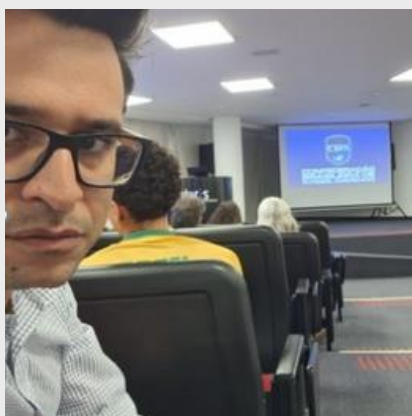


INFORMATIVO PRELIMINAR

Vendas

O mês de fevereiro de 2025 foi um período de intensa atividade para o nosso hotel, com diversas ações estratégicas realizadas junto a clientes e parceiros, ampliando nossa presença em importantes mercados e consolidando a relação com nossos principais colaboradores.

- **Expansão no Mercado do Rio de Janeiro:** Durante fevereiro, intensificamos nossos esforços no mercado carioca, com ações focadas em clientes de setores chave, como o farmacêutico, offshore, petroleiro, grandes agências corporativas e grupos esportivos. Essa movimentação visa consolidar nossa presença no Rio de Janeiro e garantir novas oportunidades de negócios.
- **Ações em São Paulo e Belo Horizonte:** Além das ações no Rio de Janeiro, mantivemos nossa atuação forte em São Paulo e Belo Horizonte, com foco na renovação de contratos e fortalecimento da relação com nossos parceiros locais.



- **Sesc SP:** Realizamos visita à sede do Sesc, onde discutimos a demanda prevista para 2025, especialmente em relação ao Circuito Sesc;
- **Europlus:** Encontro com o time de vendas e inteligência de mercado para discutir os resultados de 2024 e o cronograma de ações para o ano.
- **Mondiale:** A reunião com a operadora de turismo do Grupo Ancoradouro visou atualizar o cadastro dos hotéis da rede para garantir nossa presença nas vendas do grupo.



- **Companhias Aéreas:** Realizamos visitas de relacionamento para captação de tripulações e layovers com diversas companhias aéreas internacionais, incluindo Iberia, Copa Airlines, Delta, Turkish Airlines, Air Canada, Emirates, e British Airways. As visitas ocorreram no Aeroporto GRU
- **Ações de Marketing e Promoção Local:** Na Maringá, realizamos ações promocionais, incluindo a entrega de bombons e ações de relacionamento com empresas locais como Bauducco, Marista, Suzano, Cimed, Swo, Camil, Stefanini, Grupo Dema, Inova, entre outras.

INFORMATIVO PRELIMINAR

Vendas

- Nix Travel: Reunião para alinhar as negociações dos acordos com a agência.
- Cantar e BeFly: Negociações com foco na captação de grupos corporativos, com destaque para a demanda da empresa Premier Pet e da F1 2025.
- Tristar Viagens: Reunião sobre a demanda do Grupo Bunzl, que teve grande volumetria em 2024, resultando na revisão das tarifas e acordos de hotéis.

Renovação de Acordos Preferenciais:

- Kontik: Realização de visita para negociação e prorrogação do plano de preferencial 2025.
- RDC: Renovação de tarifas e acordos para o Tryp BH, com um reajuste de 5% em relação ao ano anterior.

Perspectivas para os Próximos Meses:

Estamos confiantes de que as ações realizadas em fevereiro serão fundamentais para o crescimento contínuo da nossa operação em 2025. As visitas realizadas e as parcerias firmadas com importantes empresas e agências, além da expansão em mercados estratégicos como o Rio de Janeiro, são passos decisivos para fortalecer nossa posição no setor hoteleiro.

Além disso, seguimos trabalhando na renovação de acordos e contratos preferenciais, garantindo a manutenção de nossa base de clientes fiéis e a atração de novas demandas para o ano.



Agradecemos a confiança de todos os investidores e reafirmamos nosso compromisso com a qualidade e o crescimento sustentado do nosso hotel. Continuaremos a trabalhar com foco e dedicação para alcançar os resultados esperados e proporcionar uma excelente experiência aos nossos clientes.



INFORMATIVO PRELIMINAR

CS + Inteligência de Mercado

RESULTADOS

- Com 12,5% de aumento na receita de hospedagem versus 2024, estamos consolidando a DM da unidade, com valor 17% acima do realizado no ano anterior.
- Conseguimos diversificar os clientes e crescer significativamente a venda de segmentos que tiveram baixa produção, como OTAs, empresas e ABRACORPs.
- Nos índices que envolvem a concorrência, tivemos um excelente resultado de 35% acima da ocupação do compset principal e 5% no revpar.

Ocupação	Diária Média	Revpar	Receita
72%	R\$ 265,20	R\$ 191,32	R\$ 455.347

RECEITA

A maioria das nossas vendas diretas veio através de ligações: Nesse relatório você verá o comportamento da demanda de vendas diretas do seu hotel. Fluxo Dia/Hora de ligações por mês. E o que foi convertido em receita através da central de reservas.



