

GOLD NEWS

A revista digital da Gold Experiences para profissionais do turismo

Revista digital de Gold Experiencias para profesionales del turismo



TUNÍSIA: O CHARME EXÓTICO DO MEDITERRÂNEO

Túnez: el encanto exótico del Mediterráneo

FITUR APONTA OS RUMOS E NOVIDADES DO SETOR

Fitur señala las tendencias y novedades del sector

PRÓXIMAS PARADAS EM FEVEREIRO: ANATO E BTL

Destino febrero: ANATO y BTL



Marhaba

Em um mundo cada vez mais fragmentado, no qual a informação se espalha entre Instagram, LinkedIn, e-mails, newsletters e notificações constantes, tornou-se um verdadeiro desafio identificar e reter o que realmente importa.

Com tanta informação circulando ao mesmo tempo, muitas vezes nos perdemos e não sabemos onde encontrar exatamente aquilo que buscamos. É nesse cenário que nasce a Gold News: uma revista mensal criada para centralizar as informações mais relevantes do mês para nossos clientes e parceiros.

Tenho o prazer de lançar este projeto com o objetivo de organizar, qualificar e facilitar o acesso à informação para quem vive e constrói o turismo todos os dias.

Seja bem-vindo à Gold News.

Slim Fsilí
CEO



En un mundo cada vez más fragmentado, donde la información se dispersa en Instagram, LinkedIn, correos electrónicos, boletines informativos y notificaciones constantes, identificar y retener lo que realmente importa se ha convertido en un verdadero desafío.

Con tanta información circulando simultáneamente, a menudo nos sentimos abrumados e inseguros de dónde encontrar exactamente lo que buscamos. En este contexto, se creó Gold News, una revista mensual diseñada para centralizar la información más relevante del mes para nuestros clientes y socios.

Me complace lanzar este proyecto con el propósito de organizar, seleccionar y cualificar información para quienes viven y construyen el turismo a diario.

Bienvenidos a Gold News.



GOLD NEWS

CEO

SLIM FSILI

EDITOR EN JEFE

ANA CALDAS

CRÍTICA

SIMONE KRUGER

ESCRITORES COLABORADORES

ANA CALDAS

THIAGO ORSI

JULIE GIL

NIZAR ABIDI

SIMONE KRUGUER

SLIM FSILI

WWW.GOLDEXPERIENCES.COM

Índice

Tabla de contenido

- 04** TUNÍSIA
O charme exótico do Mediterrâneo
Túnez: el encanto exótico del Mediterráneo
-
- 08** FITUR MADRID
Gold estréia no Stand da Embratur
Primera participación en el stand de Embratur
-
- 10** CONECTIVIDADE
Tecnologia a serviço do turismo
Conectividad: la tecnología impulsa el turismo
-
- 12** PRÓXIMAS PARADAS
Rumo a fevereiro: ANATO e BTL
Destino febrero: ANATO y BTL
-
- 14** BASTIDORES GOLD
Conheça o nosso time
Entre bastidores de Gold: Conoce al equipo



Tunísia: história, paisagens e uma cultura vibrante.

Mediterrâneo exótico. Túnez: história, paisajes impresionantes y una cultura vibrante.



Situada no norte da África, às margens do Mar Mediterrâneo, a Tunísia é um país que cativa os visitantes com sua diversidade e autenticidade.

Mas a Tunísia não é apenas sobre história e natureza. Sua cultura vibrante e diversificada permeia todos os aspectos da vida cotidiana.

Da Medina encantadora de Túnis, com suas ruelas estreitas e mercados animados, aos festivais coloridos e danças tradicionais, você encontrará um povo acolhedor e caloroso, disposto a compartilhar suas tradições e costumes.

