

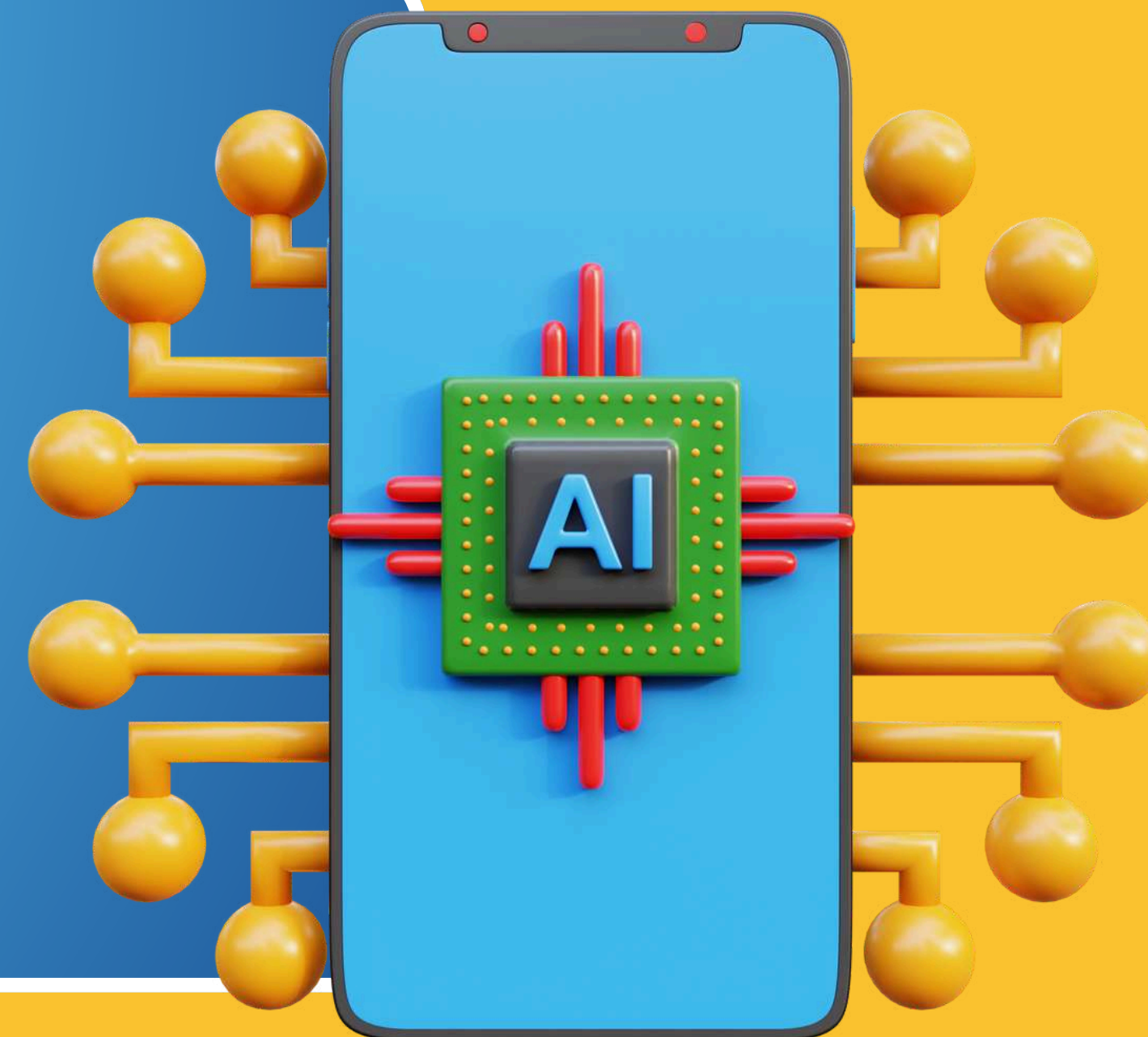
WORKBOOK ALUMIA +IA

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE MS
2025



Objetivo

Este manual tem como objetivo orientar a equipe do Observatório de Turismo de Mato Grosso do Sul e demais usuários do ALUMIA no uso das ferramentas de Inteligência Artificial (IA), com foco especial na plataforma, para ampliar a capacidade de análise, comunicação e tomada de decisão no turismo, elaborado por Thiago Akira e organizado pelo ObservaMStur.



