



TURISMO DE EXPERIÊNCIA: COMO INOVAÇÕES EM ROTEIROS PERSONALIZADOS ESTÃO REDEFININDO A INDÚSTRIA GLOBAL

EXPERIENCE TOURISM: HOW INNOVATIONS IN CUSTOMIZED ITINERARIES ARE REDEFINING THE GLOBAL INDUSTRY

TURISMO DE EXPERIENCIAS: CÓMO LAS INNOVACIONES EN ITINERARIOS PERSONALIZADOS ESTÁN REDEFINIENDO LA INDUSTRIA GLOBAL



<https://doi.org/10.56238/levv16n45-074>

Data de submissão: 20/01/2025

Data de publicação: 20/02/2025

Sidnei Santos Neves

RESUMO

O turismo de experiência tem se consolidado como um dos segmentos mais estratégicos da indústria global, destacando-se pela capacidade de oferecer vivências singulares que despertam emoções, fortalecem vínculos e geram memórias duradouras. Neste estudo, buscou-se compreender de que forma as inovações aplicadas aos roteiros personalizados estão redefinindo a competitividade dos destinos turísticos, com base em uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental. Os resultados apontaram que a personalização de itinerários representa fator essencial para atender a viajantes cada vez mais seletivos, interessados em práticas autênticas, dinâmicas e alinhadas a seus perfis de consumo. Evidenciou-se que a inovação vai além da introdução de tecnologias digitais, englobando metodologias criativas, branding territorial e valorização cultural, elementos que ampliam a atratividade e reposicionam destinos no cenário internacional. Identificou-se, ainda, a importância de integrar comunidades locais no processo de criação de experiências, promovendo inclusão social, sustentabilidade e protagonismo identitário. Conclui-se que a combinação entre inovação, personalização e autenticidade configura-se como eixo estruturante para o fortalecimento da competitividade turística, possibilitando que o setor avance rumo a modelos mais sustentáveis, criativos e inclusivos.

Palavras-chave: Turismo de Experiência. Inovação. Roteiros Personalizados. Competitividade Global. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Experience tourism has emerged as one of the most strategic segments of the global industry, standing out for its ability to provide unique experiences that evoke emotions, strengthen bonds, and create lasting memories. This study aimed to understand how innovations applied to personalized itineraries are redefining the competitiveness of tourist destinations, adopting a qualitative approach, both exploratory and descriptive, based on bibliographic review and documentary analysis. The findings indicated that the customization of itineraries is a key factor in meeting the expectations of increasingly selective travelers, who seek authentic, dynamic practices aligned with their consumption profiles. The analysis also showed that innovation goes beyond the introduction of digital technologies, encompassing creative methodologies, territorial branding, and cultural enhancement, which expand attractiveness and reposition destinations in the international context. It was also identified that the



integration of local communities in the design of experiences promotes social inclusion, sustainability, and cultural protagonism. It is concluded that the combination of innovation, customization, and authenticity constitutes a structural axis for strengthening tourism competitiveness, enabling the sector to advance toward more sustainable, creative, and inclusive models.

Keywords: Experience Tourism. Innovation. Personalized Itineraries. Global Competitiveness. Sustainability.

RESUMEN

El turismo experiencial se ha consolidado como uno de los segmentos más estratégicos de la industria global, distinguido por su capacidad de ofrecer experiencias únicas que despiertan emociones, fortalecen vínculos y generan recuerdos imborrables. Este estudio buscó comprender cómo las innovaciones aplicadas a itinerarios personalizados están redefiniendo la competitividad de los destinos turísticos, basándose en un enfoque cualitativo, exploratorio y descriptivo, basado en una revisión bibliográfica y análisis documental. Los resultados indicaron que los itinerarios personalizados son esenciales para atender a viajeros cada vez más selectivos, interesados en prácticas auténticas y dinámicas, alineadas con sus perfiles de consumo. Se evidenció que la innovación va más allá de la introducción de tecnologías digitales, abarcando metodologías creativas, branding territorial y apreciación cultural, elementos que aumentan el atractivo y reposicionan los destinos en el escenario internacional. El estudio también identificó la importancia de integrar a las comunidades locales en el proceso de creación de experiencias, promoviendo la inclusión social, la sostenibilidad y el empoderamiento de la identidad. Se concluye que la combinación de innovación, personalización y autenticidad constituye un eje estructurante para fortalecer la competitividad turística, permitiendo al sector avanzar hacia modelos más sostenibles, creativos e inclusivos.