Telefonia

- Total de ligações atendidas: 576 de 683 ligações recebidas no mês.
- Pico de ligações/Dia: 10/02 recebemos 45 ligações. 35 foram atendidas.
- Pico de ligações/Hora: 64 ligações entre 16:00 às 16:59. 52 foram atendidas.

- 1.291 entre emails, whatsapp e reservas online. (-16,82%) referente ao mês anterior.



Total de Tickets Abertos

- 442 reservas inseridas manualmente



Total de Reservas Inseridas

Receita total

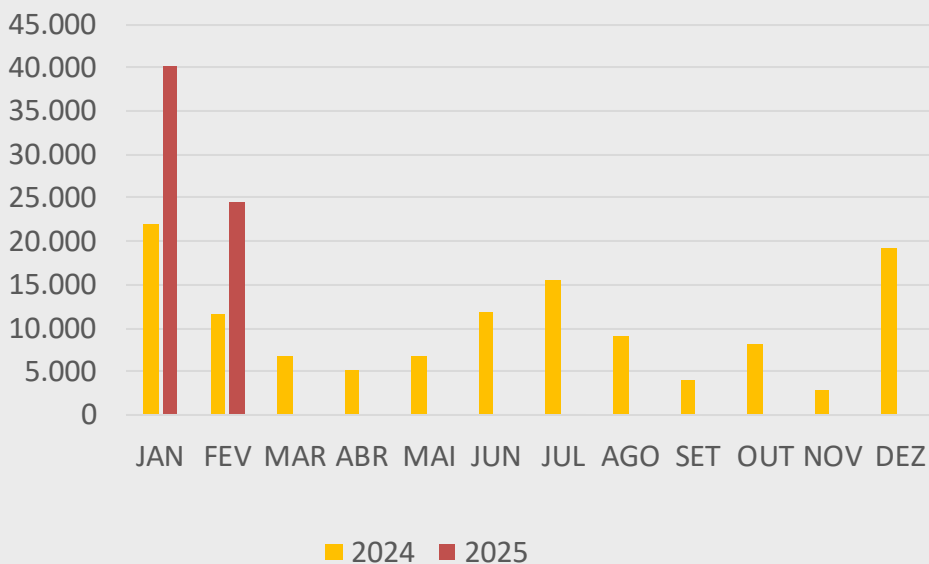
Niara
Telefone
WhatsApp



INFORMATIVO PRELIMINAR

Marketing

SITE AMC | TRUL

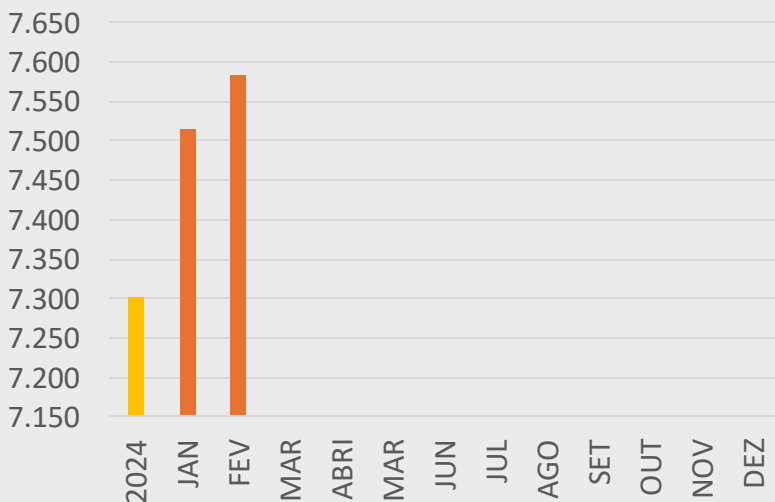


Receita Total FEVEREIRO:

R\$: 24.494,76

REDES SOCIAIS

A taxa de engajamento apresentou crescimento em comparação ao mês anterior. Já na evolução da base de seguidores, tivemos crescimento de **69 novos seguidores**.



SEGUIDORES 7.583

INFORMATIVO PRELIMINAR

Marketing

ROAS

	AMSTERDAM MOC											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Check in Institucional	R\$ 29.935,77	R\$ 26.161,44										
Reservas Institucional	R\$ 39.668,40	R\$ 22.817,19										
Check in Cupom	R\$ 203,55	R\$ 1.941,58										
Reservas Cupom	R\$ 440,56	R\$ 1.677,57										
Check in Total	R\$ 30.139,32	R\$ 28.103,02	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00				
Vendas total	R\$ 40.108,96	R\$ 24.494,76	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 4.200,00	R\$ 0,00				
Investimento	R\$ 3.906,43	R\$ 4.008,48										
ROAS	10,26742064	6,110735241	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

CAMPANHA DE FERIADOS



A Campanha de Feriados 2025 tem como objetivo atrair mais hóspedes e aumentar a taxa de ocupação dos nossos hotéis durante os principais feriados do primeiro semestre. Para isso, estamos oferecendo 25% de desconto nas reservas realizadas com o cupom "FERIADO25", incentivando tanto novos clientes quanto a fidelização dos hóspedes recorrentes.

