



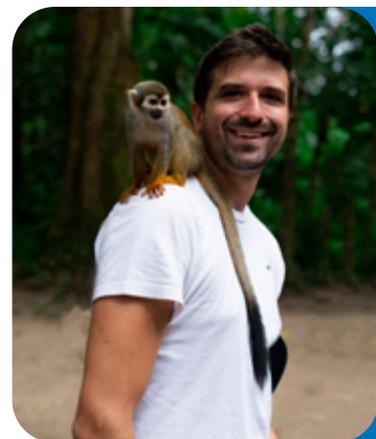
CADERNO DE TENDÊNCIAS

MEGATENDÊNCIAS PARA 2024

EXPLORANDO O FUTURO DO ECOTURISMO:
INOVAÇÕES, SUSTENTABILIDADE E EXPERIÊNCIAS
PERSONALIZADAS

INTRODUÇÃO

À medida que o mundo se adapta a novas realidades e expectativas, o turismo também está em constante transformação, abraçando novas tecnologias, práticas sustentáveis e experiências culturais profundamente enriquecedoras. Para analisar essas mudanças, o Sebrae criou este guia para que os empreendedores possam entender as dinâmicas em evolução do setor de viagens e como elas influenciarão as experiências dos viajantes e do ecoturismo nos próximos anos.



Convidamos você a mergulhar neste estudo e explorar como os interesses e os comportamentos dos turistas estão evoluindo. Seja você um profissional do setor, um entusiasta de viagens ou alguém apaixonado por natureza e cultura, este documento oferece insights valiosos e estratégias para se alinhar às tendências futuras. Prepare-se para descobrir como as inovações tecnológicas, a crescente consciência ambiental e a busca por autenticidade e personalização estão redefinindo as viagens.

Boa leitura!

SUMÁRIO

TENDÊNCIAS QUE PODERÃO IMPACTAR O ECOTURISMO

1. TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

- Crescimento digital
- Democratização das viagens
- Reservas fáceis e rápidas via smartphone

2. VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

- Combinação de viagens de negócios e lazer

3. CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

- Consciência ambiental e climática intensificada
- Estética e sustentabilidade no turismo

4. BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

- Bem-estar pessoal
- Zen 2.0
- Experiências personalizadas e consistentes

5. FATORES DE ATRAÇÃO

- Destinos inspirados por mídias sociais
- Experiências centradas em lazer
- Decisões de viagem baseadas em gastronomia, cultura e conexões

IDEIAS PARA COLOCAR AS TENDÊNCIAS EM PRÁTICA

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PARA 2024

OS TURISTAS DE 2024: QUEM SÃO ELES?

TENDÊNCIAS QUE PODERÃO IMPACTAR O ECOTURISMO

1. TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

CRESCIMENTO DIGITAL

Refere-se ao aumento no uso de tecnologias digitais, como carteiras digitais, e a preferência por pagamentos e transações on-line durante as viagens. Esta tendência também abrange o uso de aplicativos e plataformas digitais para planejamento, reserva e gerenciamento de viagens.

- 32% dos viajantes globais consideram a presença de Wi-Fi muito importante para suas viagens ([Visa](#)).
- 71% dos brasileiros utilizam carteiras digitais durante suas viagens ([GTI/CNN Brasil](#)).
- Em 2022, 68% das vendas no setor de viagens e turismo foram realizadas on-line. Estima-se que, até 2026, 73% da receita do mercado de viagens e turismo será gerada on-line. Os smartphones são o dispositivo mais utilizado (70%) para reservas de férias ([Tripplo](#)).

No contexto do ecoturismo, a ascensão digital tem um papel crucial, não apenas simplificando o processo de reserva on-line para experiências ecológicas, mas também elevando a conscientização ambiental. A importância do Wi-Fi e o uso generalizado de carteiras digitais por brasileiros em viagens ressaltam como a conectividade e as soluções digitais

se tornaram essenciais. Esta tendência pode ser aproveitada pelo ecoturismo para promover destinos sustentáveis e educar sobre práticas ambientais responsáveis em plataformas digitais interativas.

DEMOCRATIZAÇÃO DAS VIAGENS

O papel crescente da tecnologia e da inteligência artificial (IA) está tornando as viagens mais acessíveis e personalizadas. Isso inclui o uso de IA para gerar recomendações de viagens e experiências com base nas preferências do usuário.

- Em 2023, apenas 6% dos viajantes dos EUA usaram IA conversacional para planejar uma viagem. Agora, quase 40% estariam propensos a usar IA generativa para ajudar a encontrar hotéis ou aluguéis de férias; um terço optaria pela ferramenta para comparar opções de voos e 35%, para encontrar atividades e coisas para fazer ([Expedia](#)).

A popularização do acesso a tecnologias que personalizam as buscas possibilita o aumento da prática do ecoturismo, pois mais pessoas descobrem e participam de experiências ecológicas adaptadas a seus interesses e orçamentos.