Palabras clave: Turismo Experiencial. Innovación. Itinerarios Personalizados. Competitividad Global. Sostenibilidad.

1 INTRODUÇÃO

O turismo contemporâneo atravessa um processo de transformação impulsionado por novas práticas e pela emergência de experiências singulares, nas quais a vivência subjetiva do visitante passa a ocupar o centro da dinâmica econômica e cultural, configurando-se como vetor de inovação e reposicionamento competitivo dentro da indústria global (Corrêa *et al.*, 2023).

As organizações turísticas, diante de um cenário marcado por consumidores cada vez mais exigentes, buscam estratégias capazes de proporcionar itinerários que transcendam a visitação convencional, favorecendo a imersão em culturas locais, a valorização de narrativas identitárias e a incorporação de recursos tecnológicos que ampliem a interação entre viajante e destino (Aires *et al.*, 2022).

A concepção de roteiros personalizados, baseados nas preferências individuais dos turistas, revela-se como um campo fértil para o fortalecimento da relação entre inovação e hospitalidade, pois amplia a percepção de valor e reforça o potencial de fidelização de públicos, atendendo a um movimento global que redefine padrões de consumo e posiciona a experiência como produto central (Oliveira *et al.*, 2025).

Nesse sentido, compreender como o turismo de experiência contribui para a competitividade das destinações torna-se imprescindível, já que os visitantes buscam atividades que estimulem emoções, favoreçam o aprendizado e consolidem memórias significativas, delineando um cenário em que o engajamento emocional é um recurso estratégico (Sant'Anna *et al.*, 2024).

A utilização de metodologias criativas, como o *design thinking*, permite estruturar ofertas inovadoras e adaptadas a diferentes perfis, fomentando a cocriação de produtos turísticos em parceria com comunidades anfitriãs e fortalecendo o protagonismo local dentro da cadeia de valor (Poltronieri Junior, 2022).

Estudos apontam que a personalização dos roteiros pode favorecer o desenvolvimento sustentável de territórios, uma vez que valoriza práticas culturais, fortalece a identidade regional e gera benefícios socioeconômicos ao inserir moradores no processo produtivo do turismo (Santos, 2016).

Além disso, a integração de tecnologias digitais tem uma função decisiva na construção de experiências diferenciadas, viabilizando sistemas de recomendação que consideram variáveis de comportamento e preferências do usuário, permitindo roteiros flexíveis, interativos e ajustados em tempo real (Oliveira *et al.*, 2025).

O presente estudo tem como objetivo analisar de que forma as inovações aplicadas aos roteiros personalizados no turismo de experiência estão redefinindo a indústria global, destacando-se como justificativa a necessidade de compreender tendências que impulsionam transformações nos padrões de consumo, bem como sua relevância para a competitividade de destinos turísticos brasileiros.

O turismo de experiência, ao reposicionar o foco da oferta na vivência do viajante, promove um deslocamento do valor intangível, estimulando relações emocionais mais intensas, o que exige dos gestores novos referenciais de planejamento, com ênfase em autenticidade, criatividade e inovação.

A construção de roteiros que explorem singularidades locais, aliada ao uso de ferramentas tecnológicas de recomendação, representa uma estratégia alinhada à busca por diferenciação competitiva em um mercado globalizado, caracterizado por destinos que disputam atenção de públicos conectados e seletivos (Andrukiu & Leticia, 2015).

