



Transição Digital para um Agroturismo Acessível

Ação 101167990

D3.1 Conjunto de Ferramentas para a Formação de Formadores

Módulo 7: Desenvolvimento do Plano de
Desenvolvimento Digital Individual (PDDI) para as PME
do Setor do Agroturismo

Apoio na Conceção, Desenvolvimento
e Implementação de Ferramentas Digitais

Desenvolvimento do Cliente

Declaração de exoneração de responsabilidade

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e opiniões expressos são, no entanto, da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução do Conselho Europeu da Inovação e das PME (EISMEA). Nem a União Europeia nem a autoridade concedente podem ser responsabilizadas por tais pontos de vista e opiniões.

Índice

1.	<i>Finalidade e âmbito de aplicação</i>	4
2.	<i>O que é o Desenvolvimento do Cliente?</i>	4
3.	<i>Funções e responsabilidades numa microequipa</i>	5
4.	<i>Listas de verificação das fases</i>	5
4.1.	Descoberta do cliente – compreensão do problema.....	5
4.2.	Validação pelo cliente – testes da solução e do preço.....	6
4.3.	Criação de uma base de clientes – canais e mensagem	6
4.4.	Construção da empresa – do piloto à rotina.....	6
5.	<i>Guiões e modelos prontos a utilizar</i>	7
6.	<i>Ferramentas para cada fase (compatíveis com as normas da UE e sensíveis à acessibilidade)</i>	8
7.	<i>Portões de decisão e métricas</i>	9
8.	<i>Notas legais e de acessibilidade (UE)</i>	9
9.	<i>Estrutura da pasta para provas</i>	9

1. Finalidade e âmbito de aplicação

Este guia ajuda os formadores a orientar as equipas de turismo rural ao longo de todo o ciclo do Desenvolvimento do Cliente, criando e melhorando uma ferramenta digital (por exemplo: vendas adicionais, navegação áudio NFC/QR, *chatbots*, correções de leitores de ecrãs). Combina uma teoria simples, listas de verificação fase a fase, guiões preparados e um conjunto de ferramentas em conformidade com as normas da UE, para que as pequenas equipas possam passar da ideia à fase piloto com baixo risco.

2. O que é o Desenvolvimento do Cliente?

O Desenvolvimento do Cliente é um método etapa a etapa para criar serviços, aprendendo com os hóspedes desde o início e com regularidade. Tem quatro etapas iterativas:

- Descoberta do cliente – Compreender os problemas reais dos hóspedes antes de propor uma solução.
- Validação pelo cliente – Testar uma solução simples e verificar se os hóspedes a usarão ou pagarão por ela.
- Criação de uma base de clientes – Encontrar os canais que atraem hóspedes pagantes a um custo razoável.
- Construção da empresa – Transformar a ideia testada em operações de rotina, orçamentos e formação.

No agroturismo, isto significa: em primeiro lugar, conversar com os hóspedes; em segundo lugar, fazer um esboço ou protótipo e testar rapidamente com métricas claras; e só então investir em soluções completas.

3. Funções e responsabilidades numa microequipa

- O proprietário do produto (normalmente o anfitrião/gestor) define o objetivo, decide o que testar a seguir e mantém o *backlog* por ordem de prioridade.
- O investigador de campo recruta hóspedes, conduz entrevistas de forma ética, toma notas e faz gravações com consentimento.
- O criador de protótipos (programador *no-code*) cria páginas de destino simples, formulários ou *widgets* para testes rápidos, garantindo a acessibilidade básica.
- O analista define a métrica, acompanha os dados e prepara um breve resumo para suporte da decisão.
- O «campeão da acessibilidade e privacidade» verifica os princípios básicos das WCAG 2.2 e as etapas do RGPD em cada fase, armazenando as provas na nuvem na UE.

4. Listas de verificação das fases

4.1. Descoberta do cliente – compreensão do problema

- Definir o resultado único para esta ronda (por exemplo, reduzir os atrasos no *check-in*).
- Recrutar 5-8 hóspedes recentes que correspondem a um segmento (famílias, ciclistas, trabalhadores remotos).
- Preparar uma introdução de consentimento: finalidade, conservação na nuvem da UE, direito de retirar o consentimento a qualquer momento.
- Utilizar um guião curto: «Conte-me sobre a última vez que...», evitar apresentar soluções.
- Gravar em suporte áudio (com consentimento) e fazer notas breves num modelo, evitando identificações pessoais quando não forem necessárias.
- Sintetizar as conclusões num resumo de uma página: principais dificuldades, soluções alternativas atuais, obstáculos de acessibilidade observados.
- Verificação da acessibilidade: materiais das entrevistas legíveis (14 pt+), alto contraste, chamadas remotas que incluem legendas em tempo real.

4.2. Validação pelo cliente – testes da solução e do preço

- Escrever uma hipótese refutável: «Se adicionarmos uma venda adicional de 5 € para uma visita à quinta, ≥ 10 compra-la-ão dentro de 2 semanas».
- Criar um Teste Mínimo Viável (MVT): caixa de seleção no formulário de reservas, página inicial simples ou cartaz com código QR.
- Definir uma métrica e um limite (percentagem de conversão, tempo poupado, NPS)
- Certificar-se de que o protótipo cumpre os requisitos básicos das WCAG – entradas etiquetadas, navegação por teclado, contraste ≥ 4,5 : 1.
- Se forem recolhidos novos dados, atualizar a declaração de privacidade, manter registos na nuvem na UE, definir o apagamento após 90 dias para registos de teste.
- Executar o teste durante um intervalo de tempo fixo ou mais de 20 pontos de dados, evitando fazer alterações a meio do teste.
- Decidir usando uma regra de semáforo: Verde (atingiu o objetivo), Amarelo (quase; refinar), Vermelho (parar ou repensar).

