

# Como **preparar** **o seu hotel** para acompanhar as **tendências de 2024?**

**AH** ATLANTICA  
HOSPITALITY  
INTERNATIONAL



# Para olhar para o futuro, precisamos entender o que rolou em 2023.



**6 milhões** de estrangeiros  
visitaram o Brasil<sup>1</sup>



**+7,5%** de aumento do índice de  
atividades turísticas entre janeiro  
e novembro de 2023<sup>2</sup>



**+27%** de crescimento no gasto  
com turismo nacional<sup>3</sup>

1: Dados do Ministério do Turismo, em uma parceria com a Embratur e a Polícia Federal (disponível [aqui](#))

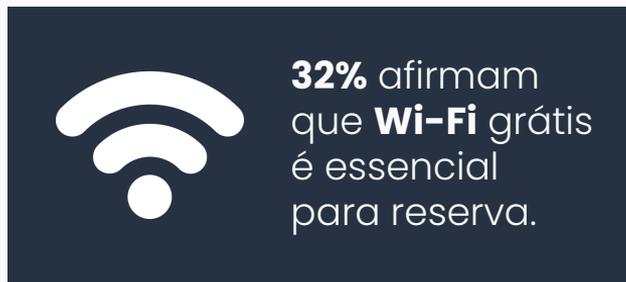
2: Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (disponível [aqui](#))

3: Levantamento feito pelo Itaú Unibanco, com base no uso do cartão de crédito do banco (disponível [aqui](#))

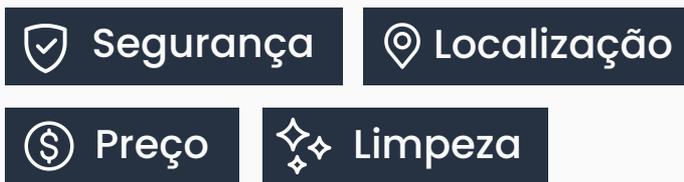


Os hóspedes estão ficando **mais exigentes** e querem **experiências** que combinem com seus **estilos de vida**.

Para uma grande parcela dos viajantes, as **comodidades oferecidas** nas hospedagens se mostram **mais cruciais** do que a flexibilidade nas reservas.<sup>1</sup>



### Lista de prioridades dos hóspedes:



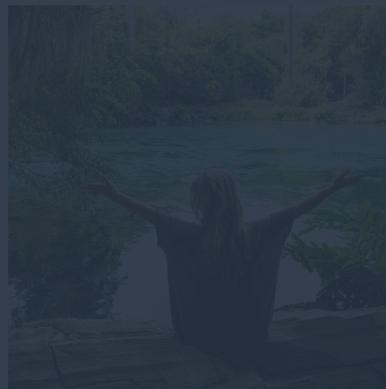
# Conheça algumas **tendências** que podem **fazer a diferença no seu negócio em 2024**



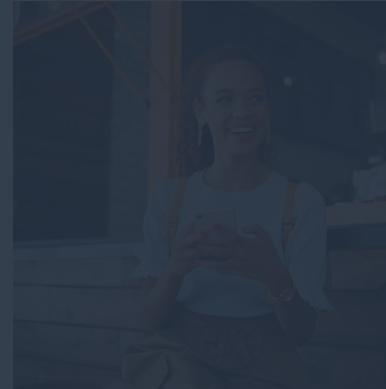
**Hospedagem sustentável**



**Negócios + lazer**  
em uma  
única viagem



**Destinos desconhecidos**



**Personalização**  
das experiências

# Hospedagem sustentável

Em 2024, a **hospedagem sustentável** se consolida como uma tendência incontornável, impulsionada pela consciência ambiental e social cada vez mais presente no mundo. Ao optar por esse tipo de acomodação, o viajante sente que contribui de alguma forma para minimizar os impactos negativos no meio ambiente e na comunidade local.

Para os investidores que optam por empreendimentos ecologicamente corretos, essa é uma oportunidade de promover a **conscientização ambiental** entre os hóspedes, inspirando-os a adotarem práticas mais sustentáveis por meio de ações, como o uso de energia renovável, gestão eficiente de resíduos, consumo consciente de água e valorização da cultura local, que prioriza fornecedores locais, promovendo o desenvolvimento da economia regional.