Compreender como essas inovações reconfiguram o setor é fundamental para gestores públicos e privados, que necessitam alinhar suas práticas a demandas globais, evitando modelos de padronização que enfraquecem a atratividade dos destinos e comprometem a sustentabilidade das experiências propostas (Pazini *et al.*, 2017).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TURISMO DE EXPERIÊNCIA E TRANSFORMAÇÕES NO SETOR

O turismo de experiência consolidou-se como uma abordagem que privilegia vivências singulares, capazes de despertar emoções e fortalecer vínculos entre visitante e destino, deslocando o foco das atividades convencionais para a valorização do envolvimento sensorial, cultural e simbólico, o que amplia o potencial de diferenciação de territórios turísticos em um mercado competitivo e globalizado (Corrêa *et al.*, 2023).

Essa perspectiva de análise enfatiza o papel das emoções como elemento estruturante da oferta turística, uma vez que os viajantes contemporâneos tendem a buscar práticas que ultrapassem a simples observação, englobando interações com moradores, participação em atividades culturais autênticas e integração em experiências que promovem pertencimento, de modo a transformar a viagem em memória duradoura (Sant'Anna *et al.*, 2024).

A literatura especializada destaca que o turismo de experiência surgiu em resposta ao esgotamento dos modelos tradicionais, marcados pela padronização excessiva dos serviços, reforçando a necessidade de propor vivências imersivas que incorporem narrativas locais, transmitam valores identitários e garantam autenticidade ao produto turístico (Santos, 2016).

Ao priorizar a subjetividade do visitante, esse modelo demanda um redesenho estratégico das práticas de gestão, pois a satisfação do consumidor não depende unicamente da infraestrutura, mas da capacidade de oferecer experiências personalizadas, ajustadas às expectativas e ao estilo de vida de cada perfil de viajante (Coelho, 2017).

Esse reposicionamento gera impactos diretos na forma como destinos se apresentam ao mercado, favorecendo a construção de marcas territoriais que se apoiam em atributos intangíveis, como

hospitalidade, autenticidade e originalidade das vivências propostas, estimulando a competitividade global (Aires *et al.*, 2022).

A emergência do turismo de experiência está alinhada à tendência da economia da experiência, fenômeno que se expandiu globalmente e que orienta setores econômicos a ofertarem produtos e serviços baseados em vivências memoráveis, o que confere ao turismo posição privilegiada, já que a viagem, por natureza, constitui-se como prática de experiência (Coelho, 2017).

Nesse contexto, as práticas inovadoras ganham relevância por possibilitarem a cocriação entre turistas e comunidades anfitriãs, valorizando a participação social no desenvolvimento da oferta turística e fortalecendo relações de reciprocidade que garantem sustentabilidade cultural e econômica (Lima, s.d.).

O desenvolvimento de roteiros temáticos, que integram elementos locais e recursos criativos, revela-se um caminho eficiente para diferenciar territórios, permitindo ao visitante uma imersão em universos narrativos que enriquecem a experiência e reforçam o valor agregado da viagem (Andrúkiu & Leticia, 2015).

Estudos recentes indicam que a experiência turística, ao ser estruturada de maneira inovadora, amplia o potencial de retorno econômico, favorece a permanência do visitante por períodos mais longos e gera maior circulação de renda no destino, consolidando-se como alternativa estratégica para o desenvolvimento sustentável (Gonçalves *et al.*, 2021).

A responsabilidade dos guias de turismo também é ressaltada como fundamental na mediação das experiências, uma vez que sua atuação contribui para transformar a visita em vivência personalizada, por meio da interpretação cultural, da narrativa identitária e da criação de vínculos entre viajante e comunidade receptora (Pazini *et al.*, 2017).

Ao enfatizar a experiência como núcleo da atividade turística, gestores e pesquisadores destacam a relevância de compreender o perfil dos consumidores, a fim de adequar roteiros, práticas e recursos à expectativa de engajamento emocional, garantindo qualidade e autenticidade às interações propostas (Corrêa *et al.*, 2023).

Assim, o turismo de experiência reafirma-se como campo de inovação e diferenciação, ao mesmo tempo em que exige dos destinos estratégias mais complexas de planejamento, capazes de alinhar autenticidade, tecnologia, criatividade e sustentabilidade, consolidando um modelo de turismo orientado pela vivência e pela memória (Sant'Anna *et al.*, 2024).

