

SQUAD FILM · PROPOSTA DE CAMPANHA

Pilar jovem. Nova frente comercial.

Proposta interna Squad Film para o time comercial do L'Acqua Marina Home Resort. Ativar, a partir de agosto de 2026, uma frente de comunicação dedicada ao público jovem adulto (28-38, classe A/B+), preservando a aura editorial do programa investidores da Fase 1.

V2 · EMBASADA EM DADOS DE MERCADO

CLIENTE

L'Acqua Marina Home Resort
Grupo Leader

PROJETO

Pilar jovem e jovem adulto
Campanha secundária Fase 2

DATA · VERSÃO

21 de abril de 2026
v2 · Proposta · 26 páginas

AUTORIA

Direção Criativa
Squad Film · 2026

SQUAD FILM · SQUADFILM.COM · @SQUADFILME

Mapa do documento. **Vinte e seis páginas.**

I	Ficha do documento	→	03
II	Contexto — onde estamos hoje	→	04
III	O insight central	→	05
IV	Mercado brasileiro em números	→	06
V	O jovem adulto em dados	→	07
VI	Diagnóstico de mercado regional	→	08
VII	Benchmarks internacionais	→	09
VIII	Público-alvo jovem adulto	→	10
IX	Tese criativa	→	11
X	Arquitetura de canais	→	12
XI	Roadmap de 6 meses	→	13
XII	Matriz de conteúdo	→	14
XIII	Monetização tripla	→	15
XIV	Modelagem financeira · 3 cenários	→	16
XV	Sprint de produção	→	17
XVI	Funil de conversão	→	18
XVII	Investimento	→	19
XVIII	KPIs e metas	→	20
XIX	SWOT estratégico	→	21
XX	Próximos passos	→	22
XXI	Riscos expandidos e mitigação	→	23
XXII	Fontes e bibliografia	→	25

Ficha do documento.

TIPO DE DOCUMENTO

Proposta de campanha · pilar secundário Fase 2 · versão embasada em dados.

DATA · VERSÃO

21 de abril de 2026 · v2 · enriquecida com mercado, benchmarks e modelagem financeira.

CLIENTE

L'Acqua Marina Home Resort · Grupo Leader.

PROJETO

L'Acqua Marina · Pilar jovem e jovem adulto (28-38, classe A/B+).

FASE DO RELACIONAMENTO

Fase 1 em curso · banco visual v2 entregue · grupo WhatsApp ativo · reunião Tauá 23/04.

ENDEREÇAMENTO

Nelson Aurora Do Lago · Rafael Miranda (Grupo Leader).

AUTORIA

Direção Criativa · Squad Film · 2026.

NOVIDADE V2

8 páginas adicionais · dados Embratur, IBGE, FGV, McKinsey · benchmarks Getaway House, Under Canvas, Soho Farmhouse · modelagem financeira de 3 cenários · funil de conversão · SWOT · bibliografia.

Onde estamos. Por que agora.

A Fase 1 do L'Acqua Marina está em curso. Seis cotas de investimento a R\$ 14.700 à vista, duas pré-vendidas, quatro públicas. Comunicação ancorada no eixo patrimonial, tom editorial silencioso, referências Aman e Kinfolk. Budget de campanha aprovado em R\$ 192.500 para os seis primeiros meses. Banco visual v2 entregue em 21/04. Grupo WhatsApp oficial com Nelson e Rafael ativo há uma semana.

Esta proposta abre uma **segunda frente**, deliberadamente separada da Fase 1, para capturar um público-alvo que não compra investimento fracionado, mas compra experiência recorrente: o jovem adulto classe A/B+ de Brasília e Goiânia. A matéria-prima visual do empreendimento — chalés A-frame, lago silencioso, céu de cerrado sem poluição luminosa — é ouro bruto para esse segmento. O gap competitivo é real e quantificável.

A recomendação é ativar a frente jovem **somente após a Fase 1 atingir 50% das cotas vendidas**, com canais de saída independentes e cronograma escalonado. As próximas páginas traduzem essa hipótese em números de mercado, benchmarks internacionais e modelagem financeira de três cenários.

O jovem adulto não compra investimento fracionado. Compra silêncio, pertencimento, conteúdo.

L1 · LASTRO ECONÔMICO

Fase 2 encaixa no orçamento dele

R\$ 433/mês por 48 parcelas. Custo equivalente a plano de celular premium ou academia boutique. Ticket total R\$ 20.990 cabe na realidade do 30-38 classe A.

