



# Enseada

LAGOS DE XANGRI-LÁ



SINDUSCON PREMIUM 2013 • LITORAL NORTE

CATEGORIA • CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS HORIZONTAIS POR LOTES OU EDIFICAÇÕES



WAGNERPAR



# EMPRESAS RESPONSÁVEIS

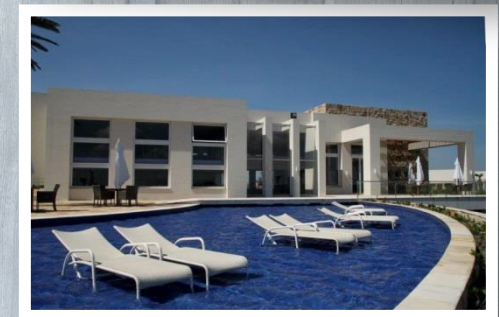


O Enseada Lagos de Xangri-lá teve sua incorporação e construção realizadas pela parceria de duas renomadas empresas do setor: **Cyrela Goldsztein** e **Wagnerpar**. Há 50 anos, a Cyrela vem trabalhando com responsabilidade, ética e coragem. Hoje, são mais de 200 mil famílias vivendo em lares construídos pela Cyrela e este número cresce junto com todos que acreditam e investem nesta empresa. Assim, mais do que solidez financeira, entrega resultados. Mais do que empreendimentos, entrega constante inovação.

A **Cyrela** é feita por pessoas e para pessoas. São mais de 10.000 colaboradores dedicados a construir projetos e relações. Todos os dias, e a cada entrega, garantindo engenharia de alto padrão e transparência. Na região Sul, a Cyrela atua por meio da Cyrela Goldsztein desde 2006.

A **Wagnerpar Urbanismo**, por sua vez, tem como principais características o espírito empreendedor e o propósito permanente de olhar além do horizonte. A vocação para a inovação e o compromisso de entender e antecipar tendências estão presentes em tudo o que faz, seja na condição de incorporadores, de parceiros empreendedores ou na condição de gestores de projetos. Esse jeito natural de ser resulta em projetos urbanísticos, arquitetônicos e paisagísticos diferenciados, que propiciam, além de conforto e segurança superiores, um prazer especial aos sentidos e uma permanente valorização patrimonial.

Desta forma, o sucesso do Enseada reflete a soma de competências e o trabalho sério de duas grandes empresas.





# CENÁRIO E JUSTIFICATIVA

A praia de Xangri-lá foi identificada como ideal para o Condomínio **Enseada** por vários motivos. Sua localização, no litoral norte do Rio Grande do Sul, a cerca de 130 km de Porto Alegre, é acessível a todos que moram na Capital, Vale dos Sinos e Serra. É uma das praias gaúchas mais charmosas do sul. Além disso, possui uma agenda social e cultural com ótimos eventos para todas as idades. A principal atividade econômica é o turismo e a construção civil, que absorve a mão de obra local, gerando empregos durante todo o ano. Atualmente, o município possui aproximadamente 14 mil habitantes na baixa temporada. Nos meses de janeiro e fevereiro, a população gira em torno de 100 mil pessoas devido a alta temporada.



Esse incrível aumento populacional no verão confirma a preferência por Xangri-lá para momentos de férias e lazer. No entanto, traz consigo os temidos problemas das grandes cidades, como trânsito intenso e violência. Tal fato explica a crescente demanda por condomínios fechados na região. Com base nesse cenário, o senso de oportunidade uniu **Wagnerpar** e **Cyrela Goldsztein** para investigar e conceber um produto inovador focado em clientes de alta renda. A pesquisa realizada indicou que o empreendimento deveria ser capaz de aliar um padrão de qualidade superior, sem perder o valor emocional da “casa de praia”, um ambiente para estar entre amigos, vivendo momentos felizes em família, desfrutando de descanso e lazer.



## UM OBJETIVO AMBICIOSO E SEUS DESAFIOS

A nova concepção de condomínio, conforme pesquisa, haveria de enfrentar o desafio de criar um produto de caráter íntimo num espaço de 700.000 m<sup>2</sup>.

A soma das expertises da **Wagnerpar**, em conceber e construir condomínios residenciais de lotes de alto padrão no litoral, e da **Cyrela Goldsztein** de conceber e construir condomínios verticais de médio e alto padrão na região metropolitana, possibilitou esse enfrentamento e o êxito na criação do **Enseada** Lagos de Xangri-lá.