RESERVAS FÁCEIS E RÁPIDAS VIA SMARTPHONE

O aumento das reservas de viagens realizadas por meio de smartphones, frequentemente auxiliadas por inteligência artificial para fornecer recomendações personalizadas e itinerários adaptados, reflete uma mudança significativa no comportamento dos viajantes.

- 48% das pessoas confiariam em uma IA para planejar suas viagens ([Booking](#)).
- No segundo trimestre de 2023, o Airbnb aumentou 19% sua receita, alcançando US\$ 2,5 bilhões, tendo um crescimento de 105% comparado a 2019. A Booking Holdings também teve um trimestre recorde, com receita de reservas atingindo US\$ 39,7 bilhões, um aumento de 15% em relação a 2022 e 268 milhões de reservas, 9% a mais que no ano anterior ([InfoMoney](#)).

A crescente confiança em tecnologias, assim como um maior desejo por autonomia, estão remodelando o modo de organizar as viagens. Com plataformas de reservas on-line registrando aumentos notáveis em suas receitas, fica evidente o crescimento da busca por comodidade e eficiência. Essa tendência pode ser especialmente benéfica para o ecoturismo, pois facilita o acesso a opções de viagem sustentáveis e personalizadas para quem deseja combinar aventura com consciência ambiental.

2. VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

COMBINAÇÃO DE VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

Este comportamento reflete a crescente popularidade em mesclar negócios com lazer, o que ficou conhecido como “bleisure” (uma fusão das palavras “business” e “leisure”). Observa-se uma mudança nas viagens de negócios, incluindo a ocasião para fazê-las, alterações na duração e no destino da estadia, entre outros. A tendência é para acomodações mais flexíveis e experiências mais enriquecedoras.

- O mercado de turismo “bleisure” deverá atingir US\$ 594,51 bilhões em 2023. Com a demanda crescendo a uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de 19,5%, acredita-se que a avaliação de mercado chegue a US\$ 3.530,53 bilhões até 2033 ([FMI](#)).
- Na China, que deverá se tornar o [maior mercado turístico do mundo](#), 84,5% das empresas esperavam um aumento no orçamento de viagens de negócios domésticas para 2023, enquanto 74,5% preveem um aumento no orçamento para viagens de negócios internacionais ([Trip](#)).

Empreendedores do turismo podem aproveitar esta tendência ao oferecer pacotes que combinam trabalho e lazer, incentivando a extensão da estadia em destinos ecoturísticos. Isso inclui promover retiros em áreas naturais, visitas a parques nacionais e reservas ecológicas, e proporcionar experiências que são, ao mesmo tempo, relaxantes e inspiradoras para quem as usufrui.

3. CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E CLIMÁTICA INTENSIFICADA

A preocupação crescente dos consumidores com o meio ambiente e as mudanças climáticas está direcionando uma nova abordagem para as viagens. Mais atentos à pegada ecológica de suas jornadas, eles estão escolhendo destinos e práticas que minimizem o impacto ambiental e levem em conta a resiliência às mudanças climáticas. Há uma inclinação para explorar locais menos conhecidos, o que ajuda a evitar o turismo de massa e apoia as economias locais com práticas responsáveis e sustentáveis.

- 71% dos turistas brasileiros estão interessados em viagens ecológicas ([Visa](#)).
- Mais da metade (59%) dos viajantes já escolheu destinos sustentáveis recentemente; 69% buscam ativamente essas opções e 75% desejam escolher programas sustentáveis no futuro ([World Travel and Tourism Council](#)).
- Muitos viajantes globais (60%) estão interessados em aplicativos de turismo com pegada sustentável, em que podem desbloquear recompensas, experiências com moradores locais em áreas menos exploradas (47%) ou visitar locais remotos aos quais os turistas têm acesso limitado (44%) ([Booking](#)).

A crescente inclinação por essas opções enfatiza uma oportunidade para destinos que combinam beleza natural com práticas sustentáveis. O ecoturismo se

destaca aqui, promovendo destinos que não só oferecem paisagens deslumbrantes, mas também práticas e iniciativas que combatem os efeitos das mudanças climáticas.

ESTÉTICA E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

Observa-se um aumento na demanda por experiências turísticas que combinam sustentabilidade com um design atraente e inovador. As pessoas têm buscado destinos com uma experiência visualmente rica e, ao mesmo tempo, ambientalmente consciente.

- Turistas exigentes procuram por arquiteturas impressionantes que tenham características ambientais como elemento central, com mais da metade (53%) buscando acomodações que apresentem inovações sustentáveis de destaque. Três em cada cinco (60%) desejam ver a sustentabilidade em ação, enquanto quase dois terços (65%) querem ver o exterior trazido para dentro, com espaços verdes e plantas nas acomodações durante as férias ([Booking](#)).