Ubicado en el norte de África, a orillas del mar Mediterráneo, Túnez es un país que cautiva a los visitantes con su diversidad y autenticidad. Pero Túnez no se limita a historia y naturaleza. Su vibrante y diversa cultura impregna cada aspecto de la vida cotidiana. Desde la encantadora Medina de Túnez, con sus calles estrechas y animados mercados, hasta los coloridos festivales y bailes tradicionales, encontrará una gente acogedora y cálida, dispuesta a compartir sus tradiciones y costumbres.



Mediterrâneo Exótico



Túnis



Medina de Túnis

Oferecemos três roteiros imperdíveis pela Tunísia: os programas regulares **Grand Tour Tunísia** e **Tunísia Exótica**, além do roteiro privado **Tunísia Fascinante**.

No Grand Tour, a experiência começa em Túnis, com recepção e hospedagem na capital, seguida pela exploração da **Medina de Túnis**, seus mercados e história milenar, e pela charmosa vila de **Sidi Bou Said**, com suas casas brancas e azuis voltadas para o Mediterrâneo.



Sidi Bou Said

Ofrecemos tres itinerarios imprescindibles en Túnez: los programas regulares Gran Tour de Túnez y Túnez Exótico, así como el itinerario privado Túnez Fascinante.

La experiencia comienza en Túnez, con recepción y alojamiento en la capital, para luego explorar la Medina de Túnez, sus mercados e historia antigua, y el encantador pueblo de Sidi Bou Said, con sus casas blancas y azules frente al Mediterráneo.

Mediterrâneo Exótico



Museu do Bardo



Cartago



Coliseu de El Jem

O roteiro segue pelo **Museu do Bardo**, que abriga a maior coleção de mosaicos romanos do mundo, e pelas ruínas de **Cartago**, incluindo as Termas de Antonino e seu anfiteatro histórico. Em Sousse, a pérola do litoral, e Monastir, visitamos o **Ribat**, o **Mausoléu de Bourguiba** e a **Medina de Sousse**, Patrimônio Mundial da UNESCO.

No interior do país, o destaque fica por conta do **Coliseu de El Jem**, das casas trogloditas de **Matmata** e das tradições do povo berbere. A chegada a Tozeur revela o contraste do deserto, com a Medina de Tozeur, seus oásis e a travessia pelo impressionante Chott El Jerid, o maior lago salgado do país.



Matmata

El itinerario continúa por el Museo del Bardo, que alberga la mayor colección de mosaicos romanos del mundo, y las ruinas de Cartago, incluyendo las Termas de Antonino y su histórico anfiteatro. En Sousse, la perla de la costa, y Monastir, visitamos el Ribat, el Mausoleo de Bourguiba y la Medina de Sousse, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

En el interior del país, destacan el gran anfiteatro romano de El Jem, las casas trogloditas de Matmata y las tradiciones del pueblo bereber. La llegada a Tozeur revela el contraste del desierto con la Medina de Tozeur, sus oasis y la travesía del impresionante Chott El Jerid, el lago salado más grande del país.

Mediterrâneo Exótico



O safári opcional em 4x4 pelo deserto, passa por **Chebika**, **Tamerza** e **Ong Jmal**, cenário de filmes como Star Wars que encanta e fascina todos os viajantes.

A jornada continua por **Kairouan**, uma das cidades sagradas do Islã, com visita à Grande Mesquita de **Okba Ibn Nafa** e ao **Mausoléu de Sidi Sahbi**, além de uma tradicional fábrica de tapetes.

O roteiro termina em **Hammamet**, com tempo livre para aproveitar as praias. Opcionalmente, antes do retorno a Túnis, os viajantes podem conhecer **Nabeul**, capital da cerâmica, e a **Medina de Hammamet**.

Ong Jmal (Star Wars)



Medina de Sousse



Mausoléu de Bourguiba



Hammamet

Este é o nosso programa, cuidadosamente elaborado para oferecer uma experiência rica e segura, admirada por todos que confiam na Gold Experiences como sua DMC.