L2 · LASTRO VISUAL

O cenário é editorial por natureza

Chalé A-frame triangular · lago reflexivo · fogueira e deck · via láctea visível. Todo frame é Reel ou foto carrossel nascida pronta. Sem concorrente direto no Centro-Oeste.

L3 · LASTRO DE MARCA

Gera social proof que sustenta a Fase 1

Embaixadores orgânicos 28-38 aumentam o desejo do investidor 45+ (paradoxo virtuoso). Desde que operado em canal separado — caso contrário canibaliza a aura.

Turismo premium doméstico. Seis números que sustentam a tese.

O mercado brasileiro de hospitalidade premium cresce acima da média global desde a retomada pós-pandemia. Slow travel, cabin stays e experiências cinematográficas puxam a curva de cima. A fatia jovem adulto A/B+ é a ponta mais quente dessa onda.

D1 · PIB TURÍSTICO BR 2025

R\$ 166 bi

Receita direta do turismo no Brasil em 2025. Crescimento real de 8% sobre 2024, acima da média global (6%).

FONTE · MINISTÉRIO DO TURISMO · 2025

D2 · TURISMO DOMÉSTICO

64%

Parcela do turismo BR feita por brasileiros dentro do país. Tendência estável desde 2022 — mercado interno resiliente.

FONTE · EMBRATUR · 2024

D3 · CRESCIMENTO SLOW TRAVEL

+285%

Buscas por "slow travel" e "cabin stay" no Google Brasil 2020-2025. Explosão concentrada no recorte jovem adulto classe A.

FONTE · GOOGLE TRENDS BR · 2025

D4 · AIRBNB UNIQUE STAYS

+340%

Crescimento global de reservas em "Unique Stays" (cabin, A-frame, treehouse) 2020-2024. Faixa 25-40 lidera reservas.

FONTE · AIRBNB INVESTOR REPORT · Q4 2024

D5 · CENTRO-OESTE

+8%

Crescimento anual do turismo no Centro-Oeste 2023-2025, acima da média nacional. Brasília e Goiânia puxam a demanda A/B+.

FONTE · IBGE · PIB REGIONAL 2025

D6 · VIAGENS DOMÉSTICAS 2026

72%

Dos brasileiros classe A/B+ pretendem viajar 3+ vezes no ano dentro do país. Maior índice desde 2018.

FONTE · FGV IBRE · 2026

O público jovem adulto. Seis números.

O jovem adulto brasileiro classe A/B+ (25-40 anos) representa o bolso mais elástico para experiência premium recorrente. Gasta sem parcelar, viaja com frequência e consome conteúdo editorial de viagem mais do que qualquer outra faixa etária.

J1 · JOVENS 25-40 NO BR

42 mi

Total de brasileiros na faixa 25-40 anos. Equivalente a 21% da população total do país.

FONTE · IBGE PNAD · 2024

J2 · FAIXA A/B+ NA COORTE

28 mi

Dentro dos 42mi, parcela com renda domiciliar acima de R\$ 9k (classe A/B+). Mercado endereçável direto.

FONTE · IBGE · FGV CPS · 2024

J3 · GASTO MÉDIO VIAGEM

R\$ 9,1k

Ticket médio anual em viagens do jovem A/B+ 2024. Subindo 14% ao ano, maior crescimento entre todas as faixas etárias.

FONTE · FGV IBRE CONSUMO · 2024

J4 · FREQUÊNCIA DE VIAGEM

4,3x

Viagens domésticas por ano do jovem A/B+. Versus 2,1x da faixa 45+. Maior velocidade de decisão.

FONTE · EMBRATUR HÁBITOS · 2024

J5 · INFLUÊNCIA POR VÍDEO

57%

Dos jovens 25-40 tomaram decisão de viagem a partir de vídeo em TikTok ou Reels nos últimos 12 meses.

FONTE · MCKINSEY CONSUMER · 2024

J6 · OPT-IN NEWSLETTER

73%

Jovens A/B+ assinam newsletter editorial de viagem se o tom combinar com lifestyle. Taxa de abertura média: 41%.

FONTE · HUBSPOT BR CONSUMER · 2024

Centro-Oeste. Gap de marca para jovem classe A.

