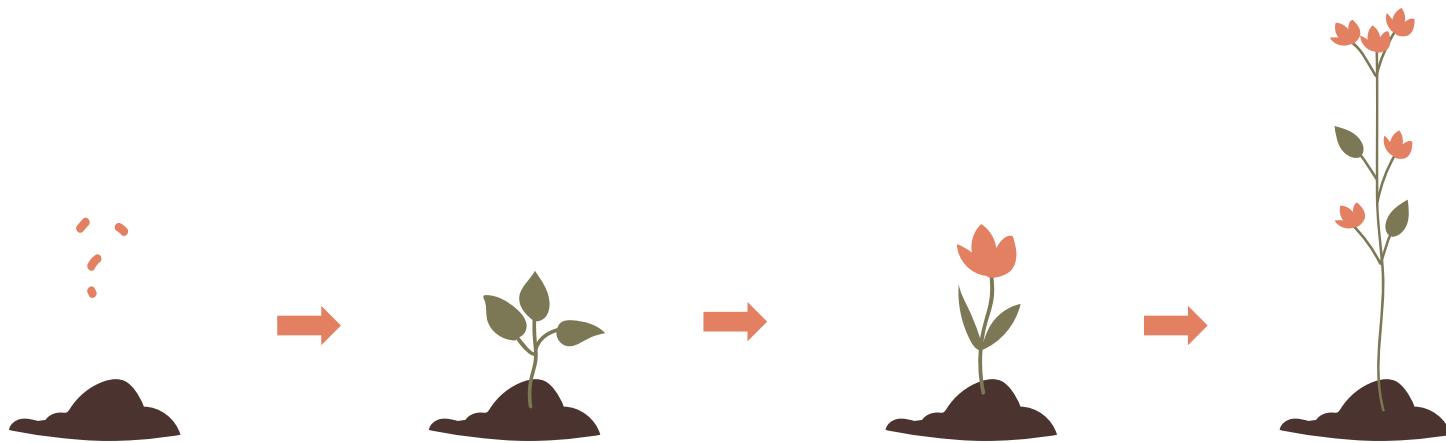




Módulo I

# **TURISMO RURAL E DE NATUREZA: DO PRODUTO À EXPERIÊNCIA EM TEMPOS DE COVID-19**

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



## AULA 1

Ponto de Partida:  
desafios, tendências e  
oportunidades em  
meio à pandemia  
Covid-19

## AULA 2

Fundamentos para  
adaptação de produtos e  
serviços turísticos em  
experiências: demanda,  
sustentabilidade e inovação

## AULA 3

Narrativa Criativa &  
Storytelling para  
Negócios

## AULA 4

Passo-a-passo para  
adequação de produtos e  
serviços, e aprimoramento  
de experiências turísticas

# CRONOGRAMA MÓDULO I

## Semana 1

SEG	TER	QUA	QUI	SEX
Aula 1(2h) 18h00 às 20h00	Aula 2 (2h) 18h00 às 20h00	Aula 3 (2h) 18h00 às 20h00	Aula 4 (2h) 18h00 às 20h00	

WHATSAPP

## Semana 2

SEG	TER	QUA	QUI	SEX
Mentoria em grupo 18h00 às 19h30 19h40 às 21h10	Mentorias individuais 18h00 às 21h00	Mentorias individuais 18h00 às 21h00	Mentorias individuais 18h00 às 21h00	Mentorias individuais 14h30 às 21h00



SEBRAE

# EQUIPE MÓDULO I

**JAQUELINE GIL**

Responsável pelas aulas e mentorias



**MARIANA CAMINHA**

Responsável pelas aulas e mentorias



**DANIELA NAZAR**

Responsável pelas orientações no grupo de whatsapp



**ERICA GIAMPAOLO**

Responsável pelas orientações no grupo de whatsapp



# 01. PONTO DE PARTIDA



Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



## AULA I - Ponto de Partida:

### desafios, tendências e oportunidades em meio à pandemia Covid-19

**Descrição:** Compreender desafios, tendências e oportunidades para co-existência Covid-19 com serviços de lazer, entretenimento e turismo.