Ao adotarem essas práticas, os empreendimentos também se posicionam à frente da concorrência, atendendo à demanda crescente por acomodações responsáveis. A **sustentabilidade** torna-se um diferencial estratégico, atraindo viajantes conscientes que buscam experiências autênticas e alinhadas com seus valores.

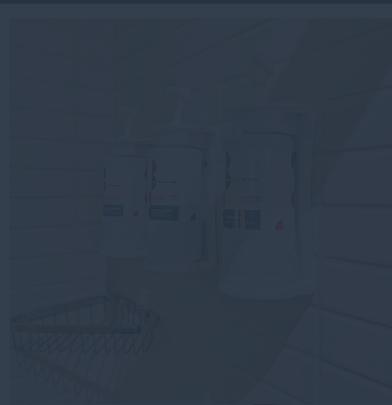
1: The Global Travel Intentions Study 2023. Visa Inc.



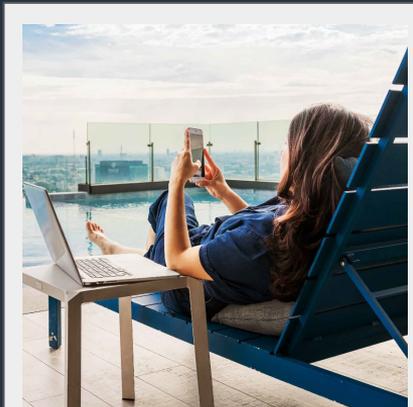
71%

dos brasileiros demonstram um interesse por alternativas sustentáveis e ecológicas ao se hospedar<sup>1</sup>

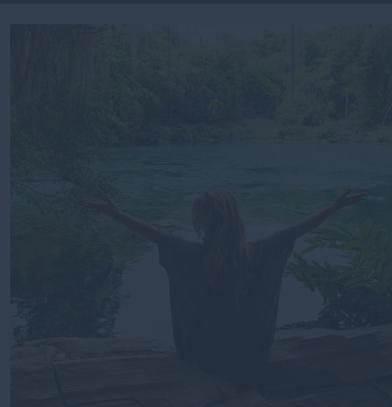
# Conheça algumas **tendências** que podem **fazer a diferença no seu negócio em 2024**



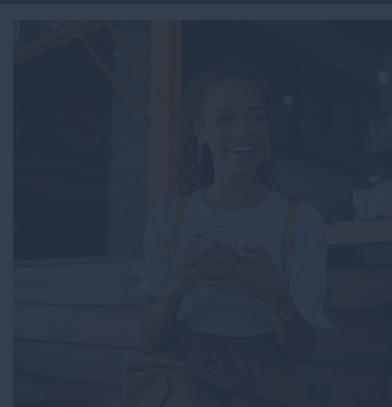
**Hospedagem  
sustentável**



**Negócios + lazer**  
em uma  
única viagem



**Destinos  
desconhecidos**



**Personalização  
das experiências**

# Negócios + lazer em uma única viagem

A integração de negócios e lazer em viagens, conhecida como "**Bleisure**", se intensifica em 2024. Profissionais equilibram compromissos de trabalho com momentos de lazer, estendendo suas viagens de negócios para aproveitar as atrações locais. Esta tendência é apoiada por políticas empresariais flexíveis e pela disponibilidade de espaços de trabalho compartilhados em todo o mundo.

Destinos que oferecem uma **combinação de oportunidades profissionais e de lazer** atraem particularmente esse segmento de viajantes, melhorando tanto a satisfação no trabalho quanto o desempenho.