Esta tendência representa uma oportunidade para desenvolver ou promover destinos ecoturísticos que sejam não apenas responsáveis do ponto de vista ambiental, mas também visualmente distintos e atraentes, proporcionando uma experiência única e memorável.

4. BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

BEM-ESTAR PESSOAL

O bem-estar pessoal tem ganhado cada vez mais importância para os viajantes durante suas jornadas. Muitos estão buscando acomodações e atividades que promovam uma boa saúde física e mental, incluindo opções de relaxamento, spas, retiros de meditação e atividades ao ar livre. Isso inclui destinos que oferecem tratamentos de saúde, atividades físicas ao ar livre, dietas balanceadas e programas de desintoxicação.

- O mercado global de bem-estar atingiu US\$ 5,61 trilhões em 2022 (contra US\$ 5,19 trilhões no ano anterior e US\$ 4,93 trilhões em 2019), com projeção de crescimento de 8,6% ao ano (CAGR), alcançando US\$ 8,47 trilhões em 2027 ([Global Wellness Institute](#)).
- Já o turismo wellness passou de US\$ 466,8 bilhões em 2021 para US\$ 650,7 bilhões em 2022 ([Global Wellness Institute](#)).

O ecoturismo pode se beneficiar ao oferecer experiências que se alinham com o bem-estar pessoal, como trilhas em ambientes naturais, terapias integradas ao ambiente natural, spas ecológicos, alimentação saudável baseada em produtos locais e programas de fitness integrados à natureza.

ZEN 2.0

O bem-estar e o relaxamento estão se tornando cada vez mais centrais nas atividades turísticas, com uma evolução para experiências mais profundas e meditativas. Isso inclui a prática de ioga, meditação, mindfulness e retiros espirituais, muitas vezes em ambientes naturais serenos.

- 25% dos turistas buscam recarregar suas energias durante as viagens ([Visa](#)).
- A prioridade pelo bem-estar também se mostra nos números: com o clima mais quente, 36% dos viajantes procuram destinos próximos à água para relaxar; 58% buscam retiros de sono; 20% estão interessados em retiros de saúde; e 14% em retiros psicodélicos. Além disso, cerca de 18% querem se conectar mais consigo mesmos e 48% estão curiosos sobre retiros de tantra para uma conexão mais profunda com seus parceiros ([Booking](#)).

Destinos ecológicos desempenham um papel vital em satisfazer as necessidades daqueles que desejam descansar em ambientes naturais. Com muitos turistas buscando locais próximos a corpos d'água para relaxar, esses destinos oferecem oportunidades ideais para experiências em cenários aquáticos. Além disso, o interesse em retiros voltados para o sono, a saúde e o bem-estar mental sugere um potencial significativo para atuarem como santuários para quem procura introspecção e conexão mais profunda consigo mesmo ou com parceiros, aproveitando a tranquilidade e a beleza da natureza.

EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS E CONSISTENTES

A preferência crescente por experiências de viagem moldadas de acordo com interesses e necessidades individuais é cada vez mais evidente. Vemos isso na busca por itinerários flexíveis, nos quais os viajantes podem ajustar seus planos de forma independente, muitas vezes estando dis-

postos a pagar mais por essa flexibilidade. Mas eles esperam experiências que sejam não apenas personalizadas; também buscam por atendimento de qualidade e humanizado. Isso inclui a expectativa de tecnologia intuitiva e uma conexão genuína na hospitalidade.

- 71% dos consumidores esperam que as empresas ofereçam interações personalizadas, e 76% se frustram quando isso não ocorre ([McKinsey](#)).
- 58% dos turistas globais preferem organizar as reservas de suas viagens, incluindo acomodações, atrações e alimentação, de forma independente ([Visa](#)).
- Entre os brasileiros, 65% preferem evitar pacotes turísticos ([Visa](#)).

Esta tendência crescente no ecoturismo, especialmente no Brasil, destaca a preferência por viagens individualmente planejadas, envolvendo a escolha autônoma de itinerários, acomodações e atividades. Os empreendedores no setor têm a oportunidade de integrar tecnologia para oferecer experiências personalizadas, mantendo ao mesmo tempo um alto padrão de atendimento e autenticidade. Essa abordagem reflete um desejo de conexão mais profunda com a natureza e a cultura local.

5. FATORES DE ATRAÇÃO

DESTINOS INSPIRADOS POR MÍDIAS SOCIAIS

A influência das redes sociais na escolha de destinos turísticos é inegável. Com a ascensão de plataformas como Instagram e TikTok, lugares que oferecem cenários pitorescos ou experiências úni-

cas ganham destaque. Fotos e vídeos compartilhados por influenciadores ou viajantes comuns podem rapidamente tornar um destino popular, levando a um aumento no interesse turístico.

