

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	→ 03
II	TAUÁ ALEXÂNIA EM NÚMEROS	→ 04
III	TAUÁ VS LACQUA — CATEGORIAS DIFERENTES	→ 05
IV	20 PERGUNTAS-BOMBA PRO INVESTIDOR	→ 06-07
V	VOCABULÁRIO HOTELARIA — NÃO DAR BANDEIRA	→ 08
VI	ANTI-SCRIPT — O QUE NÃO FALAR	→ 09
VII	PONTOS DE ATENÇÃO VISUAL + CHECKLIST	→ 10

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 Mavsa, 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, suite, varanda

CAPACIDADE TOTAL

1.500

hóspedes simultâneos · ocupação max

ÁREA CONSTRUÍDA

62 mil m²

em terreno de 3 milhões m²

CENTRO CONVENÇÕES

3.800

pessoas · salão divisível 2.000 pax

RESTAURANTE PRINCIPAL

630

lugares · mais 8 bares pelo resort

ÁREAS DE LAZER

13 mil m²

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).

EIXO

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.

EIXO

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.

EIXO

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.

EIXO

Arquitetura

TAUÁ ALEXÂNIA

Bloco hoteleiro convencional. Quartos modulares. Saguão central.

L'ACQUA MARINA

Chalé A-Frame. Estrutura triangular até o deck. Identidade visual única.

EIXO

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.

EIXO

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 Mavsá, 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.

"**Matheus Filipe**" — anonimato. Assine sempre **Squad Film**.

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-2026-04-28/** dentro de 24h. Repassar 3 maiores aprendizados ao Nelson e Rafael no grupo WhatsApp.