El safari opcional por el desierto en 4x4 lleva a los viajeros a través de Chebika, Tamerza y Ong Jmal, este último escenario de rodaje de Star Wars, que cautiva a todos sus visitantes. El viaje continúa hacia Kairuán, una de las ciudades sagradas del Islam, con visitas a la Gran Mezquita de Okba Ibn Nafa, el Mausoleo de Sidi Sahbi y un taller de alfombras tradicionales.

El itinerario concluye en Hammamet, con tiempo libre para disfrutar de las playas. Opcionalmente, antes de regresar a Túnez, los viajeros pueden visitar Nabeul, la capital de la cerámica, y explorar la Medina de Hammamet. Este programa ha sido cuidadosamente diseñado para ofrecer una experiencia enriquecedora y segura, admirada por todos.

O Turismo Brasileiro Brilha em Madrid

(Fitur)

El turismo brasileño brilla en Madrid



Representaram a Gold Experiences,
Slim Fsilí, CEO e Thiago Orsi, Sales Executive.

A Gold Experiences marcou presença na FITUR Madrid 2026, uma das maiores e mais relevantes feiras de turismo do mundo, que reuniu mais de 10 mil empresas, 967 expositores, 160 países e 255 mil profissionais do trade turístico internacional.

Pela primeira vez, a empresa esteve presente dentro do Stand da **Embratur**, reforçando seu posicionamento estratégico na promoção dos destinos brasileiros no mercado europeu.

O presidente da Embratur, Marcelo Freixo, comemorou os resultados recordes do turismo internacional no Brasil, destacando que, em 2025, o país recebeu 9,3 milhões de visitantes estrangeiros, um aumento de 37%, bem acima da média global de 5%. Para Freixo, a diversidade do Brasil representa, simultaneamente, seu maior diferencial e o maior desafio na promoção do país no exterior.

Gold Experiences participó en FITUR Madrid 2026, una de las ferias de turismo más grandes y relevantes del mundo, que reunió a más de 10.000 empresas, 967 expositores, 160 países y 255.000 profesionales del sector turístico internacional. Por primera vez, la compañía estuvo presente en el stand de Embratur, reforzando su posicionamiento estratégico en la promoción de destinos brasileños en el mercado europeo.

El presidente de Embratur, Marcelo Freixo, celebró los resultados récord de turismo internacional de Brasil, destacando que en 2025 el país recibió 9,3 millones de visitantes extranjeros, un aumento del 37%, muy por encima del promedio mundial del 5%. Para Freixo, la diversidad de Brasil representa tanto su mayor activo como su mayor desafío en la promoción del país en el extranjero.



“TIVEMOS CERCA DE 50 REUNIÕES, ESPECIALMENTE COM A AMÉRICA LATINA E ESPANHA. ESTAR DENTRO DO STAND DA EMBRATUR, FOI ESTRATÉGICO PARA A GOLD”

Comenta Slim Fsili, CEO da Gold Experiences.



“Realizamos alrededor de 50 reuniones, especialmente de Latinoamérica y España, un resultado extremadamente positivo para nosotros”, afirma Slim Fsili, CEO de Gold Experiences.

Durante a feira, os executivos apresentam ao trade internacional os principais destinos brasileiros trabalhados pela empresa, além de novas estratégias de posicionamento do Brasil como destino premium, sustentável e diverso, alinhado às tendências globais do setor. Além do Brasil, a Gold Experiences anunciou o lançamento de novos circuitos combinados para destinos como Marrocos, Argélia e Tunísia, ampliando seu portfólio internacional.

Em seu momento de expansão, a empresa também reforça sua presença global com novos representantes comerciais em mercados estratégicos, como China e Índia. *“Long-haul markets ou mercados de longa distância, são o nosso foco para promover o Brasil e consolidar novas rotas de experiências”,* afirma Thiago Orsi, Executivo de Vendas da Gold Experiences.



Slim Fsili e Marcelo Freixo, presidente da Embratur



Thiago Orsi, Sales Executive Gold Experiences



Durante la feria, los ejecutivos de la compañía presentaron al sector turístico internacional los principales destinos brasileños que promueve, así como nuevas estrategias para posicionar a Brasil como un destino premium, sostenible y diverso, alineado con las tendencias globales del sector.

