



NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

**TURISMO
STAYCATION**



OUTUBRO/
NOVEMBRO
2021

APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Empreendedor do setor de turismo, quer apostar em uma ideia inovadora? Confira essa novidade que o Sebrae tem para você!

Os modelos de hospedagem estão se adaptando. Nesse cenário, o turismo *Staycation* surgiu nos Estados Unidos em 2007. Em tradução literal, o termo significa a junção das palavras “ficar” e “férias” e, começou a se popularizar no Brasil por causa da crise da pandemia do coronavírus, que transformou os hábitos de consumo e as preferências entre os consumidores.

Na prática, o *Staycation* pode acontecer de diversas formas, como um “bate e volta” a destinos próximos (onde o viajante não dorme no local); pernoite, realizado em datas comemorativas; e visitas *rooftop*, onde os terraços dos hotéis são requisitados para um drink ao entardecer, ou um jantar, por exemplo.

O setor do turismo está, aos poucos, retomando suas atividades. Empreendimentos que, antes baseavam suas estratégias na atração de turistas estrangeiros ou comerciais, têm apostado agora no turista doméstico. Assim, o modelo de negócio *Staycation* é inovador e promete ser mais uma iniciativa para potencializar os ganhos de grandes e pequenos empreendedores da área.

OS PRINCÍPIOS DO MODELO DE NEGÓCIO *STAYCATION* SÃO:



- >> Conforto;
- >> Descanso;
- >> Experiências exclusivas;
- >> Contato com a natureza;
- >> Isolamento de grandes aglomerações.

SEBRAE



PRODUTOS

Em um momento pós pandemia, e início da flexibilização, os turistas tem procurado destinos com deslocamentos menores ou mesmo na própria cidade. Tal movimentação vem injetando novos produtos e serviços no setor.



ESPAÇOS PARA HOME OFFICE

Você deve ficar atento com relação aos recursos indispensáveis para atender o hóspede, que pode estar sendo trabalhado em formato remoto. Para isso, o hóspede precisa ter acesso a uma conexão de internet de qualidade, espaço físico para uso de *laptops* e outros *gadgets*, além de soluções de alimentação no quarto.

OFERTAS PARA CLIENTES LOCAIS

Empreendedor pense em oferecer descontos e/ou brindes para hóspedes que residem no local onde está a acomodação. Essa iniciativa é essencial para conquistar os bolsos dos visitantes e turistas domésticos.

DAY USE

Você pode oferecer também uma estrutura confortável para lazer e gastronomia para clientes que procuram aproveitar o dia e retornar às suas casas sem pernoitar no hotel.

SERVIÇOS

>> CONHECER A PRÓPRIA CIDADE

Prepare passeios onde os moradores da cidade ou de cidades próximas possam conhecer a localidade, visitando pontos turísticos que normalmente não faziam parte de suas aspirações turísticas de férias.

VISITAS AO ROOFTOP

>> Outra ideia que você pode adotar é a utilização dos terraços de hotéis, espaços em que podem ser realizados *happyhour* ao entardecer ou até mesmo para jantar. Os públicos podem ser os visitantes locais ou de cidades próximas. Prepare essa experiência diferenciada tornando espaços comuns em lugares especiais.

>> HOSPEDAGEM BOUTIQUE

Você empreendedor pode criar também uma proposta exclusiva, esse modelo de hospedagem promove maior segurança quanto aos protocolos de isolamento.

PASSEIOS QUE CONECTAM À NATUREZA

Destinos de natureza, ecoturismo e aventura são apontados como uma tendência. Um dos motivos desses destinos estarem em alta vem do desgaste gerado pelo isolamento social.



MERCADO

Segundo um levantamento do site de reservas de hotéis Booking, em novembro de 2020

55% **DOS BRASILEIROS**
PLANEJAVAM VIAJAR DENTRO
DA REGIÃO QUE MORAM

De acordo com levantamento da IPC Maps o Turismo do Brasil movimentará, até o final do ano, aproximadamente **R\$ 60,6 BILHÕES**

A quantia recupera parte dos resultados perdidos em 2020 por conta da Covid-19, quando a atividade gerou **R\$ 53,7 bilhões.**



PERFIL DO CONSUMIDOR

Para atender os clientes da maneira mais personalizada possível, é fundamental que o empreendedor de turismo, entenda as diferentes gerações e perfis que atenderá em seu estabelecimento.



GERAÇÃO Z | 1995–2010

Os integrantes da geração Z são os que mais utilizam a tecnologia e acessam conteúdos digitais. Para recebê-los, é essencial investir em atrações tecnológicas.