Ferramentas Recomendadas

- **ChatGPT:** Análise de dados, geração de relatórios , diagnósticos e conteúdo;
- **Google Alertas:** Monitoramento de tendências e notícias;
- **TurboScribe/Youtube Scribe:** Transcrição de vídeos institucionais;
- **Google Trends:** Análise de termos populares e interesse por regiões
- **Google NotebookLM:** Organização e análise de documentos e relatórios
- **Biblioteca de Anúncios da META:** Benchmark de campanhas de concorrentes
- **Central de Anúncios do Google:** Pesquisa de campanhas no Google Ads



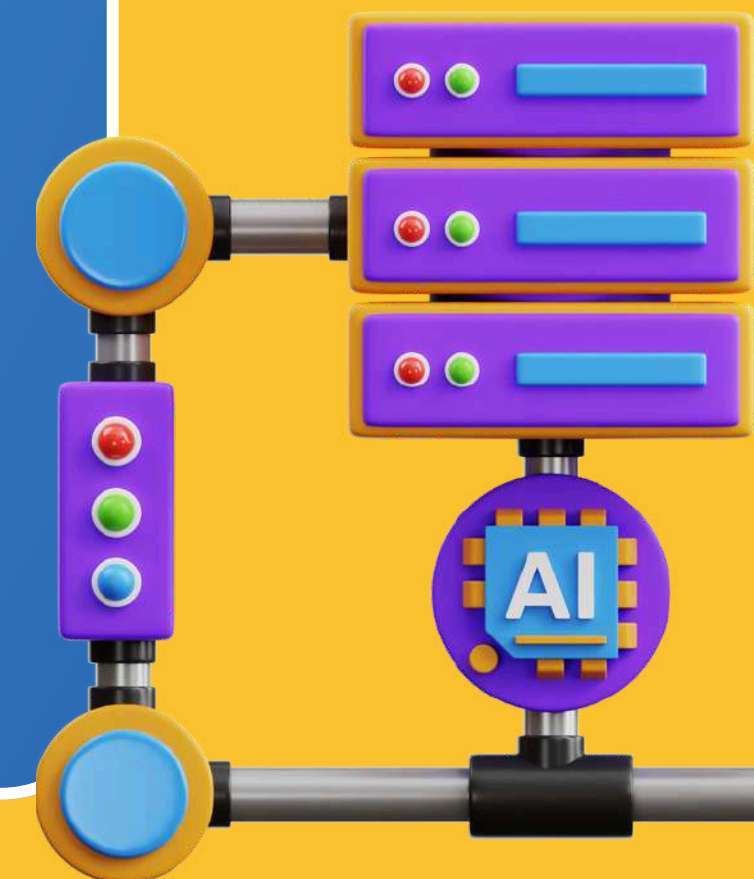
Projetos no ChatGPT

Nome do projeto sugerido: *Alumia MS - Turismo com Dados e IA*

Prompt modelo:

“Você é um especialista em marketing de turismo com foco em dados. Seu papel é analisar dados do Alumia e de avaliações de consumidores para criar estratégias para o turismo em Mato Grosso do Sul. Você terá acesso a dados e pesquisas reais pela internet, mas principalmente a um acervo de dados gerados pela solução chamada Alumia, uma ferramenta de Big Data do Mato Grosso do Sul, dedicada ao mercado e fontes de dados do turismo. Trabalhe com base em dados reais fornecidos pelo Observatório de Turismo do MS. Evite suposições. . Você também será capaz de gerar infográficos incríveis e didáticos, num estilo clean, minimalista e colorido com ilustrações modernas e simples.

Dica: Inclua prints de dashboards ou trechos de relatórios do Alumia sempre que possível nas conversas com IA para gerar respostas mais contextualizadas. Subir Documentos e PDFs, enviar documentos e interagir com o conteúdo.



