



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION



Natureza, Aventura e Desenvolvimento de Destinos Turísticos: o que o DF tem a ver com isso

Brasília - DF - Agosto 2022

SOBRE O QUE VAMOS FALAR

01 Apresentação

02 Segmentação Turística e Turismo de Aventura

03 Produto e Mercado

04 Desenvolvimento de Destino e Governança





Porque estamos aqui hoje?

1

Pensar o DF como um destino turístico, pensar em posicionamento, mercado e governança

2

Provocar reflexões e engajamento

3

Para compartilhar conhecimento e participar ativamente da construção de conhecimento coletiva do DF

A photograph of three people kayaking on a lake at dusk. The kayakers are wearing green jackets and hats. The kayaker in the foreground is in a red kayak with the word 'NECKY' written on the side. The kayaker in the middle is in a yellow kayak. The kayaker in the background is in a blue kayak. The water is dark, and the background is a dark, wooded shoreline.

ATTA, nossa comunidade e serviços

GUSTAVO TIMO

Vice Presidente Global , Desenvolvimento de Destinos e Produtos



- 25 anos trabalhando com Turismo de Aventura e Ecoturismo, mais de 20 anos envolvido em projetos de desenvolvimento de produtos, destinos, plano estratégicos e plano de negócios,
- Guia de Montanha e operador de Turismo de Aventura por 9 anos - Brasil Aventuras Expedições
- Co-Fundador da ABETA e principal executivo, por 7 anos liderando o Brasil para ser selecionado como o principal destino mundial pela National Geographic Adventure em 2008
- Idealizou e liderou o Programa Aventura Segura, importante programa sobre normas, treinamento e certificação para o setor de Viagens de Aventura no Brasil
- Instrutor de Turismo de Aventura da Organização Mundial do Turismo - OMT
- Líder de Projetos para a international Standardization Organization – ISO
- Liderou projetos globais para Airbnb, WTTC, entre outros.
- Responsável pelos projetos de educação e consultoria da ATTA a nível global, projetos recentes incluem: Chile, Jordânia, Japão, Estonia, França, Indonesia, etc.



QUEM SOMOS



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

Fundada em 1990, a Adventure Travel Trade Association (ATTA) é a maior rede global de líderes de ecoturismo e turismo de aventura. Nossa comunidade é formada por mais de 30.000 guias, operadoras de turismo, meios de hospedagem, agentes de viagens, órgãos de governo de turismo, educadores de atividades ao ar livre, empresas de equipamentos e jornalistas de viagens, que compartilham uma crença e compromisso com o turismo sustentável. As conexões e a criatividade dessa comunidade se unem virtualmente e pessoalmente para criar e entregar as soluções que impulsionam nossos negócios e comunidades em direção a um futuro responsável e lucrativo.