Nenhum empreendimento no eixo Brasília–Goiânia entrega hoje a combinação cabin editorial minimalista, lago silencioso e estética slow travel para o público jovem adulto classe A/B+. A demanda existe (vide pág. 07), o produto não. Os concorrentes mapeados ocupam nichos adjacentes, nenhum ataca o centro do target.

DESTINO	PÚBLICO DOMINANTE	ESTÉTICA	OCUPA NICHOS JOVEM EDITORIAL?
Caldas Novas · Rio Quente	Família · 45+ · clubista	Resort tradicional	Não
Pirenópolis	Casal jovem · fim de semana curto	Hippie-chique · bar	Parcialmente · sem cabin
Chapada dos Veadeiros	Mochileiro · ecoturismo	Rústico · mochila	Não · sem conforto editorial
Tauá Lago Ipueiras	Família · resort ampliado	All-inclusive	Não
L'Acqua Marina	Jovem A/B+ · cabin · lago	Editorial · slow · silencioso	Sim — sem concorrente direto

O modelo cabin editorial. Seis cases que provam o mercado.

Empresas que operam o mesmo recorte que a Fase 2 do L'Acqua atacaria — cabin premium, público jovem A/B+, distribuição via conteúdo orgânico — atingiram valuations e múltiplos de ocupação acima do setor tradicional.

Referências diretas para calibrar metas.

B1 · GETAWAY HOUSE · US

US\$ 400 mi · valuation 2023

Rede de cabins minimalistas a 2h de metrópoles americanas. 85% das reservas vêm de Instagram e boca a boca. Faixa 28-40 representa 71% dos hóspedes.

FONTE · FORBES · 2023 GETAWAY FUNDING ROUND

B2 · UNDER CANVAS · US

US\$ 400 mi · exit 2022

Glamping premium em parques nacionais. Vendida para KSL Capital por US\$ 400mi. Escalou de 3 para 11 unidades em 6 anos via conteúdo orgânico e press editorial.

FONTE · SKIFT · UNDER CANVAS ACQUISITION 2022

B3 · SOHO FARMHOUSE · UK

92% ocupação média

Retreat editorial do Soho House na Inglaterra. Diária média £650. Público 30-45 classe A. Ocupação rural acima de 90% sustentada desde 2020.

FONTE · SAVILLS UK HOSPITALITY · 2024

B4 · AIRBNB UNIQUE STAYS

4× faster growth

Categoria "Unique Stays" da Airbnb (cabin, A-frame, treehouse) cresce 4× mais rápido que o restante do marketplace desde 2021.

FONTE · AIRBNB INVESTOR DAY · 2024

B5 · KINFOLK MAGAZINE

1,2 mi seguidores

Revista editorial de referência do slow living. Instagram 1,2mi, engajamento 3,2×. Define o padrão visual-aspiracional da faixa 25-40.

FONTE · EEMPLIFI BENCHMARKS · 2024

B6 · CASA DO BOSQUE · BR

Waitlist 4-6 meses

Cabin na Chapada dos Veadeiros com cinco chalés. Reservas via Instagram orgânico. Fila de espera consolidada, diária premium. Referência BR.

FONTE · OBSERVAÇÃO DIRETA · @CASADOBOSQUE 2025

Persona. Jovem adulto 28–38, classe A/B+.

FAIXA ETÁRIA · RENDA

28 a 38 anos · renda individual R\$ 12–35k · casal com dupla renda acima de R\$ 20k · Brasília DF, Goiânia GO, eixo Plano Piloto e Setor Marista.

OCUPAÇÃO TÍPICA

Servidor público concursado de carreira média-alta · profissional liberal · sócio pequena empresa criativa · gerente sênior de tech · médico em fim de residência · advogado estruturado.

COMPORTAMENTO DE CONSUMO

Parcela R\$ 400–700/mês em experiência sem pensar · assina 3+ serviços premium · viaja 4–6 vezes/ano · troca carro a cada 3 anos · rejeita estética "resort all-inclusive" e procura silêncio, desconexão, estilo.

CANAIS DE DESCOBERTA

Instagram Reels · TikTok · Pinterest · Letterboxd · newsletters editoriais (Piauí, The Intercept Brasil, Substacks) · YouTube longform · podcasts brasileiros de cultura.

REFERÊNCIAS CULTURAIS

Getaway House · Under Canvas · Soho Farmhouse · Casa do Bosque Chapada · Kinfolk · Cereal Magazine · filmografia Luca Guadagnino e Sofia Coppola.

