

DOCUMENTO OPERACIONAL · USO INTERNO · NÃO DISTRIBUIR

# BRIEFING VISITA TÉCNICA.

---

Tauá Resort & Convention Alexânia. Munição operacional para extrair informação de hotelaria, ticket, ocupação e operação real durante a visita técnica em apoio ao posicionamento do L'Acqua Marina Home Resort.

CLIENTE-ALVO: **L'Acqua Marina Home Resort**

VISITA: **Tauá Resort & Convention Alexânia · BR-060 km 23**

OBJETIVO: **Capturar referências operacionais e hotelaria pra elevar o produto L'Acqua**

# O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR.

---

---

|     |  |   |
|-----|--|---|
| I   | QUEM É A REDE TAUÁ                       | → |
| II  | TAUÁ ALEXÂNIA EM NÚMEROS                 | → |
| III | TAUÁ VS L'ACQUA · CATEGORIAS DIFERENTES  | → |
| IV  | 20 PERGUNTAS-BOMBA PRO INVESTIDOR        | → |
| V   | VOCABULÁRIO HOTELARIA · NÃO DAR BANDEIRA | → |
| VI  | ANTI-SCRIPT · O QUE NÃO FALAR            | → |
| VII | PONTOS DE ATENÇÃO VISUAL + CHECKLIST     | → |

---



# REDE TAUÁ. RESORT FAMÍLIA, PENSÃO COMPLETA.

---

Rede brasileira independente, posicionada em **resort de hotelaria família** com pensão completa e all-inclusive sazonal. Não é multipropriedade. Não é Home Resort. É hotelaria operada 365 dias com diária e tarifa balcão.

## UNIDADES DA REDE

- Caeté/MG · unidade fundadora, pé na Serra do Curral
- Atibaia/SP · corredor SP-MG, foco famílias paulistas
- Alexânia/GO · caçula, inaugurada 2021, foco Centro-Oeste

## MODELO DE RECEITA

Diária com pensão completa (3 refeições). Bebidas e extras à parte fora dos meses de all-inclusive. Tarifa varia entre R\$ 900 e R\$ 2.000+ por diária família, dependendo da época.

## POSICIONAMENTO DE MERCADO

"Resort para toda a família". Concorre com Mavsá, Tauá e poucos outros resorts all-inclusive nacionais. Foco: diversão programada, brigada animação, kids club, eventos corporativos.

## O QUE ISSO SIGNIFICA PRA L'ACQUA

Tauá vende experiência de feriado. L'Acqua vende cotidiano de bem-estar. Mercados adjacentes, públicos parcialmente sobrepostos, mas categorias distintas. O investidor da L'Acqua precisa entender o limite operacional de um resort tradicional pra valorizar o modelo Home Resort.

# O QUE A REDE JÁ DECLAROU PUBLICAMENTE.

Dados extraídos de canais oficiais e portais de reservas. Use como referência **na conversa**; pergunte ao investidor o que está atrás dos números: ocupação real, mix família/corporativo, custo operacional.