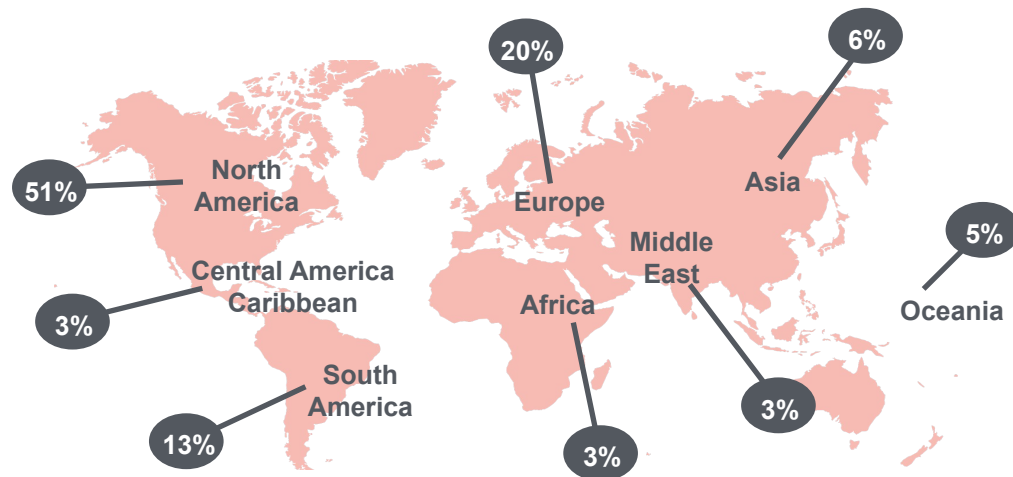
ASSOCIAÇÃO

ATTA members have access to a global adventure travel community. Connect with a variety of businesses that will help you succeed from media, destinations and tour operators to suppliers, accommodations and specialty travel advisors.

WHO OUR MEMBERS ARE

- Tour Operator (567) [54%]
- Adventure Media (191) [18%]
- Tourism Board, Ministry, CVB, DMO (89) [9%]
- Travel Advisor (79) [8%]
- Industry Partner (71) [7%]
- Accommodation (24) [2%]
- Association Partner (13) [1%]
- Gear Supplier (7) [1%]
- Individual (1) [0%]

WHERE OUR MEMBERS ARE



[Know more](#)



SERVIÇOS PARA DESTINOS

Com experiência especializada em pesquisa, eventos, educação, mídia e promoção, a divisão de eventos e serviços da ATTA, Adventure 360, oferece um portfólio de soluções estratégicas e um ecossistema robusto de eventos globais.

Na vanguarda do nosso trabalho está a criação de valor econômico compartilhado, levando em consideração a proteção da cultura e da natureza.



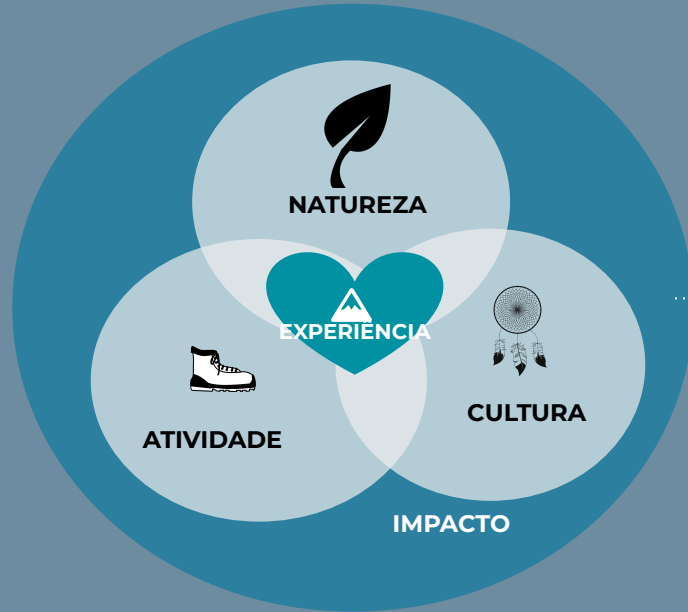


ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

O Turismo de Aventura, tendências globais, impacto no destino e interação com outros segmentos

Ecoturismo e Turismo de Aventura

COMPONENTES DE UMA VIAGEM DE AVENTURA EFETIVA





EXEMPLOS DE ITINERÁRIOS DE VIAGEM DE AVENTURA





TURISMO DE AVENTURA

Diversidade de atividades oferecidas, opções na terra na água e no ar:



Caminhadas em trilhas



Cicloturismo



Observação de Aves



Parque de Aventura



Tirolesa



Rapel



Rapel em cachoeira



Escalada



Quadriciclo



Passeios em veículos 4x4



Passeios e atividades náuticas



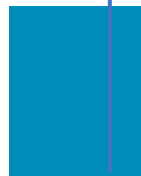
caiaque



Stand Up Paddle



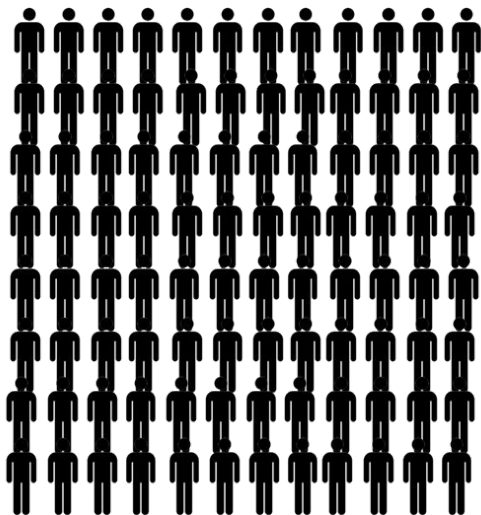
Kitesurf





IMPACTO DO TURISMO DE AVENTURA

Para gerar US \$ 10.000 (dez mil dólares) na economia local são necessários: *



Turistas de
Cruzeiro



Turistas de
Massa



Turistas de
Aventura



IMPACTO DO TURISMO DE AVENTURA

Turismo de Massa

14%

das receitas
permanecem no
destino

1.5



empregos locais por

\$ 100.000 USD

Turismo de Aventura

65%

das receitas
permanecem no
destino

2.6

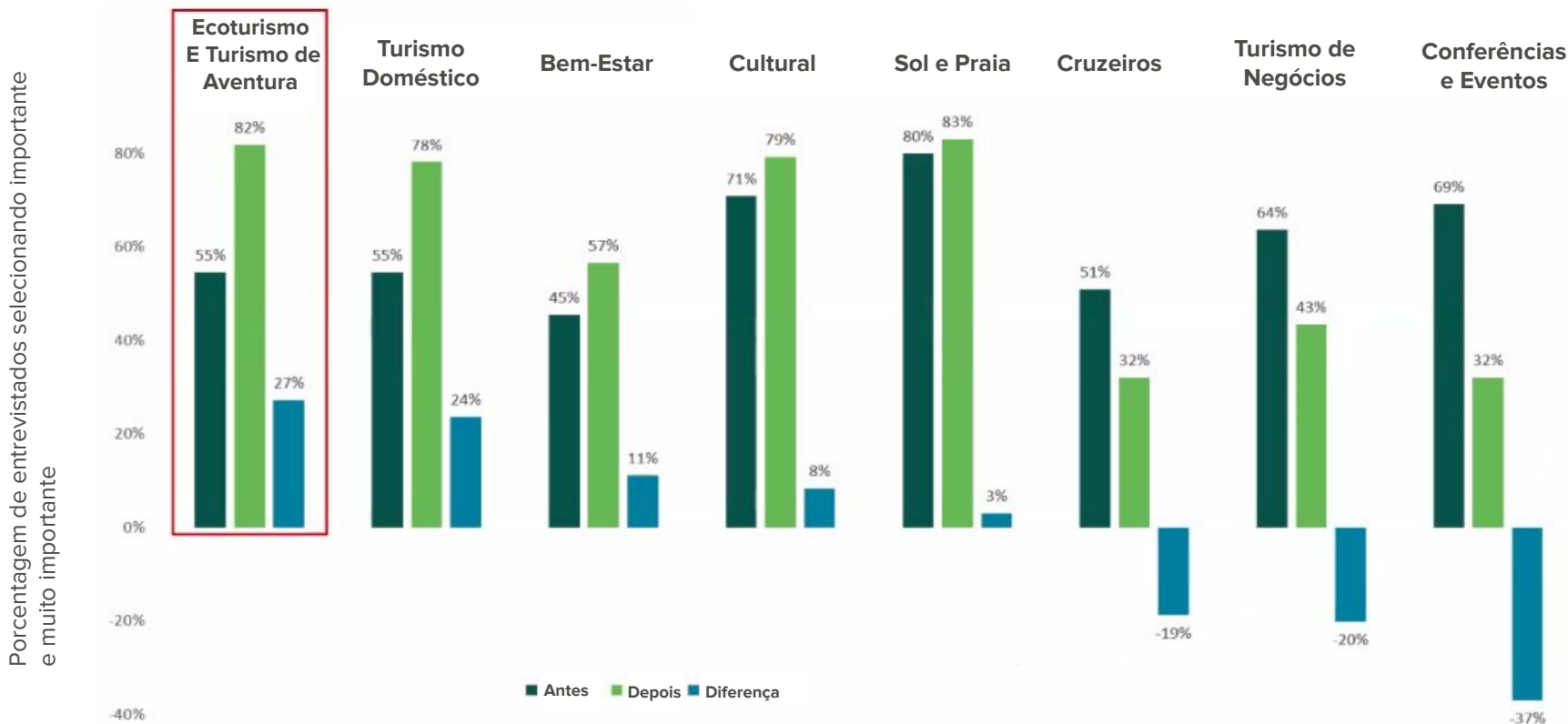


empregos locais por

\$ 100.000 USD

DEMANDA: entrevistados que classificaram o segmento de mercado como "Importante" e "Muito importante" antes do COVID-19 e pós-pandemia quando as viagens internacionais forem retomadas

- Aumento de 27% na importância para o ecoturismo e turismo de aventura
- O turismo de praia continuará sendo um mercado importante para a recuperação
- Conferências e Eventos, Viagens de Negócios e Cruzeiros podem ser significativamente desafiados na recuperação