Además de Brasil, Gold Experiences anunció el lanzamiento de nuevos itinerarios combinados para destinos como Marruecos, Argelia y Túnez, ampliando así su cartera internacional. En esta fase de expansión, la compañía también está fortaleciendo su presencia global con nuevos representantes comerciales en mercados estratégicos como China e India. “Los mercados de larga distancia son nuestro principal objetivo para promocionar Brasil y consolidar nuevas rutas basadas en experiencias”, afirma Slim Fsili, CEO de Gold Experiences.

Tecnologia a serviço do turismo

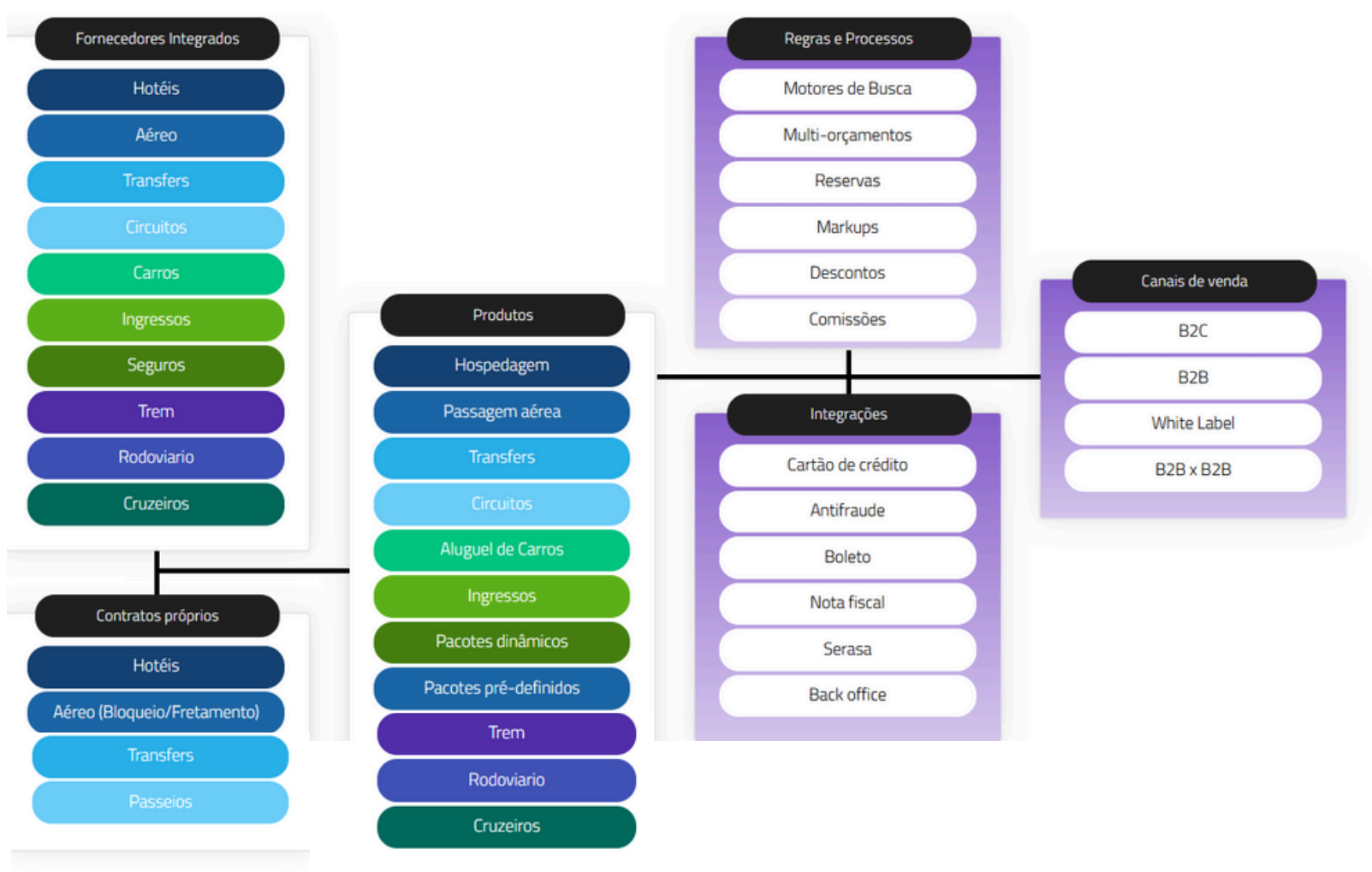
A Gold conta com um ecossistema tecnológico robusto que fortalece a conectividade entre produtos, parceiros e mercados, garantindo mais eficiência, agilidade e alcance na distribuição turística.