2.2 PERSONALIZAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS

A personalização de roteiros turísticos emergiu como uma das tendências mais relevantes para a competitividade do setor, uma vez que os viajantes contemporâneos procuram experiências alinhadas a seus interesses pessoais, estilos de vida e expectativas emocionais, o que torna insuficiente a simples

padronização de pacotes tradicionais, demandando maior flexibilidade e atenção às preferências individuais (Oliveira *et al.*, 2025).

Esse movimento está relacionado à transição do turismo de massa para um modelo centrado no indivíduo, em que a satisfação não é mensurada apenas pela infraestrutura ou pelos serviços básicos, mas pela capacidade de proporcionar vivências singulares, ajustadas a diferentes motivações, como cultura, gastronomia, esportes de aventura, espiritualidade ou lazer familiar (Medeiros *et al.*, 2018).

A literatura demonstra que o desenho de roteiros personalizados contribui para aumentar o tempo de permanência do turista no destino e eleva o potencial de gastos, uma vez que os viajantes sentem maior identificação com a experiência e se dispõem a investir em atividades que reforcem suas expectativas de viagem (Aires *et al.*, 2022).

Ferramentas digitais, como sistemas de recomendação baseados em algoritmos, inteligência artificial e análise de dados de comportamento, têm potencializado a capacidade de personalização, permitindo a adaptação dos roteiros em tempo real e garantindo uma experiência dinâmica e compatível com as necessidades do usuário (Oliveira *et al.*, 2025).

A incorporação dessas tecnologias amplia a noção de customização, na medida em que possibilita a integração de informações de geolocalização, preferências registradas em plataformas de viagens e até mesmo dados de consumo cultural, o que confere precisão na criação de itinerários únicos e reforça a sensação de exclusividade da experiência (Corrêa *et al.*, 2023).

Além dos recursos tecnológicos, a personalização pode ocorrer por meio de práticas colaborativas entre turistas e comunidades locais, em que o visitante participa ativamente da elaboração do roteiro, vivenciando práticas artesanais, gastronômicas ou culturais que oferecem contato direto com a realidade cotidiana do território (Lima, s.d.).

Essa abordagem gera impactos significativos na valorização da identidade cultural, pois permite que o visitante tenha acesso a narrativas locais de maneira autêntica, fortalecendo vínculos de pertencimento e estimulando uma forma de turismo que respeita as singularidades do destino e de seus moradores (Santos, 2016).

Os roteiros personalizados ainda, agregam no reposicionamento de marcas territoriais, já que conferem diferencial competitivo ao agregar inovação e autenticidade, tornando os destinos mais atraentes e capazes de se destacar em um mercado saturado por ofertas semelhantes (Coelho, 2017).

Pesquisas recentes apontam que a segmentação de mercado é um dos caminhos mais eficazes para estruturar a personalização, pois possibilita identificar grupos de viajantes com interesses convergentes e, a partir disso, construir itinerários temáticos que otimizem recursos e favoreçam a experiência coletiva, sem perder a sensação de exclusividade (Medeiros *et al.*, 2018).

A personalização de roteiros, ao valorizar escolhas individuais, promove maior engajamento emocional do turista, estimulando memórias positivas que fortalecem a fidelização, aumentam a

probabilidade de retorno e impulsionam o efeito multiplicador por meio do marketing boca a boca, importante para a visibilidade dos destinos (Sant'Anna *et al.*, 2024).

Destaca-se ainda o guia de turismo como mediador da personalização, uma vez que sua atuação pode ajustar itinerários durante a viagem, adaptando-os às necessidades do grupo ou às demandas emergentes, garantindo maior flexibilidade e ampliando a qualidade da experiência (Pazini *et al.*, 2017).

Dessa forma, a personalização de roteiros turísticos constitui-se como elemento-chave para a inovação do setor, ao mesmo tempo em que exige investimentos em tecnologia, capacitação profissional e valorização das práticas locais, consolidando-se como caminho estratégico para atender à nova lógica de consumo na indústria global (Gonçalves *et al.*, 2021).

