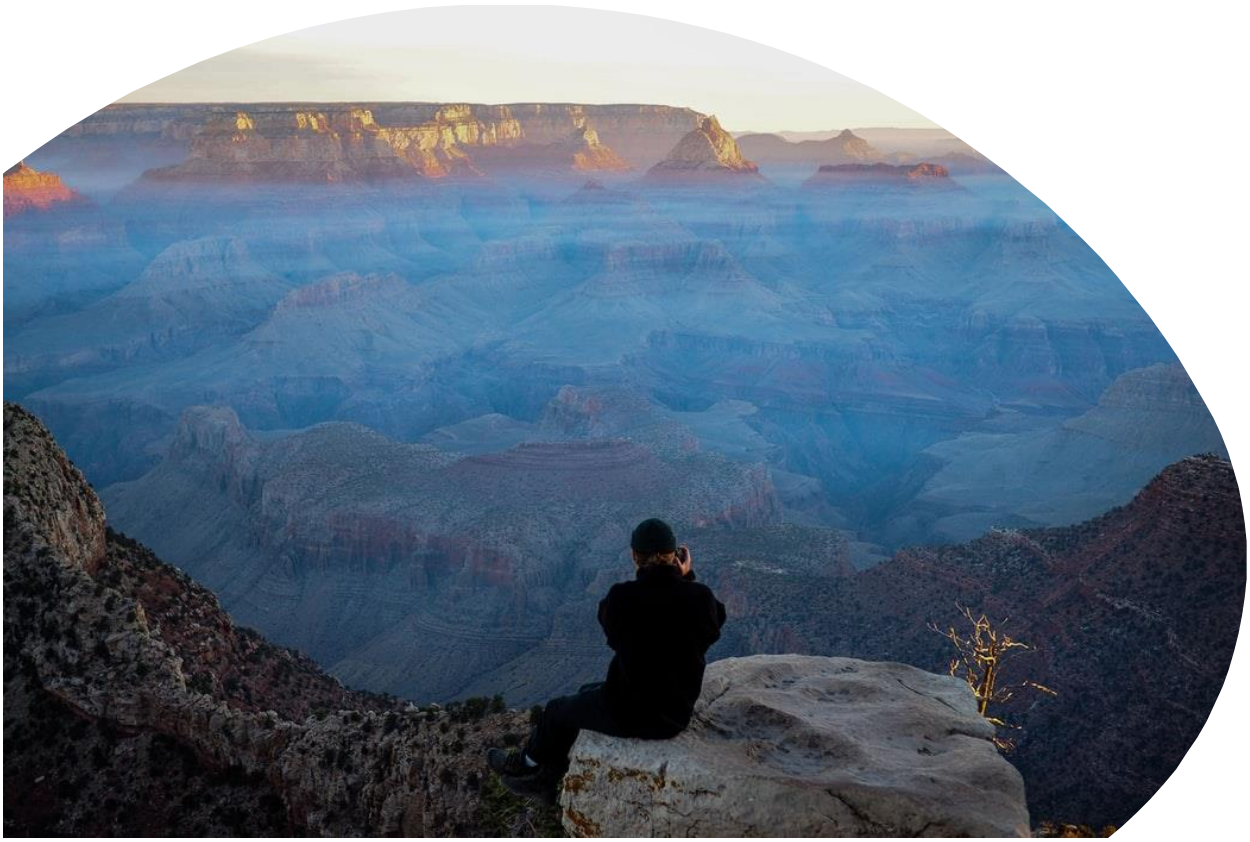
4 Tendências que estão moldando o futuro do turismo



Sumário

- 4 Tendências que estão moldando o futuro do turismo 1
- Apresentação 3
- Introdução 4
- Bolhas de Viagens 4
  - Como viajar pelo Brasil ou ao exterior com segurança 5
  - Como explorar essa tendência 6
- Workcation 7
  - A crescente liberdade de trabalhar de qualquer lugar 7
  - Como explorar essa tendência 8
- Viagem Compensatória 9
  - Uma grande vontade de viajar e recuperar o tempo perdido 9
  - Como explorar essa tendência 9
- Viagem Consciente 10
  - Consumidores optam por viagens mais sustentáveis e conscientes 10
  - Como explorar essa tendência 11
- Considerações finais 12
- Metodologia 12

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Apresentação

Vivenciamos uma situação totalmente inédita na indústria de viagens, que nos impõe diversos desafios, mas que também nos brinda com muitas oportunidades.