- 22% dos brasileiros que viajam já escolheram experiências apresentadas por influenciadores das redes sociais ([Visa](#)).
- Quase 30% dos turistas afirmam que programas de TV e filmes são mais influentes em suas escolhas do que antes ([Expedia](#)).

Para empreendedores do ecoturismo, esta é uma oportunidade de destacar a beleza natural e a singularidade de seus destinos. Isso pode ser feito por meio de campanhas de marketing digital que utilizam imagens impressionantes e conteúdo envolvente para atrair visitantes interessados em descobrir lugares “instagramáveis” e experiências que se diferenciam das tradicionais.

EXPERIÊNCIAS CENTRADAS EM LAZER

Hoje, existe uma busca por atividades que vão além de simplesmente visitar pontos turísticos, mas que ofereçam experiências de relaxamento, aventura, e a oportunidade de imergir completamente em um novo ambiente. Há um crescente interesse por atividades que proporcionam uma conexão mais profunda com o local visitado, seja por meio de aventuras na natureza, retiros de bem-estar ou experiências culturais imersivas.

- Globalmente, 28% dos viajantes procuram experiências novas e exóticas, que não poderiam experimentar onde moram; 27% buscam criar boas memórias com família e companheiros de viagem ([Visa](#)).

O ecoturismo tem a capacidade de oferecer exatamente este tipo de experiência, com atividades que variam de trilhas ecológicas a observação da vida selvagem, passando por experiências de imersão cultural em comunidades locais. A chave é criar ofertas que não apenas respeitem e preservem o ambiente natural, mas também proporcionem uma experiência verdadeiramente única e memorável.

DECISÕES DE VIAGEM BASEADAS EM GASTRONOMIA, CULTURA E CONEXÕES

Uma outra tendência emergente no turismo é a priorização de experiências que oferecem imersão na gastronomia local, na cultura e nas conexões com as comunidades. Os turistas querem entender, experimentar e se conectar com a essência do lugar por meio de sua comida, tradições e pessoas.

- Quando se trata de experiências culinárias, 78% preferem sabores novos em vez dos já conhecidos. Metade planeja suas viagens em

torno de restaurantes específicos ou pratos, com 61% dando prioridade a aprender sobre as origens dos pratos icônicos de um destino ([Booking](#)).

- Em 2024, quase dois terços (61%) dos viajantes estarão mais interessados em descobrir as origens das especialidades culinárias dos destinos que visitam. Quatro em cada cinco (81%) desejam experimentar cozinhas indígenas, focando em sabores herdados e em culturas sub-representadas ([Booking](#)).

Esta tendência oferece uma excelente oportunidade para o ecoturismo integrar experiências culturais e gastronômicas em seus pacotes. Isso pode incluir visitas a mercados locais, workshops de culinária tradicional, e interações autênticas com as comunidades locais. Isso enriquece a viagem, promove um turismo mais consciente e apoia a economia local.

IDEIAS PARA COLOCAR AS TENDÊNCIAS EM PRÁTICA

NEGÓCIOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

01. Ofereça a opção de reserva on-line para jantares especiais ou degustações, facilitando a escolha personalizada dos clientes.

02. Implemente menus digitais acessíveis via smartphones, permitindo que os clientes personalizem suas refeições de acordo com suas preferências alimentares.

- 
- 03.** Utilize aplicativos ou plataformas digitais para coletar feedback sobre a experiência gastronômica, permitindo ajustes personalizados no serviço.

VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

- 04.** Crie pacotes de refeições especiais para viajantes de negócios que buscam opções de lazer, incluindo jantares relaxantes ou temáticos.

- 05.** Ofereça opções de refeições rápidas e saudáveis para aquelas pessoas com agendas apertadas.

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

- 06.** Priorize ingredientes locais e práticas sustentáveis na preparação das refeições, destacando a origem e os benefícios ambientais.

- 07.** Desenvolva pratos que refletem a sustentabilidade ambiental, como opções vegetarianas ou veganas, promovendo conscientização.

- 08.** Explore parcerias com marcas de cosméticos que compartilham valores sustentáveis, oferecendo produtos eco-friendly nos quartos e contribuindo para a redução do impacto ambiental na hotelaria.

- 09.** Implemente práticas de gestão de resíduos de cosméticos de forma sustentável, incentivando a reciclagem e a reutilização dos recipientes, e promova a conscientização entre os hóspedes sobre o descarte responsável desses produtos.

BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

- 10.** Incorpore no menu opções que promovam bem-estar, como alimentos orgânicos, sucos detox e refeições balanceadas.

- 11.** Organize jantares em ambientes tranquilos, combinando alimentação com práticas de mindfulness.

- 12.** Ofereça workshops que ensinam a preparar refeições saudáveis, incentivando práticas de bem-estar.