MILLENNIALS | 1980–1995

Os integrantes da geração Millennials são as pessoas que têm pouca paciência para serviços ineficientes, principalmente em relação a viagens.



GERAÇÃO X | 1960–1980

Os integrantes da geração X têm mais renda e poder de consumo. São mais exigentes quanto à qualidade dos serviços e produtos.



BABY BOOMERS | 1940–1960

Os integrantes da geração Baby Boomers possuem maior poder aquisitivo e procuram em suas viagens, principalmente segurança.



ALPHA | A PARTIR DE 2010

Os integrantes da geração Alpha demandam uma programação apropriada e especial em viagens, que geralmente são feitas em família.

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



FACEBOOK

Utilize a rede para expor boas fotos do local, das acomodações, áreas de lazer, promoções e novidades que o seu negócio promove.



INSTAGRAM

Invista na criação de conteúdos em imagem e vídeo para a rede social, além disso, impulse as publicações para alcançar mais clientes.



TWITTER

Apresente conteúdos apropriados, de modo a atrair os moradores locais utilizando hashtags dos atributos da cidade.



WHATSAPP

Utilize a ferramenta para estabelecer contato com clientes, após a experiência, para saber a opinião deles sobre o local.







TIKTOK

Faça parceria com influenciadores da região que atinjam públicos relacionados ao seu negócio.





CANAIS DE COMUNICAÇÃO

	 CANAL	 BENEFÍCIO
 DIGITAL	Anúncios em grandes sites	Portais de notícias contam com milhares de acessos diariamente. Essa pode ser uma alternativa para aquecer as suas vendas e conquistar novos clientes.
	Ranqueamento no Google	O Google é o principal mecanismo de busca do mundo. Anunciar nesta plataforma pode ajudar muito a divulgar o seu negócio.
	Redes sociais	Vá além das ferramentas de anúncio e aposte nas redes sociais para divulgar conteúdos que demonstrem o domínio de seus profissionais.
 TRADICIONAL	Cartões de visita	Um cartão de visita é indispensável para fazer <i>networking</i> , trocar informações sobre seu negócio e promover a comunicação.
	Folhetos e circulares	Esses canais são fundamentais para comunicar novos serviços, promoções e eventos.
	Anúncio em classificados, jornais ou revistas	Anunciar seu negócio em veículos impressos, principalmente locais, é uma das melhores estratégias para fazer o seu negócio mais conhecido.

TENDÊNCIAS

Diversos empreendimentos que estão apostando em ações de *Staycation* já tem colhido os frutos dessa iniciativa. Assim, o modelo de negócio já apresenta outras tendências para o setor.

ALUGUEL POR TEMPORADA

Igualmente relacionados à privacidade e espaços mais confortáveis, as casas para temporada têm recebido visitantes em busca de dias de descanso fora de seus endereços domiciliares.

AUMENTO NA PROCURA DE SEGUROS-VIAGEM

Mesmo em viagens nacionais, possivelmente movidos pela insegurança relacionada à saúde, a procura pelos seguros viagem aumentou.

AUMENTO DA PROCURA POR ALUGUEL DE CARROS

Segundo o relatório Travel Check-in, da Mastercard, no segundo trimestre deste ano, a opção por aluguel de carros quase dobrou em relação ao mesmo período do ano passado, saindo de 9% para 17%.

SEGURANÇA

Outra tendência é que o viajante está mais exigente em relação aos protocolos de biossegurança.



CASOS DE EMPRESA

PALÁCIO TANGARÁ

O Palácio Tangará, em São Paulo, criou um espaço ao ar livre, o Pateo do Palácio, que serve pratos e drinks acompanhado de música ao vivo nos finais de semana e recreação infantil todos os dias.

O hotel também oferece descontos para incentivar uma estadia mais longa e criou pacotes de experiências bem interessantes.

CASOS DE EMPRESA

MIRACH TOUR

Uma agência de viagens que reformulou sua atuação durante a pandemia e hoje possui atuação de forma on-line. O foco é ajudar pessoas a saírem da rotina, viajando em pequenos grupos, usufruindo de experiências diferenciadas e conhecendo lugares inusitados.

Nesse período, a empresa desenvolveu um novo projeto chamado “Coroas a bordo”, destinado às mulheres. A proposta desse trabalho é oferecer experiências de lazer em atividades voltadas ao mar e a navegação.

O objetivo é auxiliar e apoiar mulheres que se sintam sozinhas, mas que gostam de viajar e trocar experiências com outras mulheres.

