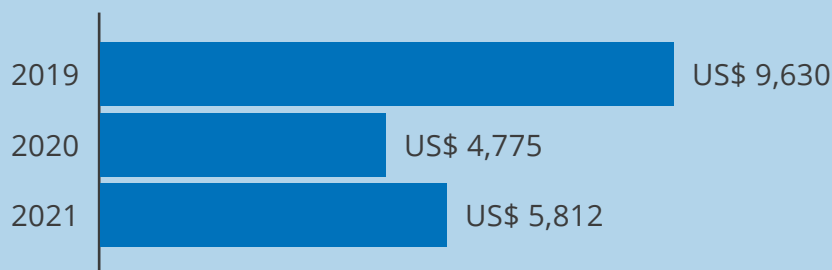


USO DE NOVAS FERRAMENTAS PARA UM TURISMO MAIS SUSTENTÁVEL E EFICIENTE

O Brasil está entre as dez maiores economias de turismo do mundo, segundo dados do [Sebrae RS](#). No âmbito global, a contribuição direta do setor para o Produto Interno Bruto (PIB) foi de aproximadamente US\$ 5,8 bilhões em 2021, indicando uma retomada após a pandemia. No Brasil, o índice de volume das atividades turísticas em 2022 registrou um aumento de 22,5% em setembro em comparação com o mesmo mês de 2021.

Contribuição direta de viagens e turismo para o PIB global



Fonte: [Statista](#), 2022.

Quando a pauta é ecoturismo, o setor representa uma fatia importante nesse mercado. De acordo com dados do [Statista](#), a indústria global do ecoturismo foi estimada em US\$ 181,1 bilhões em 2019 e pode chegar a US\$ 333,8 bilhões em 2027, com um CAGR (*Compound Annual Growth Rate*, ou taxa de crescimento anual composto) de 14,3%. O Mato Grosso do Sul se destaca com a região Bonito-Serra da Bodoquena, e a cidade já foi eleita 16 vezes como o “Melhor Destino de Ecoturismo” do Brasil, prêmio da revista especializada *Viagem e Turismo*. O turismo corresponde a cerca de 4% de todo o PIB do estado.

Perspectivas de crescimento

Mesmo com a retomada e o aquecimento do setor pós-pandemia, uma recuperação completa não será alcançada até 2024, de acordo com as projeções. Em relação ao cenário nacional, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) projetou um crescimento de 2,8% até o final de 2022. Espera-se que a receita mostre uma taxa de crescimento anual de 9,39%, resultando em um volume de mercado projetado de US\$18,83 bilhões até 2026.



CRESCIMENTO DO USO DE INTERNET ENTRE OS TURISTAS

A internet e as redes sociais são amplamente utilizadas pelos turistas atualmente. Os brasileiros passam, em média, **3 horas e 47 minutos** por dia navegando nas redes sociais. Em 2021, aproximadamente 65% das vendas globais de turismo e viagens foram feitas pela internet, e as previsões apontam para um crescimento desse comportamento nos próximos anos, chegando a cerca de 73% em 2026.

- Mais de **1 milhão de hashtags** relacionadas a viagens são usadas no Instagram semanalmente.
- Quase **86% dos turistas** afirmam se interessar por um destino depois de ver fotos nas redes sociais.
- **53% dos turistas** evitam reservar hotéis que não têm avaliações nas redes sociais.

USO DE TECNOLOGIA NO SEGMENTO DE HOSPITALIDADE

O mercado global de tecnologia de viagens foi estimado em US\$ 8,6 bilhões em 2020. O termo se refere à aplicação de soluções de tecnologia para turismo, viagens e hospitalidade.

Alguns exemplos incluem sites como Booking.com e Airbnb, que agilizam e desburocratizam as reservas, o uso de tour virtual, as tecnologias de pagamento sem contato, a pesquisa por voz, a realidade virtual e aumentada e a internet das coisas. Um exemplo local é o check-in com reconhecimento facial, que começou a ser testado no [Aeroporto de Salvador](#). Até 2026, o tamanho dessa indústria pode aumentar em aproximadamente **45%, de acordo com o Statista**.

Atualmente, há 219 empresas no ramo *travel techs* no Brasil – *startups* que fazem uso intensivo de tecnologia para atividades de viagem, turismo e mobilidade. Segundo o estudo [Anuário das Travel Techs Brasileiras](#), essas empresas devem movimentar mais de R\$ 35 bilhões em 2022.