# Conheça algumas **tendências** que podem **fazer a diferença no seu negócio em 2024**



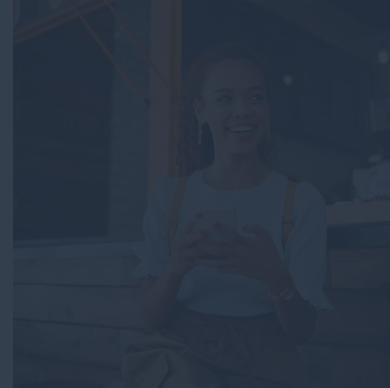
**Hospedagem sustentável**



**Negócios + lazer em uma única viagem**



**Destinos desconhecidos**

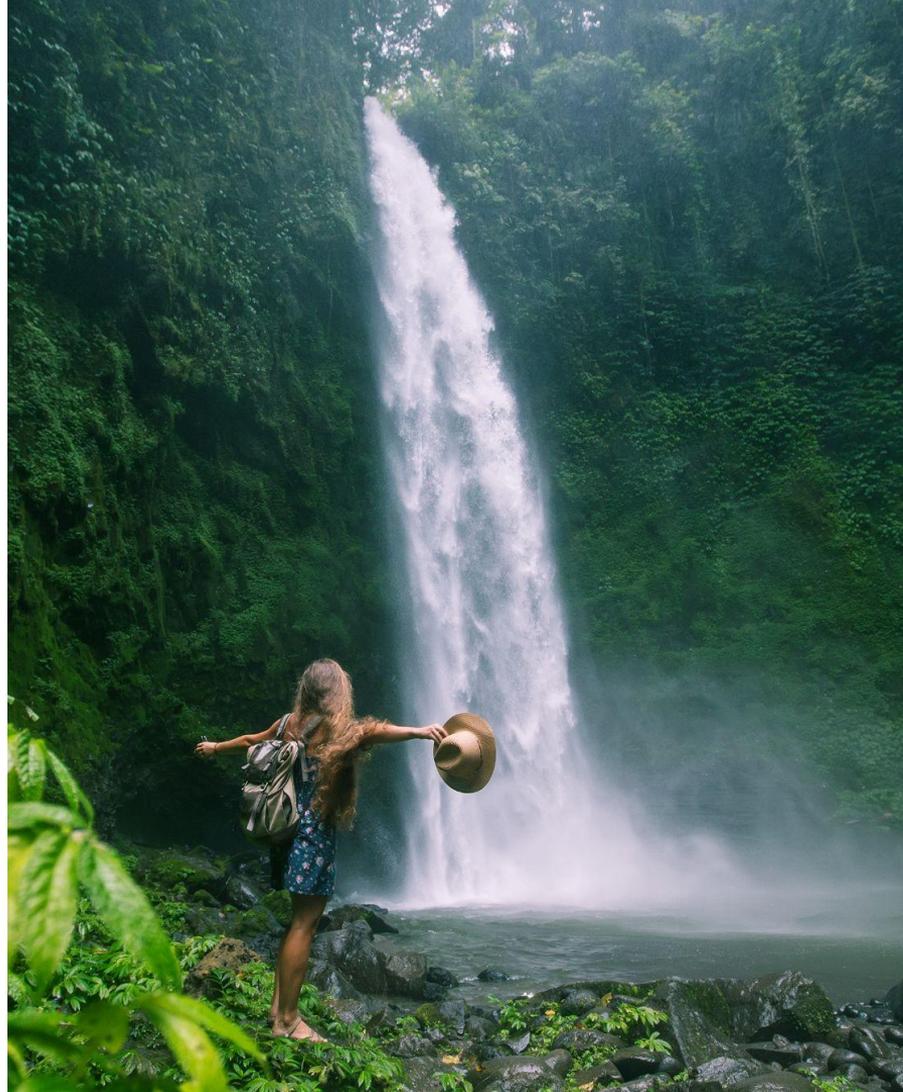


**Personalização das experiências**

# Destinos desconhecidos

A exploração de destinos desconhecidos surge como uma forte tendência em 2024, à medida que os viajantes procuram **experiências únicas fora dos circuitos turísticos convencionais**. Aventurar-se por locais menos explorados permite descobertas culturais autênticas e a participação em tradições locais, oferecendo uma nova dimensão às viagens.

Essa tendência também apoia o desenvolvimento sustentável dessas regiões, promovendo a distribuição equitativa dos benefícios do turismo e a preservação de seus patrimônios naturais e culturais.