FATORES DE ATRAÇÃO

- 13.** Crie menus que reflitam tendências populares nas redes sociais, atraindo clientes que buscam experiências únicas.

- 14.** Organize eventos com influenciadores locais para promover a gastronomia regional e atrair seguidores.

- 15.** Ofereça workshops nos quais os clientes possam aprender e compartilhar suas criações nas redes sociais.

NEGÓCIOS DE HOSPEDAGEM

TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

01. Facilite processos de check-in e check-out usando tecnologia digital para maior conveniência e personalização.
02. Permita que os hóspedes personalizem aspectos do quarto (iluminação, temperatura) por meio de um aplicativo.
03. Implemente um sistema de pedidos de serviço de quarto via aplicativo, para maior comodidade e agilidade.

VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

04. Ofereça áreas de trabalho integradas para hóspedes em viagens de negócios.
05. Crie pacotes para estadias prolongadas que combinem negócios e lazer, incluindo descontos em atividades de lazer.

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

06. Adote práticas como uso de energia solar, reciclagem e minimização de desperdício para promover a sustentabilidade.
07. Disponibilize informações sobre práticas ambientais locais e como os hóspedes podem contribuir durante a estadia.
08. Utilize materiais reciclados e sustentáveis na decoração do estabelecimento.

BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

09. Ofereça espaços dedicados ao bem-estar, como salas de meditação, ioga e tratamentos de spa.
10. Desenvolva programas de bem-estar personalizados para os hóspedes, incluindo atividades fitness e meditação.

FATORES DE ATRAÇÃO

11. Crie espaços com design único e cenários fotogênicos que incentivem os hóspedes a compartilhar fotos nas redes sociais.
12. Hospede influenciadores em troca de exposição em suas plataformas sociais.



NEGÓCIOS DE EVENTOS E ATRAÇÕES TURÍSTICAS

TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

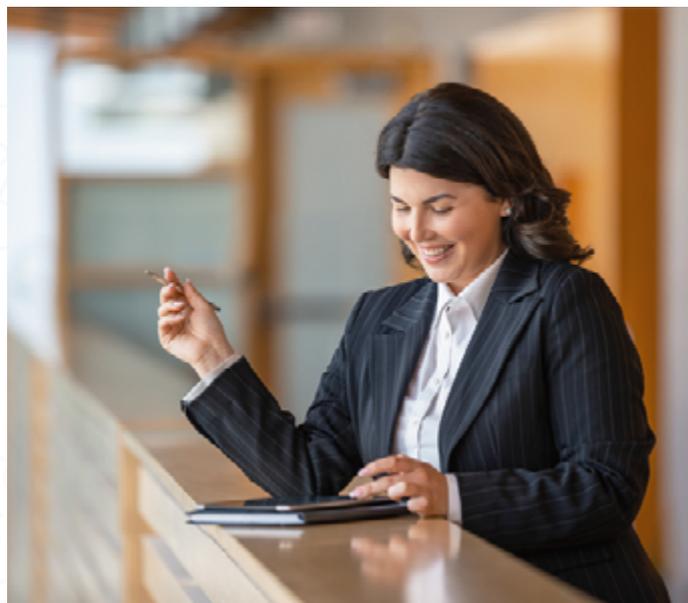
01. Ofereça reservas on-line de atividades e passeios, com opções de personalização.
02. Implemente o uso de tecnologia, sempre que possível, para enriquecer a experiência com informações interativas. Um exemplo é o uso de [realidade virtual e aumentada](#) no turismo.
03. Use aplicativos para coletar feedback dos participantes durante ou após os passeios, para ajustes rápidos e personalização.

VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

04. Organize atividades de lazer noturnas ou de fim de semana para viajantes de negócios, como caminhadas ou observação de estrelas ou da vida silvestre.
05. Crie pacotes que combinem elementos de negócios e lazer, como workshops em ambientes naturais seguidos de atividades ao ar livre.

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

06. Desenvolva passeios que enfatizem a conscientização ambiental e a sustentabilidade, como visitas a projetos de conservação.



07. Promova destinos que exemplifiquem a sustentabilidade, destacando a beleza natural e as práticas ecológicas.

BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

08. Organize eventos focados em bem-estar, como retiros de ioga e meditação em locais próximos à natureza.
09. Crie passeios que combinem a exploração da natureza com práticas de mindfulness e relaxamento.

FATORES DE ATRAÇÃO

10. Desenvolva passeios que levem a locais visualmente impressionantes, perfeitos para compartilhamento nas redes sociais.
11. Organize eventos e atividades baseados em tendências virais das redes sociais para atrair um público mais amplo.
12. Crie eventos ou passeios em colaboração com artistas locais para oferecer experiências culturais autênticas e atraentes.

