para crescimento deste modelo de negócios, com a construção de novas propriedades, ampliação da estrutura do hotel, disponibilização de alguns apartamentos no sistema

fractional ou mesmo a conversão de empreendimentos hoteleiros para imobiliários. Dados da consultoria de Calfat apontaram que, de 56 projetos fracionados analisados no País, 64% deles ainda está em fase de lançamento ou construção, e abrangem desde unidades de luxo até aquelas voltadas para a classe C.

Com foco exatamente neste público de renda média, a WAM Brasil, sediada em Goiânia, hoje atua em mercados como Caldas Novas (GO), Gramado (RS), Porto Seguro (BA), Olímpia (SP), Florianópolis (SC) e Pedra Azul (ES). “O brasileiro é patrimonialista e tem o hábito de viajar, mesmo que seja para um destino próximo. A venda do fractional não gera demanda, ela deve estar alinhada com um destino e com parceiros que já tenham um público frequente”, explica Danilo Samezima, diretor de Estratégia e Novos Negócios da companhia. São R\$ 1,4 bilhão em vendas e 30 mil famílias atendidas somente em 2017. Segundo o diretor, a expectativa é que este nicho de negócios siga crescendo a uma taxa de dois dígitos.

### Produtos hoteleiros

O time sharing funciona pela aquisição antecipada de diárias de um empreendimento hoteleiro, com contratos que podem durar até 15 anos. A compra é feita por meio de pontos, e o cliente faz a troca pela utilização das diárias equivalentes no meio de hospedagem. O via-

### Complexos

É comum ver empreendimentos que unem mais de uma modalidade de negócios, como o Grupo Rio Quente, que opera além da hotelaria tradicional, produtos de time sharing - o Rio Quente Vacation Club (RQVC) - e unidades fractional de alto padrão, o InCasa Residence Club. Edson Cândido, gerente geral Experiência Vacation Ownership do grupo, explica que o time sharing representa 35% do faturamento anual do grupo e 40% da ocupação hoteleira, com dois, dos seus oito hotéis, dedicados aos clientes do programa de férias. Sua base conta com mais de 27 mil famílias ativas em 18 anos de

atuação. Já o projeto de imóveis fracionados, lançado em junho deste ano com um investimento superior a R\$ 100 milhões, atende à demanda dos próprios clientes do RQVC. “Cerca de 30% da base de clientes ativos do programa de férias possui um histórico de muitos anos de relacionamento com o grupo, realizando renovações e upgrades de seus planos e, atualmente, estão no topo da pirâmide de produtos de timeshare. O objetivo era desenvolver um novo conceito de férias em família que pudesse superar as expectativas deste público”, conta o executivo.



Caio Calfat



Maria Carolina Pinheiro



Roberto Caldas Barcelar

jante ainda tem a possibilidade do intercâmbio de suas diárias: caso não queira utilizá-las no empreendimento onde as adquiriu, pode trocá-las por hospedagem em hotéis e resorts em todo o mundo.

Com o time sharing, o consumidor consegue tarifas mais atrativas, além de ter a hospedagem de suas férias garantida. Já para os meios de hospedagem, segundo Maria Carolina Pinheiro, diretora geral da RCI no Brasil, os benefícios vão desde o incremento na ocupação até a antecipação do fluxo de caixa, o que permite que o hotel organize-se financeiramente e ainda possa aplicar este recurso em melhorias e outros investimentos na propriedade. O time

**“A venda do fractional não gera demanda, ela deve estar alinhada com um destino e com parceiros que já tenham um público frequente” - Danilo Samezima**

sharing, destaca a executiva, não é a única forma de comercialização - o hoteleiro pode trabalhá-la em paralelo às OTAs, agências de viagens, vendas diretas on e off-line.