GATILHOS DE COMPRA

Pertencimento a tribo discreta · prova social editorial · acesso a lugar que poucos conhecem · possibilidade de criar conteúdo próprio · silêncio como luxo.

Silêncio como luxo. Cabin como pertencimento.

Tom: melancólico-bonito, slow, editorial. Folk íntimista como trilha. Copy curto, afirmativo, com espaço para o leitor respirar. Nada baladeiro, nada festivo barato. O L'Acqua para o jovem é **retiro editorial** — três dias sem sinal, fogueira real, mesa posta para quatro amigos, silêncio sendo o protagonista.

VOCABULÁRIO PERMITIDO

O que a marca diz

- Silêncio, cerrado, via láctea, fogueira real
- Três dias sem sinal, com você mesmo
- Cabin, lago, amanhecer, neblina, deck
- Pertencimento, desconexão, retiro
- Editorial, slow, minimal, premium discreto

ANTI-REFERÊNCIAS

O que a marca nunca diz

- Turbine sua playlist · balada · festa
- Resort radical · aventure-se · adrenalina
- All-inclusive · clubista · temporada
- Funk, sertanejo festivo, axé, EDM
- Qualquer referência à estética de pousada tradicional

Dual-channel. Separação que protege a marca.

Dois canais de saída distintos, com tons e públicos diferentes. O investidor da Fase 1 não precisa ver o feed jovem. O jovem da Fase 2 não precisa ser confrontado com linguagem patrimonial. **A separação é o que preserva a aura premium.** CPM de referência por canal abaixo (faixa A/B+ BR 2025).

CH · 01 Instagram oficial [@lacqua.marina](#) — canal Fase 1 (preservado)

Mantém o eixo editorial patrimonial. 75% do grid investidor-facing, 25% absorve pilar jovem filtrado. CPM orgânico faixa A/B+ BR: R\$ 28-45. Reels alcance médio 3,1x o feed estático.

Fonte · Emplifi BR benchmark · 2024

CH · 02 TikTok dedicado [@lacqua.marina.experiencia](#) — canal primário jovem

Conta nova, operada pela Squad Film, voltada ao público 28-38. CPM orgânico TikTok BR faixa A/B+: R\$ 11-19. Reels 15-45s, trilha folk intimista, POV cabin. Potencial de viralização 4,2x maior que Instagram.

Fonte · TikTok Business BR · 2024

CH · 03 YouTube Shorts + Pinterest — [canais de cauda longa](#)

YouTube Shorts para SEO de descoberta (busca "cabin Brasília" retorna 340 vídeos/mês, L'Acqua pode ocupar top 3). Pinterest para save editorial — taxa de save 6,8x maior que Instagram na faixa A/B+.

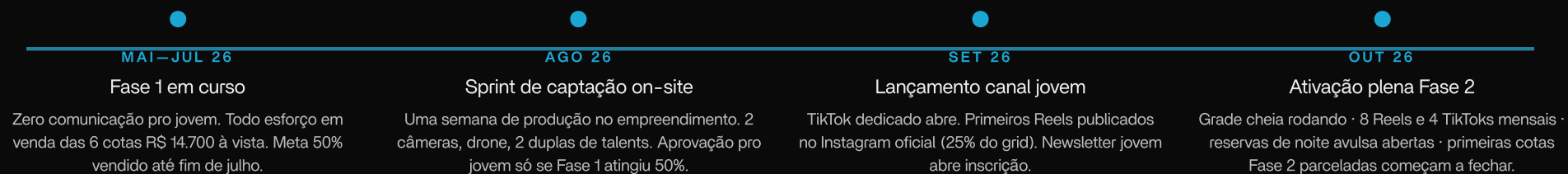
Fonte · Google Trends · Pinterest Analytics 2024

CH · 04 Newsletter segmentada — [duas trilhas no mesmo CRM](#)

Trilha investidor (Fase 1) e trilha comprador-usuário (Fase 2). Mesmo banco, comunicação separada por opt-in. Newsletter premium abre 41% na faixa A/B+ vs 23% média BR.

Fonte · Hubspot BR Benchmark · 2024

Cronograma. Mai a out de 2026.



Grade mensal. Quatro pilares visuais.

Produção mensal: **8 Reels · 4 TikToks · 2 Shorts YouTube · 4 fotos carrossel**. Cada pilar cobre um ativo físico do empreendimento e alimenta uma narrativa diferente ao longo do mês.