2.3 INOVAÇÃO NO TURISMO E COMPETITIVIDADE GLOBAL

A inovação no turismo consolidou-se como fator determinante para a diferenciação competitiva dos destinos, pois os mercados globais estão cada vez mais integrados e a concorrência entre territórios exige estratégias que ultrapassem a oferta convencional, incorporando práticas criativas, uso de tecnologia e valorização de experiências singulares que ressignifiquem a viagem (Aires *et al.*, 2022).

No contexto da indústria global, a inovação é importante por estimular a criação de novos produtos, a melhoria contínua de serviços e o desenvolvimento de soluções que proporcionem vivências autênticas, capazes de atrair um público exigente e atento às tendências de consumo, reforçando o potencial de inserção competitiva dos destinos brasileiros (Coelho, 2017).

Estudos apontam que a inovação pode ocorrer tanto em dimensões tangíveis, como infraestrutura, transporte e hospedagem, quanto em dimensões intangíveis, relacionadas à criação de narrativas, design de experiências e fortalecimento da identidade cultural, resultando em um conjunto de práticas que conferem maior valor agregado à atividade turística (Corrêa *et al.*, 2023).

A aplicação de tecnologias digitais, como realidade aumentada, inteligência artificial e plataformas interativas, vem transformando a forma como turistas planejam e vivenciam suas viagens, oferecendo recursos que potencializam a imersão e garantem maior controle sobre os itinerários, promovendo uma experiência personalizada e integrada (Oliveira *et al.*, 2025).

Esse processo de digitalização amplia a competitividade global, pois possibilita que destinos antes periféricos alcancem visibilidade internacional por meio de estratégias de marketing digital, redes sociais e plataformas colaborativas, o que descentraliza o fluxo turístico e promove maior diversidade na escolha de destinos (Gonçalves *et al.*, 2021).

Além da tecnologia, a inovação em turismo encontra respaldo na adoção de metodologias criativas, como o design thinking, que permite a cocriação de soluções entre gestores, moradores e

turistas, fomentando experiências que integram autenticidade cultural, sustentabilidade e inovação social, o que fortalece o protagonismo local (Poltronieri Junior, 2022).

A literatura especializada ressalta que a inovação não deve ser vista apenas como inserção de tecnologia, mas como processo contínuo de transformação de modelos de gestão, valorização de saberes comunitários e criação de produtos que atendam às expectativas emocionais dos visitantes, promovendo equilíbrio entre globalização e identidade local (Lima, s.d.).

Nesse sentido, a competitividade global passa a depender da capacidade dos destinos de inovar de forma sustentável, considerando práticas que preservem o patrimônio cultural e ambiental, ao mesmo tempo em que atendem à crescente demanda por experiências exclusivas e responsáveis, reforçando o papel do turismo como motor de desenvolvimento (Santos, 2016).

O fortalecimento da inovação no turismo de experiência também está relacionado à formação de redes colaborativas, que integram setor público, iniciativa privada e comunidades, possibilitando maior eficiência na gestão e criando um ecossistema favorável à geração de valor e à competitividade em escala internacional (Gonçalves *et al.*, 2021).

A competitividade global exige ainda que destinos adotem estratégias de branding territorial, posicionando-se de maneira clara e diferenciada no mercado, reforçando atributos únicos e explorando narrativas que ampliem a atratividade, algo viabilizado pela inovação no design de roteiros e na valorização da singularidade cultural (Sant'Anna *et al.*, 2024).

Outro elemento que contribui para a inovação e a competitividade é a gestão orientada por dados, que permite compreender padrões de consumo, antecipar tendências e ajustar ofertas em tempo real, garantindo maior eficiência na personalização da experiência e consolidando a imagem do destino como referência de inovação (Corrêa *et al.*, 2023).

Assim, a inovação no turismo, quando aliada à personalização de roteiros e ao protagonismo da experiência, representa um caminho estratégico para reposicionar destinos em âmbito global, ao mesmo tempo em que fortalece o desenvolvimento sustentável, amplia a atratividade e assegura relevância em um cenário marcado pela competitividade internacional (Aires *et al.*, 2022).

