



## MERCADO

A Rede de Hotéis Othon é 100% nacional, concebido por um sonho de um brasileiro, nascido em Pernambuco. Dos esforços desse empreendedor e seus herdeiros, foi criada a maior rede hoteleira com capital brasileiro, responsável por implantar no País, um padrão internacional de serviços. A qualidade apresentada é a principal característica que coloca a marca em patamar de igualdade com outras grandes redes, no setor de hotelaria. Atualmente os Hotéis Othon possuem 27 unidades, deste seis estão no exterior, entre franquizados e hotéis próprios. É a única rede de hotéis brasileira com presença na Europa e Estados Unidos.

## PRODUTO

No Brasil a Rede está presente em alguns dos principais destinos turísticos e de negócios do País, como Rio de Janeiro (capital, Búzios, Parati e Macaé), São Paulo (capital, Franca, São José dos Campos e Ribeirão Preto) Minas Ge-

rais (Belo Horizonte), Bahia (Salvador), Ceará (Fortaleza), Paraíba (João Pessoa) e Santa Catarina (Florianópolis).

O grupo, que conta com um total de 3.500 habitações, opera em diversas categorias, divididas pelos segmentos: Othon Palace, Othon Classic, Othon Travel, Othon Pousadas e Othon Suítes.

No exterior está presente em países como Portugal, nas cidades de Lisboa e Porto, na Espanha em Madri e nos Estados Unidos na cidade de São Francisco.

## CONQUISTAS

Hotéis Othon cresce de forma contínua e qualificada, sempre investindo no aprimoramento dos seus serviços e na melhoria da sua infraestrutura.

Orgulha-se pela presença nas mais importantes cidades brasileiras, segmentando seus produtos. Além disso, atua também no mercado de administração de pousadas e condo-hotéis.

## VALORES DA MARCA

Trabalhar com seriedade e transparência, atuando com ousadia e buscando inovação, partindo dessa percepção, a Rede Othon de-





monstra os seus principais valores. Valores esses, que se refletem na qualidade dos serviços e atenção dedicada aos clientes. Sempre se adequando às necessidades específicas de cada um.

Em 2006, iniciou um processo de revitalização de alguns de seus hotéis localizados na Avenida Atlântica. Aplicando investimentos de cerca de R\$ 18 milhões. A partir dessa iniciativa, implantou um programa de sustentabilidade denominado "Othon Verde". Para aplicar procedimentos que incluem desde a instalação de equipamentos que evitam o desperdício de energia e água, até sistemas de reciclagem de água, lixo e demais materiais utilizados no hotel. A adequação da hotelaria mundial aos valores de sustentabilidade são mais do que uma exigência do mercado e fazem parte dos valores da marca.

## EVOLUÇÕES RECENTES

Nos últimos anos o grupo direcionou seus investimentos no segmento corporativo, um dos

mais importantes para o setor em todo o mundo. Criou o Othon Business, um conjunto de serviços diferenciados destinados a atender às necessidades específicas do segmento. Os serviços encontram-se disponíveis nas unidades Othon Palace situadas nas cidades do Rio de Janeiro,

Belo Horizonte, Salvador e Fortaleza.

Tanta dedicação com o segmento corporativo, se justifica pelo fato de que o setor vem se firmando como um dos mais importantes para o turismo em todo o mundo. Dados dão conta de que 60% da taxa de ocupação da hotelaria nacional são provenientes do turismo de negócios. Esse ano inaugurou uma nova opção de gastronomia, O Bistrot Du Leme, no Leme Othon Palace. Um típico bistrot francês com vista para o mar.

Para diversificar suas ações a rede resolveu apostar alto no mundo eletrônico. Renovou o seu web site e passou a utilizar ferramentas de marketing digital. O primeiro semestre do ano foi dedicado às pesquisas e análises de adequação dos meios aos objetivos estratégicos da Rede Othon. No segundo período do ano todas as ferramentas entraram em ação para alavancar as vendas online, reposicionar a marca empresa na web a imagem da marca da empresa e aumentar a proximidade com os clientes atuais e potenciais.



## COMUNICAÇÃO

Apostando no poder do marketing digital a Rede passou a investir em publicidade e nos mecanismos de busca online, CRM e mobile marketing. Para vendas de pacotes promocionais de todas as unidades da Rede. Os primeiros resultados mostraram que os acessos ao site da empresa triplicaram. Ainda no segundo semestre de 2009, a Rede Othon deu início a uma grande campanha de marketing nas redes sociais na internet. A expectativa é que o potencial de exposição da marca da empresa chegue a de 100 milhões de participantes de comunidades virtuais em todo o mundo.



## HISTÓRIA

Fundado em 1943, pelo empresário Othon Lynch Bezerra de Mello, o primeiro hotel da Rede Othon, foi inaugurado ao lado do aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro. Logo em seguida, nascia o grande Hotel de São Paulo no centro da cidade. Nos anos 70, a marca se expandiu, com unidades como Rio Othon Palace, Bahia Othon Palace, Belo Horizonte Othon Palace e ingressou também no mercado cinco estrelas, consolidando-se como a maior rede da América do Sul. Torna-se também pioneira na adoção de novos conceitos de gerenciamento de grandes unidades brasileiras.

### O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A REDE OTHON

- A Rede Othon é a única rede de hotéis de origem brasileira com portfólio de hotéis no exterior.
- A rede de hotéis que a mais tempo atua no mercado brasileiro.