NEGÓCIOS VOLTADOS AO TRANSPORTE

TECNOLOGIA E PERSONALIZAÇÃO NO TURISMO

01. Ofereça diferentes opções de transporte, como transfers privativos ou compartilhados, adaptando-se às preferências dos clientes.
02. Forneça informações em tempo real sobre opções de transporte por meio de aplicativos ou SMS/WhatsApp.

VIAGENS DE NEGÓCIOS E LAZER

03. Organize transporte conveniente para locais de lazer, facilitando para viajantes de negócios participarem de atividades fora do horário de expediente.
04. Ofereça pacotes de transporte que se adaptam às necessidades em viagens de negócios e lazer, com opções de extensão.

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

05. Utilize veículos elétricos ou híbridos para reduzir a pegada de carbono, e ofereça

alternativas como bicicletas ou patinetes para pequenas distâncias, reduzindo o impacto ambiental.

06. Estabeleça parcerias com fornecedores de transporte que sigam práticas sustentáveis, promovendo uma imagem positiva e atraente.

BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS PERSONALIZADAS

07. Disponibilize serviços de transporte personalizados, como motoristas que oferecem insights locais ou paradas em pontos de interesse.

FATORES DE ATRAÇÃO

08. Ofereça opções de transporte com decoração temática ou características únicas que se destaquem nas redes sociais.
09. Permita que os clientes personalizem sua experiência de transporte, escolhendo música, iluminação ou rotas específicas.

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PARA 2024



O whitepaper "[Consumer Insights Trends 2024](#)", publicado pela Statista, oferece uma visão das tendências emergentes no comportamento do consumidor para o ano de 2024. Desde a busca por qualidade e sustentabilidade até a influência crescente dos influenciadores digitais, essas tendências são indicativas de como o ecoturismo e o turismo em geral podem se adaptar e prosperar em um mercado em constante mudança, e conversam com as tendências esperadas para o mercado turístico. Confira abaixo.

1. Uma questão de qualidade e sustentabilidade



- Consumidores estão priorizando produtos duradouros e sustentáveis em resposta à crise de custo de vida, valorizando mais a qualidade do que a quantidade.
- A sustentabilidade e a ética estão se tornando critérios decisivos nas compras, com consumidores preferindo marcas ecológicas.

RELAÇÃO COM ECOTURISMO E TURISMO

A valorização da qualidade e da sustentabilidade ressoa fortemente com o ecoturismo. Os empreendedores de ecoturismo podem se beneficiar ao destacar a qualidade superior e o valor sustentável de suas ofertas. A ênfase em práticas sustentáveis e experiências autênticas, que respeitam tanto o ambiente quanto as culturas locais, pode atrair consumidores conscientes, criando uma vantagem competitiva no mercado turístico.

2. Impacto geracional e preferências de consumo



O custo de vida afeta as gerações de maneira diferente: enquanto os Baby Boomers adotam hábitos de consumo mais frugais, a Geração Z, que ainda possui menos despesas, permanece gastando, mas de forma mais consciente.

RELAÇÃO COM ECOTURISMO E TURISMO

A Geração Z representa um potencial para o ecoturismo, sobretudo em relação às experiências de viagem personalizadas que são acessíveis e atraentes para eles. Essa geração, conhecida por valorizar experiências em vez de poses, pode ser atraída para destinos de ecoturismo que oferecem aventuras únicas, conexões culturais e oportunidades para o desenvolvimento pessoal.

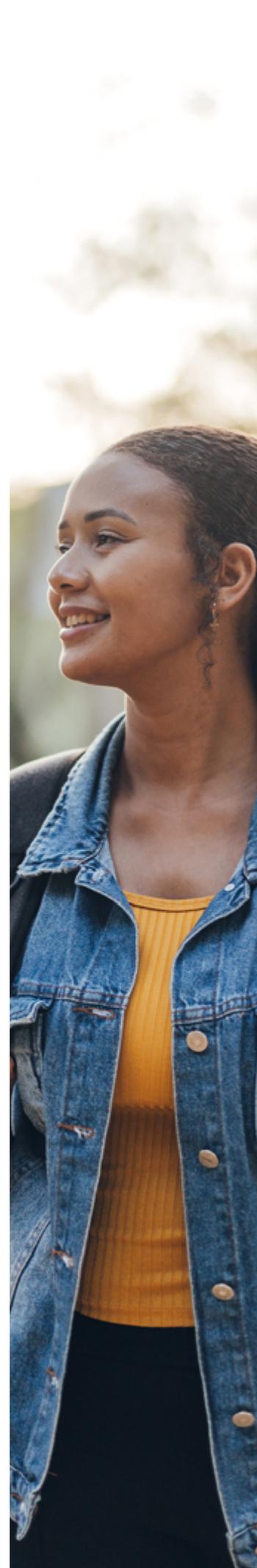
3. Influência do estresse e da ansiedade nas escolhas de consumo



Geração Z e Millennials estão procurando soluções para lidar com o aumento do estresse e da ansiedade, incluindo cuidados com a saúde e terapias alternativas.