O Hotel Le Canton, em Teresópolis (RJ), implantou o sistema há pouco mais de três anos. Segundo Eduardo Bethlem, gerente de marketing do empreendimento, cerca de 13% da ocupação é de clientes que já adquiriram suas

diárias antecipadamente pelo time sharing, e o objetivo é chegar a 25%. “O desafio dos resorts é a sazonalidade, e trabalhar com tempo compartilhado ajuda a otimizar esta ocupação”, coloca ele. “É importante que o cliente entenda a mecânica do sistema. Muitos compram e não conseguem acostumar-se com a questão do planejamento antecipado. Por outro lado, temos clientes que, além do nosso contrato, têm outros quatro”, diz o executivo.

### Regulamentação da multipropriedade

Tramita atualmente no Senado o Projeto de Lei 54/2017, elaborado com a colaboração do Secovi-SP. O texto conceitua a multipropriedade, estabelecendo não só uma relação do proprietário com o imóvel, mas também com a fração de tempo a ser utilizada. Além disso, estabelece direitos e deveres de clientes e administradores.

Caio Calfat explica que o PLS dá mais segurança jurídica às multipropriedades, tanto para os empreendedores como para os compradores. “Abordamos particularidades deste produto que não eram previstas na Lei de Incorporações Imobiliárias (4.591/64). Agora, iremos participar de uma audiência pública sobre o projeto para explicar melhor este conceito”, diz.



Para Bethlem, o time sharing aqui no Brasil atende principalmente o público de lazer, e pode ser vantajoso para diferentes perfis de hotéis. Maria Carolina Pinheiro destaca, no entanto, a importância de um estudo prévio sobre a viabilidade do negócio: o meio de hospedagem deve preparar-se para ter um fluxo de caixa negativo nos seis primeiros meses, pois é necessário um investimento na sala de vendas. "Para hotéis pequenos, o time sharing não é tão recomendado por conta do espaço necessário para esta sala, e pelo número de apartamentos disponíveis", explica ela. Localização e estrutura também são um fator importante. "É preciso ter atrativos para a família, oferecer atividades para que os hóspedes desfrutem uma semana inteira ali", completa ela.

"É importante que o cliente entenda a mecânica do sistema [time sharing]. Muitos compram e não conseguem acostumar-se com a questão do planejamento"- Eduardo Bethlem

Outro modelo de venda de diárias hoteleiras é praticado pelos clubes de hospedagem, como é o caso da Montreal Clube de Hospedagem, que em seus quase 25 anos de mercado acumula um portfólio de mais de nove mil hotéis credenciados. Neste sistema, o cliente adquire pacotes de diárias do clube, e as utiliza nos empreendimentos parceiros, tendo a vantagem de uma tarifa mais atrativa. Roberto Caldas Barcelar, superintendente comercial da companhia, explica que hoje a proposta é focar na experiência dos clientes. Isso engloba a seleção dos hotéis credenciados, que devem manter a qualidade de suas instalações e atendimento, além de parceiros de outros segmentos, como gastronomia e entretenimento - funcionando, neste caso, como um clube de vantagens, oferecendo experiências exclusivas para seus clientes.

O executivo aponta que seu público varia de famílias, pessoas com mais de 50 anos e também casais jovens, que buscam facilidades na hora de viajar. Por isso, manter um portfólio variado hotéis é importante. "Para o hoteleiro independente, o clube dá o benefício de conquistar um público que não demanda somente na alta temporada. Além disso, é muito comum que os clientes não utilizem diárias para uma longa estada de férias, mas sim para viagens de final de semana. Os viajantes têm liberdade para decidir onde e quantas diárias querem utilizar em cada viagem", conta Barcelar. ■

# GIRBAU

## Agora é o momento de RENOVAR

O progresso ao seu alcance

### SOLUÇÃO COMPLETA EM EQUIPAMENTO

Possibilidade de parcelamento\*



\*sujeito a aprovação departamento de crédito

GIRBAU do Brasil

Tucuruvi - São Paulo - Sp - Av. Guapira 499 - Cep 02265-001

Tel. 5511 2982 0446 - Fax: 5511 2982 4021

girbaudobrasil@girbau.com.br - girbau.com.br