Em nível de mercado, a meta foi conceber um empreendimento realmente diferenciado, de modo a conquistar a preferência da classe A, perante as demais opções de condomínio de luxo disponíveis no litoral gaúcho. Somente assim seria possível realizar o ambicioso **OBJETIVO** de comercializar 565 lotes em 6 meses.



# APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Enseada  
LAGOS DE XANGRI-LÁ

Inspirado na arquitetura do sul da Califórnia, o Enseada Lagos de Xangri-lá traz um inédito conceito de privacidade. São nove Villas com terrenos ladeados por lagos, abundância de áreas verdes, tranquilidade e segurança. A premissa fundamental que orientou o projeto urbanístico do Enseada foi proporcionar uma melhor qualidade à vida de seus proprietários.

Houve um cuidado com aspectos como segmentação do condomínio em unidades de menor densidade (quadras e Villas) e com o aproveitamento das áreas condominiais, como lagos e zonas verdes por todos os lotes. Além disso, foi privilegiado o pedestre e o traçado fluído das ruas evitando a monotonia.

O condomínio conta também com completa infraestrutura para a prática de esportes, lazer e recreação.





# APRESENTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

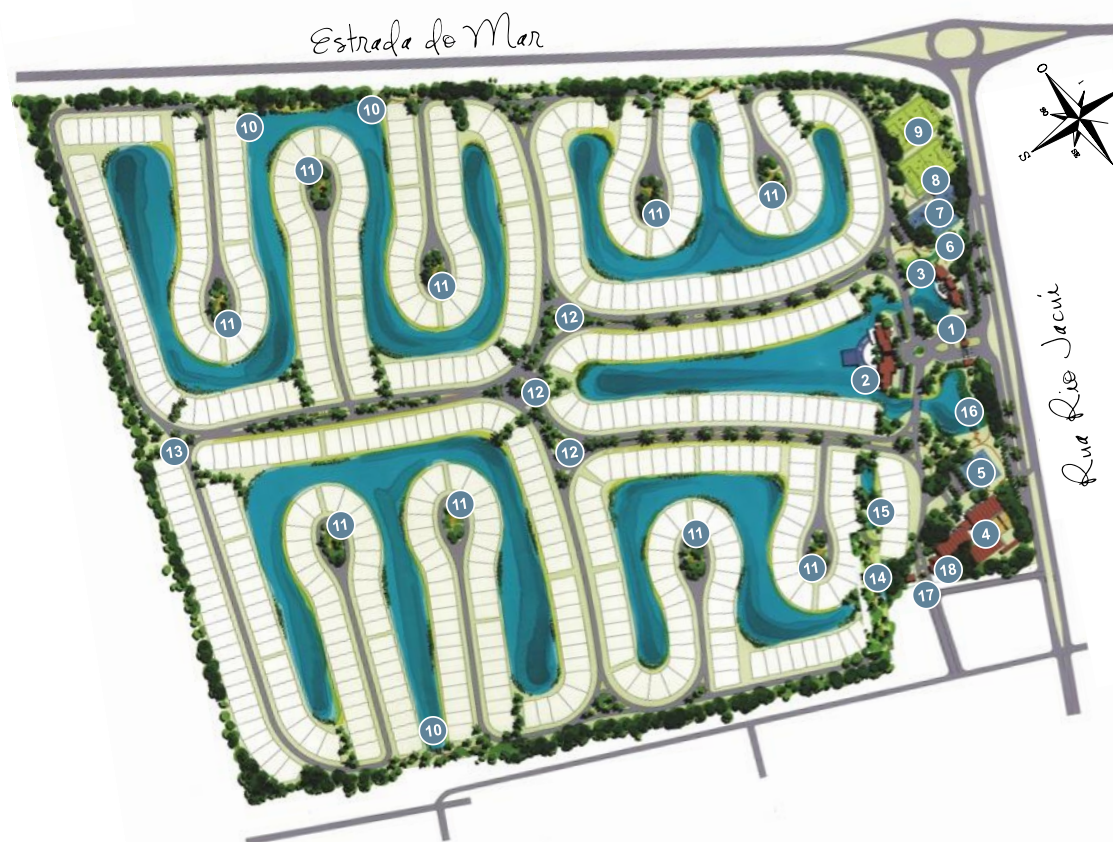


O Enseada Lagos de Xangri-lá consagrou-se como a maior e mais completa estrutura de lazer do litoral gaúcho – cercada de natureza, muito conforto e sofisticação. Abaixo a implantação e respectiva legenda contribuem para dimensionar o porte deste empreendimento.