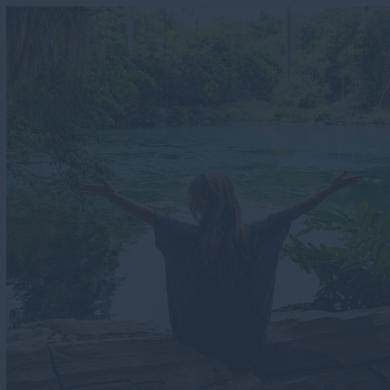
# Conheça algumas **tendências** que podem **fazer a diferença no seu negócio em 2024**



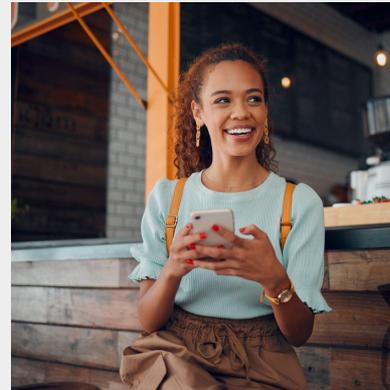
**Hospedagem sustentável**



**Negócios + lazer em uma única viagem**



**Destinos desconhecidos**



**Personalização das experiências**

# Personalização das experiências

Pacotes com tudo fechado? **Não dessa vez!**

A personalização das experiências de viagem atende ao desejo dos viajantes por jornadas que reflitam seus interesses pessoais e estilos de vida. A tecnologia desempenha um papel crucial, com plataformas de IA e análises de dados que fornecem **recomendações personalizadas**. Essa ênfase na personalização permite que os viajantes moldem suas aventuras de maneira única, tornando cada jornada não apenas exclusiva, mas também mais enriquecedora e memorável.

Seja para aventuras, imersões culturais, viagens em família ou retiros de bem-estar, personalizar cada aspecto da viagem se torna a chave para uma experiência inesquecível.

1: The Global Travel Intentions Study 2023. Visa Inc.



65%

dos turistas brasileiros optam por viagens que são total ou parcialmente independentes de pacotes turísticos!



Seu hotel está **preparado**  
para colocar em prática  
tendências como essas?

A man with dark hair, a beard, and glasses, wearing a white button-down shirt, is sitting in a light blue armchair at a white table. He is smiling broadly while looking at a silver laptop. His hands are on the keyboard. The background shows a modern office interior with large windows, a glass partition, and other office furniture like a sofa and a small table. The lighting is warm and ambient. There is a large orange diagonal graphic element in the bottom right corner of the image.

A **Atlantica** tem força de rede e, por acompanhar de perto todas as novidades do setor, vai ajudar o seu hotel a se diferenciar no mercado. **Quer saber como?**

Como franqueado  
**Transamerica**, seu  
hotel terá a força  
da **rede Atlantica**  
a seu favor.



### **Transamerica**

Fará parte da 3ª marca hoteleira mais lembrada no Brasil



### **Redução de custos**

Reduzirá custos com ganhos de escala em tecnologia, suprimentos e processos



### **Incremente suas vendas**

Terá +600 canais de distribuição para aumentar as vendas do seu hotel



### **Marca sólida**

Receberá suporte de quem tem mais de 25 anos de experiência em hospitalidade, mantendo sua autonomia na gestão do empreendimento

✓ Tenha um hotel Transamerica!  
Fale com **um de nossos especialistas** em

[ahi.com.br/franquia](http://ahi.com.br/franquia)

# Quando usamos a força da rede nosso impacto positivo se multiplica.

Por isso, os hotéis que atuam com a Atlantica contam com uma estratégia de sustentabilidade bem definida que é percebido e valorizada pelos hóspedes. As ambições e metas fazem parte do Aja, o programa ESG da Atlantica, organizado em três frentes de atuação:

Saiba mais em [ahi.com.br/esg-aja](https://ahi.com.br/esg-aja) e baixe nosso Relatório de Sustentabilidade 2023.



## Aja pelo Planeta – Lixo, energia e água

Estimulamos o consumo consciente, minimizamos o impacto negativo no meio ambiente e preservamos os recursos naturais do planeta. Usar menos, reaproveitar mais.



## Aja pelas Pessoas – Desenvolvimento de pessoas, diversidade e causa social

Promovemos um ambiente com igualdade e diversidade. Incentivamos o desenvolvimento pessoal e promovemos conhecimento para que nossos talentos possam prosperar. Além disso, enfrentamos a violência e a exploração sexual de crianças e adolescentes em nossos empreendimentos.



## Aja pelos Nossos Valores – Transparência

e informações acessíveis sempre  
Prezamos pela transparência e pela relação de confiança com todos aqueles com quem nos relacionamos, seguindo as melhores práticas de governança corporativa.



Transamerica  

---

hotels