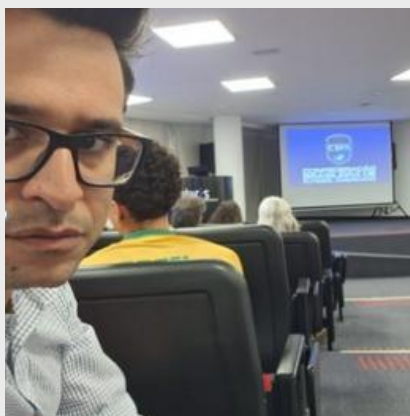


# INFORMATIVO PRELIMINAR

## 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 FI 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

- Mesmo sem carnaval em Fevereiro, tivemos resultados positivos na unidade, com a manutenção da DM de 2024 e aumento da demanda, ocasionando em 2% a mais na receita de hospedagem.
- Tivemos esforços consideráveis nos segmentos de Empresas (envolvendo também ABRACORPs, agências e operadoras), que superaram os números do ano anterior.



Em relação ao compset, fomos positivos em todos os índices, sendo 10% acima na penetração de mercado e revpar e R\$ 2 acima da média da concorrência na diária média.

### RECEITA



#### Telefonia

- Total de ligações atendidas: 443 de 508 ligações recebidas no mês.
- Pico de ligações/Dia: 03/02 recebemos 37 ligações. 33 foram atendidas.
- Pico de ligações/Hora: 47 ligações entre 17:00 às 17:59. 42 foram atendidas.

- 1.492 entre emails, whatsapp e reservas online. (-15,28%) referente ao mês anterior.



