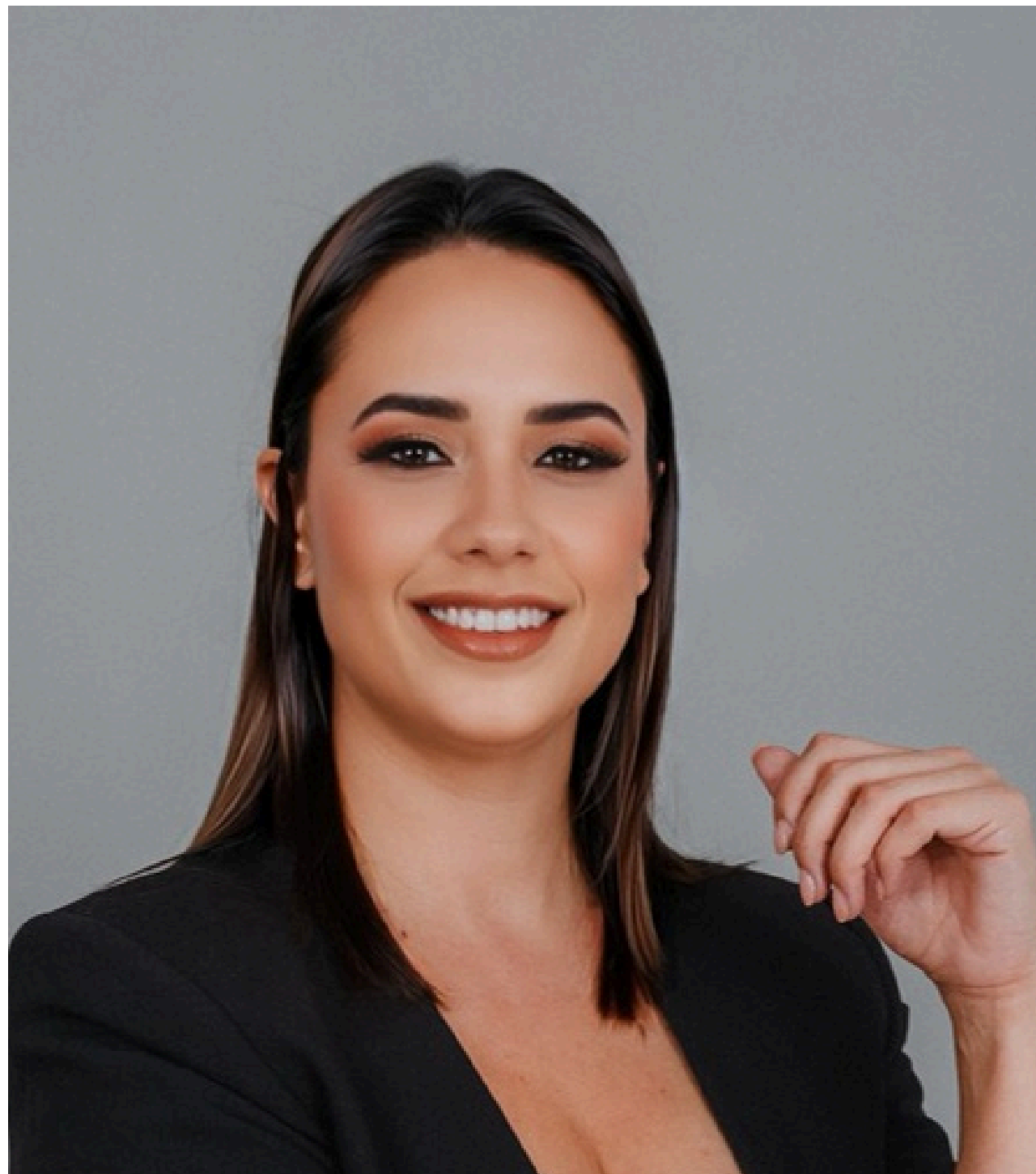


Workshop 1: Criação de Produtos e Experiências Turísticas



FORMADORA



Lucero Arana México

Com mais de onze anos de experiência em negócios de enoturismo e treinamento empresarial, atuando em posições estratégicas nos setores público e privado, incluindo o **Ministério do Turismo do Estado do México e a gestão de hotelaria e enoturismo em vinhedos nacionais**.

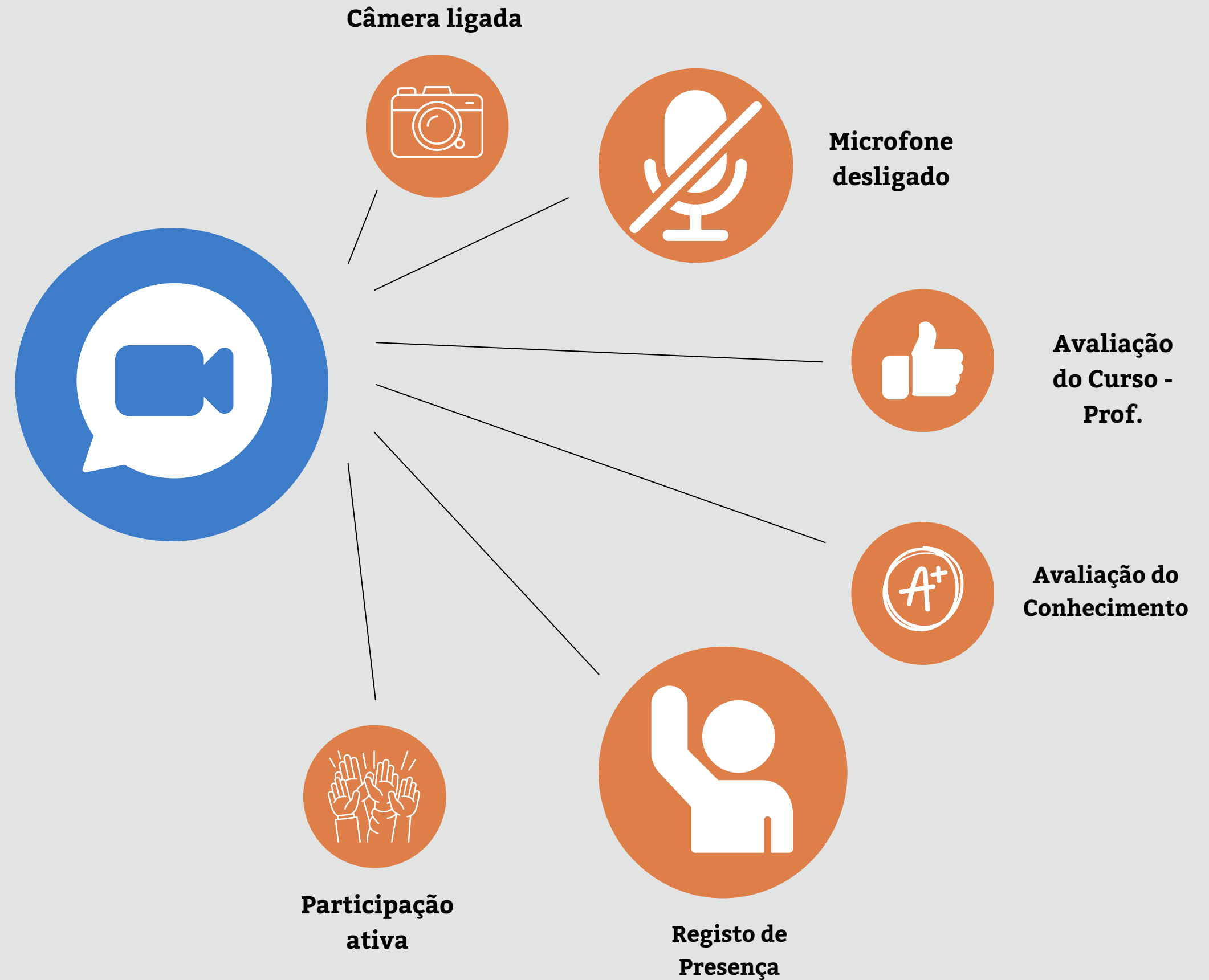
Sua carreira internacional inclui um papel **de destaque no projeto Rotas do Vinho da Espanha (ACEVIN)**, onde contribuiu diretamente para alcançar resultados importantes, como a realização de 475 diagnósticos de negócios, 32 diagnósticos de destinos, o desenvolvimento de **617 experiências de enoturismo e a produção de um folheto geral, além de 32 catálogos específicos para cada rota**.

No México, **desde 2020, lidera processos de consultoria para empresas privadas do setor de enoturismo**, promovendo a criação de empresas, o desenvolvimento de modelos de negócios, a implementação de soluções tecnológicas e a conceção de experiências inovadoras que fortalecem a competitividade do setor.

Sua experiência é complementada por formação acadêmica e certificações, incluindo sua participação como **formadora no Diploma em Enoturismo da Universidade Pan-Americana (2025)**, possui certificação internacional **WSET em vinhos**, além de seu trabalho como **professora de Enoturismo na Escola do Vinho do Altiplano, no México**.

[Saber mais](#)

REQUISITOS PARA A SESSÃO



OBJETIVOS GERAIS DO TREINAMENTO

1. Promover a colaboração

Promover a cooperação entre os diferentes atores do ecossistema turístico, criando redes de contactos sólidas que fomentem a articulação público-privada e a colaboração interempresarial.

2. Melhorar a competitividade

Fornecer ferramentas, estratégias e treinamento que fortaleçam a competitividade dos destinos e das empresas turísticas, melhorando sua capacidade de adaptação a um ambiente global dinâmico.

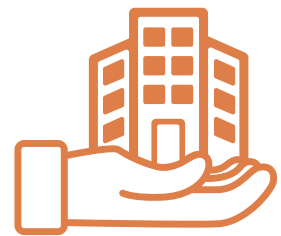
3. Promover a inovação

Incorporar tecnologias, metodologias e modelos criativos para diversificar a oferta turística, desenvolver experiências únicas e responder às novas tendências dos viajantes.

4. Fortalecer a Sustentabilidade

Promover práticas responsáveis que equilibrem o crescimento económico com a conservação ambiental, a preservação cultural e o bem-estar social das comunidades locais.

Embora já nos conheçamos...



Nome da empresa

Exemplo: Criando experiências



Sua ideia de experiência

Exemplo: Uma oficina de culinária de massas e um jantar sob as estrelas.

01

O QUE É UMA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA?

Este capítulo explica como o termo “experiência” vai além de um simples produto turístico: trata-se de uma vivência que conecta o viajante a valores emocionais, sensoriais, sociais e cognitivos. São analisados conceitos como autenticidade (encenada e emergente), as dimensões-chave propostas por diversos autores (prazer, emoção, conforto, interação, segurança, novidade) e o papel da paisagem e do ambiente. Em suma, uma experiência turística deve provocar sentimentos memoráveis que superem as expectativas do visitante.

QUAIS NECESSIDADES SÃO ATENDIDAS POR ESSES SERVIÇOS?



COMO PODEMOS TRANSFORMAR UM SERVIÇO EM UMA EXPERIÊNCIA?



COMO PODEMOS TRANSFORMAR UM SERVIÇO EM UMA EXPERIÊNCIA?



Restaurante El Cielo, Medellín, Colômbia

Uma experiência turística é qualquer interação que o viajante tenha com todos os agentes e recursos de um destino, proporcionando valores sensoriais, emocionais, relacionais e cognitivos... que complementam os meramente funcionais.

REQUISITOS PARA EXPERIÊNCIAS DE SUCESSO

Havlena e Holbrook identificam os fatores ou atributos que podem contribuir para o sucesso das experiências criadas:

PRAZER:

Os turistas têm necessidade de se sentir bem enquanto desfrutam de uma experiência. Mas, em certas situações, as pessoas podem encontrar prazer no desconforto.



EMOÇÃO:

Refere-se à necessidade de conceber atividades estimulantes que gerem respostas mais viscerais, mais sentidas e até mais sentimentais em quem as aprecia.



DOMÍNIO:

Deve ser entendido como a sensação de controle sobre as atividades, que o turista deve sentir.



02

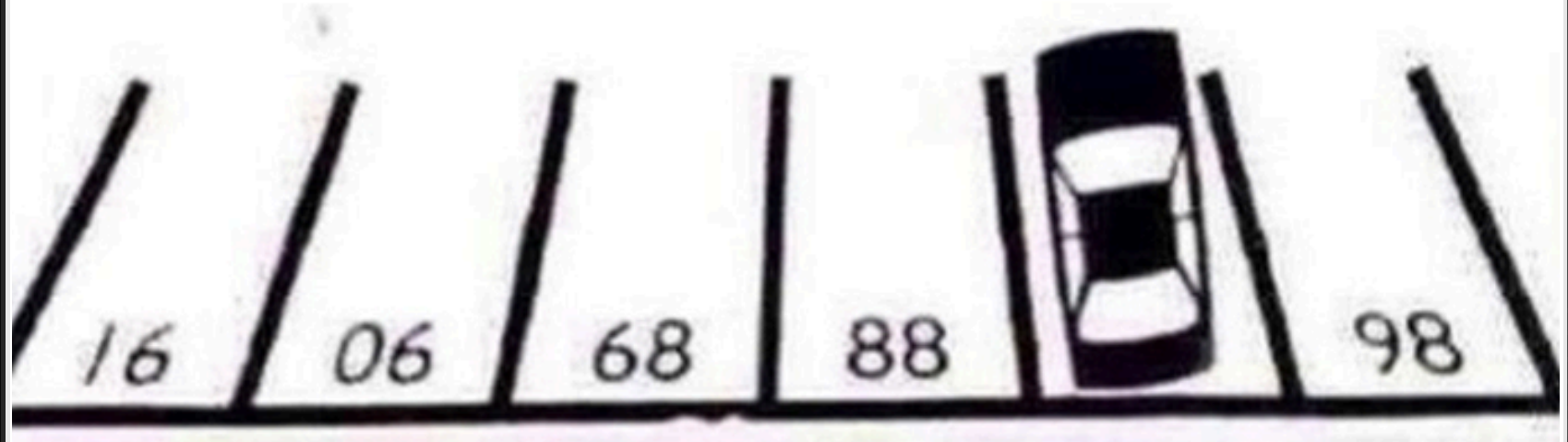
CRIAÇÃO DE EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS

**MAS PARA CRIAR EXPERIÊNCIAS
TURÍSTICAS DIFERENTES,
PRECISAMOS...**



**PENSAR
FORA DA
CAIXA**

**EM QUE VAGA O
CARRO ESTÁ
ESTACIONADO?**



**EM QUE VAGA O
CARRO ESTÁ
ESTACIONADO?**

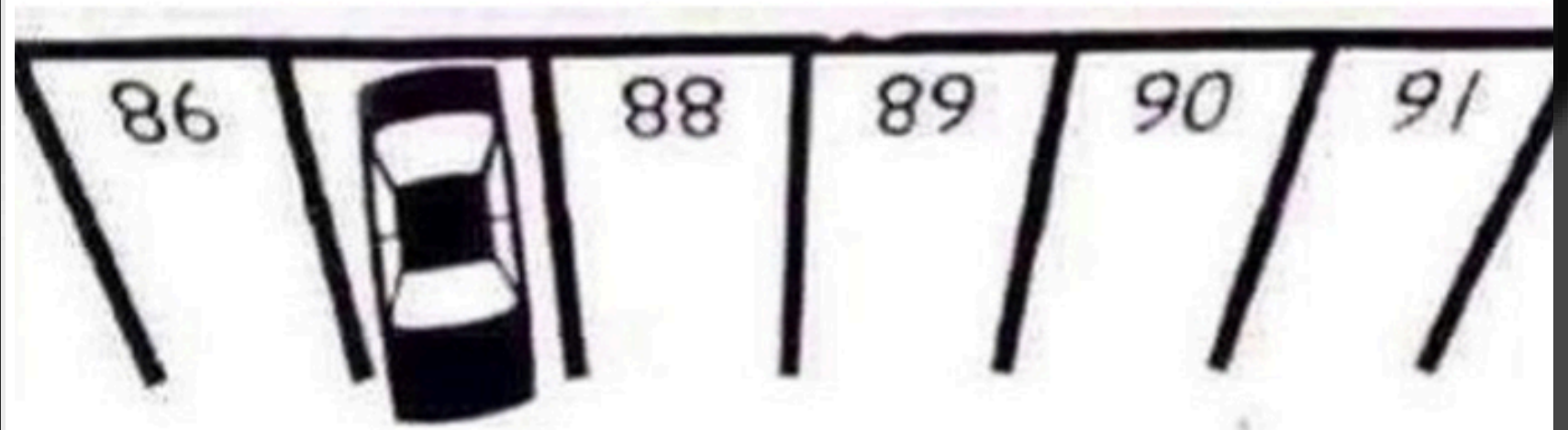
Estamos tão acostumados a fazer o que
fazemos, da maneira como fazemos...

QUE NÃO VEMOS AS OUTRAS

POSSIBILIDADES

**EM QUE VAGA O
CARRO ESTÁ
ESTACIONADO?**

87



COMO PENSAR FORA DA CAIXA?

1. A curiosidade matou o GATO, não o PROFISSIONAL.

Faça perguntas, investigue e se informe. Quando você é curioso, é mais fácil encontrar novas soluções.

2. As ideias precisam de uma VOZ

Acredite nelas, compartilhe-as e aceite críticas para aprimorá-las.

3. O único fracasso é não tentar.

Assuma o risco!

4. Esqueça as limitações

Pense em soluções sem parar; uma delas se tornará viável.

5. Nunca pare de aprender

Além da sua profissão, leia ou faça cursos sobre outros assuntos. O conhecimento oferece uma perspectiva multidisciplinar.

COMO PENSAR FORA DA CAIXA?

COMO PENSAR FORA DA CAIXA?

**“Se você quer
resultados diferentes,
não faça sempre a
mesma coisa.”
-Albert Einstein**

6. Uma mente aberta é um paraquedas.

Experimente algo NOVO: Conheça novas pessoas, visite novos lugares, mude um hábito.

7. O tempo está em suas mãos.

Encontre um momento para cada atividade.

LIBERANDO A CRIATIVIDADE

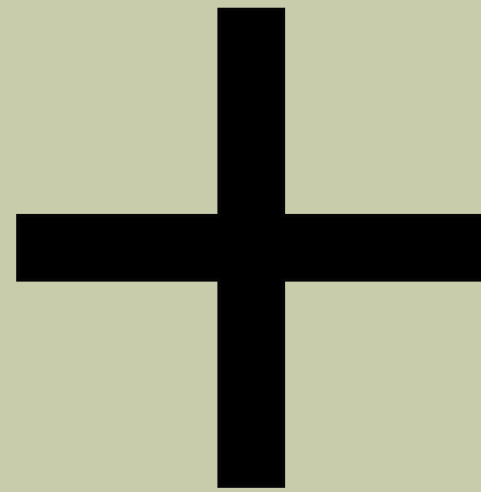
CONEXÕES FORÇADAS

Conecte o inesperado: o desafio é relacionar dois conceitos completamente diferentes e encontrar uma maneira criativa de uni-los.

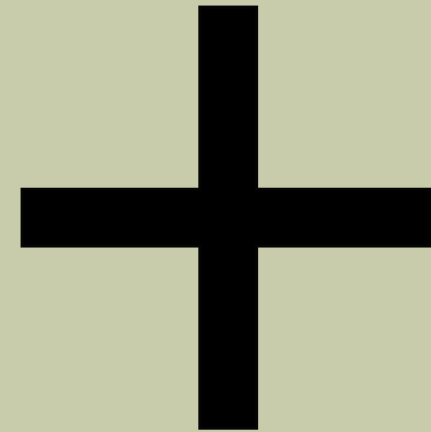
Este exercício conecta ideias com diferentes necessidades ou interesses para formar um novo conceito.

Essa técnica pode gerar ideias extravagantes, mas, em última análise, é uma maneira útil de reacender a criatividade dentro da equipa.

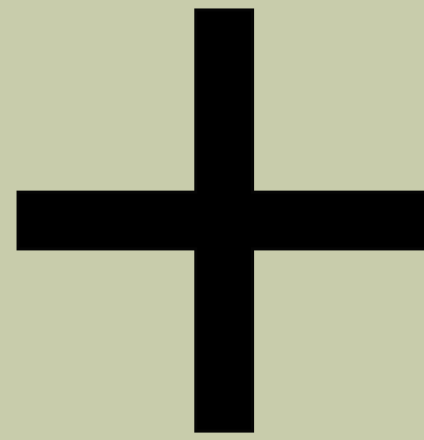
CONEXÕES FORÇADAS



CONEXÕES FORÇADAS



CONEXÕES FORÇADAS



03

FASES PARA A CRIAÇÃO DE EXPERIÊNCIAS

O processo de criação de uma experiência turística consiste em dez fases que transformam recursos e atividades em experiências memoráveis para o visitante. Começa com a definição da empresa responsável, do público-alvo e do tema central, seguida pelo desenvolvimento de uma proposta de valor clara. A partir daí, desenvolve-se a narrativa e a experiência é organizada em episódios, considerando os recursos, as atividades, os mediadores e a forma de gerar emoções. Posteriormente, consolidam-se a imagem e a marca, calculam-se os custos e preços, definem-se os canais de promoção e venda e, finalmente, garante-se a operação da experiência. Esta abordagem sequencial, ainda que flexível, oferece uma metodologia prática para conceber produtos turísticos inovadores, sustentáveis e prontos para o mercado.

10 PASSOS PARA CRIAR E PROJETAR EXPERIÊNCIAS

1. **IDENTIFIQUE A EMPRESA:** Definir qual empresa ou empresas serão responsáveis por projetar e operar a experiência.
2. **DEFINA O PÚBLICO-ALVO:** Determinar para quem a experiência se destina e segmentar adequadamente os clientes potenciais.
3. **ESCOLHA O TEMA:** Selecionar um eixo ou tema central que dê coerência e diferenciação à experiência.
4. **DESENHE A PROPOSTA DE VALOR:** Estabelecer o que torna a experiência única e por que o cliente deve escolhê-la.
5. **CONSTRUA A HISTÓRIA “CONTAR HISTÓRIAS”:** Criar uma narrativa que conecte emocionalmente o visitante à experiência.
6. **DIVIDA EM EPISÓDIOS:** Organizar a experiência em partes ou momentos-chave:
 - Recursos e atrações a utilizar.
 - Tipos de atividades a serem realizadas.
 - Mediadores e roteiro.
 - Estratégias para gerar emoções e sentimentos.
7. **DEFINA IMAGEM E MARCA:** Criar a identidade visual e conceitual que reforce a experiência.
8. **CALCULE CUSTOS E PREÇOS:** Estabelecer o custo operacional e defina o preço de venda da experiência.
9. **SELECIONE OS CANAIS DE MARKETING E VENDAS:** Identificar os meios e as estratégias para divulgar e comercializar a experiência.
10. **COLOQUE A EXPERIÊNCIA EM PRÁTICA:** Implementar, coordenar e gerenciar todos os elementos para garantir uma experiência bem-sucedida.



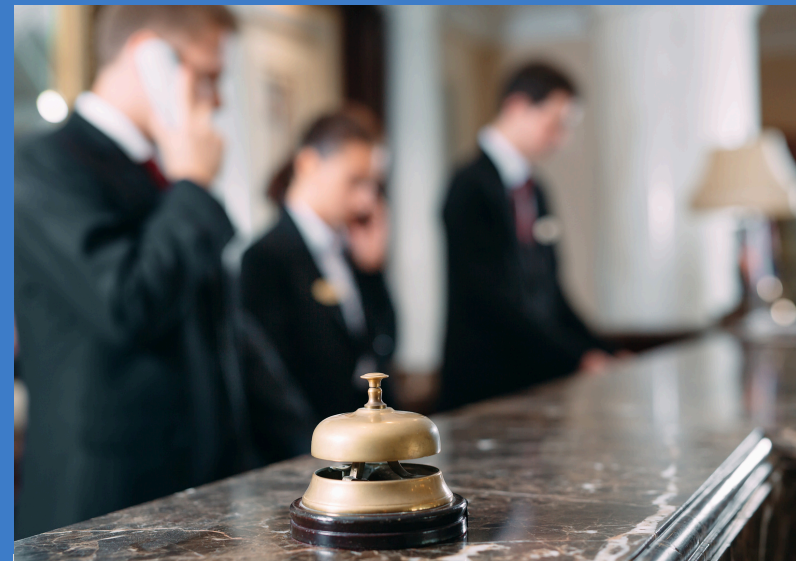
PASSO 1: Identifique a empresa

Quais empresas podem criar experiências turísticas?



**EMPRESAS DIRETAMENTE
RELACIONADAS À ATIVIDADE PRINCIPAL**

- Museus e centros culturais
- Parques e reservas naturais
- Restaurantes e mercados gastronômicos
- Teatros, festivais e espaços para apresentações
- Empresas de aventura e esportes ao ar livre



EMPRESAS DO SETOR TURÍSTICO

- Hotéis e acomodações
- Restaurantes e cafés
- Agências de viagens e operadores turísticos
- Transporte turístico (aéreo, terrestre, marítimo)
- Empresas de atividades recreativas e guias turísticos



SETORES RELACIONADOS AO TURISMO

- Produtores locais (artesanato, agroindústria, moda)
- Centros de bem-estar e spa
- Empresas desportivas e de lazer
- Centros comerciais e de entretenimento
- Produtores locais de alimentos e bebidas



SETORES NÃO TURÍSTICOS

- Indústrias com processos de produção que permitem visitas (cervejarias, fábricas, oficinas de artesanato, empresas de tecnologia)
- Instituições educacionais e de inovação
- Atividades culturais independentes (galerias, coletivos artísticos)

PASSO 1: Identifique a empresa



<https://www.youtube.com/watch?v=9JDQWA1QPe0>

Bodega Vina Maris

Agora é a sua vez!

Identifique o tipo de
atividade da sua empresa e
preencha o formulário de
experiência.

REGISTO DE EXPERIENCIA



Scaneia o código!

ETAPA 2: Segmentação

A segmentação de mercado determina como os grupos-alvo da empresa são divididos de acordo com suas características, como idade, renda, personalidade e comportamentos.

GEOGRÁFICA	DEMOGRÁFICA	PSICOGRÁFICA	COMPORTAMENTAL
Esse tipo de segmentação se refere à localização geográfica do público-alvo.	Uma das mais importantes, pois permite a consideração de aspetos muito específicos do público. As variáveis para este segmento são: idade, sexo, estado civil, profissão, nível de escolaridade, cultura, nacionalidade e nível socioeconómico.	Os fatores sociais incluem tendências demográficas, cultura, hábitos de consumo e atitudes sociais.	A análise centra-se nos padrões de consumo, na sensibilidade ao preço, na fidelidade à marca e na resposta potencial ao que está a ser oferecido.

ETAPA 2: Segmentação



Agora é a sua vez!

Identifique o tipo de cliente ou clientes para os quais sua experiência é direcionada e preencha o formulário.

REGISTO DE EXPERIENCIA



Scaneia o código!

PASSO 3: Escolha o tema

Definir um tema para a construção de experiências turísticas é essencial, pois permite **criar uma identidade única**, segmentar melhor o público-alvo e **garantir a coerência da experiência**. Além disso, facilita a comunicação e o marketing, **incentiva a criação de pacotes de atividades e enriquece tanto o valor emocional** como educativo da proposta. Tudo isso contribui para **diferenciar o produto em um mercado competitivo** e oferecer experiências autênticas, alinhadas à sustentabilidade e aos valores locais, **aumentando a satisfação e a fidelização do cliente**.

Por sua vez, a ONU Turismo classifica o turismo nas seguintes categorias:



Turismo cultural



Turismo de negócios



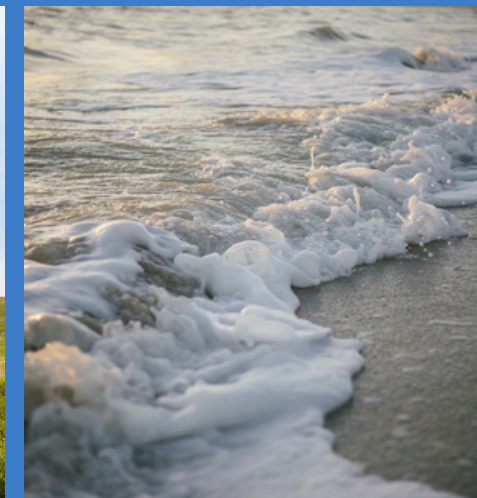
Ecoturismo



Turismo
gastronómico



Turismo rural



Turismo costeiro e
marítimo



Turismo de aventura



Turismo urbano



Turismo de saúde



Turismo de
montanha



Turismo de bem-
estar



Turismo educativo



Turismo médico



Turismo desportivo

PASSO 3: Escolha o tema

Guia rápido: Como definir o tema de uma experiência turística

- **Combinar vários temas**
 - História, emoções, sentidos, pessoas, passatempos.
 - Aumenta a riqueza e a multifuncionalidade da experiência.
 - Permite uma maior estruturação e atratividade.
- **Relacionar com recursos e atrações do destino**
 - Aproveitar o património natural, cultural ou social.
 - Gerar uma proposta singular e diferenciada.
 - Incorporar matéria-prima autêntica e de valor do território.
- **Dois tipos de autenticidade**
 - Encenada: Baseada em elementos reais (história, cultura, tradições, património tangível ou intangível).
 - Emergente: Baseada na invenção ou criatividade (livros, filmes, desafios desportivos, atividade temáticas ou emoções como medo, alegria, surpresa).



PASSO 3: Escolha o tema

Guia rápido: Como definir o tema de uma experiência turística

Que temas você identifica nessa experiência?



Agora é a sua vez!

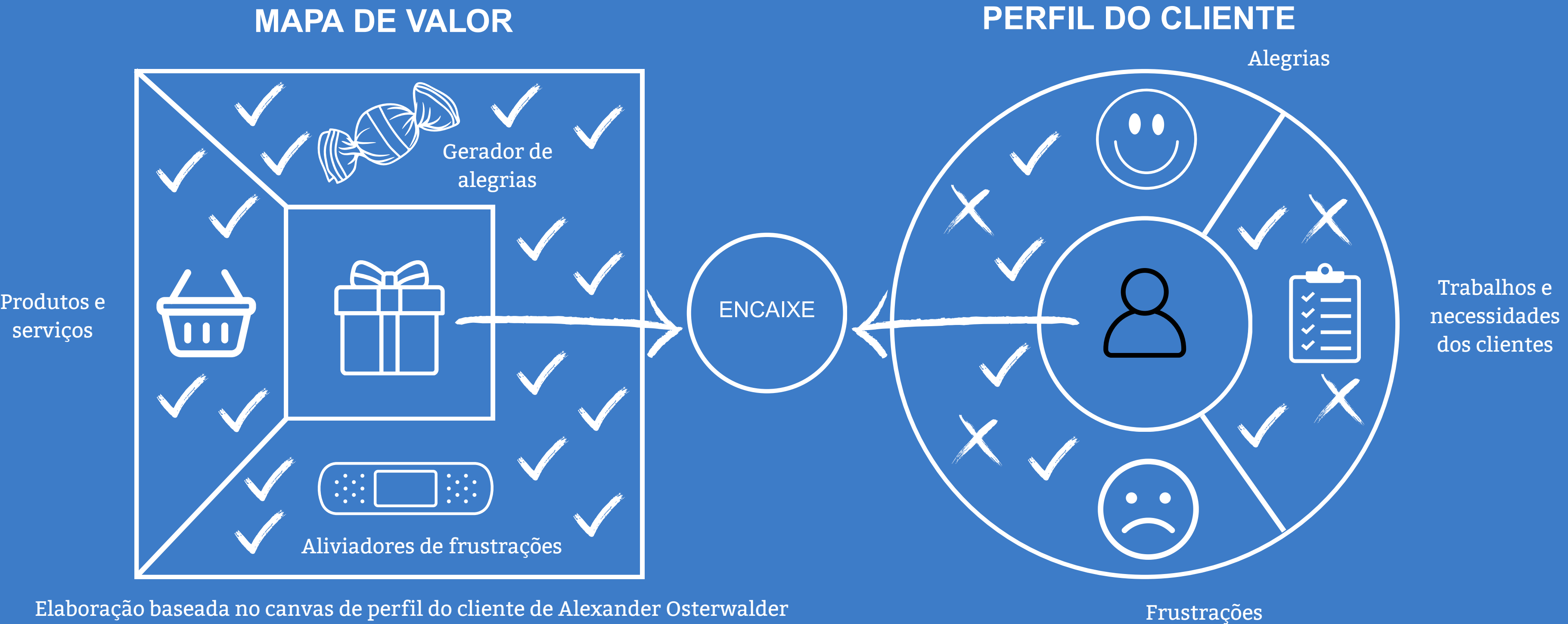
Identifique o tema da sua experiência e preencha o formulário.

REGISTO DE EXPERIENCIA



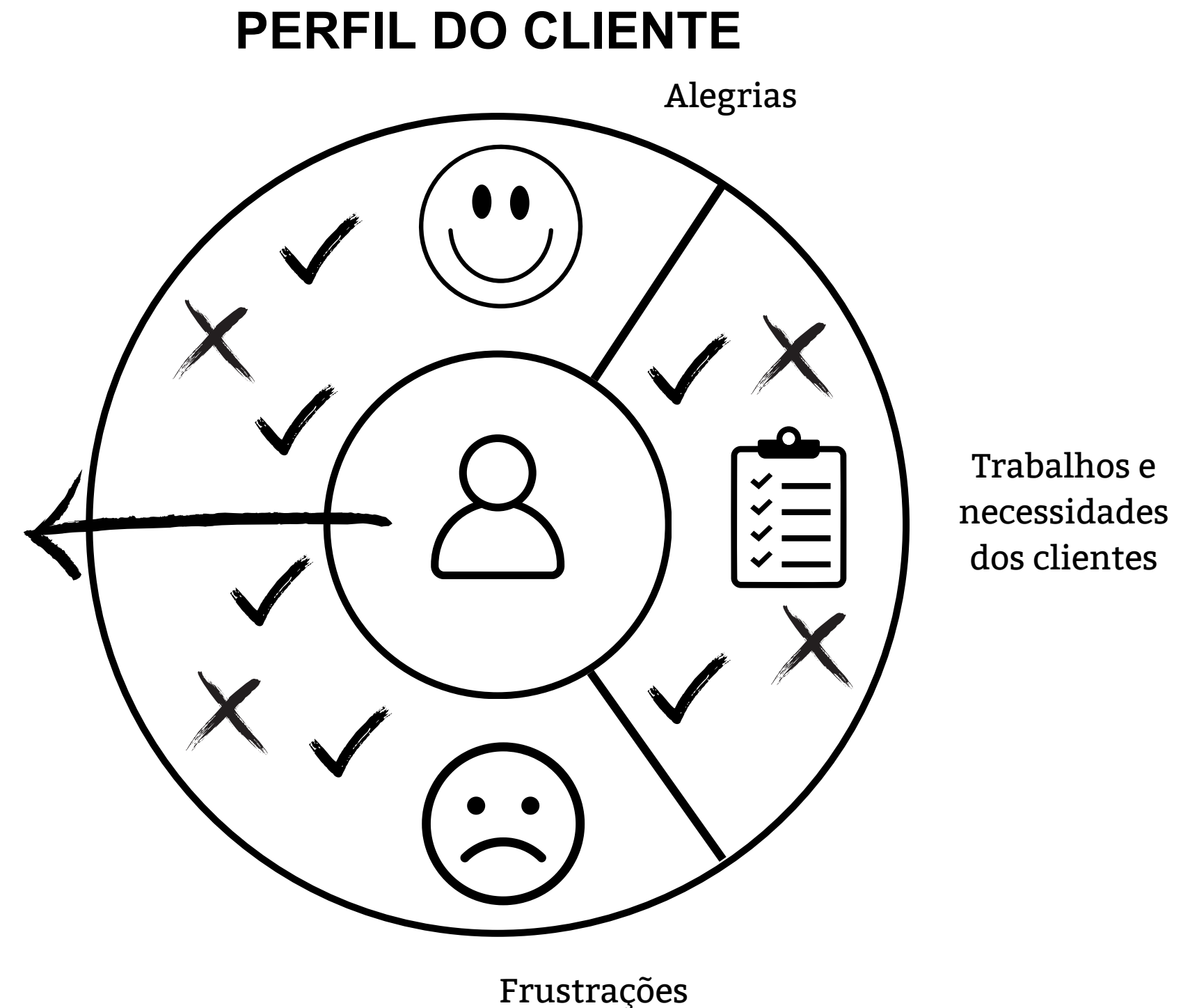
Scaneia o código!

ETAPA 4: Elabore a proposta de valor



PASSO 4: Elabore a proposta de valor.

Situação: Jantar sob as estrelas



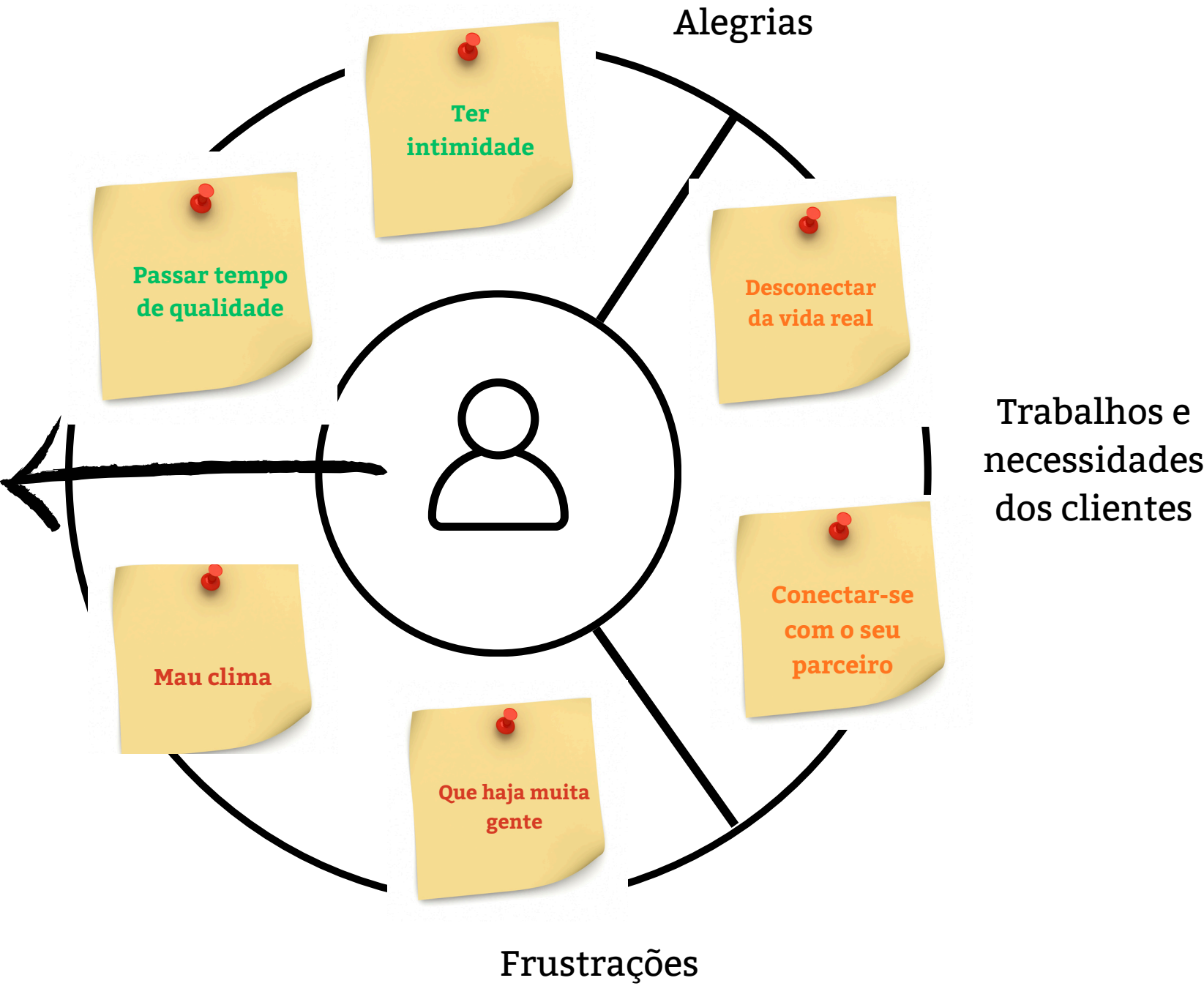
PASSO 4: Elabore a proposta de valor.

Situação: Jantar sob as estrelas

MAPA DE VALOR



PERFIL DO CLIENTE

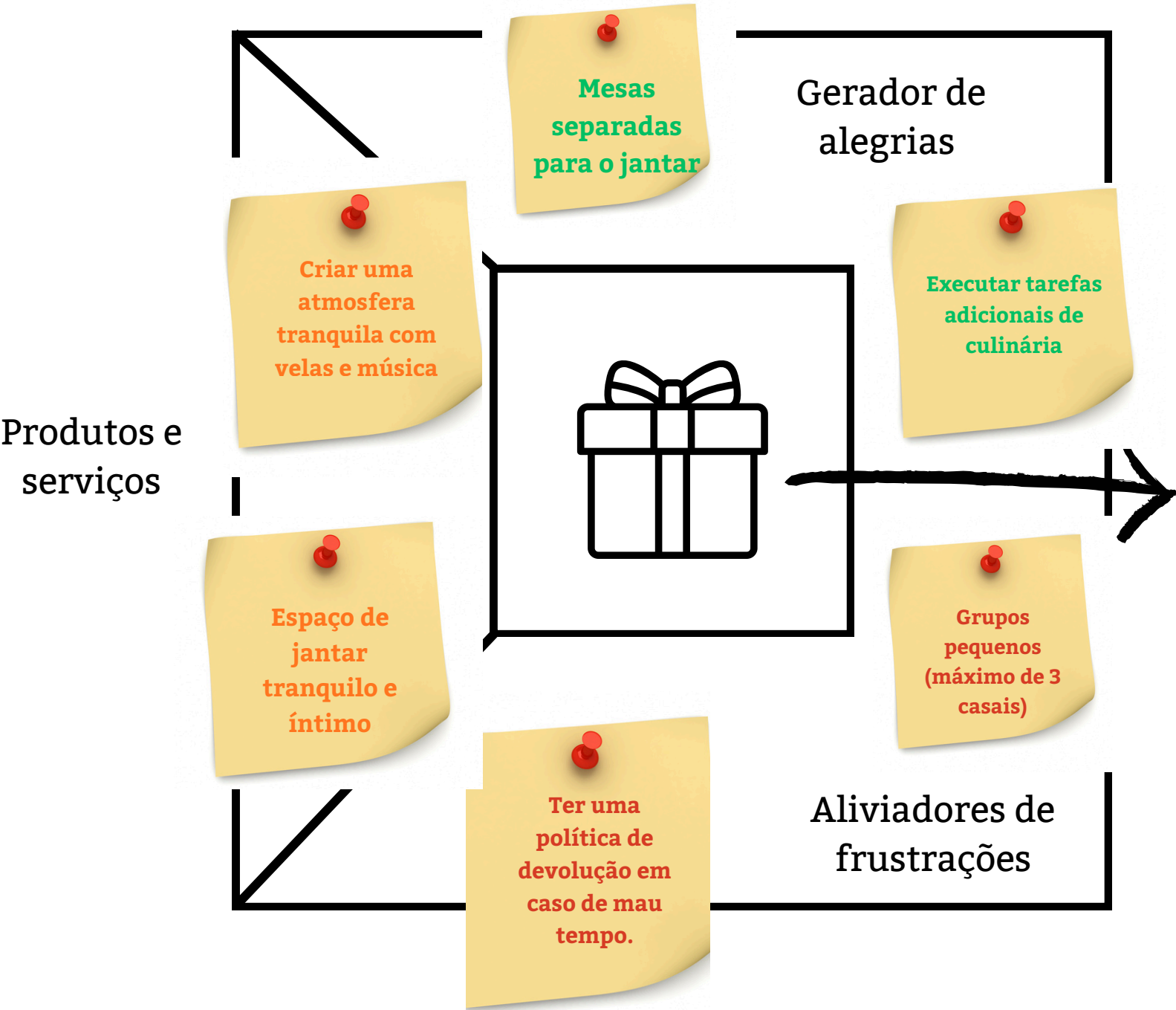


Elaboração baseada no canvas de perfil do cliente de Alexander Osterwalder

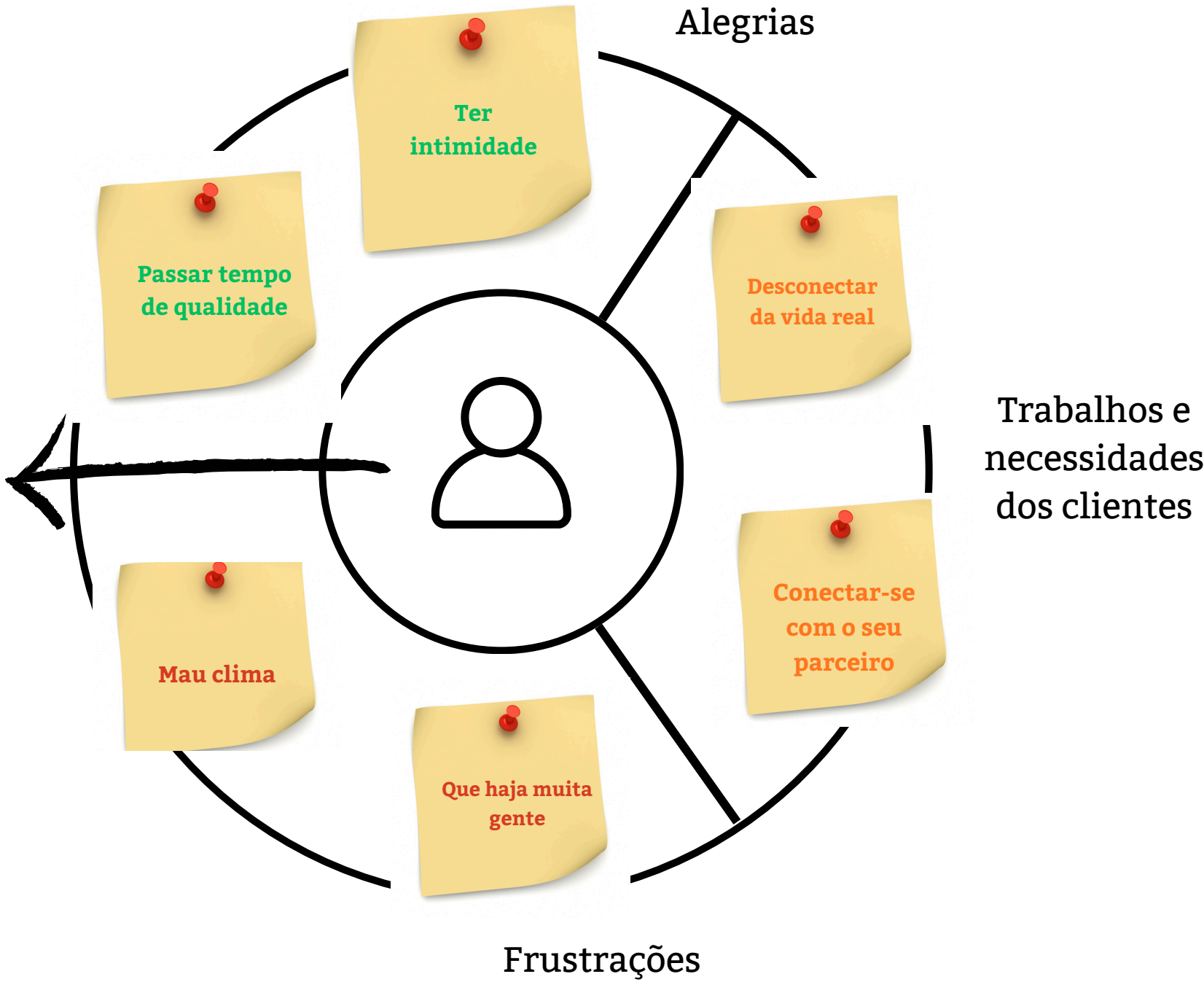
PASSO 4: Elabore a proposta de valor.

Situação: Jantar sob as estrelas

MAPA DE VALOR



PERFIL DO CLIENTE



PASSO 4: Elabore a proposta de valor.

Prompt para ChatGPT

Crie uma proposta de valor para a minha experiência chamada "**Massa Sob as Estrelas**", que consiste em **cozinhar massa em formato de estrelas brancas com molho azul escuro e jantar a massa que você acabou de preparar com o seu parceiro sob as estrelas**. Abaixo, forneço o perfil do meu cliente e o mapa de valor:

Perfil do cliente:

- **Alegrias:** passar tempo de qualidade juntos e intimidade.
- **Frustrações:** que haja muita gente e mau tempo.
- **Necessidades:** desconectar da vida real e conectar-se com o seu parceiro.

Mapa de valor:

- **Gerador de alegrias:** mesas individuais para o jantar e a realização de tarefas culinárias complementares.
- **Aliviador de frustrações:** grupos pequenos (máximo de 3 casais) e política de reembolso em caso de mau tempo.
- **Produtos e serviços:** área de jantar tranquila e intimista, criando uma atmosfera serena com música e velas.

Utilize essas informações para criar uma proposta de valor clara, destacando como minha oferta resolve problemas, alivia frustrações e proporciona um valor único.

ETAPA 5: Contando a experiência em forma de história

CONTAÇÃO DE HISTÓRIA EM EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS

- **Fio condutor:** conecta e estrutura as atividades da experiência.
- **História:** transmite fatos, eventos e emoções de forma coerente.
- **Técnicas de contar histórias:** geram maior impacto emocional e memorabilidade.
- **Efeito:** transformam a experiência → do desinteresse à emoção, da ignorância ao conhecimento, do esquecimento à lembrança.



ETAPA 5: Contando a experiência em forma de história



ETAPA 5: Contando a experiência em forma de história

Prompt para ChatGPT

Com base na ideia da minha experiência **(nome da experiência)**, que consiste em **(explicação da experiência)** e tem a seguinte proposta de valor **(adicione a proposta de valor)**. Crie uma história que prenda a atenção do turista, com no máximo 50 a 60 palavras.

RESULTADO:

Sob um céu estrelado, um casal decide escapar da rotina e se presentear com uma noite diferente: "Massa Sob as Estrelas". Em um canto íntimo, iluminado por velas e envolto em tranquilidade, eles começam a cozinhar juntos massa em formato de estrelas brancas com um molho azul escuro, sem imaginar que estão criando não apenas uma refeição, mas um momento de conexão genuína. Entre risos, olhares e mãos entrelaçadas, o ruído do mundo se dissipa e o tempo parece parar. Ao final, enquanto saboreiam sua criação sob a imensidão do céu, descobrem que o verdadeiro sabor da noite está em compartilhá-la, em se reconectar e em sentir que, por um instante, o universo conspira a seu favor.

Agora é a sua vez!

Descreva a experiência e
preencha o formulário.

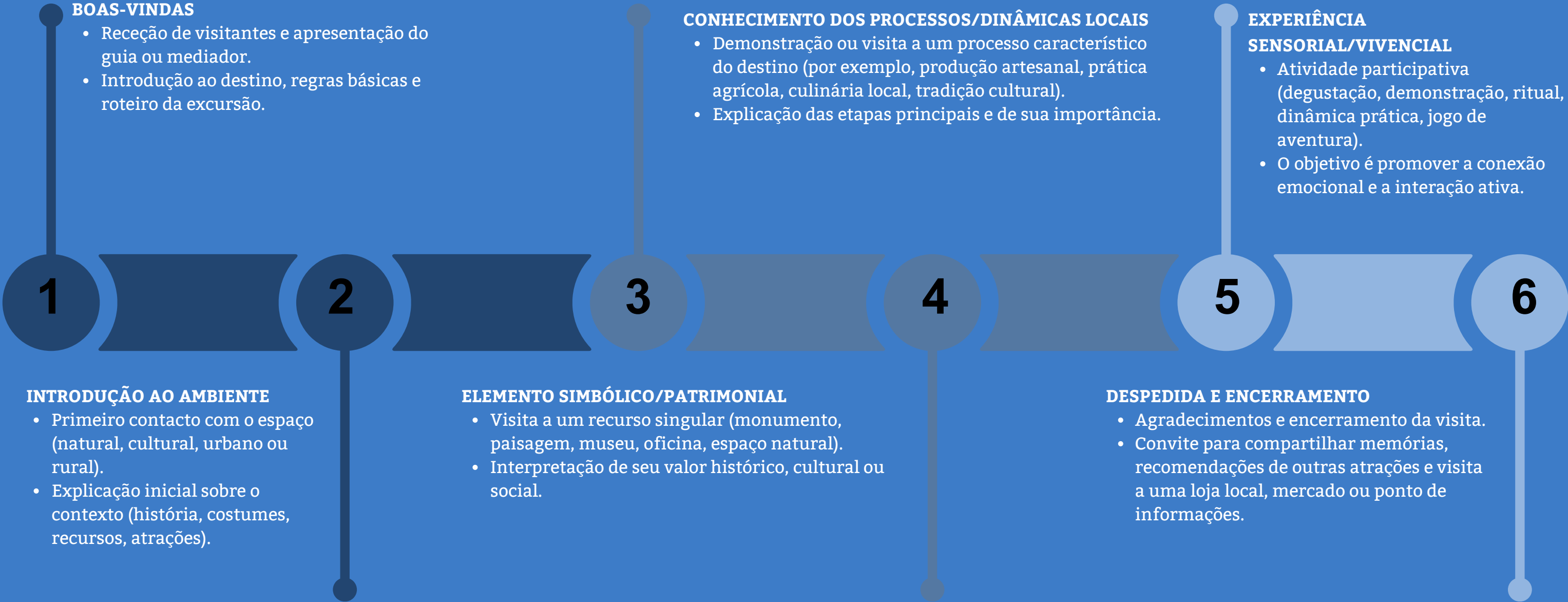
REGISTO DE EXPERIENCIA



Scaneia o código!

PASSO 6: Divida em episódios

Numa experiência turística, assim como em qualquer narrativa ou história, devemos considerar pelo menos três episódios: introdução, meio e fim, ou seus equivalentes: boas-vindas, desenvolvimento e despedida. É na divisão da fase de desenvolvimento em subatividades que deve ser dada especial atenção, para alcançar um alto grau de conexão entre o turista e a experiência que ele está prestes a vivenciar.



PASSO 6: Divida em episódios

6.1. Os recursos e atrações de uma experiência turística

ONU TURISMO:

“Todos os bens e serviços que, por meio da atividade humana e dos meios à sua disposição, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da demanda.”

A construção de uma experiência turística deve basear-se nos recursos, tanto da empresa quanto do ambiente, e estes podem ser utilizados como *cenários* para a experiência, como *mediadores* e até mesmo como o *núcleo* da própria experiência.

Patrimônio natural



Patrimônio cultural



Capital e infraestrutura



Recursos Humanos

PASSO 6: Divida em episódios

6.2. Tipos de atividades



PASSO 6: Divida em episódios

6.2. Tipos de atividades



Onde seria realizado o curso?

PASSO 6: Divida em episódios

6.2. Tipos de atividades



E se adicionássemos gamificação?

PASSO 6: Divida em episódios

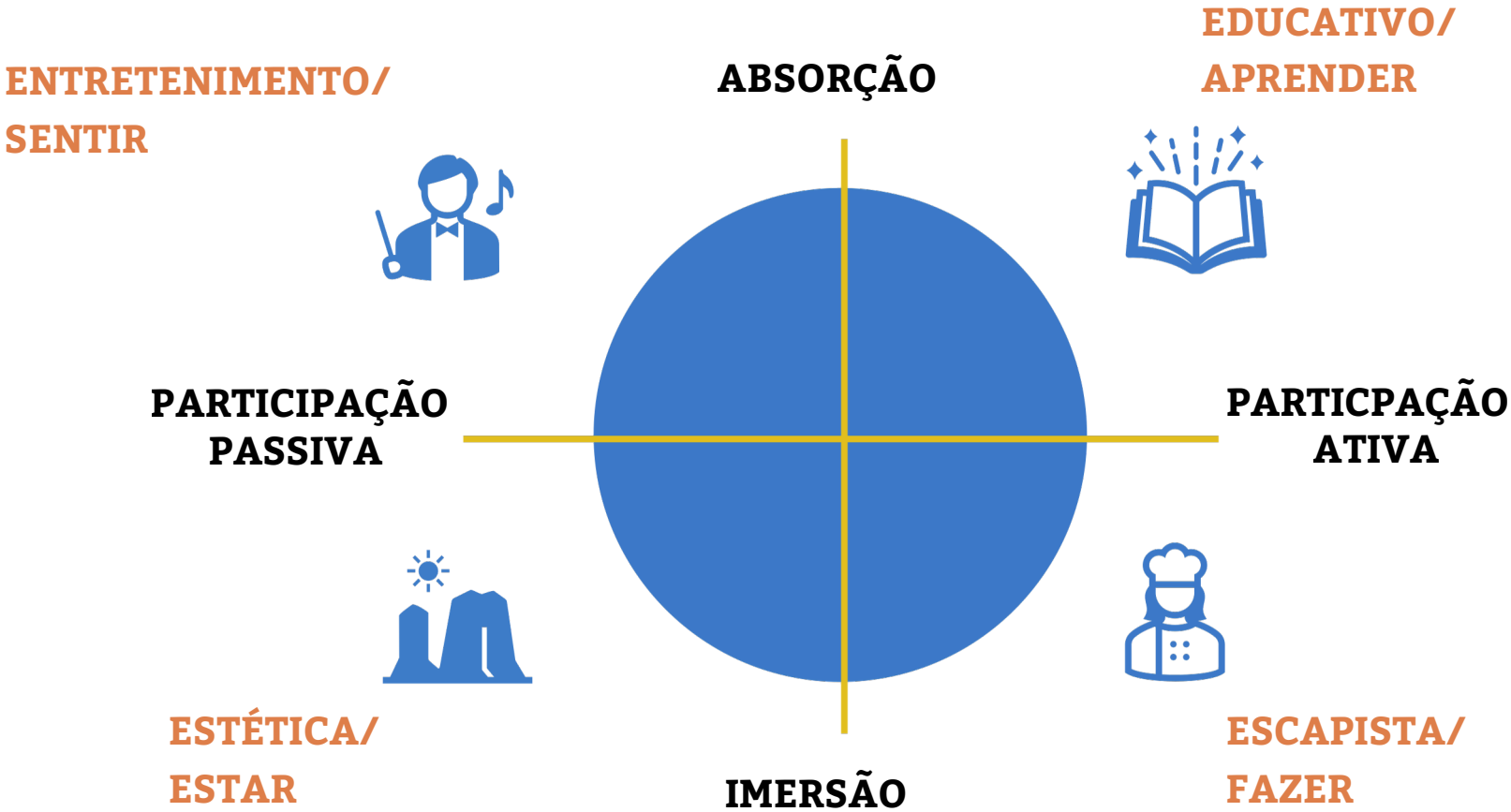
6.2. Tipos de atividades



Onde seria realizado o concerto?

PASSO 6: Divida em episódios

6.2. Tipos de atividades



E esses concertos?

PASSO 6: Divida em episódios

6.3. Os mediadores



PASSO 6: Divida em episódios

6.3. Os mediadores

Ao chegar à Vila do Papai Noel, você terá a sensação de ter entrado diretamente nas páginas de um livro de contos de fadas. É um momento repleto de curiosidade, alegria e encantamento.



PASSO 6: Divida em episódios

6.4. As emoções

A oferta deve incluir experiências memoráveis que não apenas satisfaçam as necessidades de exploração cultural e relaxamento, mas também gerem alegria e aliviem frustrações por meio de serviços adicionais e acessibilidade simplificada.

Como geramos emoções?



PASSO 6: Divida em episódios

6.4. As emoções



PASSO 6: Divida em episódios

6.4. As emoções

Até mesmo uma estadia pode provocar emoções:



04

FICHA DA EXPERIÊNCIA

O objetivo de criar uma experiência turística é desenvolver uma proposta de valor única e diferenciada que integre inovação e sustentabilidade. Estas fichas serão a sua entrega final para este projeto de formação. Através deste exercício, espera-se que conceba uma experiência autêntica, atrativa e viável, que destaque os seus pontos fortes e características únicas, adaptando-se às necessidades do mercado e promovendo o desenvolvimento sustentável do turismo.

Agora é a sua vez!

Preencha todo o formulário
da experiência.

REGISTO DE EXPERIENCIA



Scaneia o código!



CreaciónExperiencias



www.galiciasuroeste.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@galiciasuroeste.creacionexperiencias.com



Telephone: +34 692 43 95 19