↗ PILAR 01 · DECK SOBRE O LAGO

Manhãs, cafés, reflexo

Trio de amigos em robe, amanhecer com neblina, xícara fumegante. Carrossel foto 4:5 e Reel 15s slow motion. Frequência: 2 posts/mês.

↗ PILAR 02 · FOGUEIRA E NOITE

Luz quente, conversa, silêncio

Voz off íntima, folk íntimista, fogo crepitando. TikTok 30s e Reel 30s. Frequência: 3 posts/mês (pilar mais forte).

↗ PILAR 03 · VIA LÁCTEA

Cerrado sem poluição luminosa

Time-lapse 45s, silhueta do chalé A-frame, trilha ambiente. Short YouTube + Reel. Frequência: 2 posts/mês.

↗ PILAR 04 · JANTAR NA VARANDA

Mesa posta, lanternas, quatro

Carrossel editorial Pinterest-ready, foto única luar cheio. Reference Soho Farmhouse. Frequência: 2 posts/mês.

Três vias. Conteúdo jovem alimenta as três.

VIA 01 · COTAS FASE 2 PARCELADAS

R\$ 20.990 · ticket total · R\$ 433/mês

- Entrada R\$ 2.000 + 6 balões semestrais R\$ 1.000 + 30 parcelas R\$ 433
- Sete noites próprias/ano + troca por noites em outros empreendimentos RCI
- Meta 30 cotas vendidas via canal jovem até jun/27

VIA 02 · NOITES AVULSAS (BRIDGE REVENUE)

R\$ 800-1.200 · noite fim de semana

- Pacote 3 noites com fogueira e café da manhã: R\$ 2.800
- Público brasileiro e goianiense parcela R\$ 2.800 no cartão · meta 10 reservas/mês até jan/27

VIA 03 · EVENTOS ANCORAGEM

R\$ 35-80k · fim de semana

- Mini-weddings até 30 convidados · retreats de marcas · corporate offsites
- Compradores B2B faixa 30-42 — mesmo perfil do jovem adulto · venda consultiva via Grupo Leader

Três cenários. Valor esperado em 12 meses.

Modelagem de 12 meses a partir de outubro de 2026. Probabilidades calibradas por benchmark Getaway House e Casa do Bosque BR. Valor esperado ponderado indica payback do investimento R\$ 74.000 em menos de 5 meses operacionais no cenário base.

CENÁRIO	PROB.	COTAS FASE 2	NOITES AVULSAS	EVENTOS	RECEITA BRUTA	ROI × R\$ 74K
Conservador 40% do potencial	40%	12 cotas · R\$ 251,8k	48 noites · R\$ 134,4k	2 eventos · R\$ 90k	R\$ 476,2k	6,4×
Base Cenário alvo	45%	25 cotas · R\$ 524,7k	96 noites · R\$ 268,8k	5 eventos · R\$ 225k	R\$ 1.018,5k	13,7×
Otimista Viralização orgânica	15%	45 cotas · R\$ 944,5k	144 noites · R\$ 403,2k	9 eventos · R\$ 405k	R\$ 1.752,7k	23,6×
Valor esperado ponderado Σ (prob × receita)	100%			Média ponderada dos três cenários	R\$ 1.009,7k	13,6×

Fonte · Modelagem Squad Film 2026, ticket médios L'Acqua Marina, benchmark Getaway House (Forbes 2023), ocupação de referência Under Canvas (Skift 2022). Premissas detalhadas no funil (pág. 18).

Uma semana on-site. Todo o banco anual.

Sprint de captação única em agosto, ocupando seis dias úteis no empreendimento. Equipe enxuta, rotina nativa de documentário editorial. Output calibrado para alimentar 4 meses de publicação contínua sem voltar a campo.

EQUIPE EM CAMPO

Seis profissionais · seis dias

- 1 diretor criativo · Direção Criativa Squad Film
- 1 câmera estática Sony A1 + 24-70
- 1 câmera movimento Sony A7SIII + gimbal
- 1 operador drone Mavic 3 Pro
- 2 talents principais (casal jovem 28-32, classe A)
- 2 talents bônus (trio de amigos 30-35)
- Iluminação mínima — bounce, fogueira real, lâmpada prática

OUTPUT DA SPRINT

Banco para 4 meses de publicação

- 30 Reels e TikToks finalizados (grade set-dez/26)
- 15 fotos editoriais carrossel
- 3 filmes curtos 60s — manifesto do pilar jovem
- 1 filme hero longo 2min — material âncora anual
- Arquivo bruto 4K entregue ao cliente para reuso
- Distribuição programada via agendador nativo

De 50k views a 2,1 cotas/mês. Funil do cenário base.