A empresa integra soluções inovadoras como Local Trip e Infotavel. A Local Trip é uma plataforma online de reservas e distribuição de passeios, transfers, ingressos e serviços locais, que simplifica a gestão e comercialização desses produtos, ampliando canais de venda e conectando operadores e fornecedores de forma integrada.

Tecnología al Servicio del Turismo

Gold se apoya en un sólido ecosistema tecnológico que fortalece la conectividad entre productos, socios y mercados, garantizando mayor eficiencia, agilidad y alcance en la distribución turística. La compañía integra soluciones innovadoras como Local Trip e Infotavel. Local Trip es una plataforma en línea para reservar y distribuir tours, traslados, entradas y servicios locales, simplificando la gestión y comercialización de estos productos, ampliando los canales de venta y conectando a operadores y proveedores de forma integrada.



CONECTIVIDADE



Em 2025 a Infotera foi adquirida pelo grupo Omnibeas, que anunciou conectar mais de 9.500 hotéis e 750 canais de venda em sua estrutura, indicadores do alcance da tecnologia integrada.

O Infotravel, da Infotera, complementa esse ecossistema como uma plataforma em nuvem para gestão e reservas. Ele permite cotações rápidas, reservas online, controle de tarifas, automação de processos e distribuição multicanal, oferecendo uma base tecnológica sólida que apoia o crescimento escalável e a eficiência operacional.

Com a integração dessas tecnologias, a Gold consegue conectar oferta e demanda de forma inteligente, centralizar informações, otimizar processos e entregar aos parceiros e clientes uma experiência mais confiável, ágil e rentável no setor de turismo.



En 2025, Infotera fue adquirida por Omnibeas Group, que anunció que conecta más de 9500 hoteles y 750 canales de venta dentro de su ecosistema, lo que demuestra claramente el alcance de su tecnología integrada.

Infotravel, de Infotera, complementa este ecosistema como una plataforma en la nube para la gestión y las reservas. Permite cotizaciones rápidas, reservas en línea, control de tarifas, automatización de procesos y distribución multicanal, proporcionando una sólida base tecnológica que impulsa el crecimiento escalable y la eficiencia operativa.

Con la integración de estas tecnologías, Gold puede conectar inteligentemente la oferta y la demanda, centralizar la información, optimizar los procesos y ofrecer una experiencia más fiable, ágil y rentable a socios y clientes del sector turístico.

3.800 DESTINOS

144 PAÍSES

TODOS OS ESTADOS DO BRASIL



NETWORK

Próximas Feiras de Turismo: ANATO e BTL

Em fevereiro, a Gold Experiences participará das feiras ANATO e BTL com o apoio da Embratur, dentro do stand oficial do Brasil, reforçando a promoção do país como destino turístico internacional

De 25 a 27 de fevereiro, a Gold Experiences participará da ANATO 2026, em Bogotá, Colômbia, uma das maiores feiras de turismo da América Latina. A feira reúne mais de 12.000 profissionais do setor, 700 expositores e destinos de cerca de 30 países, incluindo operadoras, hotéis e companhias aéreas.