Redes hoteleiras e pequenos negócios já estão de olho nesse caminho de digitalização, sempre pensando na experiência do hóspede. De acordo com levantamento do [Statista](#), as inovações mais buscadas com esse objetivo são:

- digitalização de informações do hotel para substituir no manual do quarto (**70%**);
- automatização de check-in e check-out (**57%**);
- serviço de quarto e chaves dos quartos via aplicativo (**38%**).



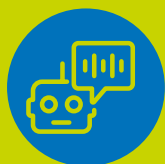
PRINCIPAIS TECNOLOGIAS QUE TÊM SIDO IMPLEMENTADAS POR NEGÓCIOS TURÍSTICOS



Uso de dados: os dados são fundamentais para analisar as oportunidades de mercado no turismo e personalizar o atendimento. De acordo com o estudo [Mercado Big Data Analytics em Turismo](#), empresas que trabalham com dados conseguem identificar insights e oportunidades para a estratégia do negócio. Através do uso de dados, é possível segmentar os clientes com base em seus interesses, conseguindo, por exemplo, comunicar uma promoção específica de forma direcionada. Também é possível conhecer clientes frequentes e manter uma comunicação com eles, informando de tempos em tempos novidades que podem ser interessantes.



Softwares de gestão: a digitalização de processos agiliza a gestão de reservas, check-ins e check-outs, além de facilitar o controle de toda a operação.



Chatbots: com tecnologia de inteligência artificial, são capazes de fornecer aos clientes respostas e informações 24 horas por dia. Pensando em clientes internacionais, ainda há a vantagem de agilizar a comunicação em vários idiomas. [De acordo com o Statista](#), o uso de *chatbot* no setor de hospitalidade deve aumentar 53% até o final de 2022, com aumento de 42% em redes de hotéis e 64% em hotéis independentes.



Internet das coisas: consiste na conexão à internet de itens variados dentro do hotel, pousada ou mesmo em passeios turísticos. Permite que tudo esteja conectado, desde a iluminação até o ar-condicionado, e os clientes podem controlar tudo de forma centralizada.



Soluções *contactless*: surgidas devido à necessidade de evitar contato durante a pandemia, essas tecnologias, hoje, já são indispensáveis para muitos segmentos. O pagamento por aproximação [cresceu 344,5%](#) no primeiro semestre de 2022 em comparação com o período do ano anterior, movimentando R\$ 235,5 bilhões. Foram mais de 4,6 bilhões de pagamentos *contactless* em compras presenciais. Pensando no ecoturismo, é essencial aderir a tecnologias que ajudem a reduzir o uso de recursos naturais – nesse caso, o uso de papel e a geração de lixo com papeladas e recibos. Os QR codes, por exemplo, podem apresentar informações de passeios, pagamentos e o cardápio do hotel. Os pagamentos sem contato agilizam os processos e aprimoram a experiência do cliente.



Realidade virtual: por meio de vídeos 360°, os hóspedes podem conhecer o local sem sair de casa e fazer passeios em áreas de preservação sem causar impacto ambiental. Poder experimentar pode ser a diferença na escolha de um destino. Essa é uma ferramenta interessante para ajudar no processo de reserva.

VANTAGENS E DESAFIOS DE IMPLEMENTAR NOVAS TECNOLOGIAS NO TURISMO

Em 2020, o tamanho do mercado global de hospitalidade atingiu [US\\$ 3.486,77 bilhões](#). Uma das principais maneiras que esse setor está procurando para atualizar seus produtos e serviços é a digitalização, o que impacta diretamente no crescimento. A implementação da tecnologia no turismo e, principalmente, no ecoturismo pode trazer vantagens que vão desde a agilização de processos até a redução no uso de papel e na geração de resíduos. Veja outros benefícios a seguir.

- Melhorias nos processos e no atendimento ao cliente: experiências de reservas, check-ins e check-outs otimizadas, atendimento ágil e personalizado.
- Maior presença digital para o negócio: como mencionado anteriormente, a presença digital é um ponto relevante e importante para os turistas, que usam a internet para pesquisar novos destinos e escolher os melhores lugares para hospedagem. Em junho de 2021, as reservas on-line em hotéis e pousadas [cresceram 230%](#) em relação ao mesmo período em 2020. De acordo com um [levantamento da Comscore](#), o segmento de viagens concentra 70 milhões de usuários únicos nas redes, o que representa 56% da população digital, e 93% deles consomem informações sobre viagens apenas pelo celular.
- Redução no uso de recursos naturais: o uso da tecnologia para eliminar papeladas, comunicações impressas, embalagens e itens de uso único em processos de check-in e check-out é uma importante ferramenta para fortalecer a conexão do negócio com os princípios de ecologia e sustentabilidade.
- Promoção da educação ambiental: ferramentas digitais podem ser grandes aliadas em processos educativos, enriquecendo atrações, hotéis e pousadas de maneira informativa e didática. A conscientização sobre o meio ambiente pode ser abordada de maneiras inovadoras, chegando aos clientes por meio de canais digitais como aplicativos, realidade aumentada, sites e totens interativos.