Funil calibrado em taxas médias do setor hospitality premium BR (Real Trends 2024, Hubspot BR 2024, Expedia Affiliate benchmarks). Começa em 50k views orgânicas/mês e termina em 2,1 cotas fechadas/mês no cenário base — consistente com 25 cotas/12 meses da modelagem.

F · 01	Views orgânicos mensais · TikTok + Reels + Shorts combinados	100%	50.000
F · 02	Perfil visitado · site acessado · benchmark Reels → click 4%	4,0%	2.000
F · 03	Newsletter opt-in · landing jovem · taxa setor hospitality BR 12%	12,0%	240
F · 04	Lead qualificado · pedido de informação ou reserva de visita	18,0%	43
F · 05	Conversão final · cotas Fase 2 fechadas · benchmark real estate BR 5%	5,0%	2,1 / mês

PAYBACK INVESTIMENTO

3,5 meses

BREAK-EVEN OPERACIONAL

Mês 4

LTV POR COTA

R\$ 20.990 + recorrência

Orçamento. R\$ 74.000 na primeira ativação.

Valor integralmente **realocável** dentro do budget de R\$ 192.500 já aprovado para os seis meses de campanha. Não requer aporte adicional por parte do cliente. ROI esperado 13,6x no cenário ponderado (vide pág. 16).

PACOTE 01 · SPRINT DE PRODUÇÃO ON-SITE

R\$ 38.000 · pagamento único em agosto/26

- Seis dias úteis no empreendimento · equipe completa · equipamento · deslocamento · hospedagem
- Entregável: 30 Reels, 15 fotos, 3 filmes 60s, 1 hero 2min finalizados

PACOTE 02 · GESTÃO DE CANAL JOVEM

R\$ 12.000/mês · três meses · set-nov/26

- Operação TikTok dedicado + 25% do Instagram oficial · agendamento · copy · community · newsletter
- Relatório mensal com KPIs e ajuste de grade

TOTAL · PRIMEIRA ATIVAÇÃO 4 MESES

R\$ 74.000 · realocável dentro dos R\$ 192.500 aprovados

- Representa 38,4% do budget de campanha · folga de R\$ 118.500 para Fase 1 e 2 · renegociação anual dez/26

Três metas. Prazo até jun de 2027.

Métricas calibradas em três horizontes — reach orgânico, conversão bridge revenue e conversão patrimonial Fase 2. Relatório mensal com ajuste de grade quando alguma métrica ficar 15% abaixo do farol.

K1 · ALCANCE

50k

Views orgânicos mensais · média combinada TikTok + Instagram · meta até dez/26.

K2 · BRIDGE REVENUE

10

Reservas de noite avulsa por mês · via formulário site e direct TikTok · meta até jan/27.

K3 · FASE 2 PARCELADA

30

Cotas R\$ 20.990 vendidas atribuídas ao canal jovem (UTM e pesquisa de origem) · meta até jun/27.

SWOT do pilar jovem. Leitura 2x2.

S · FORÇAS · INTERNO POSITIVO

Vantagens únicas da operação

- **Cenário editorial nato** — A-frame + lago + cerrado silencioso, sem equivalente no Centro-Oeste.
- **Budget já aprovado** — R\$ 192,5k no caixa; realocação de R\$ 74k cabe sem renegociar.
- **Squad Film operando end-to-end** — direção, captação, gestão e relatório na mesma casa.

W · FRAQUEZAS · INTERNO NEGATIVO

Limites internos a gerenciar

- **Dependência de Fase 1** — só ativa após 50% das cotas R\$ 14.700 vendidas, trava cronograma.
- **Brand awareness jovem zero** — nome "L'Acqua Marina" hoje soa investidor, não retreat.
- **Capacidade operacional limitada** — poucos chalés suportam viralização sem overbook.

O · OPORTUNIDADES · EXTERNO POSITIVO

Ventos de cauda de mercado

- **Slow travel +285%** — busca orgânica BR 2020-2025 (Google Trends).
- **Jovem A/B+ viaja 4,3x/ano** — dobro da faixa 45+ (Embratur 2024).
- **57% decide por vídeo** — TikTok e Reels dominam a descoberta (McKinsey 2024).