Prompt para garantir dados reais e evitar alucinações

Você é um assistente especializado em marketing e turismo corporativo. Sua tarefa é gerar conteúdo baseado apenas em informações verificáveis, extraídas de fontes reais, confiáveis e públicas como relatórios oficiais, publicações acadêmicas, estudos de mercado, institutos de pesquisa ou consultorias reconhecidas.

Importante:

1. Não invente dados, porcentagens ou nomes de estudos.
2. Não simule relatórios, fontes ou pesquisas.
3. Não use aproximações, como “cerca de”, “mais da metade”, “a maioria” — a menos que venha de fonte citada.
4. Caso não encontre dados reais, afirme claramente que não há dados disponíveis sobre o tópico e sugira temas ou fontes relacionadas que possam complementar.
5. Para cada dado ou estatística, informe a fonte com link, data e nome do relatório (se disponível).

Gere o conteúdo com linguagem clara e profissional, e organize por tópicos. Sempre priorize dados mais recentes (últimos 3 anos).



Prompt para uma tarefa específica:

Se você for pedir um artigo, relatório ou apresentação:

“Quero um artigo sobre as principais tendências em viagens corporativas sustentáveis, baseado somente em dados e pesquisas reais (de 2022 em diante). Use fontes como GBTA, Deloitte, PwC, Accenture, BCD Travel, etc. Não crie dados fictícios nem simule relatórios. Caso algum dado não exista, indique isso e sugira alternativas confiáveis relacionadas. Para cada número ou insight, coloque o link e a fonte com nome e ano.”



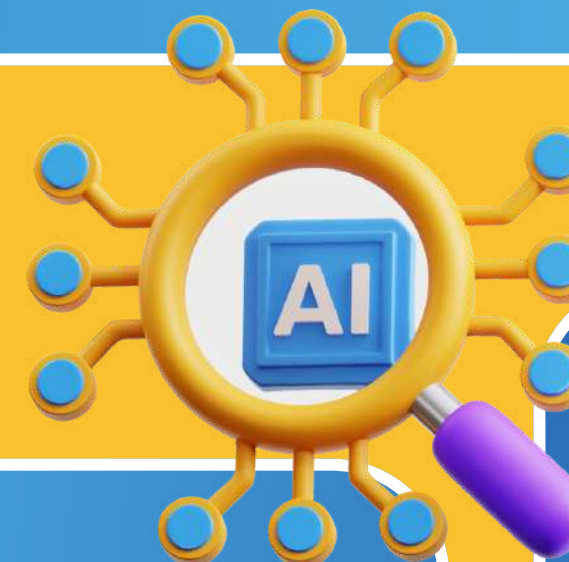
MODELO DE PROMPT PADRÃO PARA NEGÓCIOS DE TURISMO

"Atue como um consultor sênior de marketing estratégico especializado em turismo e hospitalidade.

Preciso que você realize uma análise profunda com base em dados reais, fontes confiáveis e exemplos práticos de mercado. Não invente dados — utilize apenas informações verificáveis, com fontes citadas.

Com base nisso, elabore um relatório/estudo que me ajude a entender:

- O perfil do meu cliente ideal (persona);
- Sua jornada de decisão e canais de influência (do digital ao presencial);
- O comportamento e tendências atuais do turista no meu segmento (especifique o tipo: ecoturismo, turismo cultural, luxo, 60+, etc);
- O que dizem os dados de mercado mais recentes sobre esse público (uso de ferramentas como Google Trends, Booking, TripAdvisor, IBGE, MTur, Embratur, WTTC, etc);



- Uma análise SWOT realista do meu negócio/tipo de negócio no turismo;
- Benchmarks e cases reais de empresas similares que se destacam, explicando por quê;
- Oportunidades de diferenciação e posicionamento para destacar meu negócio no mercado.

Sempre que possível, use insights com base em avaliações de clientes, dados de redes sociais, pesquisas de comportamento ou relatórios de agências e plataformas relevantes.

