

ECOVIAGENS TURISMO SUSTENTÁVEL

Análise anual de performance

Junho/24 a Junho/25



ECOVIAGENS

PLATAFORMA DE TURISMO SUSTENTÁVEL

Índice

1. Os 04 pilares fundamentais do negócio
2. Definição de crescimento sustentável
3. Análise da Receita
4. Fidelização de clientes
5. Ticket médio
6. Conclusão
7. Recomendações

ECOVIAGENS

ESTRUTURA DE INDICADORES

Saúde do negócio

Receita gerada
Reservas Confirmadas
Novos clientes

Qualidade e Satisfação

Avaliação média geral
Taxa de avaliação
Taxa de Recompra
Taxa de Cancelamento

Desempenho de Operadores

Avaliação média
Efetivação de reservas

Sustentabilidade

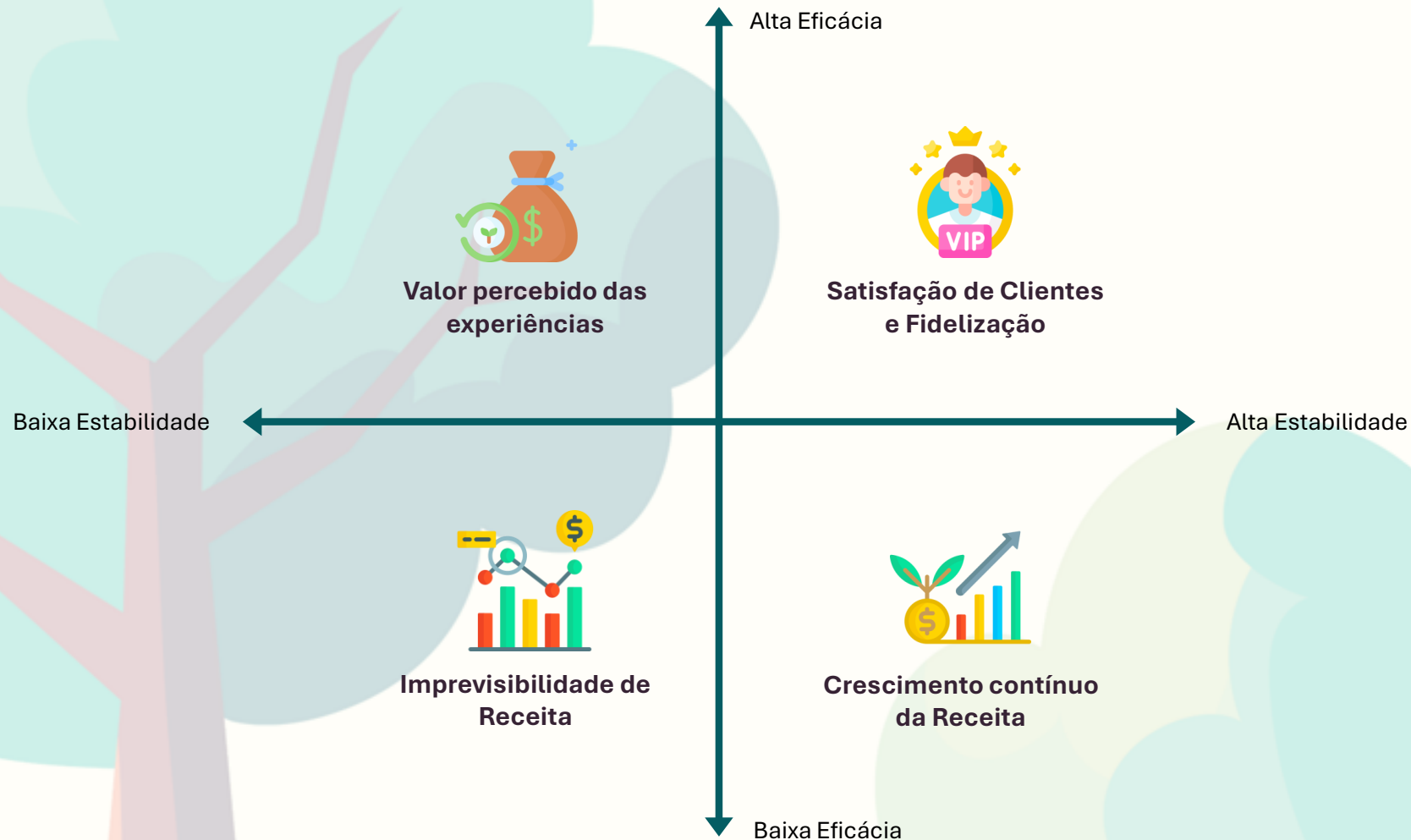
Índice de Sustentabilidade
Top 5 práticas mais aplicadas
Top 5 práticas melhor avaliadas

KPIs definidos com metodologia SMART para embasar a **análise de crescimento sustentável do negócio aliado ao propósito de responsabilidade** ambiental, social e econômica da EcoViagens.

