

Por Patrick Bertholdo

A reconfiguração do antigo complexo do Hotel Transamérica São Paulo, na Marginal Pinheiros, virou um caso exemplar de mudança de vocação turística e urbana. No lugar de um equipamento clássico de hospedagem e convenções — estruturado para rotatividade de hóspedes, turismo de negócios e calendário corporativo — avançou um projeto de clube privado que combina esportes, entretenimento e serviços de alto padrão, financiado por títulos patrimoniais e operando em regime de associação. A transição não é apenas arquitetônica: ela altera o tipo de fluxo que chega ao bairro, o perfil de consumo e a forma como o endereço passa a dialogar com a cidade.

O Hotel Transamérica São Paulo, inaugurado em 1985, operava com 396 quartos e um centro de convenções com 23 salas, com capacidade para até 3 mil pessoas simultaneamente em eventos. Em termos de hospedagem, 396 quartos significam 396 unidades vendáveis por noite — o que, em ocupação típica (1 a 2 pessoas por quarto), colocava o hotel na ordem de 400 a 800 hóspedes por noite, variando conforme o mix de hóspedes. A marca também se posicionou como parte da infraestrutura de grandes agendas da cidade — incluindo a associação institucional ao GP do Brasil de Fórmula 1 em diversas ocasiões. Com a pandemia e a paralisação prolongada, abriu-se caminho para um redesenho completo do ativo, encerrando um ciclo que, por décadas, foi relevante para a hotelaria paulistana e para a engrenagem de eventos.

No debate público, a palavra “demolição” costuma aparecer como atalho explicativo — e é aí que a apuração precisa ser literal. Um documento técnico do CAU/SP, ao descrever o “Case Hotel Transamérica” no contexto do Beyond, registra uma intervenção de retrofit com demolições seletivas, citando a demolição de prédios de escritórios vizinhos e de “tudo o que era periférico em relação às principais estruturas”, dentro de um terreno de 70 mil m² e obra de 80 mil m². Em outras palavras: houve remoções relevantes, mas dentro de uma reorganização do conjunto — não necessariamente uma narrativa simplificada de “derrubou tudo e começou do zero”. Um detalhe que reforça a ideia de continuidade, mesmo com a mudança de programa, é a autoria: o Beyond informa que o projeto arquitetônico é do escritório aflalo/gasperini, o mesmo nome associado ao desenho do complexo original.

Do lado do projeto que entra,



Inaugurado em 1985, o hotel operava com 396 quartos e um centro de convenções com 23 salas, com capacidade para 3 mil pessoas

Turismo: menos diárias, mais títulos

A metamorfose do Hotel Transamérica em “Beyond the Club”

o Beyond The Club se apresenta como um complexo com mais de 70 mil m² de terreno e mais de 100 mil m² de área construída, com conclusão total prevista para o 1º trimestre de 2026, em regime de soft opening (com parte das áreas já liberadas a sócios). A âncora é a piscina de ondas com tecnologia Wavegarden Cove (62 módulos) e uma proposta que amplia o clube para além do surfe: a própria Wavegarden descreve o conjunto de serviços com hotel de 78 quartos, nove restaurantes, academia de 2.000 m², skatepark, spa, centro de fisioterapia, wine cellar, jazz bar e nightclub — além de quadras de beach tennis, tênis, padel e squash, e escola/loja de surfe.

É nessa combinação — ondas consistentes em ambiente urbano + ecossistema de clube — que o Beyond se diferencia em termos de produto turístico contemporâneo, mesmo sendo um equipamento de acesso restrito. O projeto ainda inclui um centro de esqui e snowboard indoor com equipamentos da SkiMachine, marca holandesa que o próprio empreendimento descreve como referência internacional de simulação para diferentes níveis, do iniciante

ao avançado. O efeito prático é ampliar a lógica de uso do espaço para além da sazonalidade climática e do “litoral de fim de semana”, compondo um cardápio de experiências ao longo do ano. Nesse desenho, Gabriel Medina cumpre papel central de posicionamento: mais do que endosso, o tricampeão mundial aparece como participante do projeto, reforçando a credencial esportiva e a promessa de performance associada à operação das ondas, ao lado de Filipe Toledo, também citado pelo empreendimento.

No modelo comercial, a regra é escassez planejada. O projeto prevê a emissão de até 3.000 títulos familiares, ponto repetido na comunicação institucional do clube. O preço acompanha a lógica de lotes: em 2022, reportagem registrou unidade a R\$ 630 mil e destacou a tendência de aumento conforme a venda avança. Em apurações mais recentes, o patamar “de entrada” do Beyond aparece na faixa de R\$ 700 mil, enquanto R\$ 1 milhão circula como referência de mercado — seja por dinâmica de lote/revenda, seja por comparação com outros clubes de ondas na cidade.

Para o turismo, há um deta-

lhe objetivo — e frequentemente mal compreendido — na questão dos leitos. Embora o hotel tradicional tenha deixado de ser o eixo do empreendimento, o complexo não elimina completamente a hospedagem: a Wavegarden descreve a presença de um hotel com 78 quartos como parte do pacote de serviços do Beyond. A dinâmica, porém, não se confunde com hotelaria aberta. O Beyond trata essas acomodações como suítes exclusivas para pernoite dos sócios, indicando um modelo de hospitalidade integrada ao clube — com reserva, regras internas e disponibilidade condicionada ao uso do associado, e não uma operação convencional de venda de diárias ao mercado.

No eixo cultural, a principal peça de continuidade — e reposicionamento — é o teatro. O antigo Teatro Alfa foi rebatizado como BTG Pactual Hall, e a operação passou a comunicar uma curadoria “plural”, com programação que inclui shows, musicais, concertos, peças, balés e comédia. Em capacidade, o dado oficial do BTG Pactual Hall indica 1.084 lugares na sala principal, quase idêntico ao Alfa. Para 2026, o próprio BTG Pactual Hall informa a inauguração de uma segunda sala com 200 lugares, voltada a formatos menores. E há um componente de formação profissional associado ao projeto: reportagens registraram a oferta de cursos gratuitos para profissionais da economia

criativa, com possibilidade de absorção pela operação cultural.

O debate, portanto, não se resolve em slogan — e ganha densidade quando se observa a natureza da troca. Um hotel com quase 400 unidades e vocação para convenções tende a operar como motor de rotatividade: hóspedes, eventos, fornecedores e uma cadeia de serviços que se espalha para fora do perímetro. Um clube desse porte opera como motor de recorrência: o consumo se organiza a partir do associado, com frequência programada, e com maior parte da experiência acontecendo “dentro” do complexo — ainda que o teatro funcione como elemento de abertura e irradiação de público.

Em última instância, a comparação completa entre “antes” e “depois” exige números que ainda não estão plenamente publicizados — sobretudo em emprego operacional e efeitos fiscais locais. O que já é verificável, porém, é a mudança de matriz: menos hotelaria convencional como eixo do endereço e mais entretenimento e lazer estruturado, com um teatro requalificado e uma âncora esportiva de escala rara no país. Se o Transamérica alimentava a cidade pela circulação de hóspedes, o Beyond será medido, ao longo de 2026, pela capacidade de produzir fluxo por experiência, e pela forma como esse fluxo — seletivo por desenho — se conecta ao entorno e ao ecossistema turístico paulistano.