Formate a resposta de forma clara, estruturada e com foco em tomada de decisão. Se não houver dados disponíveis para determinada parte, diga claramente e sugira fontes ou caminhos para obter essas informações



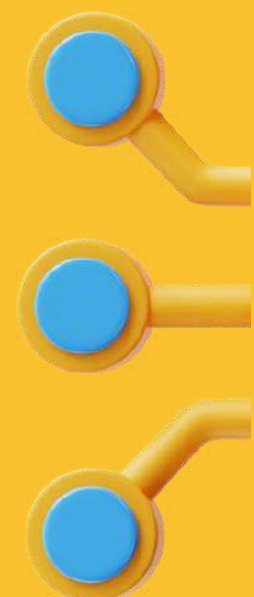
COMO USAR ESTE MODELO:



Você pode adaptar esse modelo acrescentando o nome do seu negócio, localização e tipo de cliente.

Exemplo:

"Sou dono de uma pousada em Bonito/MS e desejo atrair mais turistas do Sudeste, especialmente famílias com crianças. Use o modelo acima para estruturar uma pesquisa completa com esse foco."



Avaliações e Google Meu Negócio



OBJETIVO

Realizar uma análise estratégica de marketing no turismo, focada nos principais concorrentes da minha região (CIDADE, UF), para identificar oportunidades de melhoria para o meu negócio turístico.

CONTEXTO

Sou proprietário(a) de um [SEU TIPO DE NEGÓCIO TURÍSTICO - ex: agência de viagens receptiva especializada em ecoturismo] que se chama [NOME DO EMPREENDIMENTO]. Desejo analisar as avaliações dos meus 5 a 10 principais concorrentes melhor posicionados no Google Places para entender seus pontos fortes e fracos sob a perspectiva dos clientes.



Avaliações e Google Meu Negócio

Instruções Detalhadas

Identificação dos Concorrentes

Liste os nomes dos meus 5 a 10 principais concorrentes em [CIDADE, UF], que possuem um bom posicionamento e ranking no Google Places quando você busca por [ATIVIDADE + NOME DA CIDADE/UF].

- Concorrente 1: [Nome do Concorrente 1]
- Concorrente 2: [Nome do Concorrente 2]
- Concorrente 3: [Nome do Concorrente 3]... e assim por diante.

Análises de Avaliações

Para cada concorrente listado acima, simule uma análise das avaliações do Google Places. Considere os seguintes aspectos chave que geralmente são mencionados pelos clientes em avaliações de negócios turísticos:

- **Atendimento ao Cliente:** (Cordialidade, presteza, profissionalismo)
- **Qualidade do Serviço/Produto:** (Experiência oferecida, qualidade da hospedagem, sabor da comida, organização do tour, etc.)
- **Preço/Custo-Benefício:** (Justiça do preço em relação ao que é oferecido)
- **Infraestrutura/Instalações:** (Conforto, limpeza, modernidade - relevante para hospedagem, atrativos, restaurantes)
- **Organização/Logística:** (Pontualidade, clareza das informações, facilidade de reserva - relevante para agências, transportes, atrativos)
- **Comunicação/Informação:** (Clareza na comunicação, informações precisas, suporte antes e durante a experiência)
- **Localização/Acessibilidade:** (Facilidade de chegar, localização conveniente - relevante para hospedagem, atrativos, restaurantes)
- **Outros** (Especificar se houver algum ponto recorrente nas avaliações dos seus concorrentes)