4.3. Criação de uma base de clientes – canais e mensagem

- Listar dois canais para experimentar (por exemplo, histórias do Instagram vs. boletim informativo do fórum de ciclismo).
- Preparar dois conteúdos curtos e acessíveis (alternativas em texto para as imagens, legendas em vídeos).
- Acompanhar o custo por clique e o custo por reserva, comparar com o objetivo de margem.
- Verificar os fundamentos jurídicos – consentimento para o *marketing* armazenado com data/hora/IP, cancelamento fácil.
- Manter apenas estatísticas anónimas ou agregadas, a menos que a identidade seja necessária para o serviço.

4.4. Construção da empresa – do piloto à rotina

- Escrever um Procedimento Operacional Padrão (POP) de uma página para a nova ferramenta (quem faz o quê, quando).

- Treinar o pessoal – fornecer folhetos com letras grandes ou digitais, gravar um vídeo com legendas de 3 a 5 minutos explicando como fazer.
- Adicionar a monitorização – instantâneo semanal das métricas, verificação mensal da acessibilidade (WAVE + teclado).
- Atualizar a tabela de conservação – o que é armazenado, fundamento jurídico, data de apagamento, automatizar o apagamento sempre que possível.
- Criar um plano de incidentes – quem regista uma violação, quem notifica as autoridades e os hóspedes; armazenar como PDF etiquetado.
- Agendar uma revisão após 30 e 90 dias para decidir se se deve expandir, ajustar ou retirar a ferramenta.

5. Guiões e modelos prontos a utilizar

Abertura da entrevista de descoberta: «Obrigado pelo seu tempo. Estamos a melhorar a forma como os hóspedes [tarefa]. Vou colocar-lhe questões sobre a sua experiência recente. Não há respostas certas ou erradas. Vou gravar a entrevista e armazená-la de forma segura na UE. Pode parar a qualquer momento. Podemos começar?»

Questões principais (escolher três): O que foi mais difícil ao efetuar [tarefa], da última vez? Como resolveu a questão? O que tentou antes disso? Como seria o «melhor» da próxima vez?

Modelo da hipótese: Se fizermos [ação], então [resultado] será medido por [métrica] dentro do [intervalo de tempo].

Campos do cartão da experiência: Hipótese • Formato de teste • Início/Fim • Métrica e limites • Resultado • Decisão • Próxima etapa.

Nota de consentimento para os protótipos: «Esta é uma versão de teste opcional. Recolhemos [campos de dados] para melhorar o serviço. Os dados são armazenados no EEE e apagados ao fim de 90 dias.»

6. Ferramentas para cada fase (compatíveis com as normas da UE e sensíveis à acessibilidade)

Descoberta

- Formulários e recrutamento: Google Forms, Typeform (utilizar texto de consentimento, opções de processamento na UE).
- Gravação e transcrição: Gravador de chamadas local, transcrição *offline* (Whisper).
- Síntese: Modelos de alto contraste Miro/FigJam; exportação de PDF com etiquetas.

Validação

- Protótipos *no-code*: Glide, Softr, Bubble, usar componentes acessíveis e campos etiquetados.
- Variantes do formulário de reservas: Utilizar campos personalizados, verificar o comportamento do teclado e do leitor de ecrãs.
- Análise: Plausible ou Matomo (alojamento na UE), registo simples no Google Sheets para pequenos testes.

Criação

- Páginas de destino: Páginas Carrd/Notion com cabeçalhos claros; alternativas em texto; botões grandes.
- *E-mail* e mensagens: MailerLite/Sendinblue com registos de consentimento RGPD, duplo consentimento.
- Teste A/B: Dois URL com alternância temporal, registo equitativo do tráfego.

Construção da empresa

- Documentação: Confluence/Notion com exportações de PDF etiquetados, listas de verificação POP.

- Cópia de segurança e conservação: OneDrive/Google Drive região da UE, exercício mensal de restauração,
- regras de apagamento automático.
- Auditorias de acessibilidade: Verificação WAVE/ax + NVDA do teclado antes do lançamento.

7. Portões de decisão e métricas

Exemplos de limites: Caixa de seleção de vendas adicionais $\geq 10\%$ de aceitação em mais de 20 reservas. O *chatbot* responde a $\geq 80\%$ das 20 perguntas mais frequentes com boas avaliações. O áudio QR reduz as perguntas sobre direções em $\geq 30\%$.

Verde = objetivo atingido; Amarelo = fechar, ajustar e testar novamente, Vermelho = parar ou repensar e retornar à descoberta.

8. Notas legais e de acessibilidade (UE)

Registrar o fundamento jurídico por campo de dados. Manter registros de consentimento com data/hora/IP, armazenar os dados no EEE, apagar no prazo previsto. Objetivo: WCAG 2.2 Nível AA em todos os recursos voltados para o hóspede: entradas etiquetadas, ordem do foco do teclado, contraste, alternativas em texto, PDF etiquetados e legendas. Publicar e manter uma breve declaração de privacidade e uma declaração de acessibilidade; atualizar ambas quando for lançada uma nova ferramenta.

9. Estrutura da pasta para provas

FerramentasDigitais/NomeProjeto/

01_Descoberta (consentimentos, notas, síntese)

02_Validação (protótipos, métricas, decisões)

03_Criação (recursos da campanha, registros de consentimento)

04_Costrução_Empresa (POP, formação, cópias de segurança)

05_Acessibilidade e RGD (verificação, declarações, AIPD, se necessário)