## APARTAMENTOS

**424**

UHs · superior, suíte, varanda

## CAPACIDADE TOTAL

**1.500**

hóspedes simultâneos · ocupação max

## ÁREA CONSTRUÍDA

**62 mil m<sup>2</sup>**

em terreno de 3 milhões m<sup>2</sup>

## CENTRO CONVENÇÕES

**3.800**

pessoas · salão divisível 2.000 pax

## RESTAURANTE PRINCIPAL

**630**

lugares · mais 8 bares pelo resort

## ÁREAS DE LAZER

**13 mil m<sup>2</sup>**

indoor + outdoor · 15 jacuzzis

## DISTÂNCIA DE BRASÍLIA

**50 min**

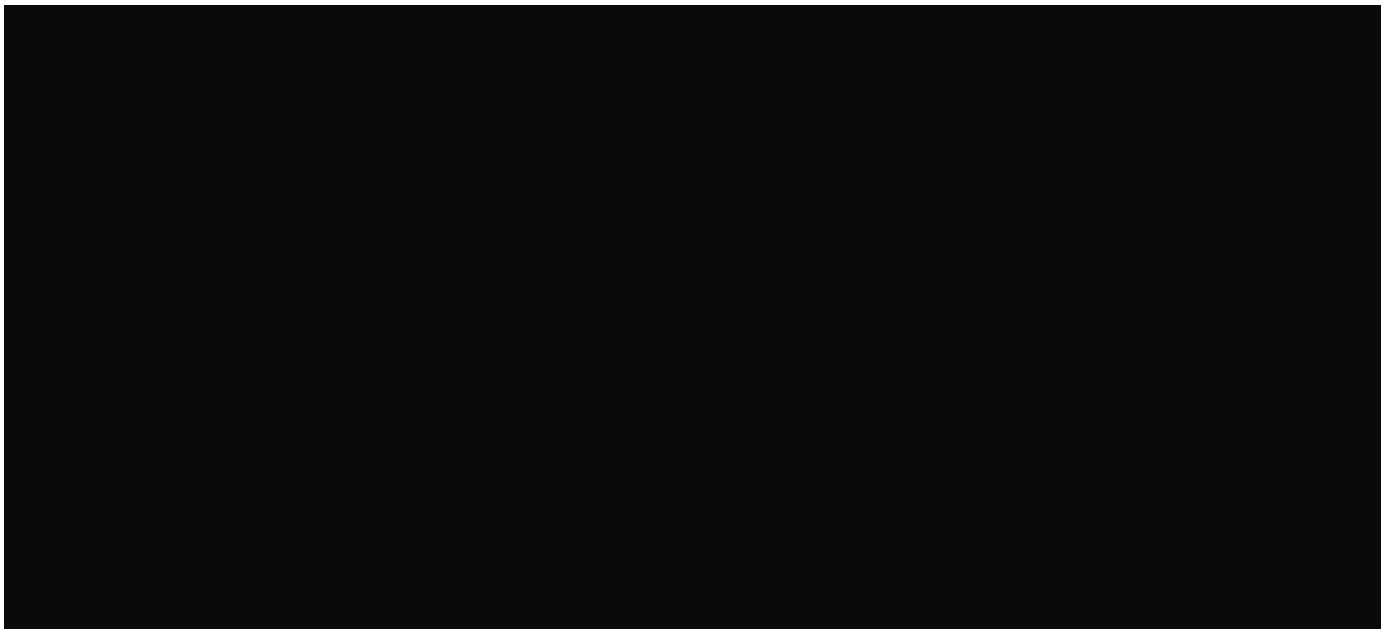
BR-060 km 23 · 1h20 de Goiânia

## DIÁRIA ALL-INCLUSIVE\*

**R\$ 2 mil**

2 ad + 2 cri · julho 2024 · referência

\*A all-inclusive opera só em janelas sazonais (férias jul/ago). Fora disso é pensão completa pura. Confirmar política 2026 com Rafael ou Nelson durante a visita.



# NÃO É CONCORRENTE. É CATEGORIA DIFERENTE.

---

Esta é a chave estratégica da visita. Tauá é hotelaria. L'Acqua é Home Resort. Quem confunde os dois perde a venda. Tauá serve de **referência operacional** (F&B, áreas comuns, brigada de animação) e como **contraste de modelo** (uso 3 dias por ano vs cotidiano de bem-estar 4 semanas/ano escriturado).