#### Agenda:

30 min apresentação: SEBRAE, Equipe Amplia Mundo & Participantes

80 min: curso

10 min: exercício prático

**Responsável:** Jaqueline Gil

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# APRESENTAÇÕES



1 min para cada x 20 empresários =  
20 minutos

PONTO DE PARTIDA

TURISMO É RELAÇÕES ENTRE PESSOAS

EXPERIÊNCIAS SÃO TROCA DE CONHECIMENTOS ENTRE PESSOAS (COM CONEXÃO EMOCIONAL POR INTERESSES EM COMUM)



Transição entre commodities (serviços e produtos comuns) para serviços com personalidade e autenticidade (valor agregado).

# Fazendas atraem turistas durante a pandemia fazendo piqueniques

Programa ao ar livre garante isolamento e segurança para famílias e amigos que querem curtir momentos juntos e aproveitar a natureza.

Por G1 São Carlos e Araraquara

15/08/2020 10h04 · Atualizado há uma semana



Fazendas de turismo rural estão oferecendo piquenique ao ar livre para manter o funcionamento durante a pandemia — Foto: Fazenda Irarema/Divulgação

Com os muitos obstáculos causados pela pandemia e a dificuldade de receber visitantes e abrir seus restaurantes, fazendas de turismo rural estão registando um programa simples, mas que tem se encaixado neste momento de distanciamento e busca por atividades ao ar livre: o piquenique.

Link: [Globo G1, 08/2020](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# NOVOS RUMOS

## BUSCA PELA NATUREZA EM VIAGENS SUSTENTÁVEIS

Empresas de turismo combatem o uso de plástico e investem em experiências integradas ao meio ambiente



**Simples.** No litoral do Ceará, dias sem TV e com charme de sobra no Jaguaribe Lodge

ro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Mato Grosso do Sul (Sebrae/MS) trabalha a retomada desse setor. "A percepção relacionada à sustentabilidade já era madura na maior parte dos empresários. O Sebrae trouxe para o destino a visibilidade de retornar com mais segurança as atividades turísticas, atendendo a preocupação com a saúde", diz

Matheus Oliveira, gerente da Regional Oeste do Sebrae/MS. No Distrito Federal, o Sebrae também vem capacitando donos de negócios entre 30 e 60 quilômetros de Brasília. "No Brasil, existe uma oportunidade desperdiçada perto dos grandes centros. Agora é o momento de criar experiências alternativas ao turismo convencional, com reciclagem de lixo e uso de energia solar", afirma Jacqueline, também

professora colaboradora da Universidade de Brasília (UNB) na área de tendências futuras e pesquisadora no Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (LETS) da instituição.

No Airbnb, por exemplo, destinos até 300 quilômetros de cidades maiores estão entre os mais buscados para aluguel. Houve aumento em maio na procura por casas de campo ou de praia em lugares como Juqueí, no litoral norte paulista, e Domingos Martins, na serra capibata.

**Limpe.** A Associação Roteiros de Charme acaba de aderir ao Global Tourism Plastic Initiative, programa das Organizações das Nações Unidas (ONU) para reduzir o uso do plástico nas viagens. "O problema da poluição interliga turistas, economias e populações no mundo. Os impactos sobre a biodiversidade e o sistema climático são sentidos nos oceanos e nos continentes", diz Helenio Waddington, presidente da Roteiros de Charme, com 73 associados no País.

A eliminação do plástico também cresceu de 73% para 92% entre os integrantes da Brazilian Lu-

xury Travel Association (BLTA), que reúne 43 hotéis e operadoras de luxo. Os dados são da pesquisa anual da BLTA, previsto para outubro. Projetos de apoio a comunidades subiram de 47% (2018) para 58% (2019).

A valorização da sustentabilidade entre empresas e viajantes era crescente, diz Monica Samia,

CEO da Associação Brasileira

das Operadoras de Turismo

(Bratour), que, desde 2012, valoriza ações do setor no Prêmio

Bratour de Sustentabilidade. "A

pandemia está mudando o comportamento da humanidade. Isso

inclui o turismo."

Para Celian Chaufour, sócio do Vila Selvagem e do Jaguaripe Lodge & Kite, hotéis na cidade cearense Fortim, há uma busca

por experiências genuínas. "Não temos TV nos bungalows do Jaguaripe, as pessoas adoram. No Vila Selvagem, gostam porque podem ter exclusividade e contato

com coisas simples, como estar

ao lado de uma praia de pescadores", diz.