Entretanto, ainda existem desafios nos processos de implementação de grande parte das tecnologias, principalmente na área do ecoturismo. Entre os principais motivos estão a localização de grande parte das atrações e hospedagens e a ideia de que ecologia e tecnologia têm pouco a ver. Para traçar um plano de ação para atualizar um negócio, é importante levar em conta os pontos listados a seguir.

- Disponibilidade de recursos financeiros dos pequenos negócios: nem sempre é possível aderir a todas as tecnologias de uma só vez. Começar do pequeno, pensando em redes sociais, aplicativos e digitalização de alguns processos, é um bom ponto de partida.
- Conectividade em áreas remotas, que podem ter pouco acesso à internet: a falta de internet ou má conexão pode ser um problema, mas a chegada do 5G pode ser uma melhoria importante nesse quesito. Apesar do número de usuários de internet e redes sociais no Brasil ser alto, o país ainda tem [35,5 milhões](#) de pessoas sem acesso à internet. Quando falamos em zona rural e áreas remotas, [73% das propriedades](#) ainda não estão conectadas.



- Falta de conhecimento técnico dos agentes que atuam no ecoturismo: é importante investir em treinamentos e educação para que todos estejam alinhados.
- Treinamento e gestão de equipe: assim como no ponto anterior, é necessário que todos os envolvidos na operação estejam familiarizados com as tecnologias, para que elas sejam aproveitadas da melhor maneira.

A seguir, trazemos pontos importantes para a implementação e o uso das tecnologias.

- Criar um ambiente favorável à inovação.
- Definir foco, objetivos e metas com implantação de tecnologias.
- Ter um site com boa usabilidade, responsivo ao acesso via smartphone.
- Investir na presença nas redes sociais.
- Atuar com marketing e conteúdo digitais.
- Manter o foco na experiência do cliente visando ao compartilhamento nas redes sociais.
- Aproveitar conteúdos gerados pelos consumidores.
- Investir em ambientes “instagramáveis”.
- Manter-se atento às avaliações, respondendo, interagindo e solicitando aos clientes que avaliem o serviço através de e-mails em processo de pós-compra.


COMPORTAMENTO DO TURISTA

O novo perfil do turista tem a tecnologia como aliada e depende dela para tomadas de decisão. Além disso, a presença digital faz parte do processo de viajar e conhecer lugares, incluindo a rotina de postagens nas redes sociais no roteiro: cerca de 40% dos Millennials escolhem destinos baseados no quão “instagramáveis” eles são.

Esse novo turista também é mais exigente quanto ao uso da tecnologia e privilegia empresas transparentes e flexíveis. A crise resultante de cancelamentos, transferências, alterações e reembolsos de viagens do início da pandemia ensinou ao consumidor sobre a necessidade de políticas de cancelamento claras e flexíveis. A digitalização de processos é um diferencial para esse novo perfil, que valoriza o check-in remoto, o uso da biometria e de QR codes para agilizar qualquer movimentação.

No quesito responsabilidade ambiental, o novo perfil de turista é muito mais consciente e valoriza empresas que têm boas práticas sustentáveis. [Segundo o Google](#), houve um crescimento de 70% nas buscas por opções sustentáveis de viagem.



- 
- 81% dos turistas** acreditam na importância de fazer viagens mais sustentáveis.
 - 70% dos turistas** dizem que teriam mais chances de reservar uma acomodação sabendo que ela é ecologicamente correta.
 - 59% dos turistas** dizem que querem deixar os lugares que visitam melhores do que quando chegaram.
 - 23%** dizem que optaram por viajar para um destino mais próximo de casa nos últimos 12 meses para reduzir sua pegada de carbono.
 - 38%** procuram por informações sobre os esforços de sustentabilidade de um local antes de fazer uma reserva.
 - 44%** dos turistas em setembro de 2021, no início do pós-pandemia, afirmaram que os aplicativos móveis que fornecem notificações e alertas durante a viagem ajudariam a aumentar sua confiança em viajar no próximo ano.
 - 41%** dos turistas no mesmo período já pensavam no check-in de autoatendimento e nos pagamentos sem contato como ferramentas que aumentariam sua confiança em viagens, pensando na segurança relacionada à pandemia.
 - 40%** destacaram políticas de cancelamento automatizadas e flexíveis, além de tecnologias móveis de embarque como pontos positivos para a confiança.
 - 62%** dos hóspedes afirmam preferir fazer check-in e check-out pelo *app* do hotel.
 - 73%** usariam um aplicativo para abrir a porta do quarto se fosse disponibilizado.