A campanha está sendo divulgada por meio de anúncios no meta e google, banners no site e post no instagram garantindo maior alcance e impacto.

A escolha do período de 01/01 a 30/06 permite aproveitar datas estratégicas que impulsionam as reservas, como:

- Carnaval (01 a 05/03)
- Páscoa (18 a 20/04)
- Tiradentes (21/04)
- Dia do Trabalho (01/05)
- Corpus Christi (19/06)

Resultado de vendas da campanha de feriados no mês de Fevereiro: **1.679,36**

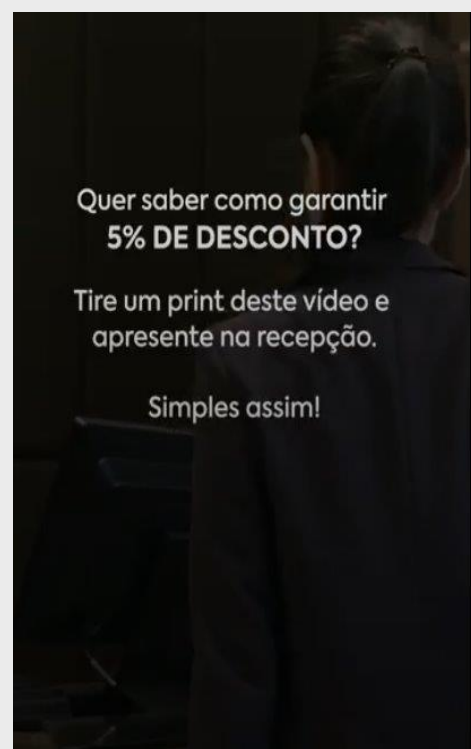
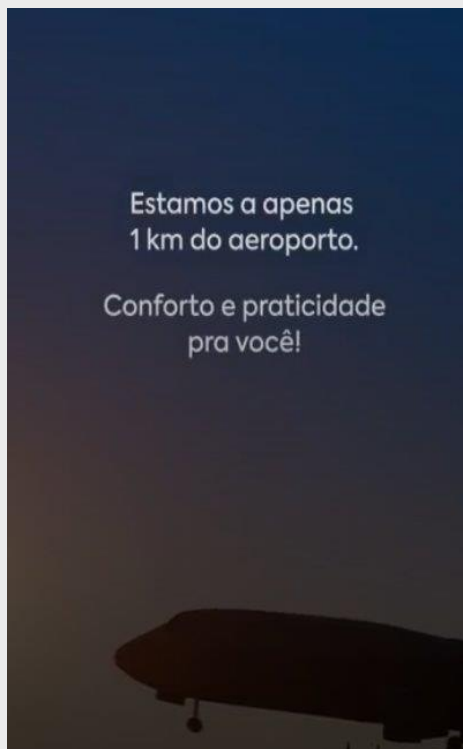
DIVULGAÇÃO DE MÍDIA NO AEROPORTO

Seguimos com nossa ação para fortalecer o posicionamento da marca e ampliar sua visibilidade em um dos principais pontos de acesso de Montes Claros. Essa iniciativa, que teve início em **janeiro de 2025** e segue até **junho de 2025**, nos permite consolidar nossa imagem como referência de qualidade.

Estar presentes estrategicamente nesse local nos ajuda a alcançar um público diversificado e aumentar o reconhecimento da marca. Com um alto fluxo de pessoas, essa ativação oferece uma oportunidade única de destaque e reforça nossa posição no mercado.

INFORMATIVO PRELIMINAR

Marketing

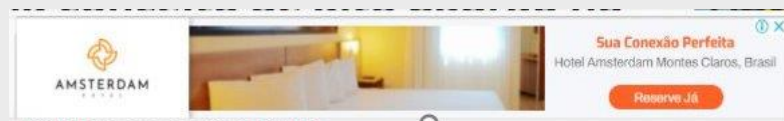


Sojern | Mídia Programática



Estamos sempre sendo impactados pelos anúncios dos nossos hotéis nos sites através da nossa mídia programática.

Monitoramos de perto os sinais de engajamento e resultados.



INFORMATIVO PRELIMINAR



Agradecemos a confiança de todos os investidores e reafirmamos nosso compromisso com a qualidade e o crescimento sustentado do nosso hotel. Continuaremos a trabalhar com foco e dedicação para alcançar os resultados esperados e proporcionar uma excelente experiência aos nossos clientes.

Tru! Hotéis