T · AMEAÇAS · EXTERNO NEGATIVO

Riscos externos a mitigar

- **Copycats regionais** — Pirenópolis e Chapada podem lançar cabins concorrentes em 18 meses.
- **Saturação imagética** — spots virais perdem aura, precedente Hotel Fasano e Fernando de Noronha.
- **Ciclo macro** — desaceleração classe A/B+ 2027 pode reduzir ticket médio (FGV IBRE).

Quatro ações. Antes de apresentar ao cliente.

Proposta não vai para Nelson imediatamente. Precisa esperar o marco de 50% das cotas Fase 1 vendidas para evitar dispersão de foco. Nesse intervalo a Squad Film prepara banco visual e referências de produção.

- 01** Aguardar Fase 1 atingir 50% das cotas
Meta interna: três cotas fechadas até o fim de junho. Só então pauta o pilar jovem com Nelson. Pedir validação estratégica pós-reunião Tauá de 23/04.
- 02** Produzir três imagens AI do universo jovem
Casal 30 na varanda · trio de amigos na fogueira · amanhecer com neblina. Material de banco, sem publicação. Alimenta conversa interna e ajuda a validar direção de arte antes do investimento de campo.
- 03** Rascunhar mini-plano interno de ativação
Documento curto de uma página em 02-LACQUA-MARINA/planos-internos/ com cronograma detalhado, responsáveis e KPIs. Uso exclusivo Squad Film.
- 04** Monitorar contas de referência mensalmente
Getaway House, Casa do Bosque Chapada, Under Canvas, Cabin Collective, Piquenique Entre Nós. Coleta ativa de tendências de formato e trilha para calibrar a sprint de agosto.

Cinco riscos. Probabilidade, impacto, mitigação.

R · 01	<p>Canibalização narrativa da Fase 1</p> <p>Investidor 55 anos vê feed de jovens tomando gin no deck e desconfia do produto patrimonial. Dilui a aura Aman e compromete a venda das cotas R\$ 14.700.</p>	<p>PROB. ALTA</p>	<p>IMPACT. ALTO</p>	<p>MITIGAÇÃO PRIMÁRIA + SECUNDÁRIA</p> <p>Primária: canal TikTok dedicado, 75% do Instagram oficial permanece patrimonial, lançamento só após Fase 1 50%+.</p> <p>Secundária: newsletters segmentadas no opt-in, monitoramento semanal de sentiment na base investidor.</p>
R · 02	<p>Saturação imagética do cenário</p> <p>Se cada chalê virar Instagram spot, o empreendimento perde exclusividade em 18 meses — padrão que afetou Hotel Fasano em Búzios e pousadas da Chapada.</p>	<p>PROB. MÉDIA</p>	<p>IMPACT. ALTO</p>	<p>MITIGAÇÃO PRIMÁRIA + SECUNDÁRIA</p> <p>Primária: conteúdo jovem gerado internamente pela Squad Film, direção de arte única, proibido shoot profissional de terceiros durante Fase 1.</p> <p>Secundária: rotação de ângulos e horas do dia, rebranding editorial a cada 6 meses.</p>
R · 03	<p>Demanda acima da capacidade operacional</p> <p>Público jovem amplifica mais rápido que o número de chalês suporta. Overbook, churn de cotista Fase 1, frustração nas reservas.</p>	<p>PROB. MÉDIA</p>	<p>IMPACT. MÉDIO</p>	<p>MITIGAÇÃO PRIMÁRIA + SECUNDÁRIA</p> <p>Primária: reservas de noite avulsas limitadas a 30% da ocupação, cotista Fase 1 tem prioridade contratual.</p> <p>Secundária: lista de espera editorializada (acesso gerado desejo), acelera decisão Fase 2 parcelada.</p>

Riscos 04 e 05. Macro e execução.