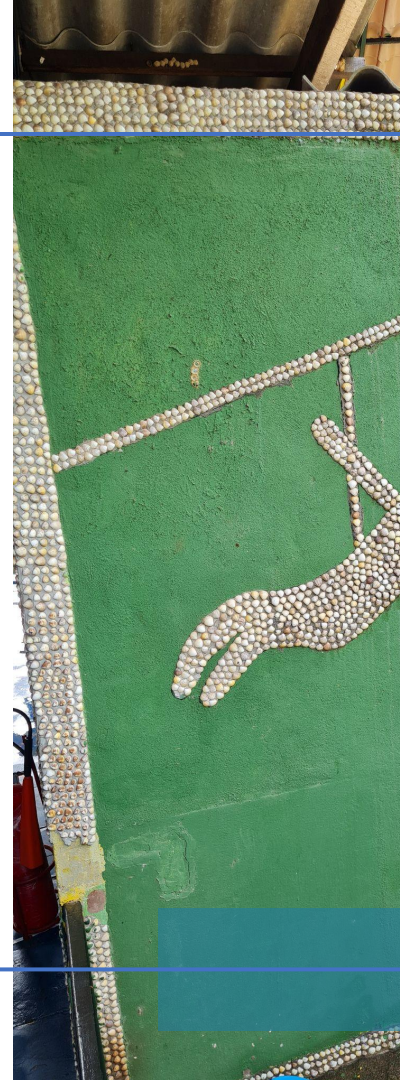




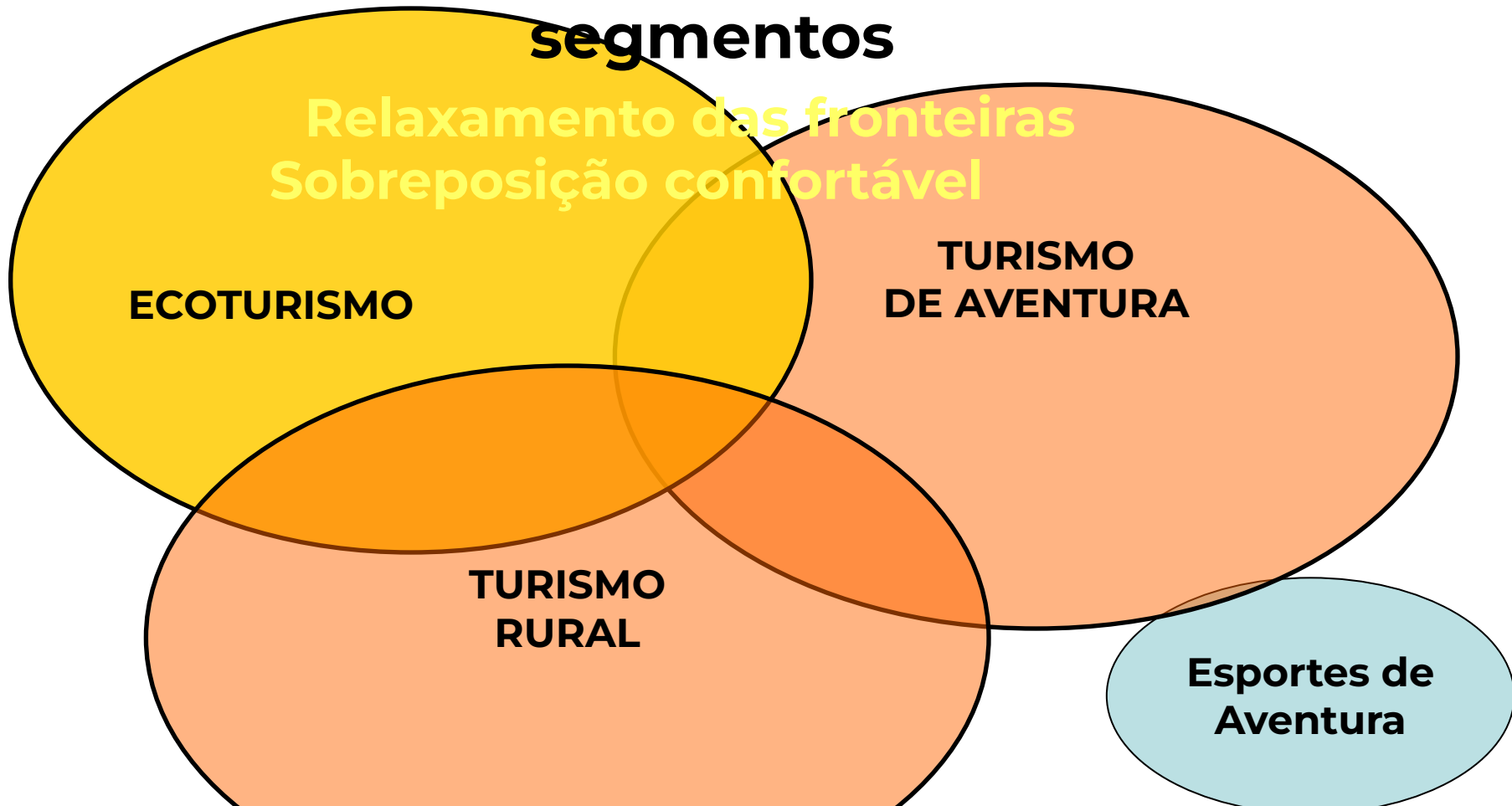
INTEGRAÇÃO ENTRE SEGMENTOS

Possibilidade de integração com outros segmentos, fortalecendo e diversificando a oferta turística

- ✓ Turismo Rural
- ✓ Turismo Cultural
- ✓ Turismo Criativo
- ✓ Turismo Pedagógico
- ✓ Turismo Esportivo
- ✓ Turismo de Base Comunitária
- ✓ Turismo Indígena
- ✓ Turismo Náutico



Interação e relacionamento entre os segmentos



O que realmente importa no mercado ?