EXEMPLOS DO USO DE TECNOLOGIAS PARA O FUTURO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Hoje, os turistas querem ir além da condição de espectadores quando visitam um local, e quando falamos sobre ecoturismo essa afirmação se torna ainda mais verdadeira. Viver o local é um ponto importante na escolha de um roteiro e hospedagem. Também nesse nicho, é muito comum a informalidade, o que dificulta algumas programações e pode trazer insegurança, principalmente para turistas internacionais. Com a tecnologia para o turismo, já há ferramentas simples que ajudam a suprir essas necessidades. Acompanhe alguns exemplos a seguir.



Com os aplicativos [Rent a Local Friend](#) e [Tours By Locals](#), é possível contratar um guia local que fará passeios diferentes dos convencionais, mostrando atrações e lugares que ficam fora dos roteiros badalados.



Em Bonito (MS), a Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio implementou o uso de um [voucher único](#), que atualmente é totalmente digital. Esse *voucher* centraliza todas as movimentações do turista na região: nele está especificado o horário do passeio, o número de vagas e o guia turístico.



O aplicativo [Smart Tour PE](#) foi desenvolvido pela Universidade Federal Rural de Pernambuco e fornece informações e dados climáticos de pontos turísticos espalhados pelo estado. Os dados vêm de estações meteorológicas instaladas em locais estratégicos, e algumas possuem câmeras cujas imagens são transmitidas em tempo real. O aplicativo ajuda os turistas a avaliarem as condições meteorológicas e visualizarem em tempo real os pontos de visitação desejados.

Veja a seguir as tendências tecnológicas que impactarão o turismo nos próximos anos.

- Realidade Virtual (VR): permite que clientes usem a tecnologia para conhecer o estabelecimento ou local, sendo relevante para decisão de compra de pacotes e reservas.
- Realidade Aumentada (AR): permite que ambientes se tornem interativos através de aplicativos, trazendo dados de educação ambiental, informações sobre atrações e locais, e, até mesmo, informações sobre o estabelecimento.
- Inteligência Artificial (IA): permite tempos de resposta rápidos a qualquer hora do dia, melhorando a experiência do cliente.
- Metaverso: pode ser usado para interagir com os agentes de viagens ou com a equipe da recepção do hotel, reservar um quarto ou conhecer atrações locais.



FONTES CONSULTADAS

[A importância da tecnologia para o turismo](#). Sebrae Minas. 2017. Marta Poggi e Borges. [“Novo Viajante” 4.0: exigente, responsável e digitalizado](#). Agente no Turismo. 2020. Araújo, Danilo Ricardo Barbosa et al. [Uma solução baseada em internet das coisas para apoiar o turismo de natureza](#). UFRPE. 2021. Filipi Brites. Himanshu V, Roshan D. [Global Ecotourism Market - Opportunities and forecast, 2021-2022](#). 2021. [Marketing e Tecnologia no Turismo \(cada vez mais importante\)](#). BrasilTuris. 2021. [Marta Poggi e Borges. Realidade Virtual no Turismo: como aplicar no seu negócio?](#) Agente no Turismo. 2021. [Prefeitura de Bonito \(MS\) lança nova versão do Voucher Único](#). Portal Ecoturismo. 2021. Vinícius Medeiros. [4 tendências digitais quentes na indústria do turismo](#). Revfine. 2022. [5 tendências do turismo que vão impulsionar o uso de tecnologia no setor](#). Clicksign. 2022. [13 principais tendências tecnológicas emergentes na indústria de viagens e turismo](#). Revfine. 2022. Edilma Rodrigues. [Karina Cedeño. 8 insights sobre a transformação digital no Turismo, via HSMAL](#). Panrotas. 2022. Max Woolf. [Is Sustainable Travel Trending up? \[2022 Study\]](#). Passport-photo. 2022. Rodolfo César. Simon Kemp. [Sustainable Travel Trends 2022](#). Ecoliv. 2022. [Tecnologia como aliada do turismo sustentável](#). iTravel. Acesso em 2022. [Travel & Tourism - Worldwide](#). Statista. 2022. [Turismo com mais tecnologia, experiência e segurança como diferencial competitivo](#). Software Express. 2022.



Gerente da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação: Sandra Amarilha
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza
Período da Pesquisa: 12 a 22 de novembro de 2022
<https://ecoturismo.ms.sebrae.com.br/>