3 METODOLOGIA

Adotou-se nesse estudo uma abordagem qualitativa, visto que ela busca compreender o fenômeno do turismo de experiência em sua complexidade, explorando percepções, sentidos e significados atribuídos às práticas inovadoras e à personalização de roteiros, de modo a interpretar como essas transformações influenciam a competitividade global do setor, considerando que a pesquisa qualitativa permite analisar a realidade a partir de múltiplas dimensões subjetivas (Lakatos, 2003).

A pesquisa foi estruturada em caráter exploratório, já que o turismo de experiência e os roteiros personalizados, enquanto práticas emergentes, carecem de sistematizações que aprofundem seus

impactos na indústria global, de modo que a exploração inicial permite mapear variáveis, identificar tendências e propor categorias de análise, conforme a definição de pesquisas que buscam ampliar a compreensão de temas inovadores e em desenvolvimento (Lakatos, 2003).

Nesse sentido, a abordagem exploratória foi combinada com elementos descritivos, pois além de identificar as características centrais do turismo de experiência, buscou-se descrever como a inovação em roteiros personalizados está sendo incorporada em diferentes contextos, oferecendo uma visão ampliada sobre o fenômeno e fornecendo subsídios para estudos futuros, como indicam as pesquisas que visam relatar as particularidades de uma realidade específica (Gil, 2008).

Para a coleta de dados, recorreu-se à análise documental, com foco em artigos científicos disponíveis em bases brasileiras, que discutem experiências turísticas, personalização de roteiros e inovação, o que se justifica pela relevância da literatura como fonte de informações confiáveis e sistematizadas, além de possibilitar a comparação entre diferentes perspectivas acadêmicas, fortalecendo a validade da pesquisa (Lakatos, 2003).

A análise documental foi complementada por revisão bibliográfica, com o intuito de levantar os principais conceitos, teorias e abordagens já discutidas no campo do turismo, permitindo construir um quadro teórico consistente e capaz de sustentar as interpretações realizadas, em consonância com a compreensão de que a pesquisa bibliográfica constitui etapa essencial na construção do conhecimento científico (Gil, 2008).

A estratégia metodológica adotada permitiu não somente reunir contribuições de diversos autores, como também organizar essas informações de forma crítica e analítica, buscando relacionar conceitos teóricos às práticas observadas no turismo de experiência, o que reforça a ideia de que a análise bibliográfica não deve restringir-se à descrição, mas precisa estabelecer conexões e comparações que resultem em novos insights (Lakatos, 2003).

No tratamento dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que possibilita categorizar e interpretar informações textuais, identificando padrões e recorrências, bem como nuances significativas, permitindo uma leitura aprofundada das fontes selecionadas, o que atende à necessidade de compreender fenômenos que envolvem subjetividade e diversidade de perspectivas (Gil, 2008).

Essa técnica possibilitou organizar os dados em eixos analíticos, como inovação, personalização, competitividade e experiência, permitindo discutir como cada um desses elementos se articula na configuração de novos modelos de turismo, o que se mostra adequado para pesquisas que buscam descrever, e também interpretar e propor relações conceituais entre variáveis observadas (Lakatos, 2003).

Dessa forma, a metodologia adotada conferiu rigor científico ao estudo, ao mesmo tempo em que preservou a flexibilidade necessária para compreender um fenômeno em transformação, resultando em um processo investigativo que articula fundamentação teórica consistente, análise documental

criterosa e interpretação crítica, características que asseguram a relevância da pesquisa no campo do turismo de experiência (Gil, 2008).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os estudos analisados evidenciam que o turismo de experiência tornou-se um diferencial competitivo da indústria global, pois a centralidade da vivência pessoal na escolha dos destinos redefine o modo como viajantes interagem com lugares e culturas, configurando uma transformação profunda nas práticas de consumo turístico (Corrêa *et al.*, 2023).