RELAÇÃO COM ECOTURISMO E TURISMO

A ênfase em bem-estar e a busca por alívio do estresse criam uma oportunidade única para o ecoturismo. Destinos e atividades que promovem rela-



xamento, contato com a natureza e experiências rejuvenescedoras podem ser particularmente atraentes. O ecoturismo pode capitalizar esta tendência, oferecendo retiros em ambientes naturais, atividades ao ar livre que reduzem o estresse e experiências imersivas que conectam os visitantes com a tranquilidade do ambiente natural.

4. Influência dos influenciadores on-line nas decisões de compra



Influenciadores on-line têm um impacto significativo nas decisões de compra, especialmente entre as gerações mais jovens.

RELAÇÃO COM ECOTURISMO E TURISMO

A influência das mídias sociais oferece uma oportunidade significativa para o ecoturismo. Campanhas de marketing que utilizam influenciadores digitais para compartilhar experiências autênticas podem ampliar o alcance e atrair um público mais jovem. Ao destacar as qualidades únicas do ecoturismo, como a sustentabilidade e o respeito pela natureza e pelas comunidades locais, os operadores podem engajar um público que valoriza autenticidade e responsabilidade ambiental e social.

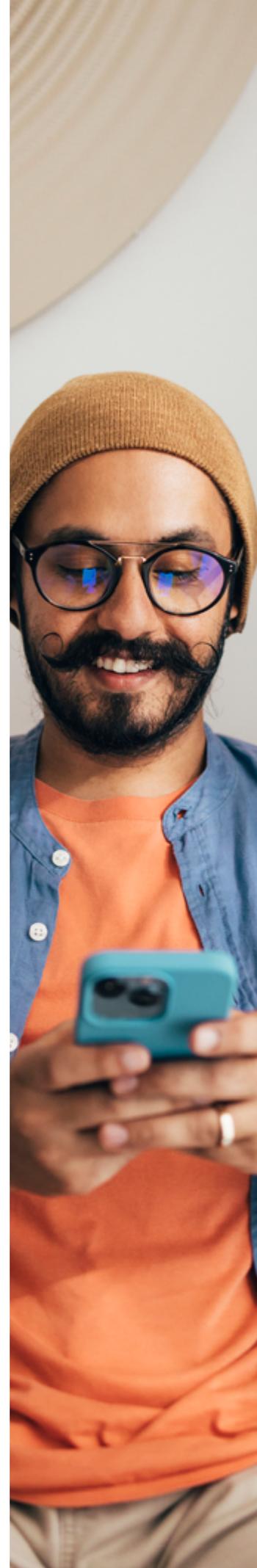
5. Uso de dados e personalização



Houve uma mudança na percepção dos consumidores sobre publicidade on-line e coleta de dados. Eles estão se tornando mais receptivos a anúncios personalizados e são mais suscetíveis a fornecer informações pessoais, desde que as marcas sejam transparentes sobre o uso dessas informações.

RELAÇÃO COM ECOTURISMO E TURISMO

Essa tendência sugere que estratégias de marketing digital para o ecoturismo podem se tornar mais eficazes ao utilizar dados para personalizar a comunicação e as ofertas. Isso pode incluir a utilização de anúncios e recomendações baseadas em interesses específicos dos consumidores, aumentando assim a eficiência do marketing do ecoturismo e atraindo um público mais alinhado com suas ofertas e valores.



OS TURISTAS DE 2024: QUEM SÃO ELES?



A VIAJANTE INDEPENDENTE

Interesses: destinos naturais inexplorados, atividades ao ar livre como caminhadas e observação de fauna e flora, personalização de viagens para atender suas paixões específicas.

Como gosta de viajar: prefere planejar suas viagens com flexibilidade, escolhendo acomodações únicas e atividades que permitam uma imersão profunda na natureza.

Como atrair: ofereça experiências que permitam personalização, como passeios privados ou atividades temáticas relacionadas à conservação ambiental.



O VIAJANTE CONECTADO

Interesses: conectividade constante, experiências digitais inovadoras durante viagens, uso de tecnologia para otimizar o planejamento e a estadia.

Como gosta de viajar: utiliza aplicativos e plataformas digitais para todas as etapas da viagem, desde a reserva até a exploração local.

Como atrair: proporcione uma infraestrutura tecnológica robusta, com Wi-Fi e opções de reserva e interação on-line, para uma experiência mais conectada.



A GASTRÔNOMA CULTURAL

Interesses: exploração gastronômica, aprendizado sobre tradições culinárias, interação autêntica com comunidades locais, imersão cultural por meio da comida.

Como gosta de viajar: planeja suas viagens com foco em experiências gastronômicas, busca por pratos locais autênticos e workshops de culinária.

