

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Inteligência de Mercado

### RECEITA

Segue informativo sobre o desempenho do hotel Vila São João em Fevereiro, assim como ações e eventos realizados no mês.

Demanda da unidade no mês de Fevereiro: 61%

Fevereiro atípico na unidade, pois apesar de ser um mês de alta ocupação, só teve participação de 1 dia no carnaval.

Seguem as datas de maior ocupação:

12/02/2025	Quarta	8	100,00
13/02/2025	Quinta	8	100,00
14/02/2025	Sexta	8	100,00
15/02/2025	Sábado	8	100,00

Comparativo meta x realizado FEVEREIRO:

- Possível ultrapassar a meta de receita, com um incremento de R\$15.107,00.
- Em termos de ocupação e diária média não possível atingir o orçado, porém atingimos excelentes resultados.

FEVEREIRO	RECEITA
RECEITA (META) 2025	R\$160.088,00
RECEITA (REALIZADO) 2025	R\$110.570,00
% AUMENTO: META 2025 X REALIZADO 2025	-31%

FEVEREIRO	DM
DIÁRIA MÉDIA (META) 2025	R\$993,10
DIÁRIA MÉDIA (REALIZADO) 2025	R\$1.188,93
% AUMENTO: META 2025 X REALIZADO 2025	20%

FEVEREIRO	OCUPAÇÃO
OCUPAÇÃO (META) 2025	72%
OCUPAÇÃO (REALIZADO) 2025	42%
% AUMENTO: META X REALIZADO 2025	-30%

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Inteligência de Mercado

### ESTRATÉGIAS

Tivemos várias promoções nos canais de vendas a fim de aumentar a receita do mês:  
Ativamos o sistema IO de flutuação automática conectado com a Omnibees.

- Promoção nas OTA's (Booking.com e Expedia)
- Oferta de 20% em todos os canais - Site / operadoras / Booking / decolar e expedia.
- Estratégia para reservas efetuadas de última hora.
- Oferta de desconto progressivo, já realizada na unidade.
- Prazo de cancelamento da unidade.
- Conforme pesquisa efetuada no principal canal de vendas = Booking.



É possível afirmar que:

- A maioria das reservas são efetuadas no prazo entre 31 e 90 dias de antecedência.
- E a política de compra mais utilizada para o destino é a de cancelamento grátis. O que nos faz analisar que cliente que compra um destino com antecedência, efetua a compra pensando em possíveis imprevistos.

#### Janela de pesquisa

A maioria das reservas foi feita **31-90 dias** antes da data esperada de check-in

#### 5 principais países

A maioria das pesquisas veio de: **Brasil**

#### Duração da estadia

A maioria das reservas buscava uma estadia de **3-7 diárias**

#### Tipo de viajante

A maioria das pesquisas foi feita por **casal**

#### Dispositivo

A maioria das pesquisas foi realizada por **celular**

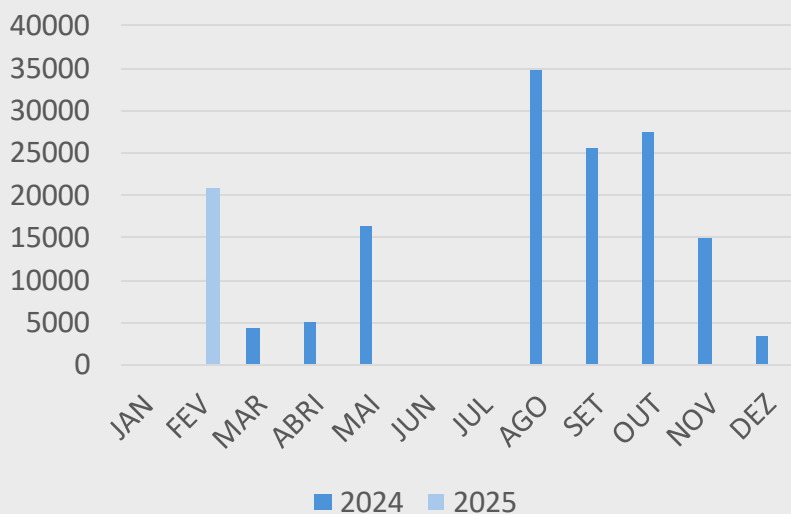
#### Política de cancelamento

Trancoso: **'cancelamento grátis'** foi a política de cancelamento mais reservada pela maioria das pessoas

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

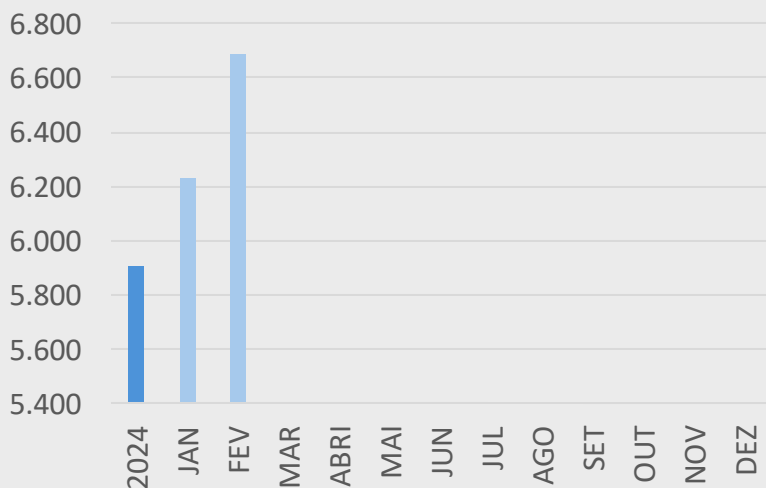
### Site Trul



Receita Total  
FEVEREIRO:  
**R\$:20.776,36**

### Redes Sociais

A taxa de engajamento apresentou crescimento em comparação ao mês anterior. Já na evolução da base de seguidores, tivemos crescimento de **459 novos seguidores**.



**SEGUIDORES | 6.690**

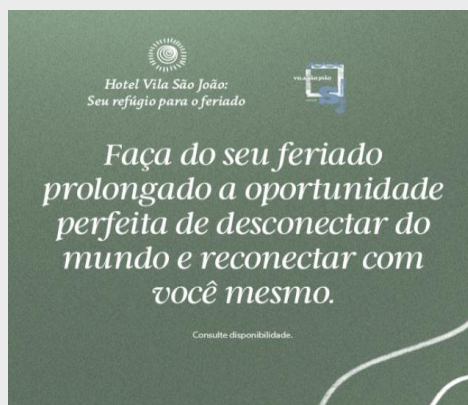
# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Roas

	VILA SAO JOAO TRANCOSO											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Check in Institucional	R\$ 11.542,36	R\$ 21.818,68										
Reservas Institucional		R\$ 20.776,36										
Check in Cupom												
Reservas Cupom												
<b>Check in Total</b>	R\$ 11.542,36	R\$ 21.818,68	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>Vendas total</b>	R\$ 0,00	R\$ 20.776,36	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimento	R\$ 2.161,78	R\$ 1.840,30										
<b>ROAS</b>	0	11,28965929	#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 durante os principais feriados do primeiro semestre. Alinhada com nossa estratégia de promoção de maior ocupação e fidelização dos clientes, a campanha visa reforçar nossa presença no mercado, proporcionando uma experiência ainda mais atrativa para nossos hóspedes.

# INFORMATIVO PRELIMINAR

## Marketing

### Festival de Música Trancoso

No mês de Fevereiro fechamos uma parceria importante para a divulgação e reconhecimento da nossa marca. Como parte desse acordo, teremos presença em todo o material de divulgação do evento, além de um backdrop de apoiador, garantindo ampla visibilidade.

O evento acontecerá de 19 a 22 de março, e no próximo mês incluiremos no relatório os materiais produzidos. Essa ação reforça nosso posicionamento e consolida ainda mais nossa presença no mercado.



# 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