"A pandemia fez achar

sinal mais o que os viajantes já

desejavam. Pussaram a valorizar

a vida, a natureza, a história das

pessoas. E o Brasil é muito rico."



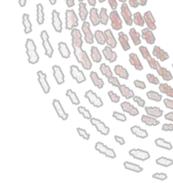
**Perto.** Pacotes da Pisa incluem calmaria no Vale do Ribeira

Link: [0 Estado de S. Paulo, 08/2020](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



**As empresas de viagens e  
hospitalidade devem priorizar o  
volume, os preços baixos?  
Ou devem olhar para Inovação?  
Onde seus investimentos terão o  
maior impacto no momento?**

Na recessão de cinco anos atrás, a mais grave do país, a indústria de consumo optou por frear os investimentos em inovação para apostar mais em promoções. Não foi uma boa estratégia. Agora a pesquisa e o desenvolvimento (= inovação) devem ser a prioridade para enfrentar as crises econômica e sanitária.

CEO da Procter & Gamble, Juliana Azevedo.

Fonte: [Valor Globo 2020](#)



## O Covid-19 está acelerando a implementação de ferramentas digitais projetadas para atender viajantes

“A digitalização é uma prioridade para nós, atrás apenas da segurança”, disse Kenny Chang, diretor de marketing (e ex-CIO) da Korean Airlines.

**30%**

dos líderes de marketing observaram que sua atual falta de flexibilidade e agilidade pode prejudicá-los enquanto trabalham para responder à crise do Covid-19

Fonte: The 2020 Digital Transformation Report SKIFT + AMAZON WEB SERVICES



Apesar da expectativa para a retomada e normalização ter sido adiada, a maior parte das consultas que estão sendo recebidas neste momento são para **destinos nacionais em 2020**, indicando que o tempo de antecedência das reservas está mais curto

## Orçamento de viagem

- 37,92% orçamento reduzido
- 37,61% permanece igual
- 21,41% orçamento não existe
- 3,06% aumentou

## Canais de distribuição

- 43,43% compra direta dos fornecedores
- 23,24% agência online
- 20,18% agência ou operadora
- 6,42% profissional independente
- 2,14% lojas física
- 4,59% não farão a compra antecipada, chegando diretamente na localidade ou canais como airbnb

Fonte: [TRVL LAB 3<sup>a</sup> edição](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# ONLINE E OFFLINE

## Sobre redes sociais

WhatsApp é o canal social mais utilizado. O Instagram está na permanece na segunda posição.

A rede social que mais cresceu foi o Telegram que passou de 14,25% para 31,67%



**89,67%**  
WhatsApp



**85,67%**  
Instagram



**55%**  
Facebook



**31,67%**  
Telegram



**6%**  
Twitter



**5,33%**  
Outras

**TRVL | LAB**

Fonte: [TRVL LAB 3<sup>a</sup> edição](#)

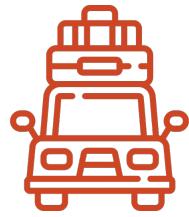
Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

**SEBRAE**





# 5 PRINCIPAIS TENDÊNCIAS EM VIAGENS



viagens locais



hospedagens  
exclusivas



áreas rurais



geração z



férias em  
família

Fonte: [AIRBNB, julho 2020](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# Circunstâncias da pandemia covid-19 NO MUNDO

Número de turistas internacionais em 2019:

## 1,4 bilhões de turistas

Previsão para 2020:

### crescimento entre 3 e 4%

(Fonte: [OMT](#))

Receitas geradas por turismo em 2019:

## USD 1,7 trilhões

Desde início de Covid-19:

### perda de 100 a 120 milhões de empregos

(Fonte: [OMT](#))



Incerteza sobre futuro: **provável vacina**, mas não se sabe quando.