- 1 Pórtico Principal  
Central de Administração de Proprietários e Visitantes
- 2 Club House  
Lounge da Piscina com Sala de Jogos, Brinquedoteca, Espaço Teen, Espaço Beleza, Fitness Center, Piscina Aquecida, Piscina Adulto e Infantil com “Prainha” (745m
- 3 Salão de Festas  
Espaço Gourmet e Playground Externo
- 4 Complexo Esportivo  
Três quadras de tênis cobertas (piso de saibro)  
Duas quadras de paddle descobertas  
Uma cancha de bocha coberta
- 5 Duas Quadras de Tênis (piso sintético)
- 6 Minigolf Infantil
- 7 Três Quadras Poliesportivas (piso sintético)
- 8 Lounge Esporte
- 9 Três Quadras de Futebol Society (56x40cm)
- 10 Recanto Paradoo
- 11 Praças das Villas com Playground
- 12 Praça dos Caminhos
- 13 Playground
- 14 Caminho das Águas
- 15 House Village
- 16 Trapiche Nautimodelismo
- 17 Pórtico de Serviço  
Central Adm. Funcionários e Prestadores de Serviço
- 18 Central de Manutenção e Utilidades

Área Total	Condomínio	444,600m <sup>2</sup>
	Unidades Residenciais	276.593m <sup>2</sup>
	Empreendimento	721.193m <sup>2</sup>

Lotes	Total	565 unidades
	Metragem	450m <sup>2</sup> a 755m <sup>2</sup>





# DIFERENCIAIS DO EMPREENDIMENTO



O Enseada Lagos de Xangri-lá é repleto de atrativos únicos, resultado de planejamento minucioso e competência para realizá-lo:

- **a maior e mais completa estrutura de lazer** – mais de 287.000m<sup>2</sup> dedicados especialmente para esportes, lazer e recreação, conforme detalhado na apresentação do empreendimento.
- **condições de pagamento facilitadas** – um dos fatores decisivos que impactaram de forma positiva o sucesso em vendas foram as excelentes condições de pagamento. O cliente poderia escolher desde pagamento a vista, incentivado com um bom desconto sobre o valor de tabela do imóvel, até amplo parcelamento dividido em suaves prestações.
- **máxima privacidade** – os lotes tem área mínima de 450m<sup>2</sup>, são grandes e contam com recuos generosos. As 9 Villas são circundadas por lagos magníficos e jardins exuberantes, onde nenhum terreno dá

para outro, garantindo maior privacidade e uma bela vista para o lago a praticamente todas as residências. Além disso, as Villas estão inseridas em ruas sem saída. São “cul de sacs” que acessam apenas um determinado número de casas.

- **tranquilidade e segurança** – o clube e demais áreas de lazer foram estrategicamente dispostas na entrada do empreendimento, reduzindo o trânsito interno de veículos, a fim de proporcionar uma incomparável sensação de tranquilidade a quem está em casa. Seu estacionamento dispõe 113 vagas para visitantes.
- **design conceitual** – a inspiração na arquitetura do sul da Califórnia e mexicana apresenta a volumetria em tons brancos e grandes áreas transparentes, propiciando uma integração efetiva com os lagos e o paisagismo. Uma estética sofisticada, que alia imponência e leveza.

- **conveniência** – o Condomínio possui duas entradas. O Pórtico Principal é exclusivo para a uso dos proprietários e visitantes. A Guarita de Serviços atende a administração e rotina diária dos funcionários e prestadores de serviços.
- **localização privilegiada** – o Condomínio fica na entrada de Xangri-lá, ao lado da Estrada do Mar. O acesso principal se dá através de uma importante via asfaltada.
- **urbanismo** – segmentado em unidades de menor unidade (quadras e Villas) com o aproveitamento das áreas condominiais, como lagos e zonas verdes, por todos os lotes. Privilegiou-se o traçado fluido das ruas evitando a monotonia para os pedestres no condomínio.





# ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS MERCADOLÓGICAS



O público-alvo deste empreendimento incluiu adultos, residentes no Rio Grande do Sul, com idade entre 35 e 65 anos e renda familiar acima de R\$ 20mil/mês.

Para atingir o objetivo de comercializar 565 lotes para pessoas de alta renda em uma única temporada, além de um empreendimento com alto valor agregado, foi preciso adotar duas estratégias complementares:

## a ) Marketing Ostensivo

Como o lançamento seria realizado somente em janeiro de 2009, época desfavorável para a comercialização de imóveis pois vem seguida das festas de final de ano, férias, viagens, etc., se fez necessário trabalhar fortemente a etapa de pré-venda do produto. O foco era tornar o empreendimento conhecido no mercado e objeto do desejo de potenciais clientes, imputando assim o senso de urgência necessário para que o cliente decidisse prontamente pela compra, vislumbrando a oportunidade de realizar um belo investimento. A campanha publicitária foi elaborada tendo como tema “Carpe Diem”, ou seja, “Aproveite o Momento”, que se traduziu

pela chamada “Vive la Vida”. A intensão era provocar o público a priorizar os bons momentos: como férias em família, enfim, incentivá-lo a priorizar as coisas boas da vida.

- **Mídia de Massa** | Anúncios de 3 páginas nos principais jornais da capital divulgando o empreendimento, seus diferenciais e formas flexíveis de pagamento.
- **Marketing Direto | 1º impacto**: envio de 3.000 Flyers - esta ação objetivou apresentar o empreendimento ao público-alvo. O material foi enviado via correio para o cadastro de clientes potenciais CYRELA GOLDSZTEIN.
- **Marketing Direto | 2º impacto**: envio de 5.000 Folders - o objetivo desse esforço de marketing foi reforçar a comunicação inicial trabalhando atributos do produto. Para ampliar o alvo, foi adquirido o mailing do Jornal Zero Hora e Pioneiro, incluindo os leitores que costumavam transferir a assinatura para o litoral durante o verão.
- **Evento de Pré-Lançamento** | Apresentação do empreendimento em coquetel com mais

de 500 convidados, no plantão da Cyrela Goldsztein existente no Jardim Europa em Porto Alegre. O espaço Enseada Lagos de Xangri-lá apresentava maquete e toda a ambientação do produto. O evento reuniu, além dos convidados, um gigantesco corpo de vendas, formadores de opinião e pessoas da alta sociedade. Nenhum lançamento da praia tinha adotado esta estratégia ainda. O plantão inaugurado em janeiro, complementou e consolidou esta ação inovadora no litoral.

- **Mídia Externa** | No litoral foram instalados painéis sequenciais para sinalizar a entrada do empreendimento e respectivo plantão de vendas.





# ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS MERCADOLÓGICAS

## b ) Aliança com as Imobiliárias do Litoral

Um grande exercício de mobilização foi dedicado a essas importantes parcerias, reconhecendo que elas é quem detinham o cliente comprador de praia, independente de sua origem, dedicando-lhes atenção e remuneração diferenciada, além de bonificação por desempenho. O corpo de vendas reuniu mais de 600 profissionais. Ações Promovidas:

- **Intenso Treinamento de Produto** | Evento apresentando o empreendimento a todo o corpo de vendas, bem como as políticas de incentivo para vender mais e melhor.
- **Material de Apoio** | Materiais gráficos e digitais apresentando o empreendimento de forma completa e atrativa para encantar os potenciais clientes.
- **Ambientação nos Pontos de Venda** | Decoração de acordo com o projeto arquitetônico e paisagístico do empreendimento, em Porto Alegre dentro do plantão do Jardim Europa, e no litoral a partir de janeiro dentro do próprio Club House, que foi construído antes de todo restante do condomínio para este propósito. Assim o cliente já iniciava a vivenciar literalmente vivenciar sua experiência de compra.