Como atrair: promova experiências culinárias integradas, como visitas a mercados locais, aulas de culinária tradicional e jantares com ingredientes locais, para atrair viajantes interessados em gastronomia e cultura.



O PROFISSIONAL "BLEISURE"

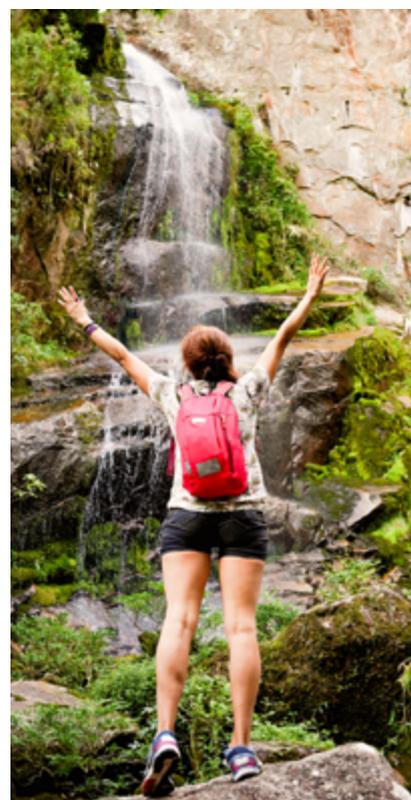
Interesses: combinar negócios com lazer, aproveitar ao máximo as viagens de trabalho com experiências relaxantes e enriquecedoras, buscar locais que ofereçam tranquilidade após reuniões intensas.

Como gosta de viajar: prefere destinos que ofereçam uma mistura de facilidades para negócios e lazer, como acomodações com espaços de trabalho e áreas de relaxamento na natureza.

Como atrair: crie pacotes que mesclam trabalho e lazer, com foco em retiros naturais e atividades que revitalizem o corpo e a mente.

CONCLUSÃO: Preparando-se para as tendências de turismo e ecoturismo

Diante das tendências emergentes para o turismo e o ecoturismo, é fundamental que os profissionais do setor se adaptem e se qualifiquem para atender às novas demandas dos viajantes. Isso inclui investir em tecnologia para reservas on-line e personalização por meio de inteligência artificial, enfatizar práticas sustentáveis e responsáveis, e incorporar experiências culturais autênticas e gastronomia local. A conexão humana e a autenticidade continuam sendo essenciais. Preparar-se para essas mudanças não só atende às expectativas dos turistas modernos, mas também assegura o sucesso e a relevância contínua no competitivo mercado de turismo. Para isso, você pode [contar com o Sebrae](#) e conhecer novas tecnologias, elaborar estratégias e incrementar seu negócio, sempre em sintonia com o comportamento do mercado e dos consumidores!



Fontes: [Online Travel Booking Statistics and Trends](#). Tripplo. 2022. [2024 Trends Report: What Millennials, Gen Z, Gen X and Baby Boomers Tell Us About Travel in the Year Ahead](#). Hilton. 2023. Claire Hoffman. [5 Major Things Affecting Events and Group Travel in 2024](#). BizBash. 2023. [A World in Motion: shifting consumer travel trends in 2022 and beyond](#). World Travel and Tourism Council. 2023. [Amadeus Travel Trends 2024: How will we travel next year?](#) Amadeus. 2023. Angelina Villa-Clarke. [Travel Trends 2024 Report \(Part 1\): Authenticity And The Rise In A.I.](#) Forbes. 2023. [Climate-conscious trips and holidays with strangers: Will you chase these travel trends in 2024?](#) Euronews. 2023. Noelle Faulkner. [Planning a trip for 2024 and beyond? Here are five travel trends to look out for.](#) Esquire. 2023. [Out of Autopilot and Into Our Best Life: Booking.com Shares Its Seven Predictions for Travel in 2024](#). Booking.com. 2023. Richard Lung. [A recuperação global das viagens deve continuar em 2024](#). Visa. Acesso em 2023. [Tendências globais de viagem para 2024](#). Visa. 2023. [The Trends in Travel](#). Expedia. 2023. Tina Bini. [Pesquisa revela as principais tendências no setor de viagens na América Latina em 2024](#). CNN Brasil. 2023. [Travel Predictions 2024](#). Booking.com. 2023. [Travel Trends in 2024: What's on the Horizon for the Global Travel Industry?](#) WebHelp. 2023. [Viagens flexíveis, ecológicas e bleisure são tendências em 2024](#). Grupo SB Travel. 2023. Victor Fernandes. [Viagens bleisure devem atingir US\\$ 731 bilhões em 2032](#). Panrotas. 2023.



Ger. da Unid. de Gestão Estratégica e Inteligência de Negócios: Patrícia G. de Medeiros
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza
Período da Pesquisa: 22 a 27 de novembro de 2023
ecoturismo.sebrae.com.br