Avaliações e Google Meu Negócio

Instruções Detalhadas

Tabela Comparativa

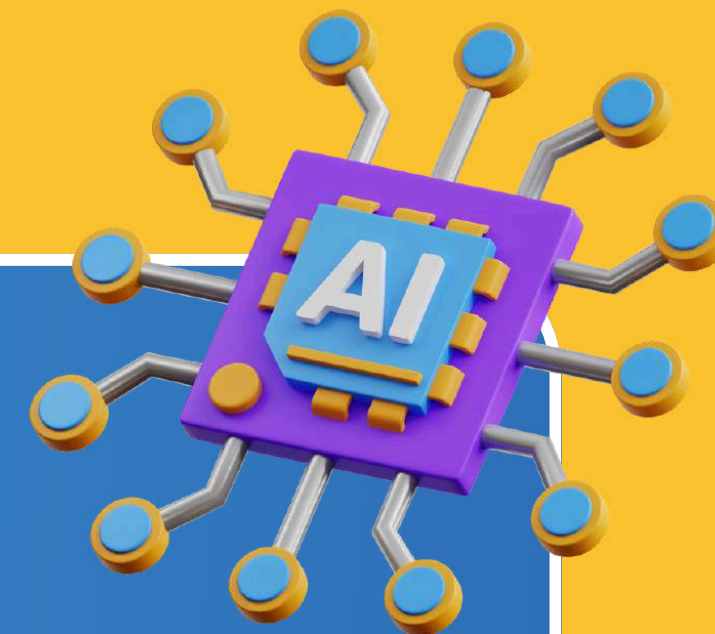
Apresente os resultados da análise simulada em uma tabela comparativa com as seguintes colunas:

- Nome do Concorrente
- Atendimento ao Cliente (Nota 0-5)
- Qualidade do Serviço/Produto (Nota 0-5)
- Preço/Custo-Benefício (Nota 0-5)
- Infraestrutura/Instalações (Nota 0-5)
- Organização/Logística (Nota 0-5)
- Comunicação/Informação (Nota 0-5)
- Localização/Acessibilidade (Nota 0-5)
- Outros (Nota 0-5)
- Principais Destaques (Positivos encontrados nas avaliações)
- Principais Pontos de Melhoria (Negativos/críticas recorrentes nas avaliações)

Diagnóstico do Google Places do meu negócio

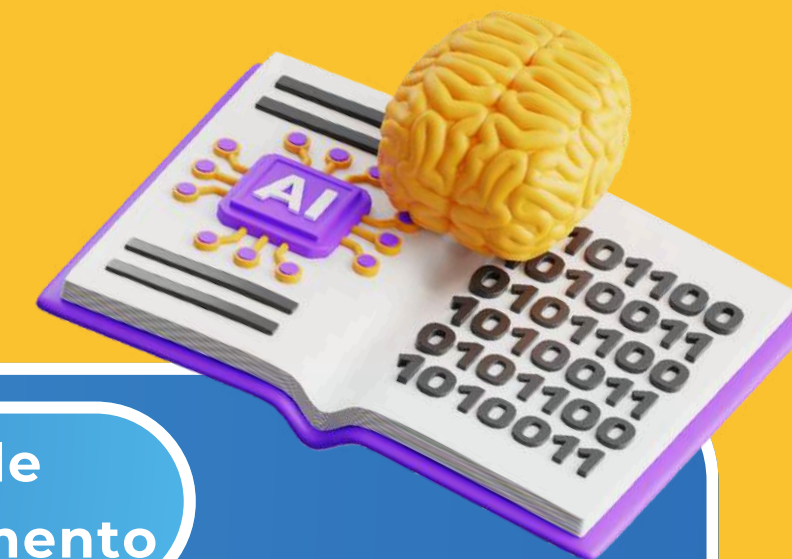
Aponte nesse diagnóstico o que posso melhorar no cadastro do meu negócio, me direcionando de forma prática o que deve ser preenchido ou melhorado para tornar o meu perfil mais bem posicionado:

- Cada campo a ser preenchido e a sugestão;
- Cada conteúdo a ser melhorado e como;



Avaliações e Google Meu Negócio

Instruções Detalhadas



Diagnóstico do Meu Negócio

Com base na análise simulada dos concorrentes e no conhecimento do meu próprio negócio [SEU TIPO DE NEGÓCIO TURÍSTICO], realize um diagnóstico SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) do meu negócio em relação ao que foi observado nos concorrentes, tendo como referência as avaliações de clientes no meu estabelecimento e suas percepções mais frequentes, nos sites [hoteles.com](https://www.hoteles.com), [tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com), [booking.com](https://www.booking.com) e [trivago.com.br](https://www.trivago.com.br)