A literatura aponta que os roteiros personalizados constituem alternativa para atender viajantes que buscam exclusividade, uma vez que a personalização amplia o engajamento emocional e favorece a construção de memórias singulares, fatores diretamente relacionados à satisfação e à fidelização dos turistas (Oliveira *et al.*, 2025).

Pesquisas destacam que a inovação no turismo vai além do emprego de tecnologias digitais, incorporando metodologias criativas que envolvem a participação de comunidades locais na elaboração das experiências, fortalecendo vínculos culturais e garantindo autenticidade aos produtos ofertados (Poltronieri Junior, 2022).

A personalização de itinerários influencia diretamente os indicadores econômicos dos destinos, ampliando a permanência média do visitante e gerando maior fluxo financeiro em setores complementares, como gastronomia, hospedagem e comércio de artesanato, o que contribui para dinamizar as economias regionais (Aires *et al.*, 2022).

O avanço das ferramentas de inteligência artificial no planejamento de viagens já apresenta impactos significativos, permitindo ajustar roteiros em tempo real a partir das preferências do usuário, tornando as experiências mais dinâmicas e responsivas, o que fortalece a relação entre inovação tecnológica e competitividade no setor (Oliveira *et al.*, 2025).

Contudo, a competitividade dos destinos depende da capacidade de equilibrar inovação com autenticidade, pois a adoção de modelos padronizados compromete a atratividade, enquanto propostas que valorizam singularidades locais e narrativas identitárias fortalecem a posição internacional dos territórios (Gonçalves *et al.*, 2021).

As investigações ressaltam que a valorização das culturas regionais é intensificada quando o turista participa de atividades que envolvem gastronomia, artesanato e patrimônio imaterial, fatores que se consolidam como pilares da construção de experiências memoráveis e de maior valor simbólico (Santos, 2016).

A integração das comunidades nos processos de criação de produtos turísticos amplia a legitimidade das práticas, favorece a geração de renda e reforça o protagonismo social, resultando em um modelo de turismo mais inclusivo e conectado às necessidades locais (Lima, s.d.).

Estudos recentes demonstram que estratégias de inovação criativa associadas ao fortalecimento do branding territorial permitem expandir a visibilidade internacional dos destinos, diversificar fluxos turísticos e reposicionar regiões em mercados globalizados cada vez mais competitivos (Sant'Anna *et al.*, 2024).

A governança colaborativa, envolvendo Estado, iniciativa privada e sociedade civil, surge como elemento indispensável para sustentar práticas inovadoras, garantindo recursos, capacitação profissional e políticas públicas alinhadas ao desenvolvimento sustentável da atividade turística (Coelho, 2017).

As análises confirmam que turistas contemporâneos buscam experiências que conciliem autenticidade cultural e inovação tecnológica, o que representa um desafio para os gestores que precisam equilibrar preservação identitária com a inserção de novas ferramentas digitais (Corrêa *et al.*, 2023).

Entre os resultados observados, destacam-se o fortalecimento da imagem dos destinos, a fidelização dos visitantes e o impacto econômico positivo, confirmando que a combinação entre inovação e personalização constitui um eixo estratégico para a sustentabilidade do turismo (Aires *et al.*, 2022).

Os dados discutidos também revelam que a personalização de roteiros pode ser interpretada como estratégia de diferenciação e de democratização do acesso, permitindo que diferentes perfis de turistas encontrem experiências adaptadas às suas necessidades específicas (Medeiros *et al.*, 2018).

Em síntese, os estudos revisados permitem afirmar que o turismo de experiência, associado a práticas inovadoras e à personalização de roteiros, representa um modelo capaz de redefinir a indústria global, valorizando a autenticidade cultural, incentivando a participação comunitária e utilizando tecnologias digitais como elementos centrais para a competitividade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou que o turismo de experiência constitui um campo em franca expansão, capaz de transformar a forma como destinos se posicionam no cenário global e como viajantes constroem memórias a partir de suas vivências, confirmando que a centralidade da experiência redefine a lógica da indústria e impulsiona novos modelos de planejamento, gestão e consumo.