Sabemos que milhares de fornecedores de serviços turísticos vêm enfrentando muitas dificuldades desde o início da pandemia, mas também somos bastante otimistas em relação ao turismo pós-vacina. Nossos dados nos permitem fazer uma análise ampla da indústria de viagens no mundo e que apontam grande desejo de viajar e os primeiros sinais da retomada das viagens.

A covid-19 acelerou diversas mudanças que já estavam em curso no setor de turismo, como o uso da tecnologia e as iniciativas sustentáveis. Porém, o tempo de confinamento em casa e as inseguranças vividas ao longo da pandemia, influenciaram o comportamento do viajante, que hoje tem outros anseios, desejos e necessidades.

Este eBook foi criado a partir do Guia de tendências que estão moldando o futuro das viagens, desenvolvido pela Amadeus. Nosso objetivo, ao compartilhar este material, é analisar as principais tendências globais do turismo, inspirar e orientar agentes de viagens, hoteleiros, operadores e profissionais do setor turístico no Brasil, para adequar seus negócios e explorar as novas oportunidades.

Entendemos que a reconstrução da indústria de viagens será mais rápida e eficaz se estivermos todos unidos no mesmo objetivo. Assim, a Amadeus e eu esperamos, por meio deste eBook, contribuir para a construção do futuro do turismo no Brasil

Amadeus

Marta Poggi

Agente no Turismo

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Introdução

Depois de um ano e meio bastante desafiador para o setor de turismo, começamos a ver sinais positivos da recuperação das viagens. À medida que a vacinação avança no Brasil, os viajantes ficam mais confiantes para viajar e já começam a planejar as viagens para o segundo semestre de 2021, em especial, para a temporada de verão.

Sabemos que a recuperação do turismo será lenta e variada, a depender de diversas variáveis, como o controle da pandemia, redução do número de novos casos e de óbitos, ritmo da vacinação e surgimento de novas variantes. Mas é consenso entre os especialistas que a demanda reprimida é muito grande e que podemos esperar uma euforia no setor de turismo nos próximos meses.

Há alguns anos, o setor vem experimentando algumas mudanças, muitas relacionadas ao maior uso da tecnologia, e que foram aceleradas com a pandemia. Estamos começando uma nova era na indústria de viagens, influenciada por algumas tendências que estão moldando o turismo.

De resorts com “bolhas” e corredores de viagens ao surgimento de “workcations”, passando por uma nova geração de consumidores conscientes em relação à sustentabilidade, o cenário atual é bem distinto daquele que tínhamos em 2019.

Prever o futuro ficou ainda mais desafiador, já que não podemos contar com a história. Mas a Amadeus tem acesso a grandes volumes de dados, o que permite entender o comportamento de compra dos viajantes e identificar algumas tendências[1].

[1] Essas tendências de viagens foram extraídas das análises de dados conduzidas pela Amadeus, de 26 de abril a 11 de maio de 2021, para partidas de junho a agosto. Dados agregados anônimos foram examinados a partir de soluções Amadeus compatíveis com o GDPR. Também foram utilizadas pesquisas documentais e informações de parceiros confiáveis da indústria de viagens. O Amadeus Air Search Travel Data é o conjunto mais completo de dados aéreos da indústria de viagens e inclui transações de compras realizadas por +2.500 clientes, incluindo as principais agências de viagens do mundo. Consiste em dados consolidados gerados por transações diárias.