Circunstâncias da pandemia covid-19  
**NO CENÁRIO BRASILEIRO**



Turistas internacionais em 2018 (fonte MTur):

**6,62 milhões**

Entrada de divisas por turistas estrangeiros 2018  
(fonte MTur/Banco Central)

**R\$ 22,6 bilhões**

PIB gerado por viagens e turismo 2018/2019 (fonte WTTC):

**8,1% ou US\$ 152,5 bilhões**

Perda de empregos no setor:  
([CNC](#))

**730 mil**

2019		2020	
<b>1</b>	<b>London</b>	<b>1</b>	<b>Lisbon</b>
<b>2</b>	Paris	<b>2</b>	Paris
<b>3</b>	Roma	<b>3</b>	Amsterdam
<b>4</b>	Amsterdam	<b>4</b>	Athens
<b>5</b>	Barcelona	<b>5</b>	Rome
<b>6</b>	Madrid	<b>6</b>	Madrid
<b>7</b>	Frankfurt	<b>7</b>	Frankfurt
<b>8</b>	Vienna	<b>8</b>	Vienna
<b>9</b>	<b>Lisbon</b>	<b>9</b>	Barcelona
<b>10</b>	Munich	<b>10</b>	<b>London</b>

## Circunstâncias da pandemia covid-19 no cenário brasileiro comparando com Portugal



Portugal (2019)

Turistas internacionais:

**16,3 milhões**

Contribuição do turismo internacional no turismo total do país:

**60,4% (27 milhões)**

Top 10 cidades com mais reservas durante a primeira metade de junho  
Bilhetes para viagens internacionais entre 1 e 14 de junho; 2019 vs 2020

Fonte: Forwardkeys and the WTTC

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# Rendimento domiciliar per capita por estado, em R\$ (9 maiores)

BRASIL: R\$ 1373



Os servidores federais têm, em média, salário 96% maior do que profissionais da iniciativa privada em cargos semelhantes, na mesma área de atuação.

Fonte: IBGE, 2018

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Em alta ▾      Econômicos ▾

01. Rio de Janeiro

02. São Paulo

03. Recife

04. Maceió

05. João Pessoa

06. Salvador

07. Brasília

08. Lima

09. Porto Seguro

10. Belém

US

lo cada  
o é mel

'0



#7 destinos em alta

# Brasília

## Brasil

↗ 102% de aumento nas buscas no KAYAK

Fonte: [Kayak, Travel Hacker 2020](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Contexto local

# BRASÍLIA

Como fica meu cliente?

Onde ele está na curva dos orçamentos familiares?

Manteve salários? Perdeu orçamento familiar?

Quem é o morador do Plano Piloto?

- Esse é o meu cliente? Pode ser?
- Meu produto está adequado para esse consumidor?



Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# Rendimento domiciliar per capita por Região Administrativa em R\$

DISTRITO FEDERAL - ESTIMATIVA POPULACIONAL, POR REGIÃO ADMINISTRATIVA E  
RENDIMENTO PER CAPITA (R\$) - 2018

Região Administrativa	Estimativa populacional		Rendimento Per Capita
	Quantidade	%	
Lago Sul	29.754	1,0	R\$ 8.322,81
Sudoeste/Octogonal	53.770	1,9	R\$ 7.131,45
Plano Piloto	221.326	7,7	R\$ 6.749,79
Lago Norte	33.103	1,1	R\$ 6.439,70
Park Way	20.511	0,7	R\$ 5.945,64
Jardim Botânico	26.449	0,9	R\$ 5.846,12
Águas Claras	161.184	5,6	R\$ 4.418,06
SIA	1.549	0,1	R\$ 3.800,18
Cruzeiro	31.079	1,1	R\$ 3.749,44
Guará	134.002	4,6	R\$ 3.688,63
Vicente Pires	66.491	2,3	R\$ 2.978,59
Núcleo Bandeirante	23.619	0,8	R\$ 2.376,50
Sobradinho II	85.574	3,0	R\$ 2.353,59
Taguatinga	205.670	7,1	R\$ 2.211,60
Sobradinho	60.077	2,1	R\$ 2.128,37
Gama	132.466	4,6	R\$ 1.604,06
Candangolândia	16.489	0,6	R\$ 1.434,56
São Sebastião	115.256	4,0	R\$ 1.374,54
Riacho Fundo	41.410	1,4	R\$ 1.321,23
Planaltina	177.492	6,2	R\$ 1.139,38
Brazlândia	53.534	1,9	R\$ 1.129,13
Ceilândia	432.927	15,0	R\$ 1.125,06
Samambaia	232.893	8,1	R\$ 997,09
Santa Maria	128.882	4,5	R\$ 990,85
Itapoã	62.208	2,2	R\$ 931,90
Recanto Das Emas	130.043	4,5	R\$ 859,54
Varjão	8.802	0,3	R\$ 840,58
Paranoá	65.533	2,3	R\$ 829,58
Fercal	8.583	0,3	R\$ 816,29
Riacho Fundo II	85.658	3,0	R\$ 803,09
SCIA	35.520	1,2	R\$ 573,34
<b>Distrito Federal</b>	<b>2.881.854</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 2.481,37</b>