#### Total de Tickets Abertos

- 570 reservas inseridas manualmente



#### Total de Reservas Inseridas

Receita total

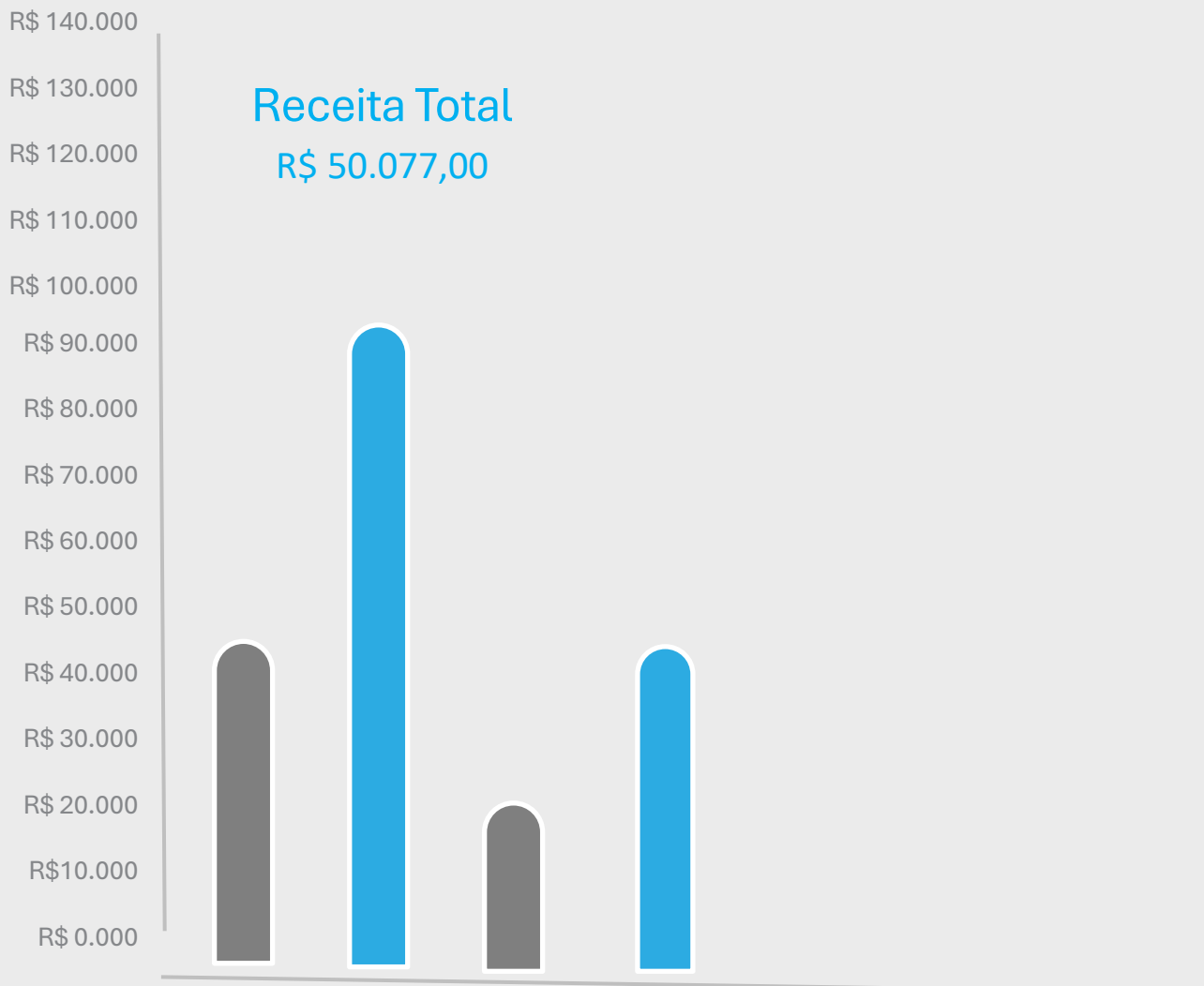
Niara  
Telefone  
WhatsApp



# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Site Trul



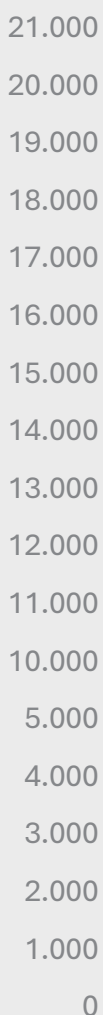
### Roas

	TRYP BH SAVASSI											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Check in Institucional	R\$ 114.313,72	R\$ 93.401,33	R\$ 76.213,39									
Reservas Institucional	R\$ 81.102,84	R\$ 36.992,67	R\$ 16.466,92									
Check in Cupom		R\$ 4.846,86	R\$ 10.606,98									
Reservas Cupom	R\$ 10.008,28	R\$ 5.885,46										
<b>Check in Total</b>	<b>R\$ 114.313,72</b>	<b>R\$ 98.248,19</b>	<b>R\$ 86.820,37</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>
<b>Vendas total</b>	<b>R\$ 91.111,12</b>	<b>R\$ 42.878,13</b>	<b>R\$ 16.466,92</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>	<b>R\$ 0,00</b>
Investimento	R\$ 5.616,24	R\$ 4.445,96	R\$ 3.038,00									
<b>ROAS</b>	<b>16,22279675</b>	<b>9,644290547</b>	<b>5,420315997</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>	<b>#DIV/0!</b>

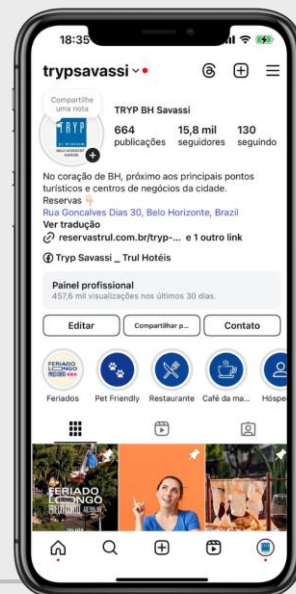
# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Rede Social



**SEGUIDORES | 15.800**



# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Campanha de Feriados

**Objetivo:** aumentar a taxa de ocupação do hotel durante os feriados e períodos de baixa temporada.

#### Venda campanha de feriados Carnaval:

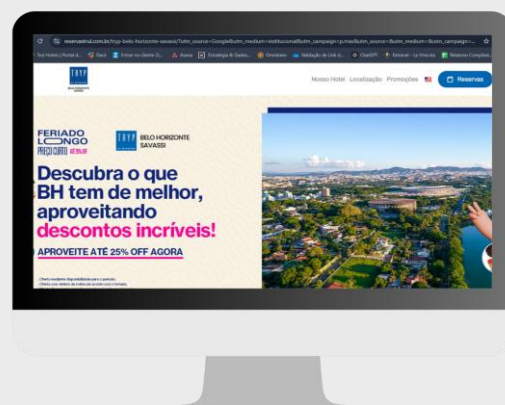
- Receita: R\$9.799,61
- Apartamentos vendidos: 5
- Per noites : 25
- Diária Média: R\$391,98

#### O QUE FOI REALIZADO

Iniciamos o mês de fevereiro com a campanha de feriado prolongado, destacando oportunidades especiais para hospedagem. Ao longo do mês, intercalamos conteúdos temáticos de Carnaval, enfatizando a experiência festiva e descanso após o evento no hotel, com postagens nativas voltadas para a chamada de reservas durante o período. Além disso, realizamos collab com o La Vinicola, reforçando a importância do restaurante como parte da experiência no hotel com o objetivo de ampliar a visibilidade do TRYP BH Savassi para um novo público e destacar a gastronomia como um diferencial para hóspedes e visitantes que ainda não conhecem o hotel.

#### ANÁLISE

Por ser um mês de carnaval, fevereiro teve uma queda significativa nas métricas, já esperados pelo período de sazonalidade. Apesar dessas quedas, a **taxa de engajamento permanece em 2,58%**, o que indica que, embora o conteúdo tenha atingido um público menor, aqueles que foram impactados interagiram de forma relevante. Esse dado mostra que a audiência atual ainda está engajada, mas há necessidade de ampliar o alcance para que mais pessoas tenham acesso ao conteúdo e interajam com as postagens.



# INFORMATIVO PRELIMINAR

Marketing

## Parcerias

**TEMA TRABALHADO:**  
Experiencia de hospedagem

Mauricio Matar



mauriciomattar **Seguir** Enviar mensagem

634 publicações 1,3 mi seguidores 479 seguindo

Mauricio Matar  
Artista  
📍 benditolcor.com/home-final/loja  
Seguido(a) por rubensbekerman e djnathreis



**TEMA TRABALHADO:**  
Experiencia de hospedagem +  
Campanha do consumidor

Marcelo Ferraro



euferraro **Seguir** Enviar mensagem

241 publicações 36,4 mil seguidores 2.546 seguindo

Marcelo Ferraro  
Ator, empreendedor  
@oneleaf.co | @made4u.pro  
Moda • Lifestyle • Autocuidado masculino  
Aprenda a se vestir [link.me/euferraro](#)