O Amadeus Demand360® é a única solução de business intelligence que fornece ocupações reais voltadas para hotéis. As informações de ocupação representam quartos reais vendidos, incluindo segmento de mercado e estatísticas de canal.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Criamos este guia para orientar e apoiar empresários e profissionais da indústria de viagens, de forma que possam conhecer as tendências e a aproveitar as novas oportunidades do mercado. Dessa forma, podemos juntos reconstruir o turismo no Brasil.

Bolhas de Viagens

Como viajar pelo Brasil ou ao exterior com segurança

Durante meses ficamos impossibilitados de passear pela nossa própria cidade e de viajar para outros destinos. Apesar da grande vontade de viajar, muitos turistas ainda se sente inseguros e têm receio de colocar amigos e familiares em risco. Destinos, hotéis, resorts e demais serviços da cadeia que passam segurança aos viajantes, utilizando os protocolos de segurança e oferecendo distanciamento social, ganharam destaque na pandemia.

As viagens em bolha surgiram para garantir aos viajantes a possibilidade de desfrutar as férias, com todos os cuidados e segurança. As bolhas variam muito de tamanho e formato, e podem ser desde um corredor turístico entre países, a hotéis e resorts, passando por destinos remotos e isolados.

Em 2020, foi criada bolha entre a Austrália e a Nova Zelândia, facilitando o deslocamento seguro dos entre esses países. Moradores dos países que tiveram sucesso em conter a pandemia, se sentem mais confortáveis viajando para países com histórico semelhante. Assim, rotas internacionais, que eram altamente procuradas, como a de Sydney-Londres, foram substituídas por trechos como Sydney-Melbourne e Sydney-Auckland. Esta última teve aumento de 77% em 2020, comparada ao mesmo período de 2019.

As Ilhas Maldivas são outro exemplo de bolha, em função da própria geografia do país, com diversos resorts em ilhas isoladas. Essa característica já garante o distanciamento social, a segurança e a exclusividade que os viajantes tanto apreciam agora. Como consequência, uma análise feita pela Amadeus mostrou aumento de 66% nas buscas pelo destino em 2020, em relação a 2019.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Cada bolha tem as suas próprias normas e regras, que vão de teste PCR negativo à comprovação de vacina. Nos hotéis e resorts, os protocolos e selos de segurança sanitária ajudam a reestabelecer a confiança do viajante. A característica comum é oferecer o isolamento e minimizar riscos.

Diante das incertezas que ainda vivemos, entendemos que o passaporte digital deve impulsionar a retomada das viagens internacionais. Um estudo recente realizado pela Amadeus, revelou que mais de 90% dos turistas se sentiriam mais confortáveis utilizando o passaporte digital nas próximas viagens. O Traveler ID é uma solução para conectar, digitalizar e automatizar dados do viajante ao longa da sua viagem e será bem importante para agilizar as viagens internacionais nos próximos meses.

Como explorar essa tendência

As agências de viagens têm papel relevante nesse momento de retomada do setor de turismo, não apenas pela sua expertise em identificar e selecionar os melhores destinos e serviços para cada cliente, mas também para fazer a curadoria de locais e serviços seguros.

Assim, buscar, filtrar e oferecer viagens bolhas, é uma boa estratégia para recuperar os clientes, já que muitos se sentem inseguros, mesmo vacinados. Destinos, hotéis e resorts instalados em áreas isoladas, que permitem contato com a natureza, são os mais desejados neste momento. As agências de viagens também podem criar o pacote-bolha perfeito para os seus clientes.

Alguns destinos brasileiros são bem propícios ao turismo de isolamento, como Fernando de Noronha, Amazônia e Pantanal. Alguns até criaram exigências para garantir o controle da pandemia e, ao mesmo tempo, acelerar a recuperação do turismo. Recentemente, todos os moradores da Ilha Grande, em Angra dos Reis, foram vacinados, o que a torna uma ótima opção de destino bolha.