Fonte: PDAD 2018/Codeplan



**CORREIO BRAZILIENSE**



Publicidade

## Lago Sul tem a maior concentração de renda no Brasil, diz estudo

O ganho médio dos moradores é de R\$ 23.019 - se considerados só os que declaram Imposto de Renda, rendimento sobe para R\$ 38.460



Alessandra Azevedo



Vera Batista

postado em 02/08/2020 07:00 / atualizado em 02/08/2020 18:34

# HOSPITALIDADE E TURISMO: ATIVIDADE ENTRE PESSOAS



Cuidado com as pessoas:  
quem recebe e quem  
visita; pessoas saudáveis;  
pessoas que buscam se  
divertir, relaxar,  
desconectar; **segurança**

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# Contexto local

## FUTURO DO TURISMO

### Tendências e Oportunidades

#### TENDÊNCIAS DESACELERADAS

- Materialismo
- Consumismo "verde"

LENTO

#### TENDÊNCIAS QUE DESAPARECEM

- Busca por experiências extremas
- Queda na confiança no governo e em instituições

MADURO

#### TENDÊNCIAS DOMINANTES

- Conectando com as origens: visitas a amigos e familiares
- Simplicidade: em busca do desacelerar e desconectar
- Foco na governança e imagem

ACELERADO

#### TENDÊNCIAS ACELERADAS

- Fim das decisões aventureiras
- Consumo mínimo
- Staycation

Fonte: Trends Matrix, Ian Yeoman

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

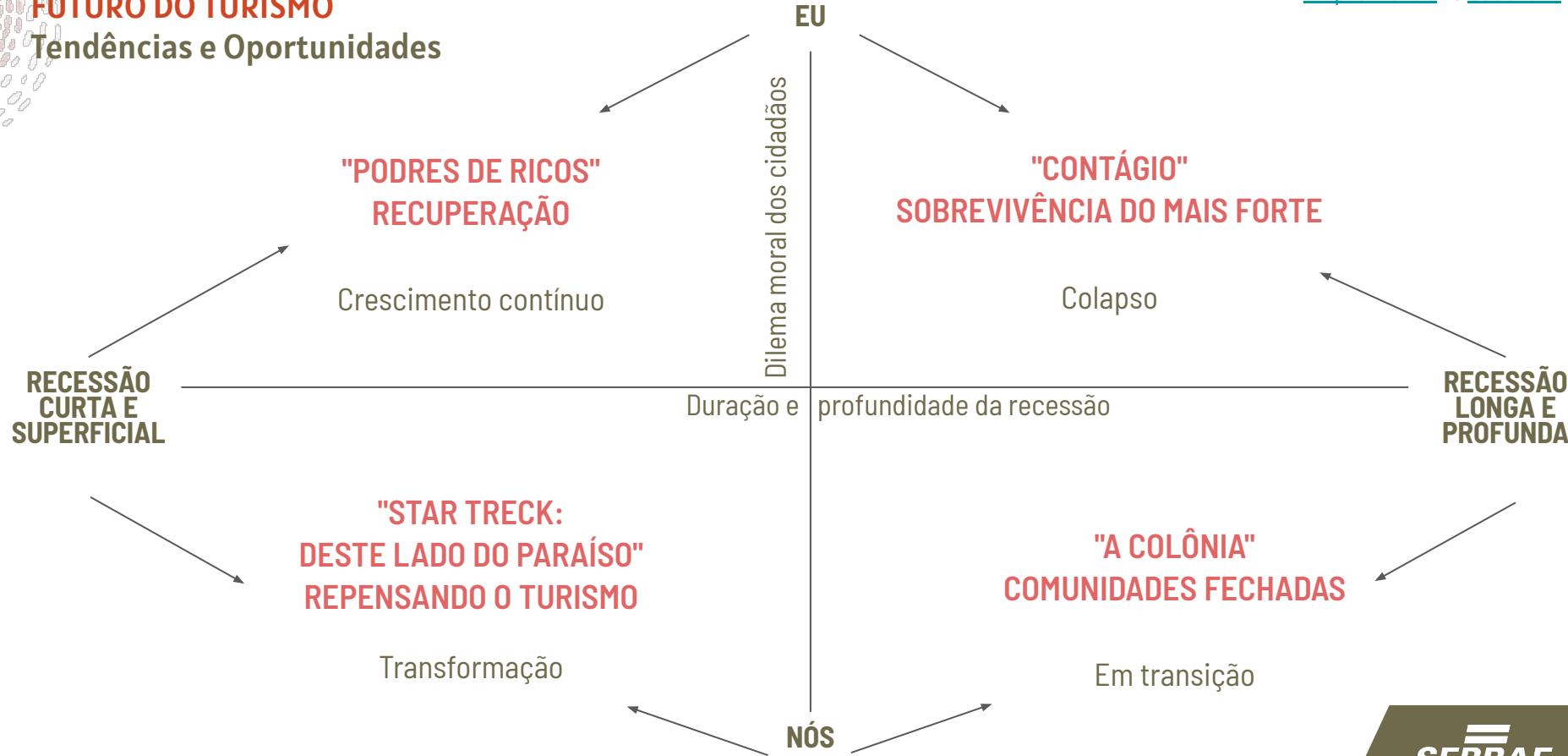
# Contexto local

## FUTURO DO TURISMO

### Tendências e Oportunidades

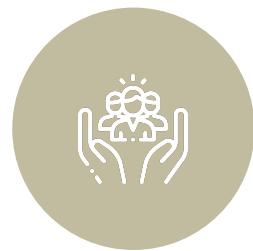
Fonte: Ian Yeoman, European Tourism Futures Institute, 2020

Links: [Amplia Mundo](#) e [Gauchazh](#)

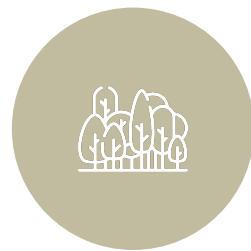


## Circunstâncias da pandemia covid-19

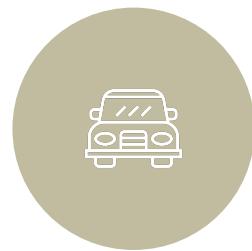
### Futuro do turismo



Isolacionismo: individual ou em  
pequenos grupos  
(famílias ou amigos próximos)



Espaços abertos:  
*natureza*