Representando a Gold na feira estará Thiago Orsi, executivo da empresa, que apresentará os principais destinos brasileiros e as novidades do portfólio internacional. A participação reforça a atuação da Gold junto ao mercado da Colômbia e México, onde a empresa já mantém relacionamento com importantes clientes locais, consolidando sua presença na região.



Próximas Ferias de Turismo: ANATO y BTL

En febrero, Gold Experiences participará en las ferias ANATO y BTL con el apoyo de Embratur, dentro del stand oficial de Brasil, reforzando la promoción del país como destino turístico internacional.

Del 25 al 27 de febrero, Gold Experiences participará en ANATO 2026 en Bogotá, Colombia, una de las ferias de turismo más grandes de Latinoamérica. El evento reúne a más de 12.000 profesionales del sector, 700 expositores y destinos de alrededor de 30 países, incluyendo operadores turísticos, hoteles y aerolíneas.

Representando a Gold en la feria, Thiago Orsi, ejecutivo de la compañía, presentará los principales destinos de Brasil y las últimas incorporaciones a su portafolio internacional. Esta participación destaca la presencia de Gold en los mercados colombiano y mexicano, donde la compañía ya mantiene relaciones con clientes locales clave, consolidando aún más su posición en la región.



BTL APOSTA EM CONHECIMENTO, EXPERIÊNCIAS E NOVOS SEGMENTOS DO TURISMO



De 25 de fevereiro a 1º de março, a Gold marcará presença na BTL Lisboa 2026, uma das maiores feiras de turismo da Europa, que atrai mais de 30.000 visitantes, incluindo profissionais do setor e público final, e conta com 1.200 expositores de mais de 70 países.

Nesta edição, terão cerca de 600 eventos paralelos, entre conferências, workshops e experiências interativas, e áreas temáticas inovadoras, como BTL Cultural, BTL Emprego, BTL Village, BTL Religioso, BTL Enoturismo e BTL LGBTQI+, cada uma dedicada a segmentos específicos e tendências do setor turístico.

Os executivos Slim Fsili e Julie Gil, representarão a Gold Experiences na BTL 2026, consolidando novas oportunidades de negócios.



BTL se centra en el conocimiento, las experiencias y los nuevos segmentos turísticos

Del 25 de febrero al 1 de marzo, Gold participará en BTL Lisboa 2026, una de las ferias de turismo más importantes de Europa. El evento atrae a más de 30.000 visitantes, entre profesionales del sector y público general, y reúne a 1.200 expositores de más de 70 países.

La edición de este año contará con alrededor de 600 eventos paralelos, entre conferencias, talleres y experiencias interactivas, además de innovadoras áreas temáticas como BTL Cultural, BTL Empleo, BTL Village, BTL Turismo Religioso, BTL Enoturismo y BTL LGBTQI+, cada una dedicada a segmentos específicos y a las principales tendencias que están marcando la industria turística.

Los ejecutivos Slim Fsili y Julie Gil representarán a Gold Experiences en BTL 2026, fortaleciendo nuevas oportunidades de negocio y alianzas estratégicas.





Por Trás das Experiências: Pessoas em Foco

Todo mês, traremos alguns profissionais que fazem a diferença na Gold Experiences.

Detrás de las Experiencias: Personas en el Enfoque. Cada mes, presentaremos a algunos profesionales que marcan la diferencia en Gold Experiences.

A Gold Experiences conta hoje com uma equipe de 20 profissionais, distribuídos entre áreas de gestão, financeira, destination management, comercial, desenvolvimento de produtos, comunicação e marketing, reservas e booking, além do receptivo. Cada setor contribui de forma integrada para oferecer experiências de viagem de alto padrão e soluções personalizadas para nossos clientes e parceiros.