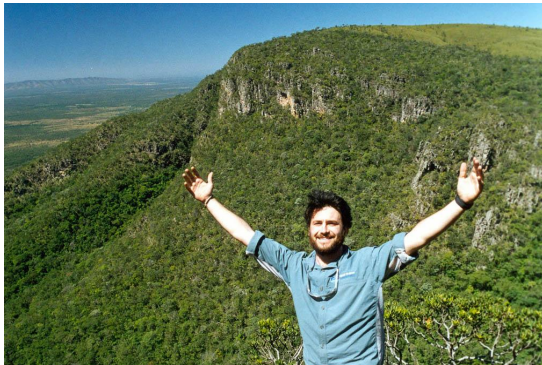
É a motivação de compra do cliente!!

e...

Qualidade, Segurança e Sustentabilidade na oferta..



Qualidade, Segurança e Sustentabilidade na oferta...





ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

Alinhamento Produto e Mercado



Análise dos Mercados Alvo

Qual a sua competitividade em cada mercado?



Mercado Regional



Mercado Nacional



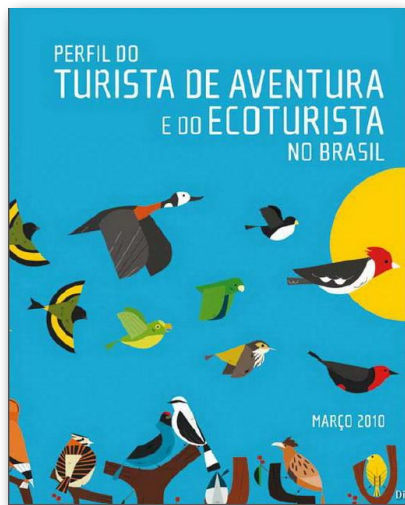
Mercado Internacional

Perfil do Turista de Aventura

Você conhece o perfil do Turista que você deseja receber?