Resorts, hotéis e pousadas também conseguem pegar carona nessa tendência. É impressionante o número de hotéis que surgiram no mundo todo oferecendo cabanas, suítes bolhas, bangalôs, suítes em containers e em outros formatos, para atrair os turistas que estão ávidos por viajar, mas ainda não abrem mão da privacidade e exclusividade.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

O Anantara Golden Triangle, em Chiang Rai, na Tailândia, foi além e criou uma experiência bem diferenciada aos hóspedes. Visando arrecadar fundos para manter e cuidar de elefantes resgatados, o resort disponibiliza suítes bolhas, chamadas ‘jungle bubbles’, na área frequentada pelos animais. Neste caso, a viagem bolha se une à outra grande tendência, que é a preferência por empresas que têm iniciativas sustentáveis, gerando ainda mais valor sob o ponto de vista do viajante.

Crédito: Antara.com

Workcation

A crescente liberdade de trabalhar de qualquer lugar

De todas as grandes mudanças geradas pela pandemia, podemos afirmar que a rotina de trabalhar remotamente foi uma das maiores. Reuniões online, videoconferências e longas horas de trabalho são a nova realidade para milhares de profissionais, que têm agora a vantagem de trabalhar de qualquer lugar.

O workcation – termo em inglês que une “work” (trabalho) e “vacation” (férias) – é usado para destinos e locais que contam com infraestrutura para o trabalho com opções de lazer.

Workcation já existia antes da pandemia, mas cresceu significativamente a partir de 2020, pois os profissionais desejam viajar, mas precisam continuar trabalhando.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Esses viajantes se hospedam em hotéis, resorts, casas e apartamentos, na praia ou no campo, para ficar de uma semana a um mês.

Tem se discutido bastante sobre o futuro do trabalho e ainda não sabemos qual será o formato mais comum no pós-pandemia. Mas, diversas pesquisas apontam que uma grande maioria dos trabalhadores aprova o formato de trabalho remoto ou híbrido e isso favorece o crescimento do workcation.

A possibilidade de realizar o trabalho à distância criou nova demanda por apartamentos e suítes que oferecem todos os serviços para os viajantes de negócios, além de estrutura de lazer. Esses serviços incluem internet de alta velocidade, check in online, cozinha adequada, área de estar e espaço de trabalho separados.

Podemos ver essa tendência se expandindo, à medida que os países aliviam as medidas restritivas. Para a indústria de viagens, a lógica do workcation é interessante, pois permite que os viajantes reservem voos em horários de menor demanda, assim como acomodações no período de baixa procura, economizando dinheiro e diminuindo o estresse.

Um estudo recente da Harris mostra que 74% dos americanos considerariam a possibilidade de mesclar férias com trabalho. Em nível mundial, dados da Amadeus mostram aumento de 41% nas buscas por hospedagem de longa permanência, ou seja, com duração média de 30 dias.

Diversos destinos criaram política de incentivos para atrair os nômades digitais, tais como: Bahamas, Bardados, Costa Rica, México, Portugal, dentre outros. O projeto Digital Nomad Madeira Islands recebe até 100 trabalhadores remotos por temporada, oferecendo regalias como workspace e acesso à internet grátis.

Como explorar essa tendência

Alguns hotéis, resorts e hostels já adaptaram suas estruturas às novas necessidades dos clientes. Eles oferecem facilidades para o trabalho remoto e também os serviços que atendam toda família, como local adequado para home-schooling, atividades de lazer e esportivas para crianças, além de serviços de alimentação.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Acompanhando essa tendência mundial, o Rio de Janeiro foi o primeiro destino brasileiro que desenvolveu programa para atrair nômades digitais e promete ser o primeiro polo desse tipo na América do Sul, com facilidades para se trabalhar e viver como carioca. Os estabelecimentos que participam do programa, tais como, hotéis, hostels e coworkings, contam com selo exclusivo e disponibilizam tarifas mais baixas para viajantes que fecharem pacotes de longa permanência.