Gold Experiences cuenta actualmente con un equipo de 20 profesionales, distribuidos en las áreas de gestión, finanzas, gestión de destinos, ventas, desarrollo de producto, comunicación y marketing, reservas y atención al cliente. Cada departamento trabaja de forma integrada para ofrecer experiencias de viaje de alta gama y soluciones personalizadas para nuestros clientes y socios.



SLIM FSILI

Slim Fsili é o CEO e fundador da Gold Experiences, liderando a estratégia global da empresa e guiando seu crescimento internacional. Com ampla experiência no setor de turismo e profundo conhecimento de mercados de longa distância, Slim desempenha um papel central na definição de novas rotas, desenvolvimento de produtos premium e consolidação de parcerias estratégicas B2B. Sob sua liderança, a Gold Experiences se posiciona como referência em experiências de viagem de alto padrão, promovendo destinos brasileiros e internacionais de forma sustentável.

Slim Fsili es el CEO y fundador de Gold Experiences, y lidera la estrategia global de la compañía y guía su crecimiento internacional. Con una amplia experiencia en el sector turístico y un profundo conocimiento de los mercados de larga distancia, Slim desempeña un papel fundamental en la definición de nuevas rutas, el desarrollo de productos premium y la consolidación de alianzas estratégicas B2B. Bajo su liderazgo, Gold Experiences se ha posicionado como un referente en experiencias de viaje de alta gama, promocionando destinos brasileños e internacionales de forma sostenible.

Bastidores Gold

MOHAMED FETAH KRICHENE

Nosso CFO e sócio da empresa, Mohamed Fetah, possui mais de 15 anos de experiência em gestão, gerenciamento de projetos e desempenha um papel fundamental na condução da estratégia financeira, na eficiência operacional e no crescimento sustentável. A expertise de Mohamed apoia a tomada de decisões estratégicas da empresa, garantindo que a Gold Experiences continue expandindo seu portfólio, fortalecendo parcerias B2B e oferecendo experiências de viagem premium em todo o mundo.

Nuestro director financiero y socio, Mohamed Fetah, cuenta con más de 15 años de experiencia en gestión y liderazgo de proyectos, desempeñando un papel clave en el impulso de la estrategia financiera, la eficiencia operativa y el crecimiento sostenible. La experiencia de Mohamed respalda la toma de decisiones estratégicas de la empresa, garantizando que Gold Experiences continúe expandiendo su portafolio, fortaleciendo las alianzas B2B y ofreciendo experiencias de viaje premium en todo el mundo.

NIZAR ABID

Nizar Abidi é o COO e sócio da Gold Experiences no Rio de Janeiro e lidera nossa operação local como DMC, garantindo que todas as experiências e roteiros sejam executados com excelência. Além de comandar a operação do Rio, Nizar é sócio da Gold Experiences, contribuindo estrategicamente para o crescimento da empresa e para a consolidação de parcerias B2B no mercado nacional e internacional.

Nizar Abidi es el Gerente General de Gold Experiences en Río de Janeiro y lidera nuestra operación local como DMC, garantizando la excelencia en la ejecución de todas las experiencias e itinerarios. Además de gestionar las operaciones en Río, Nizar también es socio de Gold Experiences, contribuyendo estratégicamente al crecimiento de la compañía y fortaleciendo las alianzas B2B tanto en el mercado nacional como internacional.

THIAGO ORSI

Thiago Orsi é Executivo de Vendas LATAM e Espanha. Possui mais de 25 anos de experiência no turismo, atuando em B2C e B2B. Trabalhou como agente de viagens, executivo comercial, profissional de grandes operadoras e guia de turismo. É especialista em estratégia comercial, desenvolvimento de produtos e gestão de clientes. Hoje contribui estrategicamente para o crescimento e posicionamento internacional da GOLD Experiences.

Thiago Orsi es el Ejecutivo de Ventas para Latinoamérica y España. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector turístico, trabajando tanto en B2C como en B2B. Ha desempeñado cargos como agente de viajes, ejecutivo de ventas, profesional en importantes operadores turísticos y guía turístico. Se especializa en estrategia comercial, desarrollo de producto y gestión de clientes. Actualmente, contribuye estratégicamente al crecimiento y posicionamiento internacional de GOLD Experiences.