---

## MODELO

**Tauá Alexânia:** hotelaria 365 dias. Diária balcão. Sem propriedade.

**L'Acqua Marina:** Home Resort. Escritura real. 8 famílias por chalé. 4 semanas/cota/ano.

---

## TICKET DE ENTRADA

**Tauá Alexânia:** R\$ 900 a R\$ 2.000+ por diária família. Recorrente toda viagem.

**L'Acqua Marina:** R\$ 30.000 família. Uso vitalício escriturado, sem repagar diária.

---

## PROMESSA DE USO

**Tauá Alexânia:** feriado animado. Brigada, baile, kids club, programação intensa.

**L'Acqua Marina:** cotidiano de bem-estar. Manhã, água, família, sono, caminhada.

---

## ARQUITETURA

**Tauá Alexânia:** bloco hoteleiro convencional. Quartos modulares. Saguão central.

**L'Acqua Marina:** chalé A-Frame. Estrutura triangular até o deck. Identidade visual única.

---

## LOCALIZAÇÃO

**Tauá Alexânia:** BR-060 km 23. Cerrado interior. Sem corpo d'água principal.

**L'Acqua Marina:** Lago Corumbá IV. Beira d'água escriturada. Abadiânia/GO.

---

## MECANISMO LEGAL

**Tauá Alexânia:** reserva hoteleira. Sem direito real.

**L'Acqua Marina:** Lei 13.777/2018. Multipropriedade escriturada em cartório.

---

# PERGUNTAS QUE ABREM O JOGO REAL.

---

Não pergunte o óbvio (capacidade, estrutura, cardápio). Pergunte o que **nenhum folder responde**: ocupação real, ticket médio, custo operacional, ponto de equilíbrio, governança. Investidor experiente abre o jogo se sentir que está conversando com par.

---

01 **Ocupação real média anual?** Não a publicada: a real. (RevPAR ajuda a triangular.)

---

02 **Qual o ticket médio por hóspede por noite** incluindo F&B fora do all-inclusive?

---

03 **Mix de receita:** hospedagem · F&B · eventos · day-use. Em quanto o convention puxa o resultado?

---

04 **Sazonalidade:** meses de pico, meses de vale, ocupação mínima nos vales?

---

05 **Custo de operação 365 dias** de uma área comum desse porte? Energia, água, manutenção, brigada?

---

06 **Quantas pessoas no time fixo?** Quantas terceirizadas? Como gerencia turnover?

---

07 **Ponto de equilíbrio mensal** em ocupação? Quantos pernoites pagam a folha?

---

08 **Captura de receita por origem:** direto, OTAs (Booking, Decolar), corporativo. Qual margem cada um?

---

09 **Vai aplicar all-inclusive permanente** ou só janela sazonal? Por quê?

---

10 **Como é a governança operacional?** Diretor geral, gerente de hotel, gerente de A&B?

---

# DA OPERAÇÃO REAL AO MERCADO REAL.

---

- 
- 11 **Quem é o hóspede frequente** de Tauá Alexânia? CEP, faixa etária, ticket de família, frequência de retorno?
- 
- 12 **Por que escolheram Alexânia** e não Caldas Novas, Pirenópolis, Rio Quente? Qual a leitura de catchment?
- 
- 13 **Convenções corporativas:** quantos eventos por mês? Ticket médio? Qual fatia do ano em pacotes corporativos?
- 
- 14 **F&B fora pacote:** quanto o hóspede gasta acima da diária? Política de upsell?
- 
- 15 **Como mede satisfação?** NPS? Reviews Booking? Pesquisa interna? Com qual cadência?
- 
- 16 **Reinvestimento:** qual percentual do EBITDA volta pra área de lazer, F&B, manutenção? Plano de capex?
- 
- 17 **Marketing:** agência? Mídia paga vs orgânico? CAC e LTV trabalhados?
- 
- 18 **Concorrência regional:** como vê Mavsa, Mabu Thermas, Quality Suites Pirenópolis? Onde se diferencia?
- 
- 19 **Crise hídrica e energética:** já impactou operação? Como mitigou? Custo extra?
- 
- 20 **Se começasse hoje do zero**, o que faria diferente? *(pergunta de fechamento: abre vulnerabilidade e dá o melhor insight da visita)*
-

# FALE A LÍNGUA DA OPERAÇÃO.

Use os termos certos no momento certo e o investidor abre o jogo. Use errado e ele fecha. Memorize esta lista antes de entrar.

---

**REVPAR Receita por apartamento disponível (Revenue per Available Room)**

Métrica-mãe da hotelaria.  $RevPAR = ADR \times Ocupação$ . Tauá Alexânia em 60% de ocupação anual com ADR de R\$ 700 dá RevPAR ~R\$ 420. Pergunte direto: "qual o RevPAR de vocês?"

---

**ADR Tarifa média diária (Average Daily Rate)**

Preço médio cobrado por noite vendida. Difere da diária balcão porque inclui descontos, pacotes e OTAs. Pergunte: "qual a ADR média no ano?"

---

**occ Ocupação (Occupancy)**

Percentual de UHs vendidas sobre disponíveis. 60% é mediano para resort interior; 75%+ é forte. Pergunte: "qual a ocupação média 12 meses?"