Indicadores agrupados em 4 pilares fundamentais para performance do negócio:

- **Saúde do negócio** – Medir a saúde financeira da empresa, essencial para suportar a expansão da marca.
- **Qualidade de serviços e Satisfação de clientes** – Pilar essencial para fidelização de clientes e consolidação da marca como referência no mercado de turismo sustentável
- **Desempenho de operadores** – Parceiros fundamentais para viabilizar as atividades de turismo sustentável ofertadas na plataforma.
- **Sustentabilidade ambiental** – É a base de todo o negócio, irá suportar todos os outros pilares.

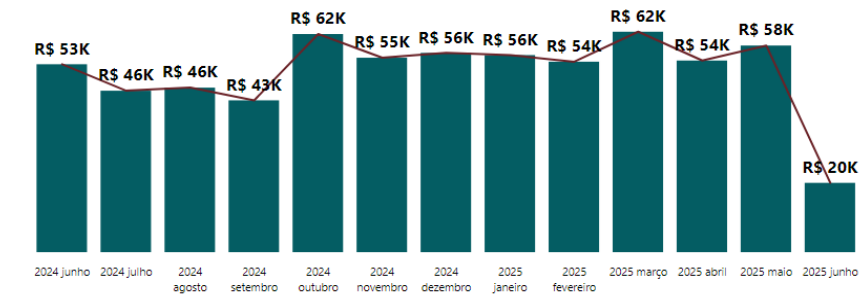
O que é o crescimento sustentável do negócio?



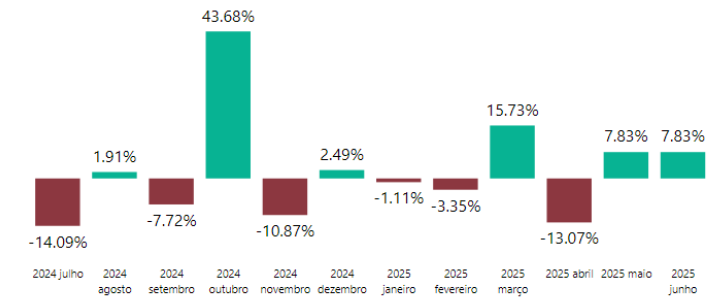
É a capacidade de manter e expandir as operações e lucro a longo prazo, com equilíbrio entre estabilidade financeira, social e ambiental.
Garantindo que a empresa tenha performance eficaz no presente e se mantenha como uma marca relevante e responsável no futuro.

Análise da Receita

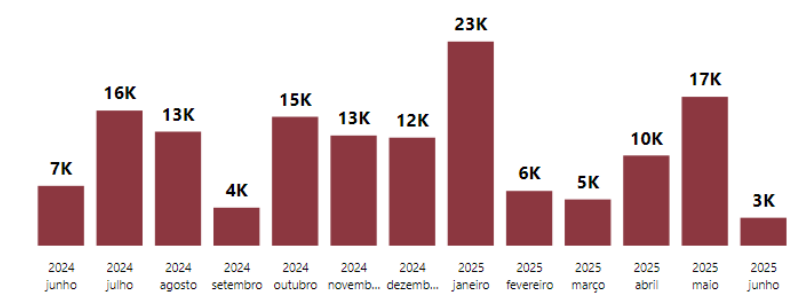
Evolução Mensal da Receita



Variação Mensal da Receita



Impacto Financeiro do Cancelamento de Reservas



A receita total acumulada é de R\$ 663 mil. A receita mensal variou entre R\$ 42 mil e R\$ 62 mil nos 11 meses fechados avaliados, tendo 6 meses de queda na receita em relação ao mês anterior. **Não apresentou crescimento consistente no período.**

A taxa de cancelamento de reservas no período foi de 10,31% com o impacto total de R\$ 145 mil, que equivale a 22% da receita total acumulada. Nos meses de alta demanda houveram mais cancelamentos, mas é necessário analisar e tratar os motivos de cancelamento mais frequentes.

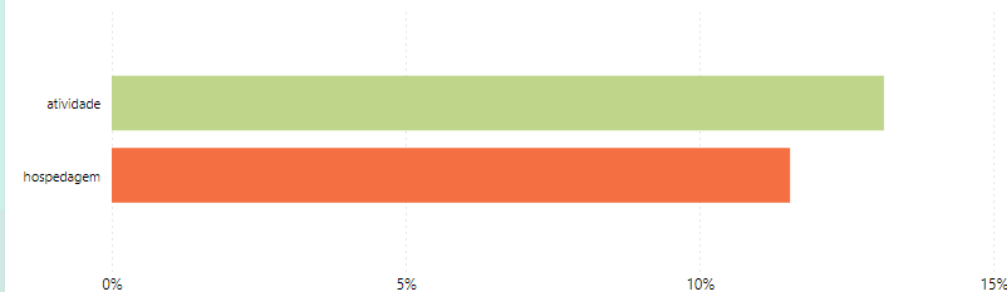
Para melhorar a estabilidade de receita nesse cenário sazonal do turismo, a empresa deve mapear os períodos de baixa demanda da plataforma e propor ações para melhorar a previsibilidade da receita. Também há grande oportunidade de ganho financeiro na retenção de reservas.