Veículos próprios  
(compras, passeios,  
entretenimento, experiências)

#### **Consequência:**

Inversão da lógica: das aglomerações (cidades, grandes eventos) para a distribuição geográfica (necessário  
mais oferta de atividades, em mais lugares, para menos pessoas)

Fonte: [Forbes, 2020](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



# PROPOSTAS DE AUXÍLIO À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

1. Preservar empregos
2. Recuperação do mercado aéreo
3. Reequilíbrio dos contratos de concessão
4. Políticas de crédito para empresas e consumidores
5. Liderança para a Retomada
6. Segurança Sanitária como imagem do negócio turístico
  
7. Resiliência para a nova realidade
  - » Inovar tecnologicamente, mas também em processos
  - » Preparar empresas e consumidores para trabalhar com preços dinâmicos
  - » Investir em experiências impactantes



Fonte: [FGV - Impactos econômicos da covid-19 - propostas para o turismo 2a edição](#) - Junho 2020

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Circunstâncias da pandemia covid-19

## Oportunidades

### 1-Transformação Digital



CURSOS

### Os 5 Melhores Cursos de Culinária Online (2020)

1

Conhecimento  
transformado em aulas de  
gastronomia online

Link: [Delicias Culinarias](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Circunstâncias da pandemia covid-19

## Oportunidades

### 1-Transformação Digital



• DIA DOS PAIS • VOCÊ É O CHEF • BISTRÔ EM CASA • SALAD BOWLS • EXPRESS • EMPÓRIO • SOBRE NÓS

CADASTRAR

2

Cestas de ingredientes frescos  
+ receitas (em vídeo) para  
confecção do prato  
individualmente

Link: [Yellow Mango](#)



#### Selecione suas receitas preferidas

Escolha os pratos que você quer receber e a quantidade de cada um. Toda semana temos novos pratos.