Ilhabela, no litoral paulista, tem se promovido como destino ideal para workcation e desenvolveu uma campanha que incentiva hotéis e pousadas a oferecerem condições especiais para quem deseja trabalhar e, ao mesmo tempo, aproveitar as belezas naturais da ilha.

Com tantas opções existentes, os agentes de viagens podem identificar bons workcations no Brasil e no exterior e oferecer as melhores opções aos seus clientes, de acordo com suas necessidades.

Viagem Compensatória

Uma grande vontade de viajar e recuperar o tempo perdido

Após tanto tempo confinados em casa e privados de conhecer novos lugares e viajar, boa parte dos consumidores quer recompensar, viajando como nunca. O “Revenge travel”, ou viagem de revanche, é um termo que deriva de “revenge spending”, surgido na década de 80, na China, para se referir ao impulso consumista após longos períodos de privação de consumo.

Diversos especialistas do turismo esperam comportamento semelhante em relação às nossas viagens no pós-pandemia, provocando um *boom* no setor, ou turismo de revanche, a partir do segundo semestre deste ano. Como todos os sinais indicam que os viajantes desejarão aproveitar ao máximo sua viagem, preferimos chamar esse fenômeno de Viagens Compensatórias.

Uma pesquisa recente da Booking.com, mostra que 81% dos brasileiros querem viajar pelo Brasil assim que puderem. E dados da Amadeus mostram que algumas das viagens mais reservadas globalmente tendem claramente para um caráter

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

compensatório, favorecendo em grande parte os resorts de luxo, especialmente os de praia.

Nos Estados nos Estados Unidos, onde a vacinação está bem avançada, dados de buscas do Google corroboram essa sede por viagens. Em maio de 2021, houve crescimento de 270% nas buscas por viagens, se comparado ao mesmo período do ano passado.

Como explorar essa tendência

É de se esperar grande procura por viagens no segundo semestre, especialmente nas férias de final de ano. Toda a cadeia do turismo deve se preparar para essa grande demanda e se posicionar corretamente no mercado.

Muitos hotéis, em diferentes países, dos econômicos aos mais luxuosos, têm apostando na viagem compensatória na sua comunicação com os viajantes. Muitos deles estão criando, inclusive, pacotes especiais, como forma de atrair novos hóspedes.

As agências de viagens devem ofertar opções de viagens nacionais e internacionais aos seus clientes e tentar antecipar as reservas. Além disso, como os consumidores estão dispostos a compensar o tempo de privação, é muito válido oferecer destinos de “sonho” e oferecer serviços extras, desde upgrades a mimos (experiências e passeios super exclusivos, jantares românticos, massagens, etc.)

Viagem Consciente

Consumidores optam por viagens mais sustentáveis e conscientes

Antes da pandemia da COVID-19, os viajantes já se preocupavam com o impacto do turismo no meio ambiente e nas comunidades envolvidas. Nessa ocasião, 69% dos turistas já afirmavam que gostariam de reduzir sua pegada de carbono enquanto viajavam.

Esta pausa forçada deu oportunidade aos consumidores para refletirem como as viagens afetam os planetas e as comunidades locais. De cara ao futuro, podemos esper que os viajantes sejam mais conscientes em relação à forma como viajam, especialmente tendo em conta que as gerações mais jovens lideram essa tendência de viagem ecológica.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Portanto, as marcas que entendem essas novas motivações estarão melhor posicionadas para atender às necessidades desse grupo emergente e impulsionar seus negócios.

O transporte multimodal pode ser uma forma das agências de viagens ajudarem os viajantes conscientes a cair na estrada de uma forma mais sustentável. A viagem multimodal combina várias opções de transporte, desde o avião até o trem, passando por transporte público, na mesma viagem, aproveitando a rede de transportes existente. A Amadeus Travel Platform facilita o trabalho de pesquisa e reserva de meios de transporte, numa única plataforma.