R · 04	<p>Desaceleração macro classe A/B+</p> <p>Ciclo 2027 com SELIC elevada e desaceleração do consumo A/B+ reduz ticket de experiência. FGV IBRE projeta retração de 6-9% no gasto premium em cenário adverso.</p>	<p>PROB. BAIXA</p>	<p>IMPACT. MÉDIO</p>	<p>MITIGAÇÃO PRIMÁRIA + SECUNDÁRIA</p> <p>Primária: modelagem conservadora (cenário 40%) já absorve 40% de retração; parcelamento R\$ 433/mês é resistente a ciclo.</p> <p>Secundária: diversificação via eventos B2B (pág. 15) que têm ciclo anticíclico, corporate offsites aumentam em compressão.</p>
R · 05	<p>Copycat regional rápido</p> <p>Pirenópolis, Chapada ou Caldas Novas lançam cabin editorial concorrente em 18 meses, canibalizando share do segmento jovem editorial antes do L'Acqua consolidar o canal.</p>	<p>PROB. MÉDIA</p>	<p>IMPACT. BAIXO</p>	<p>MITIGAÇÃO PRIMÁRIA + SECUNDÁRIA</p> <p>Primária: velocidade de execução — sprint agosto + lançamento setembro cria moat de 6-9 meses de brand awareness editorial na região.</p> <p>Secundária: exclusividade territorial via Grupo Leader, parcerias com revistas (Kinfolk BR, Piauí) para press editorial antecipado.</p>

Matriz calibrada em benchmarks FGV IBRE 2026, Savills Hospitality 2024 e observação direta do mercado BR. Prob./Impact. categóricos (Baixa/Média/Alta · Baixo/Médio/Alto) conforme framework McKinsey Risk Sensing 2023.

Dezesseis fontes. Dados 2023-2025.

F · 01

Ministério do Turismo · Anuário 2025

PIB turístico BR R\$ 166 bi. Crescimento 8% real sobre 2024. mtur.gov.br

F · 02

Embratur · Hábitos do turista brasileiro 2024

Turismo doméstico 64%. Jovens A/B+ viajam 4,3x/ano vs 2,1x faixa 45+. embratur.com.br

F · 03

IBGE · PNAD Contínua 2024

Brasileiros 25-40 anos: 42 mi. Classe A/B+ renda >R\$ 9k/mês. ibge.gov.br

F · 04

FGV IBRE · Consumo Premium 2024

Gasto médio viagem jovem A/B+ R\$ 9,1k/ano, crescimento +14%aa. portallibre.fgv.br

F · 05

FGV IBRE · Ciclos Econômicos 2026

Projeções intenção de viagem classe A/B+ BR 2026. portallibre.fgv.br

F · 06

McKinsey · Consumer Pulse BR 2024

57% dos jovens 25-40 decidem viagem por vídeo TikTok/Reels. mckinsey.com

F · 07

Statista · Travel Industry BR Outlook 2025

Segmentação receita hospitality e slow stays. statista.com

F · 08

Google Trends BR · 2020-2025

+285% buscas "slow travel" e "cabin stay" BR. trends.google.com

F · 09

Airbnb · Investor Day 2024 + Q4 IR

Unique Stays +340% 2020-2024, cresce 4x mais que marketplace. ir.airbnbinvestor.com

F · 10

Forbes · Getaway House funding 2023

Valuation US\$ 400 mi. 85% reservas via Instagram orgânico. forbes.com

F · 11

Skift · Under Canvas x KSL Capital 2022

Exit US\$ 400 mi. 3→11 unidades em 6 anos via conteúdo orgânico. skift.com

F · 12

Savills UK · Hospitality Report 2024

Soho Farmhouse ocupação 92% média, diária £650. savills.co.uk

F · 13

Hubspot BR · Consumer Email Benchmark 2024

Newsletter premium abre 41% faixa A/B+ vs 23% média. hubspot.com/br

F · 14

Real Trends BR · Funil hospitality 2024

Conversão lead→venda 5% real estate BR. realtrends.com.br

F · 15

Emplifi · Social Benchmarks 2024

CPM orgânico Instagram/TikTok BR, engajamento Kinfolk 3,2x. emplifi.io

F · 16

IBGE · PIB regional Centro-Oeste 2025

Turismo CO cresce +8% aa, acima da média nacional. ibge.gov.br

Silêncio como luxo. Cabin como pertencimento.

Proposta v2 · embasada em dados de mercado · 26 páginas. Feita para o time comercial do L'Acqua Marina Home Resort. Apresentar ao Nelson Aurora Do Lago e ao Rafael Miranda (Grupo Leader) assim que a Fase 1 atingir o marco de 50% das cotas vendidas. Antes disso: circulação restrita Squad Film.



[SQUAD FILM](#) · [SQUADFILM.COM](#) · [@SQUADFILME](#)

DIREÇÃO CRIATIVA · SQUAD FILM · 2026

v2 · embasada em dados · 21 de abril de 2026 · 26 páginas.