---

**GOP Resultado operacional bruto (Gross Operating Profit)**

Receita menos custo operacional, antes de impostos e depreciação. Indicador de eficiência da operação. 30%+ é bom em resort.

---

**F&B Food & Beverage**

Linha de negócio de alimentos e bebidas. Costuma representar 30 a 45% da receita total em resort. Tem margem menor que UH mas é grande captador.

---

**MICE Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions**

Mercado corporativo de eventos. Tauá tem centro convenções pra 3.800 pessoas: MICE é provável que seja receita relevante. Pergunte mix MICE vs lazer.

---

# POSICIONAMENTO TRAVADO. SEM CONCESSÃO.

---

Tudo o que sair da sua boca em frente ao investidor entra no posicionamento.  
Vocabulário errado custa autoridade.

## NÃO FALAR

---

"**Cota**" · vira multipropriedade financeira na cabeça dele.

---

"**Multipropriedade**" · só se ele usar primeiro. Categoria poluída por Hurst e Bloxs.

---

"**Chalet**" · francês genérico. Use sempre **A-Frame**.

---

"**Premium**" como hero · palavra capturada por concorrentes.

---

"**Tranquilidade · paz · silêncio**" · território saturado. Use **bem-estar**.

---

"**Caldas Novas**" · não é referência. É outra categoria de turismo.

---

"**Luziânia**" · nunca. É Abadiânia/GO.

---

"**Investimento que rende**" · sem disclaimer. Vira problema CVM.

---

"**Concorrente do Tauá**" · você apaga sua própria diferenciação.

---

"**Squad Film**" como pessoa · assine sempre como direção.

## FALAR

---

"**Home Resort**" · categoria nova. Repetir até virar ouvido.

---

"**Bem-estar**" · palavra de posicionamento L'Acqua.

---

"**A-Frame**" · arquitetura é identidade visual.

---

"**Lago Corumbá IV · Abadiânia/GO**" · sempre os três juntos.

---

"**Cinema de Performance**" · categoria Squad Film.

---

"**Vídeo como ativo de conversão**" · não como custo criativo.

---

"**Cotidiano de bem-estar**" · promessa de uso real.

---

"**Escritura real, fração de patrimônio**" · só se Lei 13.777 surgir naturalmente.

---

"**Casa que você usa de verdade**" · contraste com 2ª casa tradicional.

---

"**Direção · Squad Film ®**" · assinatura institucional.

---

# O QUE OBSERVAR. O QUE LEVAR.

---

## OBSERVAR (REFERÊNCIA OPERACIONAL)

- Fluxo de check-in: tempo, ritmo, gargalo
- Áreas comuns: ocupação, ruído, sinalização
- F&B: organização buffet, mise en place, brigada
- Limpeza: cadência, equipe, padrão
- Brigada de animação: posição, ritmo, sobrecarga
- Acessibilidade: rampa, banheiro PCD, sinalização
- Iluminação golden hour 17h-18h: onde a luz cai melhor
- Áreas mortas: onde o resort fica vazio mesmo cheio

## OBSERVAR (REFERÊNCIA CRIATIVA)

- Como Tauá fotografa as áreas comuns no marketing
- Padrão de áudio em vídeos institucionais
- Tom de voz nos comunicados internos (placas, totem)
- Identidade visual: paleta, fotografia, hierarquia
- Elementos de bem-estar ativo (yoga, caminhada, água)
- O que falta lá que faz sobrar oportunidade pra L'Acqua

## CHECKLIST MATERIAL A LEVAR

- Bloco A5 + caneta (anotação rápida)
- Câmera DSLR + lente 35mm (referência rápida)
- Celular com gravador on (autorização prévia)
- Esta apostila + o briefing apresentação
- Cartão de visita Squad Film

---

Após a visita: rodar consolidado de campo no mesmo dia, registrar números obtidos, fotografar referências. Subir tudo em 02-LACQUA-MARINA/visita-taua/ dentro de 24h. Repassar 3 maiores aprendizados ao Nelson e Rafael no grupo WhatsApp.

CONTATO: [squadfilm.com](http://squadfilm.com) · [@squadfilme](https://www.instagram.com/squadfilme)

DIREÇÃO: **Squad Film** ® · Cinema de Performance