Fidelização de Clientes

Taxa de Recompra

23.29%

% de Recompra por Tipo de Oferta



A taxa de recompra mede a fidelização dos cliente e fechou em 23% em todo o período. Em 2024 essa taxa foi de 15,5% e em 2025 foi de apenas 11,6%.

As atividades tiveram uma taxa geral de recompra maior, correspondente a 13% no período. Enquanto hospedagens totalizaram 11% da recompra.

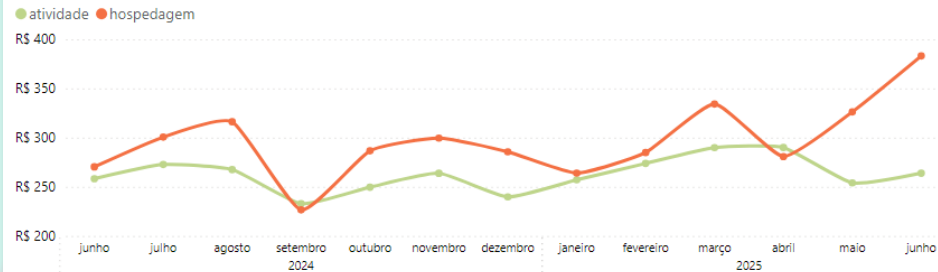
A baixa taxa de fidelização atual reflete que a maioria dos clientes não enxerga valor suficiente nas experiências da plataforma e por isso não voltam a comprar. Esse comportamento enfraquece um modelo de receita estável e crescente.

Ticket Médio

Ticket Médio

R\$ 276.88

Ticket médio por Tipo de Oferta



Ticket Médio por Tipo de Cliente



O ticket médio gasto por pessoa por reserva foi de R\$ 276,88, com um preço médio de experiência na plataforma de R\$ 274,75.

As experiências que apresentam maior ticket médio são as hospedagens.

Temos o ticket médio por cliente recorrente de 277,02 e cliente único de 276,77, ou seja, não houve ganho expressivo em fidelizar os clientes. Esse número reforça que o cliente também não tem incentivo financeiro em ser fidelizado.

É um ticket médio estável, que está de acordo com o preço médio de experiências oferecidas na plataforma, mas ainda aponta para um problema em fidelização. O modelo de recompra atual não gera aumento significativo de gastos na plataforma por tipo de cliente.

Conclusão

Apesar do ticket médio estável, não há uma receita com estabilidade e previsibilidade, além de ter baixa retenção de clientes. **Então o modelo atual adotado pela empresa não é capaz de sustentar o crescimento esperado.**

Pontos chave para atuação e estratégia principal:



Instabilidade de receita: Mapear sazonalidade para prever os meses críticos, ativar ofertas específicas e estabilizar a entrada de capital.



Baixa fidelização: Pensar em estratégias de recompensa e retorno financeiro para aumentar a retenção dos clientes.



Ticket médio: Aumentar o gasto por cliente combinando experiências diferentes em uma única reserva.

Recomendações

Antecipar sazonalidade e melhorar a previsibilidade da receita

- Utilizar análise preditiva com base nos dados históricos para prever quedas no faturamento
- Implantar **campanhas de antecipação para períodos de baixa temporada de turismo**, como ofertas de Inverno, por exemplo.

Aumentar a recompra com a fidelização dos clientes

- Criar um programa de **benefícios e descontos progressivos** para que o cliente perceba vantagem financeira em voltar
- **Segmentar os clientes por tipo de perfil** para oferecer experiências adequadas a cada um
- Criar uma **estrutura de feedback** para captar pontos da plataforma que possam ser um entrave na compra
- Criar um programa de melhoria contínua de parceiros para **eleva o nível de serviços e aumentar o valor percebido nas ofertas**

Aumentar o ticket médio

- Oferecer **pacotes para grupos, famílias ou empresas** para aumentar o ticket por transação
- **Oferecer itens complementares durante a reserva** como transporte, alimentação, etc.
- **Criar pacotes mistos** (atividade + hospedagem) com desconto ao comprar as experiências em conjunto, por exemplo.
- **Criar categorias premium com experiências personalizadas** para atrair clientes com perfil diferenciado e aumentar o valor percebido nas ofertas.



ECOVIAGENS PLATAFORMA DE TURISMO SUSTENTÁVEL

A performance atual não está alinhada com todo o potencial do negócio de atingir valorização do serviço e fidelização de clientes. Mas os dados apontam estratégias claras e ações de melhoria que são viáveis para implantação a curto e médio prazo.

Há uma possibilidade real de transformação do um cenário atual para um crescimento estruturado e consolidação no setor de turismo sustentável como uma marca de referência.

Obrigada!