Quando se trata de ter mais consciência ambiental e social, a pesquisa da Amadeus mostra que um terço dos Millennials gostaria de ver mais opções de viagens sustentáveis e maneiras de reduzir suas emissões de carbono ao viajar.

Também percebemos nas nossas pesquisas que as pessoas estão pesquisando suas viagens 27% mais cedo do que antes, em relação ao mesmo período de 2019. Isso mostra que os viajantes estão planejando muito bem sua próxima viagem, com mais segurança e com mais consciência em relação às suas escolhas. Chamamos isso de Viagem Consciente.

Companhias aéreas, operadoras, cadeias hoteleiras e hotéis independentes estão adotando políticas de sustentabilidade nos seus negócios com mais ênfase no pós pandemia. No início deste ano, as associações da indústria de viagens propuseram um plano para atingir zero emissão líquida de dióxido de carbono (CO_2) até 2050. Aeronaves movidas a hidrogênio e combustíveis de aviação sustentáveis são as principais preocupações das transportadoras, e esperamos que alguns viajantes modifiquem suas opções de viagem com base nessas melhorias.

Como explorar essa tendência

Os consumidores buscam fazer escolhas sustentáveis e mais conscientes e, à medida que as viagens aumentam, haverá mais pressão sobre a indústria para identificar exatamente o que está sendo feito para proteger o planeta e entender como as viagens estão impactando positivamente as comunidades locais.

Diversos hotéis e resorts brasileiros têm iniciativas e práticas sustentáveis e se auto promovem como *eco friendly*. Operadoras e agências de receptivos em diversas partes do país também incluíram nos seus portfólios passeios e experiências em comunidades locais, como na Amazônia, nordeste e no Rio de Janeiro, para que os turistas possam conhecer e vivenciar sua realidade e, em contrapartida, apoiá-las financeiramente.

Essas práticas devem ser seguidas por diferentes players da indústria de viagens, atendendo às novas demandas dos viajantes.

E cabe às agências de viagens identificar destinos, hotéis e receptivos que têm boas práticas sustentáveis ambientais e/ou sociais para oferecer seus serviços aos clientes.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Este vídeo resume as 4 tendências que estão moldando o futuro do turismo.

https://www.youtube.com/watch?v=mQdH6UjH3vI&t=4s

Considerações finais

O futuro do turismo já começou. As pessoas no mundo todo estão estão ansiosas para viajar novamente. Algumas querem recompensar o tempo de confinamento, outras buscam opções de viagens mais sustentáveis e muitas vão optar pelo trabalho remoto, enquanto alguns turistas só se sentirão seguros, por enquanto, nas bolhas de viagem.

destinos. É fundamental que a indústria de viagens no Brasil esteja preparada para para esse momento único que estamos prester a viver.

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries

Amadeus

A Amadeus fornece avançadas soluções para a indústria de viagens. Entre os clientes da empresa estão fornecedores (companhias aéreas, hotéis, companhias ferroviárias, linhas de ferry etc), distribuidores de produtos turísticos (agências e portais de viagens) e compradores de viagens (empresas e companhias de gestão de viagens).

Para mais informações sobre a Amadeus, visite www.amadeus.com. E, para obter mais informações sobre a indústria das viagens, siga-nos em www.amadeus1a.com.br.

Marta Poggi

Palestrante internacional e consultora especializada em tendências, inovação e transformação digital no turismo. Fundadora do blog Agente no Turismo, sócia da Strategia Consultoria, mentora de startups de turismo e autora da coluna Turismo Digital, no site Mercado & Eventos. Atua como estrategista digital para destinos e empresas turísticas em diversos países, já realizou mais de 200 palestras, além de diversos treinamentos. Foi pesquisadora e professora universitária, autora de diversos artigos científicos e eBooks e co-autora do livro E-turismo: internet e negócios do turismo

Conheça melhor o meu trabalho no site: www.martapoggi.com.br

© 2021 Amadeus IT Group and its affiliates and subsidiaries