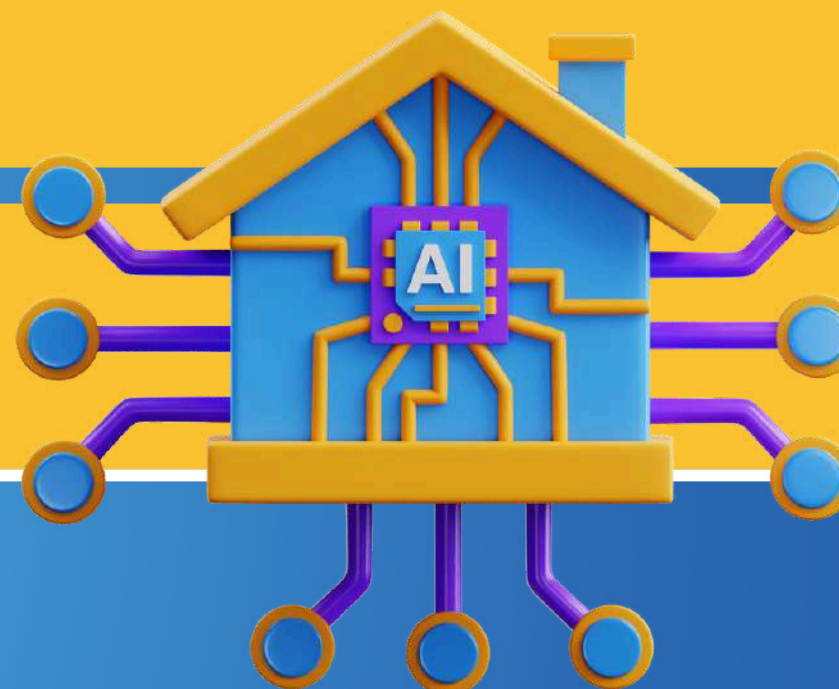
- Forças: Onde meu negócio se destaca em comparação com os concorrentes?
- Fraquezas: Onde meu negócio precisa melhorar em relação aos concorrentes?
- Oportunidades: Quais lacunas ou pontos fracos dos concorrentes posso aproveitar?
- Ameaças: Quais são os pontos fortes dos concorrentes que representam um desafio para o meu negócio?

Recomendações de Melhoria e Posicionamento

Liste de forma clara e concisa as melhorias que preciso implementar no meu negócio, priorizando aquelas que podem ter o maior impacto no meu posicionamento e na satisfação dos clientes.

- Para cada melhoria sugerida, explique como ela pode impactar positivamente o meu negócio e potencialmente melhorar meu ranking e reputação online.

Sugira estratégias de marketing que posso implementar para destacar meus pontos fortes e comunicar as melhorias realizadas aos meus clientes (atuais e potenciais).



Conclusão

Ao combinar dados da plataforma Alumia com ferramentas de IA, o empreendimento turístico pode fortalecer ainda mais suas entregas, gerar conteúdo com agilidade, e apoiar decisões com mais confiabilidade. Use este manual como guia sempre que for iniciar uma nova análise ou comunicação baseada em dados.

Ficha Técnica

GOVERNADOR DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

Eduardo Riedel

SECRETÁRIO DE ESTADO DE TURISMO, ESPORTE, CULTURA (SETESC)

Marcelo Ferreira Miranda

DIRETOR-PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL

Bruno Wendling

DIRETOR-EXECUTIVO/ DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO

Diego Garcia Santos

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Geancarlo de Lima Merighi

DIRETORIA DE MERCADO E EVENTOS

Breno Amorim

**EQUIPE TÉCNICA ALUMIA
OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE
MATO GROSSO DO SUL- FUNDTURMS**

Danielle Cardoso de Moura

Gerente / Turismóloga

Camille Sahib Guimarães Citino

Administradora

Eliomar Vieira Junior

Analista de Sistemas

Thatiane Poiato Castelani Coelho

Turismóloga

CRÉDITOS

ELABORAÇÃO: Thiago Akira

DIAGRAMAÇÃO: Thatiane P. C. Coelho