NACIONAL

Perfil do turista de aventura brasileiro

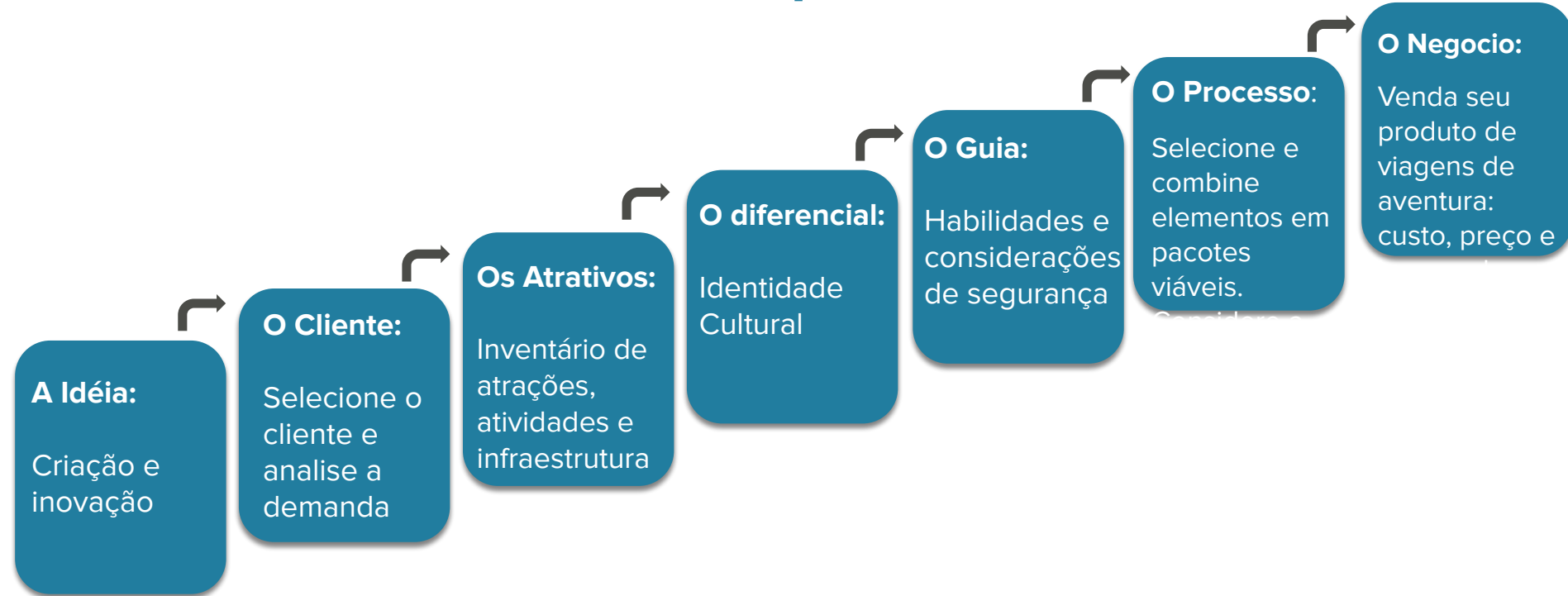


INTERNACIONAL

Perfil do turista de aventura internacional com foco no mercado Norte Americano



O Processo de Desenvolvimento de Produtos de Turismo Especializado



O Produto de turismo especializado:

Confirme o alinhamento com o segmento de cliente-alvo e os detalhes do ajuste fino



ESTEJA PREPARADO: Produto Pessoas Processo

- 1 Conhecimento de Destino
- 2 Atendimento ao Cliente e Habilidades de Gestão de Grupo
- 3 Gestão da Segurança
- 4 História Genuína
- 5 Interpretação Cultural e Natural
- 6 Sustentabilidade
- 7 Papelada pré, durante e pós

CONSIDERE A QUALIDADE DA SUA VIAGEM EM CADA UM DOS SEGUINTE ASPECTOS:

- **Valor** - Custo vs. Benefício
- **Entrega:** o itinerário atende às expectativas do cliente?
- **Confiabilidade:** Fornecedores e cliente.
- **Logística** - Planejamento de contingência.
- **Sustentabilidade e Ética**
- **Alinhamento** com os valores da marca





ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

#BORAPERNAMBUCAR



PER
NAMBUCO

Secretaria de
Turismo e Lazer

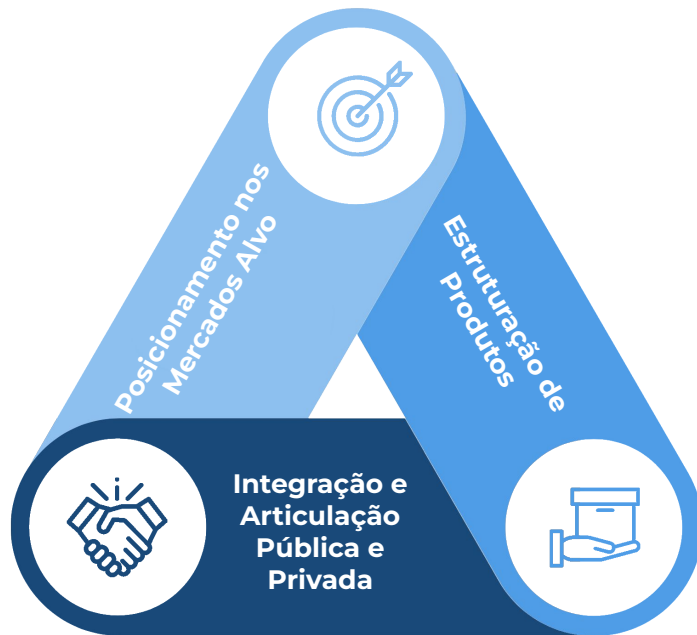


GOVERNO DO ESTADO
PERNAMBUCO
MÁS TRABALHO. MÁS CULTURA.

Desenvolvimento de Destinos, Governança e Criação de Redes



7.2 Objetivos Estratégicos

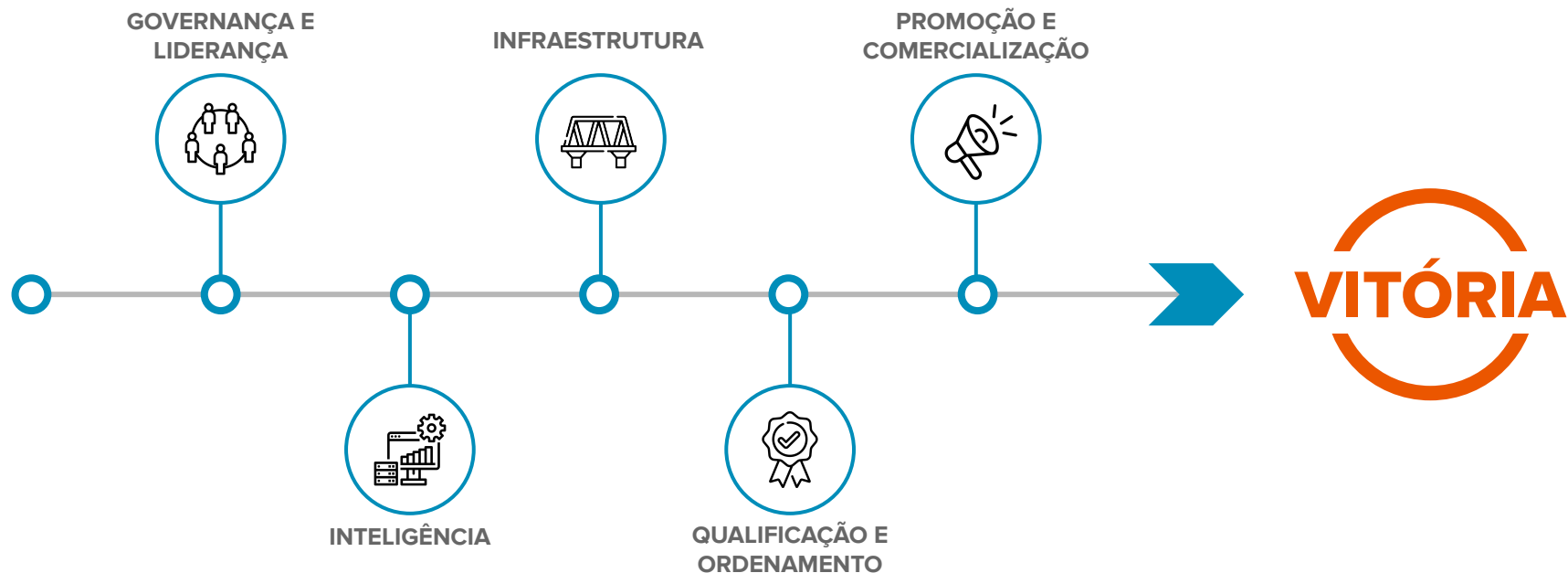


Fonte: Plano Estratégico Turismo de Aventura de Pernambuco



7.3 Mapa do Caminho

O passo a passo com plano de ação para alcançar a visão da vitória





CONCLUSÕES FINAIS

O que importa é a motivação de compra do cliente do lado da demanda

Do lado da oferta: qualidade, sustentabilidade e segurança

Identificação, conhecimento de mercados alvo e comportamento de consumo são chave para ter sucesso no desenho de produto

O produto bem definido é a alma do negócio de turismo.

Integração público privada é chave do sucesso de desenvolvimento de destinos

Governança e associativismo são elementos fundamentais para destinos competitivos

Obrigado!

WEBSITE & EMAIL

Visit us: adventuretravel.biz

Email: gustavo@adventuretravel.biz



GUSTAVO TIMO

Vice Presidente Global, Desenvolvimento
de Destinos e Produtos