Bastidores Gold



SIMONE KRUGER

Simone Kruger é Executiva de Vendas para EUA, UK e Canadá. Formada em Propaganda e Marketing, atua no turismo há 35 anos, com ampla experiência no segmento corporativo, incluindo aviação, agências de viagens corporativas e soluções de transporte, como locação de carros. Seu foco está em negociar com as principais operadoras de turismo de países de língua inglesa, aproximando o Brasil e seus destinos do mercado internacional.

Simone Kruger es la Ejecutiva de Ventas para EE. UU., Reino Unido y Canadá. Es licenciada en Publicidad y Marketing y cuenta con 35 años de experiencia en el sector turístico, con amplia experiencia en el segmento corporativo, incluyendo aviación corporativa, agencias de viajes y soluciones de transporte como alquiler de vehículos. Su enfoque se centra en la negociación con operadores turísticos líderes en países de habla inglesa, acercando Brasil y sus destinos al mercado internacional.

ANA PAULA CALDAS

Ana é responsável pela Comunicação e Marketing da Gold Experiences. Especialista em Neuromarketing, é Mestre em Ciência das Emoções pelo ISCTE (Lisboa), possui Pós-graduação em Marketing pela ESPM e é Bacharel em Comunicação Social Publicidade e Propaganda. Acumula mais de 20 anos de experiência em Marketing nos setores de Hospitalidade, Entretenimento e Turismo, conectando marcas a experiências memoráveis e orientadas por dados e comportamento do consumidor.



Ana leads Communication and Marketing at Gold Experiences. She is a Neuromarketing specialist and holds a Master's degree in Emotion Science from ISCTE (Lisbon), a Postgraduate degree in Marketing from ESPM, and a Bachelor's degree in Social Communication – Advertising. With over 20 years of experience in Marketing across the Hospitality, Entertainment, and Tourism sectors, she connects brands with meaningful, data-driven experiences rooted in consumer behavior.



JULIE GIL

Julie é nossa Gestora de Produtos com mais de 10 anos de experiência internacional, impulsionando o crescimento e a inovação em produtos. Habilidade em trabalhar em equipes multidisciplinares e multiculturais, com foco em criar experiências de usuário excepcionais. Minha paixão é transformar ideias criativas em produtos de sucesso, sempre com uma abordagem data-driven e centrada no cliente.

Julie es nuestra Gerente de Producto con más de 10 años de experiencia internacional, impulsando el crecimiento y la innovación de productos. Destaca por su trabajo en equipos multidisciplinarios y multiculturales, con un fuerte enfoque en crear experiencias de usuario excepcionales. Su pasión reside en transformar ideas creativas en productos exitosos, siempre con un enfoque basado en datos y centrado en el cliente.



GOLD NEWS

Gostou? Quer participar?
Escreve pra gente e vem colaborar
com a nossa revista nas próximas
edições. Envia um email para
marketing@goldexperiences.tn

¿Te gustó? ¿Quieres participar?
Escríbenos y colabora con nuestra
revista en las próximas ediciones.
marketing@goldexperiences.tn

Faça o download da revista aqui:

Descargue la revista aquí:



www.goldexperiences.com

[@goldexperiencesgroup](https://www.instagram.com/goldexperiencesgroup)



[@goldexperiencesmed](https://www.instagram.com/goldexperiencesmed)

[@goldexperiencesbrazil](https://www.instagram.com/goldexperiencesbrazil)

GOLD NEWS



BRAZIL: Rio de Janeiro, Centro, Rua da Alfândega, 100, 3° Andar

TUNISIA: Djerba, Homet Essouk, Boumassar, 4180

PORTUGAL: Lisboa, Av. da Liberdade, 129 B

MALTA: Valley Road, L-Imsida MSD 9021