## • Agressivo Programa de Premiações

1º Prêmio: Chevrolet Captiva 0 km

2º Prêmio: 2 Viagens a Dubai

*Viva um dia de sol na praia  
e de por-do-sol no lago.*



**Enseada**  
LAGOS DE XANGRI-LÁ



# ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS MERCADOLÓGICAS



O Enseada Lagos de Xangri-lá foi construído com base em preceitos de sustentabilidade:

- Todo o projeto foi elaborado compensando os volumes de areia existentes no terreno, não sendo necessário importar material ou exportar excedentes, preservando a natureza.
- O paisagismo foi projetado com controle fitobiológico antes da entrega do empreendimento.
- Foram utilizados, pela primeira vez no estado, Postes de Luz de Fibra de Vidro, com conceito ambientalmente correto.
- A água dos lagos é provida pelo lençol freático e tem condições de balneabilidade. Seu excedente deságua em galeria construída até o mar, a qual beneficia também a drenagem das áreas vizinhas ao empreendimento.
- O Condomínio investiu, como cotista, em uma nova estação de tratamento de esgoto local implantada pelo município. Todo o esgoto do empreendimento é captado pela rede pública.

- Se fez necessário a construção e alargamento da Rua Jacuí, via de entrada do Município, o que beneficiou e valorizou o acesso a cidade e ao Condomínio.
- Em termos financeiros, o Valor Geral de Vendas (VGV) deste Empreendimento foi de R\$ 80 milhões. O orçamento destinado para marketing e vendas de empreendimentos desta natureza gira em torno de 4% do VGV, porém o Enseada precisou investir apenas 3%, tamanha foi a velocidade de vendas que o empreendimento atingiu.
- Em nível de recursos humanos o empreendimento contou com o envolvimento de uma equipe técnica altamente qualificada:
- Incorporação e Construção: Cyrela Goldsztein e Wagnerpar
- Projeto Urbanístico: Fork Projetos
- Design Conceitual: Mário Quintana
- Projeto Paisagístico: Kiko Smich
- Projeto e Arquitetura de Interiores: AND Arquitetura
- Projeto Estrutural Edificações: Paulo Jaeger
- Projeto Elétrico Infraestrutura: J Construções

- Projeto Elétrico Edificações: CM Engenharia
- Projeto Hidrosanitário Infraestrutura: CENPLA
- Projeto Hidrosanitário Edificações: CM Engenharia
- Projeto de Segurança Patrimonial: Allgayer Segurança Ltda.
- Publicidade e Propaganda: Dez Propaganda
- Sinalização Externa: GAD Design
- A execução da obra empregou diretamente 300 operários, enquanto o corpo de vendas desse empreendimento envolveu mais de 600 profissionais.





# RESULTADOS ALCANÇADOS

ÓTIMO PARA QUEM COMPRA. EXCELENTE PARA QUEM VENDE.

O objetivo ambicioso de vender 100% dos 565 lotes em 6 meses foi realizado em 2 meses. No mês de lançamento, o Enseada já comercializou 452 lotes, o que representa 80% do empreendimento. Foi o empreendimento mais rapidamente comercializado até hoje no litoral do Rio Grande do Sul.

O preço do m<sup>2</sup> ficou entre 10 a 12% acima do valor praticado pelo mercado na época do lançamento. Em 48 meses os lotes valorizaram-se mais de 60%, além da correção monetária.

**Aliada a excelente valorização do imóvel, os clientes do Enseada Lagos de Xangri-lá receberam o empreendimento rigorosamente dentro do prazo pré estabelecido de entrega.**

Os resultados deste empreendimento são motivo de orgulho e satisfação para a WAGNERPAR e Cyrela Goldsztein que o idealizaram, bem como a todos os profissionais e demais públicos envolvidos.

O Enseada Lagos de Xangri-lá foi e deverá continuar sendo um excelente investimento, um verdadeiro ícone de sucesso no mercado imobiliário do litoral gaúcho.



Quadra	Lote	Metragem	Preço de Venda em Dez/2009 A Vista (no lançamento)	Preço de Venda em Fev/2014 A Vista (corrigido pelo INCC)	Valores de Mercado Fev/14 A Vista (preços atuais)
A	01 a 23	456,95	195.554,63	264.168,29	480.000,00
B	43 a 55	455,59	172.660,43	233.241,27	370.000,00
C	110 a 134	452,71	156.443,70	211.334,63	340.000,00
D	01 a 26	472,5	113.517,08	153.346,47	230.000,00
E	50 a 58	453,99	157.397,63	212.623,26	340.000,00
F	33 a 52	466,48	177.430,05	239.684,40	360.000,00