A análise evidenciou que os roteiros personalizados ocupam são muito importantes nesse processo, pois respondem às expectativas de visitantes que buscam autenticidade, emoção e exclusividade, elementos que passam a ser determinantes para a satisfação do público e para a competitividade dos destinos, configurando uma nova forma de conceber o turismo.

Ficou claro que a inovação, seja por meio de recursos digitais, metodologias criativas ou valorização cultural, atua como força propulsora da diferenciação, permitindo que territórios se

destaquem em meio à concorrência global, ao mesmo tempo em que ampliam sua capacidade de atrair públicos diversificados e fortalecer sua imagem no mercado internacional.

As discussões apresentadas permitiram compreender que a integração entre tecnologia, cultura e participação comunitária é decisiva para a sustentabilidade do turismo, pois garante equilíbrio entre modernização e preservação identitária, promovendo benefícios econômicos, sociais e culturais para visitantes e anfitriões.

O estudo também mostrou que a personalização de itinerários representa mais que uma estratégia mercadológica, configurando-se como uma prática inclusiva que possibilita acesso a diferentes perfis de viajantes, estimulando maior diversidade de consumo e assegurando a democratização da experiência em diferentes escalas de interesse e investimento.

Outro ponto que se destacou foi a necessidade de políticas públicas consistentes e de um sistema de governança colaborativa, capazes de criar condições para que a inovação se mantenha constante, envolvendo Estado, iniciativa privada e comunidades em um esforço conjunto que sustente o crescimento e a competitividade do setor turístico.

As reflexões obtidas confirmam que o turismo de experiência, quando alinhado à inovação e à customização de roteiros, configura-se como caminho sólido para reposicionar o Brasil e outros destinos no mercado internacional, ao mesmo tempo em que fortalece a economia, valoriza culturas locais e promove práticas de sustentabilidade que atendem às demandas contemporâneas.

Dessa forma, o trabalho realizado contribui para o debate acadêmico e profissional ao demonstrar que as experiências personalizadas e inovadoras não só redefinem a forma de viajar, mas estabelecem novas bases para o futuro do turismo, indicando que a competitividade dependerá, cada vez mais, da capacidade de integrar emoção, tecnologia, autenticidade e participação social.



REFERÊNCIAS

- AIRES, J. D. M. *et al.* Rumo a um conceito de inovação no turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur)*, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 1-19, 2022.
- ANDRUKIU, A. M. G.; LETICIA, L. Proposta de um roteiro turístico local em Curitiba. *Revista CULTUR, Ilhéus*, v. 9, n. 1, p. 78-95, 2015.
- COELHO, M. F. Turismo de experiência: apropriações e práticas no Brasil. 2017. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.
- CORREIA, S. C. H. *et al.* A experiência turística inteligente na perspectiva do turista. *Turismo: Visão e Ação*, Itajaí, v. 25, n. 2, p. 344-366, 2023.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GONÇALVES, D. F. *et al.* Possibilidades de desenvolvimento no Corredor Bioceânico. *Interações*, Campo Grande, v. 22, n. 2, p. 395-408, 2021.
- LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIMA, L. C. Turismo criativo como abordagem de desenvolvimento e gestão social. Salvador: Universidade Federal da Bahia, s.d. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br>.
- MEDEIROS, M. A. *et al.* Segmentação do turismo e propostas de roteiros como personalização da experiência de viagem. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br>.
- OLIVEIRA, N. F.; CESÁRIO, R. M.; *et al.* Construção, validação e aperfeiçoamento de um artefato de recomendação turística. *Revista Ibero-Americana de Produção e Tecnologia*, Palmas, v. 14, n. 1, p. 45-61, 2025.
- PAZINI, R. *et al.* A importância do guia de turismo na experiência turística. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 254-272, 2017.
- POLTRONIERI JUNIOR, V. Design thinking para inovação em turismo de experiência no Oeste do Paraná. 2022. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2022.
- SANT'ANNA, E. S. *et al.* O apego de residentes ao lugar no design da experiência turística. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur)*, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 1-20, 2024.
- SANTOS, A. G. L. A experiência como segmento do turismo: relatos sobre o Vale das Experiências/RS. *Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 1-14, 2016.