#### Aguarde sua caixa chegar

Enquanto isso nossa equipe está a todo vapor escolhendo e preparando os melhores ingredientes para você cozinhar.



#### Receba ingredientes fresquinhos

Sua caixa chega com gelo e manta térmica. Você não precisa se preocupar se não estiver em casa.



#### Prepare refeições deliciosas

Em poucos minutos seu jantar está pronto. Sem bagunça. Feito para cuidar da sua saúde e salvar sua agenda.

SAIBA MAIS

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

SEBRAE

## Circunstâncias da pandemia covid-19

## Oportunidades

### 1-Transformação Digital



Todas as experiências online



Mostrar todas as 9 fotos

⊕ v Compartilhar  
≡ Salvar

3

Experiências online:  
Aula de caipirinha

Link: [Airbnb](#)

EXPERIÊNCIA ONLINE

Aula de caipirinha e dicas para uma viagem ao Rio

★ 5,0 (26) · Rio de Janeiro, Brasil · Faz parte das [experiências online do Airbnb](#)

A partir de R\$55 /pessoa

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



## Circunstâncias da pandemia covid-19 Oportunidades

### 2 - Adaptação de serviços em experiências



## ANTES

Fazenda de Açaí Bom Sossego, Porto Seguro/BA  
Instagram @fazendabomsossego  
Projeto Airbnb Experiences



## DEPOIS

Fazenda de Açaí Bom Sossego, Porto Seguro/BA  
Instagram @fazendabomsossego  
Projeto Airbnb Experiences

## Circunstâncias da pandemia covid-19 **Oportunidades**

### 2 - Adaptação de serviços em experiências



Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Associação dos Nativos de Caraíva / BA  
Projeto Airbnb Experiences



ANTES



DEPOIS

Circunstâncias da pandemia covid-19  
**Oportunidades**

2 - Adaptação de serviços em experiências

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



Brunch do Manuzita pode ser encomendado para os finais de semana. Foto: Divulgação/Manuzita | Divulgação/Manu Buffara

Aos finais de semana, o Manuzita prepara o Piquenique da Manu, com direito à toalha e itens que costumam ser servidos em brunchs, como sucos, granola, café, iogurte caseiro de frutas, requeijão, geleia, manteiga, brioche, bolo, pratos de frutas (laranja com limão cravo e queijo parmesão/abacate, limão, azeite e sal), um prato quente com ovo e um prato doce. O preço é R\$ 322 para duas pessoas, mas Manu avisa que o piquenique costuma servir bem famílias com crianças.

## Circunstâncias da pandemia covid-19 Oportunidades

### 2 - Adaptação de serviços em experiências

Chef Manu Buffara (Curitiba) faz cesta de piquenique aos finais de semana

Link: [Manuzita, Gazeta do Povo](#)



Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

Localização

Para onde você vai?

Check-in

Insira as datas

Checkout

Insira as datas

Hóspedes

Insira o número d...



Saia e dê asas à sua  
imaginação

Você não precisa ir longe para encontrar as  
maravilhas do mundo.

[Explorar](#)

AS EXPERIÊNCIAS ONLINE SÃO A  
ÁREA DE MAIOR CRESCIMENTO NA  
HISTÓRIA DA EMPRESA

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



Circunstâncias da pandemia covid-19  
Oportunidades

2 - Adaptação de serviços em experiências

# Girassol dá um colorido especial para a rodovia que liga Brasília a Unaí

É tempo de girassol no DF. Às margens da BR-251, entre Brasília e Unaí (MG), florescem 20 mil metros da flor de pétalas douradas famosa por acompanhar o movimento do sol

Link: [Correio Braziliense](#)



Mariana Machado

postado em 02/06/2020 06:00



OUR STORY

SHOP

Castle  
FARM  
KENT, 1892

VISIT US

Diaries

Link: [Castle Farm](#)



Visit Us

THE UK'S LARGEST LAVENDER FARM

## BOOK LAVENDER EVENTS



### Lavender Picnics

Our Lavender Picnics are now Sold Out for the season. Thank you to all who came to visit and spend a few hours in our new 'Ladybird Lavender' field. We hope to see many of you again in 2021!

[Book Now](#)

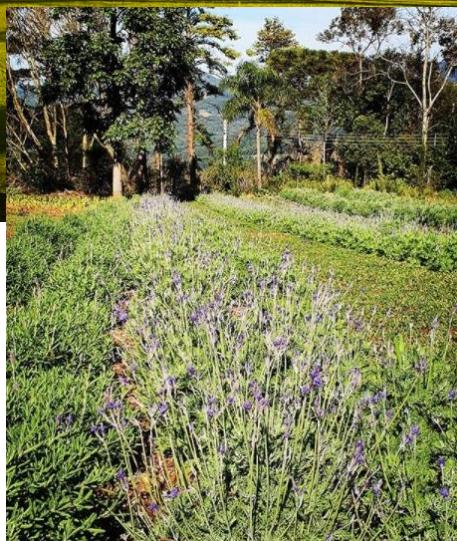
### Lavender Field Walks

Spend some time in one of our beautiful Lavender fields with limited tickets per session, enjoy the security of an uncrowded stroll to take in the relaxing views and fragrant flowers.

[Book Now](#)

Link: [Castle Farm](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



Link: [Le Jardin](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



## Circunstâncias da pandemia covid-19 Oportunidades

### 2 - Adaptação de serviços em experiências



vivoreggioemilia • [Sequir](#) ...  
Azienda agricola Valtresin

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



Link: [TipidaSerra](http://TipidaSerra)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:



## Circunstâncias da pandemia covid-19 Oportunidades

### 2 - Adaptação de serviços em experiências



E um espaço no campo que ofereça hospedagem + home office no entorno de Brasília? Já temos?



Link: [Invest News](#)

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para:

# CORONAVÍRUS

(COVID-19)



Confira nesta página informações mais recentes sobre COVID-19, sobre o serviço Hilab e conteúdos essenciais para profissionais de saúde.

**Circunstâncias da pandemia covid-19  
Oportunidades  
3 - Tecnologias Covid-19 para o turismo**

**ESTRATÉGIAS DO MOMENTO**

#### Como adquirir os teste do Hilab?

Os testes para COVID-19 estão disponíveis para farmácias e empresas que querem contratar o serviço Hilab.

[Para empresas de saúde](#)

[Para demais empresas](#)

[Para farmácias](#)

#### Para farmácias

Preencha seu cadastro aqui para que a equipe responsável possa entrar em contato com você.

**Atenção:** verifique seu email para dar sequência ao atendimento.

[ENTRE EM CONTATO](#)

## RADIOGRAFIA DE SI 1

**1.1** Qual o impacto da Covid-19 em meu negócio?

( ) Alto ( ) Médio ( ) Baixo

**1.2** Qual era meu público-alvo pré-pandemia? Terei o mesmo público no retorno das atividades (co-existência com Covid-19)?

\_\_\_\_\_

**1.3** Qual era o valor do ticket médio do meu cliente pré-pandemia? Esse valor se mantém em formato reestruturado do meu negócio / serviço?

\_\_\_\_\_

**1.4** Preciso fazer ajustes para novos produtos / novos públicos?

( ) Sim, e estou disposto a fazer adaptações / ajustes  
 ( ) Sim, mas não estou seguro se farei as adaptações  
 ( ) Não, manterei a mesma estrutura / operação / público-alvo

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para Sebrae 3



## 2 INSPIRAÇÃO

Iniciar uma empresa, empreendimento/iniciativa ou profissional que admira em cada um dos temas abaixo:

**2.1** Modelo de negócios: o que e por que o admira?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**2.2** Propósito do produto ou serviço que desenvolveu e comercializa: o que é e por que o admira?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**2.3** Comunicação e marketing digital: qual o estilo e a forma de presença digital que lhe chama a atenção? Por quê?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para Sebrae 4



# CARTILHA

Conteúdo Amplia Mundo desenvolvido para: