

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
EDUARDO AFONSO GUZZO

USO DAS TECNOLOGIAS NO TURISMO: O CASO DO WEB APLICATIVO
DESCUBRA CAMPOS GERAIS - PARANÁ

PONTA GROSSA

2015

EDUARDO AFONSO GUZZO

USO DAS TECNOLOGIAS NO TURISMO: O CASO DO WEB APLICATIVO
DESCUBRA CAMPOS GERAIS - PARANÁ

Trabalho de conclusão de curso
apresentado para obtenção do título de
Bacharel em Turismo da Universidade
Estadual de Ponta Grossa, Área de
Turismo.

Orientadora: Graziela Scalise Horodyski

PONTA GROSSA

2015

EDUARDO AFONSO GUZZO

USO DAS TECNOLOGIAS NO TURISMO: O CASO DO WEB APLICATIVO
DESCUBRA CAMPOS GERAIS - PARANÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Turismo.

Ponta Grossa, ____ de _____ de _____.

Prof^a Dra. Graziela Scalise Horodyski - Orientadora
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Dedico aos meus irmãos: Sandra, Emanuel e Luana Guzzo.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus irmãos que sempre me apoiaram e estiveram ao meu lado em tudo, inclusive para a realização desse trabalho.

Agradeço aos professores do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa que sempre estiveram dispostos à transmitir seus conhecimentos e à sanar dúvidas durante esses quatro anos de curso.

Agradeço à minha orientadora, Prof Dra Graziela Scalise Horodyski, que contribuiu e muito ao decorrer não só desse trabalho, mas em todo período do curso. Sempre à postos para me ajudar e dando força sempre para que eu não desistisse. Sou grato pela paciência, dedicação, amizade e às ideias e conhecimentos compartilhados. À ela fica meu mais sincero agradecimento e admiração.

Agradeço à equipe do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, por abrirem às portas para meu estágio obrigatório e para então realizar minha pesquisa para esse trabalho.

Por fim, mas não menos importante, agradeço aos meus amigos. Que de alguma forma, perto ou longe, me trouxeram energias positivas para que esse trabalho fosse concretizado.

Gratidão.

“Há de importar bem pouco que vivas cem anos pois chegará uma hora em que será preciso que abandones o teu velho traje. Porque ainda que sejas um sultão ou um mendigo, no fim o teu valor é o mesmo.”

Omar Khayyam

RESUMO

O turismo muda assim como as outras economias a partir dos anos. Se adapta às necessidades da sociedade e por sua vez, ganha cada vez mais importância para a economia da localidade. Com o avanço da tecnologia, o trade turístico veem se adaptando para melhor satisfazer e fidelizar o cliente. Novas tecnologias veem surgindo para deixar o turista cada vez mais à vontade. Cada vez mais sonoro e visual, essas tecnologias surgem para cativar os turistas. Sites com visitas em 360º no hotel ou pousada, opção de visualizar onde está seu voo, fazer check-in on line em aeroporto, contatar um táxi, ou encontrar o melhor programa de lazer que se encaixe com seu perfil.

Esse trabalho usa uma dessas tecnologias como objeto de estudo. O Web Aplicativo Descubra Campos Gerais, é a ferramenta que permite que os turistas encontrem equipamentos e serviços voltados ao turismo em Ponta Grossa e região. Tem por finalidade, encontrar suas potencialidades e fraquezas para além disso, sugerir ideias para melhoria do mesmo.

Palavras-chave: Turismo, tecnologias de informação e comunicação, aplicativo.

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1 - APLICATIVOS DE TURISMO

IMAGEM 2 - DIVULGAÇÃO DO LANÇAMENTO DO WEB APLICATIVO
DESCUBRA CAMPOS GERAIS

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - QUAL A FORMA DE ACESSO?

GRÁFICO 2 - A TELA INICIAL É PRÁTICA?

GRÁFICO 3 - TEVE FACILIDADE EM ESCOLHER A CIDADE E O EQUIPAMENTO?

GRÁFICO 4 - AS INFORMAÇÕES NOS EQUIPAMENTOS SÃO ÚTEIS?

GRÁFICO 5 - SENTIU FALTA DE ALGUM PRODUTO?

GRÁFICO 7 - QUAL PRODUTO?

GRÁFICO 8 - SE O WEB APLICATIVO SE TORNASSE UM APP, VOCÊ O UTILIZARIA?

GRÁFICO 9 - SUGESTÕES, CRÍTICAS E ELOGIOS

GRÁFICO 10 - IDADE

GRÁFICO 11 - GÊNERO

GRÁFICO 12 - LOCALIDADE

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CARACTERÍSTICAS DOS SMARTPHONES

QUADRO 2 - APLICATIVOS DE TURISMO

QUADRO 3 - PARCEIROS DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE
CONVENTIONS & VISITORS BUREAUX

QUADRO 4 - DIRETORIA DO PONTA GROSSA CAMPOS GERAIS
CONVENTION & VISITORS BUREAU

QUADRO 5 - RECURSOS HUMANOS

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. TURISMO E TECNOLOGIA	14
1.1 TECNOLOGIAS UTILIZADAS NO SETOR DO TURISMO	16
1.2 APLICATIVO COMO FERRAMENTA	18
2. ESTUDO DE CASO SOBRE O WEB APLICATIVO DESCUBRA CAMPOS GERAIS (METODOLOGIA)	22
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO.....	23
2.2 PONTA GROSSA CAMPOS GERAIS CONVENTION & VISITORS BUREAU.....	24
2.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	28
2.4 PROPOSTA DE AÇÃO	29
3. RESULTADOS OBTIDOS	29
4. SUGESTÕES	37
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39
APÊNDICE A – Questionário sobre o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais	41

INTRODUÇÃO

A Organização Mundial do Turismo – OMT descreve o turismo como o setor que compreende “as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.” (2001, p.38).

Por ser uma atividade geradora de economia, se desenvolve junto das mudanças aderidas pela sociedade. Uma dessas mudanças são as Tecnologias de Informação e Comunicação, que faz com que as dimensões geográficas sejam diminuídas, possibilitando ao turista obter o máximo de informações possíveis sobre o destino a ser visitado, antes, durante e depois da viagem.

É necessário que quem trabalha com turismo, se adepte às atualidades que veem surgindo ao decorrer dos anos. O mundo passou a ser menor, visto que agora, novas tecnologias veem possibilitando conversar com pessoas em todo lugar do mundo, enquanto assiste à um informativo, ou acessa as redes sociais, simultaneamente.

Essas ferramentas são usadas para deixar o turista cada vez mais à vontade, utilizando esses recursos para fidelizar os mesmos, já que atualmente, é difícil desligar-se do mundo virtual.

Museus, cafés, restaurantes e demais equipamentos, veem se adaptando para serem cada dia mais sonoros e visuais. Sendo assim, há possibilidade de se divertir mesmo com o smartphone ou tablet na mão.

Usando o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais como objeto de estudo, foi realizada essa pesquisa no período de fevereiro à novembro de 2015. Tendo com problemática: De que forma o uso de aplicativos para uso turístico tem influenciado na experiência do turista na região de Ponta Grossa e Campos Gerais?

Com objetivo de analisar o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais como uma ferramenta de auxílio ao turista, e posteriormente construir ideias para melhoria do mesmo.

As justificativas para a realização do mesmo, são o estágio feito pelo autor no Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, no período de implantação, estruturação e lançamento do web aplicativo.

Para tal, foi usado informações cedidas pela própria entidade, junto de referencial teórico. Os recursos humanos citados nesse trabalho, fizeram parte da entidade enquanto o autor estagiou no local e a pesquisa foi aplicada.

O trabalho foi estruturado da seguinte forma:

- Capítulo 1: Turismo e Tecnologia, onde se abordam alguns conceitos sobre turismo e tecnologia, as diferentes tecnologias, o avanço do uso de smartphones, o uso de aplicativos para turismo atualmente - abordando alguns dos aplicativos mais usados no país;
- Capítulo 2: Estudo de caso sobre o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais - Metodologia, onde se fala sobre como se desenvolveu o web aplicativo, e descreve a metodologia que é atribuída de pesquisa bibliográfica, estudo de caso, pesquisa exploratória qualitativa, aplicação de questionário e análise do mesmo, contextualização da região de Ponta Grossa e Campos Gerais, aborda-se informações sobre o Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, sua criação e funcionamento atual - diretoria e recursos humanos, e a descrição do produto Web Aplicativo Descubra Campos Gerais;
- Capítulo 3: Resultados obtidos, onde se incluem os gráficos derivados da pesquisa aplicada e a leitura e interpretação dos mesmos;
- Capítulo 4: Sugestões, que consiste em sugestões para a melhoria do produto;
- Capítulo 5: Considerações finais

Portando, usando como objeto de estudo o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais, que é uma iniciativa do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, junto do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, aplicou-se um questionário com um total de 8 questões, sobre sua funcionalidade, em três eventos distintos. A partir disso, pensou-se em questões para o aprimoramento do web aplicativo.

1. TURISMO E TECNOLOGIA

O turismo é uma atividade geradora de economia, que se desenvolve junto das mudanças aderidas pela sociedade. Uma dessas mudanças, são as Tecnologias de Informação e Comunicação, que fez com que as dimensões geográficas fossem diminuídas, possibilitando ao turista obter o máximo de informações possíveis sobre o destino a ser visitado. O mesmo, deriva-se de uma significativa cadeia turística, que por sua vez compõem-se de determinados equipamentos e serviços. Sendo eles, diretos e indiretos. Para isso, os atrativos contam, portanto, com equipamentos turísticos e serviços que visam atender satisfatoriamente a demanda que os utilizam, tais como os meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, de entretenimento e outros serviços (BOULLÓN, 2002).

Bettoni 2009 coloca que o turismo é uma atividade que exige grande trânsito de informações entre pessoas, empresas e outras atividades. Em especial, os turistas precisam de informação para escolher seus destinos e planejar suas viagens.

Com o decorrer dos anos, o avanço da tecnologia vêm modificando o meio de se comunicar e expressar. Para Jucylene e Glauber Santos, 2013, os inúmeros benefícios dessa tecnologia vêm transformando a forma como os turistas se comunicam com outras pessoas e organizações. Bem como, as novas tecnologias tem sido utilizadas a fim de atender às necessidades dos turistas, criando inúmeras oportunidades para empresas e destinos, seja na criação de novos produtos e serviços ou na agregação de valor aos já existentes.

O que coincide com a opinião de Guimarães e Borges, 2008: tecnologias inovadoras criam possibilidades de serviços inéditos e agregam valor à serviços já existentes.

Para Rezende, Abreu, 2003, a tecnologia da informação abrange recursos e ferramentas tecnológicas e computacionais direcionadas à geração e utilização da informação.

Para Guimarães e Borges 2007, o seu crescimento sempre depende da capacidade de inovação e do uso da tecnologia para melhoria da gestão, desenvolvimento de novos produtos, aperfeiçoamento da comunicação, otimização das experiências de viagens e personificação do atendimento. Sendo assim, as TIC's devem servir como ferramentas de apoio a gestão da informação e do conhecimento.

Os smartphones podem fornecer informações antes, durante e depois da viagem. Para Wang e Fesenmaier, 2013, o uso dos smartphones pode transformar significativamente a experiência de viagem, alterando o plano de viagem, construindo e desconstruindo o sentido do turismo para o indivíduo e reconfigurando as relações entre turistas, lugares e outros.

Na explicação da palavra Smartphone, o Dicionário Oxford coloca que: Os smartphones são aparelhos de telefonia móvel com funções avançadas, executadas ou até expandidas por meio de um sistema operacional.

O que é totalmente compreensível levando em consideração o avanço da tecnologia nos últimos anos. Para Kim, Park e Morrison, 2008, é possível destacar 4 características únicas quanto à natureza da tecnologia móvel presente nos smartphones, são elas apresentadas no quadro abaixo:

QUADRO 1- Características da tecnologia móvel

(continua)

Ubiquidade	Implica em quase onipresença, uma vez que o usuário pode acessar o dispositivo de qualquer lugar, buscando qualquer informação ou aplicação disponível
Personalização	Cada usuário consegue a informação ou serviço que melhor atende de forma a ter disponível apenas as ferramentas que lhe convém

Flexibilidade	Possibilidade de realizar outras atividades enquanto se utiliza o dispositivo
Disseminação	Graças às conexões é possível compartilhar informações e dados com inúmeros usuários

Fonte: Kim, Park e Morrison, 2008

Os consumidores que possuem experiências com o uso de TIC's utilizam essas ferramentas para personalizar seus serviços (como fazer check-in aéreo, procurar um restaurante ou hotel por aplicativo, entre outros) além de obterem mais rapidez e eficiência no acesso às informações.

Agrega-se valor ao uso dos smartphones e as demais tecnologias utilizadas no âmbito turístico. Segundo Biz, para o consumidor, as TIC's tornaram mais fáceis processos como tomada de decisão da viagem ao proporcionar a disponibilização de uma gama de informações em curto espaço de tempo e local. Já no processo de distribuição, aproximaram consumidores e fornecedores, fazendo com que muitos intermediários (como agências de viagem e turismo) se sentissem ameaçados e buscassem se aperfeiçoar e ofertar serviços mais personalizados aos clientes.

Desse modo, tanto consumidor quanto organização, têm a ganhar. Para Vicentin e Hoppen, 2002, as vantagens do uso de tecnologias de informação e comunicação no turismo são tanto para consumidores quanto para as organizações. Para os consumidores as TIC's facilitam o acesso às informações e trazem comodidade no acesso a elas, e para as organizações é considerável a redução de custos operacionais.

1.1 TECNOLOGIAS UTILIZADAS NO SETOR DO TURISMO

No contexto da sociedade informacional as organizações em busca de sobrevivência e de competitividade e frente à transição da valorização dos

insumos e recursos físicos para a valorização da informação, visualizam também mudanças em suas atividades. Assim adequar-se a este cenário prevê a adoção de tecnologias de informação e comunicação que possam auxiliar os processos de gestão da informação nas organizações, diz Biz, Nakatani e Pavan.

A escolha da TIC pela organização é um processo que necessita atenção, visto que sua aplicabilidade perante a organização altera profundamente os processos, o tempo e lugar de trabalho, a natureza das tarefas executadas e os resultados obtidos. Coloca Izard, 1999.

De tal modo, entendemos que é necessário precaução ao adquirir tecnologias de informação e comunicação para o local de trabalho.

Abordamos então, algumas das TIC utilizadas atualmente pelas organizações turísticas. Sendo elas:

Sistemas operacionais para agendamento de viagens, voos, check-in em hotéis e aeroportos, utilizados por agências de viagens e turismo, operadoras e por estabelecimentos voltados à hotelaria.

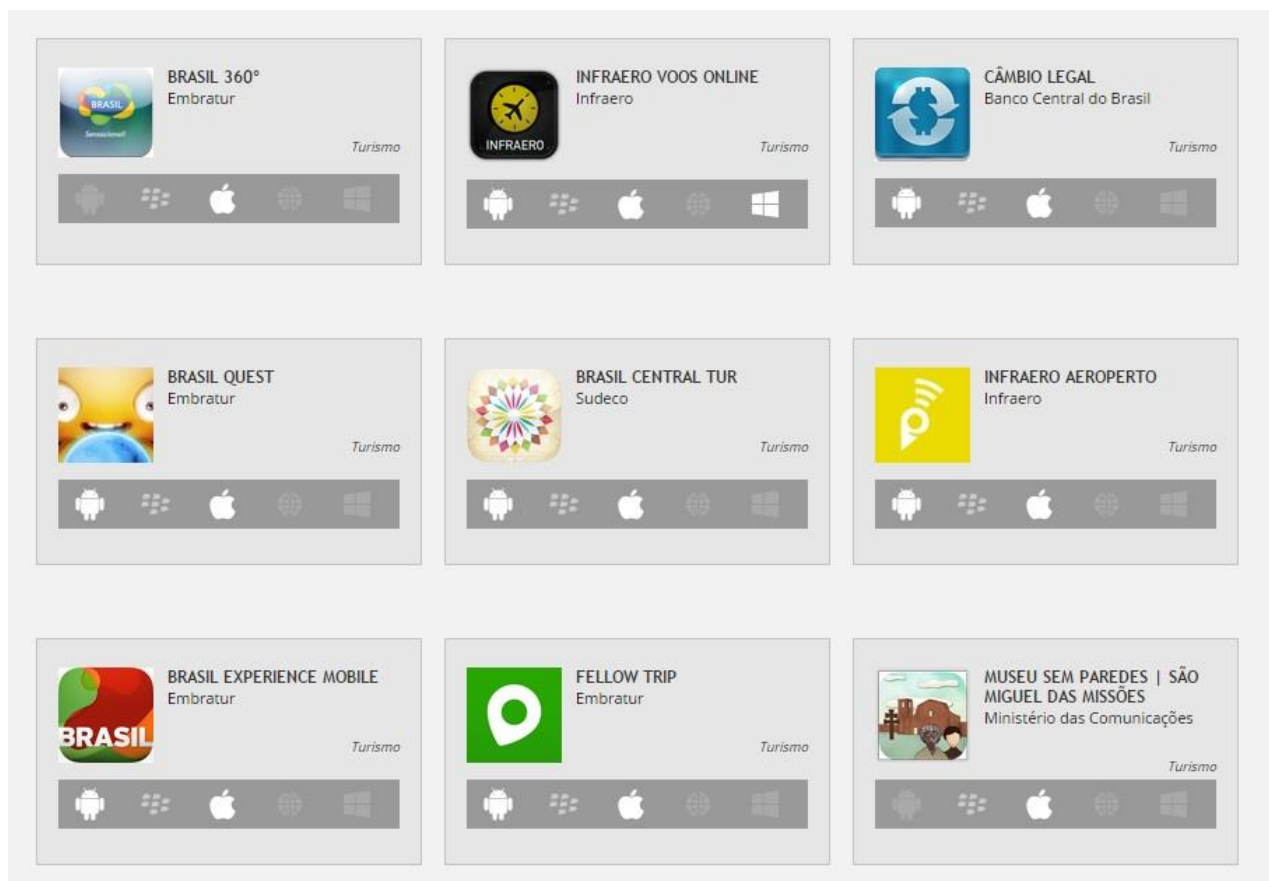
Seguindo a mesma linha, vemos que os aplicativos para smartphones e tablets, vêm alterando a vida da sociedade em geral. Os aplicativos trazem benefícios como identificação do posicionamento geográfico, acesso instantâneo a conteúdos virtuais sobre os destinos e atrativos, entre outras facilidades. Encontramos atualmente aplicativos para as mais diversas situações. Sejam eles para praticar exercícios ou yoga, para te lembrar de tomar água, para leitura, alimentação ou demais atividades. São aplicações que facilitam suas atividades diárias, como uma ida ao banco para pagar uma conta ou então para pedir alguma comida em casa.

Como o turismo é uma atividade que faz parte da sociedade em geral, os aplicativos não deixariam de tomar conta da mesma. Podemos encontrar hoje, aplicativos para busca de hotéis ou restaurantes ao seu gosto, para verificar como está o trânsito na cidade, para chamar um táxi. Para concluir seu check-in, para contatar um guia de turismo ou para encontrar alguma atividade de lazer na região da atividade turística.

1.2 APLICATIVO COMO FERRAMENTA

Segundo MORIMOTO, 2009, “os smartphones são a combinação de duas classes de dispositivos: os celulares e os assistentes pessoais (como os Palms e os PDAs). Diferente dos antecessores, os smartphones podem se conectar à web através de conexões 3G ou Wi-Fi, o que permite que eles ofereçam uma enorme variedade de recursos.” Como os smartphones não são desvinculados dos seus usuários nem mesmo nas atividades turísticas, empresas e organizações turísticas se vêm na necessidade de desenvolver ferramentas para divulgar seus equipamentos e serviços. Com o passar do tempo, as aplicações em smartphones e tablets vêm crescendo. Os aplicativos do segmento de viagens oferecem os mais diversos serviços, incluindo auxiliar o usuário a fazer as malas, registrar despesas, calcular custos de transporte, fazer reservas, traduzir textos e sons, obter informações de voos e muito mais.

IMAGEM 1 : Aplicativos para Turismo



Fonte: Guia de Aplicativos Governo Federal, 2015

No quadro abaixo apresenta-se algumas das mais conhecidas e utilizadas para fins turísticos:

QUADRO 2- Aplicativos recentes

(Continua)

Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes)	Contém sugestões para programas gastronômicos em algumas das cidades que foram sede da Copa do Mundo 2014
Aeroporto	Basta ao usuário informar em qual aeroporto está e qual a disponibilidade de tempo que tem até o embarque. Com essas

	informações, o aplicativo lista uma série de estabelecimentos próximos aos 63 aeroportos que fazem parte da rede Infraero. Além disso, alertas sobre check-in e embarque são enviados ao usuário
Brasil 360°	Criado para a Copa do Mundo 2014, esse aplicativo permite o turista conhecer as cidades sede dos jogos
Brasil Quest	Jogo interativo com personagens em torno das cidades sede dos jogos da Copa do Mundo 2014
Brasil Central Tur	Uma viagem pelo centro-oeste do Brasil, indicando os melhores e mais lindas paisagens da região
Brasil Experience Mobile	Possível pesquisar experiências vividas no país, adicionar fotos e vídeos e compartilhar em outras redes sociais, adicionar seus lugares favoritos e usar o tradutor para melhor viajar pelo país
Câmbio Legal	Para encontrar casas de câmbio onde possa, com segurança, comprar ou vender moeda estrangeira
FellowTrip - Embratur	Guia de viagens interativo que permite ao usuário criar seu próprio itinerário e compartilhar as melhores rotas do Brasil
Infraero Voos Online	Possibilita consultar e compartilhar

	por meio de SMS, e-mail, Facebook ou Twitter os horários de partida e chegada de voos em 50 aeroportos brasileiros
Onde tem Táxi aqui?	Objetivo de ajudar as pessoas a localizarem pontos de táxi próximos
Museu sem Paredes - São Miguel das Missões	Guia interativo sobre o Museu de São Miguel das Missões, indicando todo o local com efeitos visuais e sonoros

Fonte: CATRACA LIVRE, 2015

2. ESTUDO DE CASO SOBRE O WEB APLICATIVO DESCUBRA CAMPOS GERAIS (METODOLOGIA)

Este trabalho apresenta algumas considerações relacionadas ao objetivo de estudo, às fontes de dados e os procedimentos de coleta de dados utilizados neste trabalho. O mesmo caracteriza-se pelo caráter exploratório descritivo, considerando que o autor fez parte da equipe do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, entidade que desenvolveu o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais que é objeto de estudo deste trabalho.

O Web Aplicativo Descubra Campos Gerais é uma ferramenta, de divulgação dos equipamentos e serviços turísticos cadastrados e veiculados à entidade, que fazem parte do entorno da cidade de Ponta Grossa no Paraná. As formas de acesso consistem em duas opções: usar o navegador do smartphone ou tablet com o endereço <http://www.descubracamposgerais.com.br/> ou pelo endereço de QR CODE GENERATOR do web aplicativo.

Os mantenedores da entidade, têm a opção de cadastrar seu equipamento ou serviço no web aplicativo. Para o resultado final dessa pesquisa, foi aplicado um questionário em três eventos: Musicletada (Curitiba,Paraná), Festival Nacional de Teatro (Ponta Grossa, Paraná) e Congresso Internacional de Governança Corporativa (São Paulo, São Paulo).

No mesmo, abordava-se questões sobre o funcionamento do web aplicativo, bem como o design e seus variantes. Anexo em apêndice A.

IMAGEM 2 - Divulgação do Web Aplicativo Descubra Campos Gerais para o lançamento da ferramenta



Fonte: Sebrae, 2015

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA REGIÃO

Localizada no segundo planalto paranaense, na região dos Campos Gerais, Ponta Grossa destaca-se no cenário turístico do sul do Brasil. Importante entroncamento rododiferroviário, a cidade tem suas raízes no tropeirismo, na pluralidade étnica e nos caminhos da estrada de ferro, símbolos históricos e marcos referenciais ainda presentes no cenário urbano de uma das mais importantes cidades brasileiras. (Prefeitura Municipal de Ponta Grossa,2010).

Região tomada por extensos campos, traz em seu território atrativos naturais, históricos e culturais, proporcionando opções de lazer para diferentes públicos. Apesar disso, todo o potencial ainda não está sendo explorado na sua totalidade, impedindo que novas atividades sejam realizadas para o desenvolvimento do turismo.

Apesar de ser uma cidade do interior, Ponta Grossa com seus mais de 400 mil habitantes tem oportunidades de crescimento no turismo. O carro chefe

é o turismo de negócios e eventos, que movimenta os hotéis durante a semana por conta da sua quantidade de indústrias. Além disso, o turismo histórico cultural tem potencial a ser expandido, bem como o turismo religioso.

É necessário que haja gerência no turismo para que ambas as partes saiam satisfeitas: fornecedor e consumidor. A função gerencial que organiza e direciona todas as atividades mercadológicas envolvidas, para avaliar e converter a capacidade de compra dos consumidores numa demanda efetiva para um produto ou serviço específico, para levá-los ao consumidor final ou usuário, visando, com isto, um lucro adequado ou outros objetivos propostos pela empresa (RUSHMANN, 2003, p. 14).

O turismo na cidade de Ponta Grossa, apesar de pouco explorado, é rico no que diz respeito à área natural. Na cidade existem monumentos geológicos como os arenitos do Parque Estadual de Vila Velha e a furna que abriga a cachoeira Buraco do Padre. Atrativos esses que necessitam de mais infraestrutura para o turista. A informação na atividade turística é o ponto de partida para o bom desenvolvimento da atividade, considerando que, segundo MIRANDA, (2003), a informação é matéria prima de todas as áreas de conhecimento.

Mas para que ambos atraiam turistas, e que os mesmos permaneçam mais que um dia na cidade, é necessário uma campanha promocional de qualidade. Stort1 (2008, p.40), orienta como deve ser o processo: O primeiro passo de uma campanha promocional é atrair a atenção dos consumidores potenciais; em seguida está o interesse - a empresa deve estimular o interesse pelo produto demonstrando suas características, seus usos e benefícios; o próximo passo é levar os clientes a desejarem o produto, convencendo-os de que as suas necessidades serão supridas e por último, a empresa deve convencer o seu público - alvo a aquisição efetiva do produto.

2.2 PONTA GROSSA CAMPOS GERAIS CONVENTION & VISITORS BUREAU

O Convention & Visitors Bureau é uma alternativa de promoção de municípios ou regiões para captação de eventos com qualidade e maximização

dos efeitos positivos da atividade turística através da promoção do destino. Para Hillesheim e Nogueira, 2003, Os CVB são organizações privadas sem fins lucrativos criados para promover o marketing integrado de um destino que pode ser uma cidade ou área urbana, um Estado ou mesmo um país, visando a torna-lo dinâmico e adequado para atrair visitantes e gerar congressos, convenções, feiras e outros eventos. Podem ser governamentais, ligados às câmaras de comércio e departamentos do governo ou independentes, cuja forma de constituição jurídica pode ser a de uma associação, fundação ou corporação. Esta última é a forma predominante em nosso país.

Ainda considerado de fins não lucrativos, é a atividade desenvolvida dentro do CVB que beneficiará o sistema atuante no turismo, através do seu efeito multiplicador, que gera emprego e renda por meio de captação de eventos e marketing de um destino ou serviço.

Segundo Hillesheim e Nogueira, 2003, o Bureau não substitui a importância de órgãos públicos de turismo, pois ainda que se apresente como pessoa jurídica condutora de parceria, captação, apoio, realização e divulgação na atividade turística, necessita também de outros órgãos de maior apelo indutor do turismo para concretizar suas ações.

As formas que possibilitam o funcionamento do CVB são: as mensalidades pagas pelos associados e a "room tax" ou "taxa de turismo", que é a taxa cobrada do hóspede no hotel que está associado ao CVB, para repasse de 85% ao CVB e 15% para a empresa. Sendo assim, para realização de seus projetos, atividades e ações, o CVB necessita de outras entidades importantes para seu funcionamento, sendo algumas delas apresentadas no quadro abaixo:

QUADRO 3- Parceiros da Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux

ABAV	Associação Brasileira de Viagens
ABBTUR	Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais de

	Turismo
ABIH	Associação Brasileira de Empresa de Eventos
ABEOC	Associação Brasileira de Centro de Convenções e Feiras
ABRAJET	Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo
ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
SEBRAE	Serviço Brasileiro de apoio as Micro e Pequenas Empresas
SINDETUR	Sindicato de Agências de Turismo

Fonte: Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux,2013

Sem deixar de lado os órgãos municipais voltados ao turismo. No caso de Ponta Grossa, a FumTur – Fundação Municipal de Turismo, a Secretaria Municipal de Cultura, e os demais parceiros como Acipg, Sebrae, AMCG, Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e similares dos Campos Gerais, Sindicombustíveis e Adetur Campos Gerais.

O bureau pontagrossense foi constituído em 31 de outubro de 2005, de acordo com Capítulo I, Art. 2 do Estatuto da Associação Ponta Grossa Turismo e Eventos, com a finalidade de captação e geração de eventos, congressos, atividades culturais e turísticas em Ponta Grossa e região, sendo possível atuar também em todo o território nacional e internacional, visando especialmente atração e aumento do fluxo e desenvolvimento no estado do Paraná e Campos Gerais.

O Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau contou com apoio dos bureaux de Curitiba, Londrina, Maringá e Foz de Iguaçu, pois

havia na época o interesse desses municípios para formar a Federação de Conventions & Visitors Bureaux do Estado do Paraná – FC&VB – PR, e o requisito para tal finalidade solicitava no mínimo cinco bureaux estaduais, de modo que Ponta Grossa totalizou esse número e tornou possível essa concretização.

Os trabalhos atuais da entidade são o cadastro contínuo de profissionais relacionados ao Turismo, levantamento de informações de diversos locais da região, como a capacidade de ocupação e número de leitos disponíveis, calendário de eventos, bem como levantamento de dados para futuros eventos e locais para os mesmos na cidade e região, divulgação dos equipamentos e serviços cadastrados através do Web Aplicativo Descubra Campos Gerais e facilitação de diversos eventos na cidade. Conta hoje com o número de 41 associados. Os principais cargos em sua diretoria atual são:

QUADRO 4 – Diretoria do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau

Wagnilda Alves Minasi	Presidente
Jairo Cajal Júnior	Vice Presidente
Paulo Roberto Veiga	Diretor Financeiro
Marcos Henrique Panzarini	Diretor Financeiro (Suplente)
Luiz Fernando de Souza	Secretário

Fonte: O Autor,2015

QUADRO 5 – Recursos Humanos

Suellen Pavanelo	Gerente Executiva
Hayssa Viana	Relacionamento com associados
Wilian Ferreira	Assessoria de Imprensa

Fonte: O Autor,2015

O Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau abrange as cidades de Ponta Grossa, Castro, Carambeí, Tibagi. O PGCGCVB possui ainda parcerias como Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas

Empresas – SEBRAE, Associação dos Bares e Similares dos Campos Gerais – SHRBS, Associação Comercial, Industrial Empresarial de Ponta Grossa – ACIPG, sendo essa, a responsável em ceder sem custos o espaço onde está localizado o escritório do bureau.

2.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O Web Aplicativo Descubra Campos Gerais tem como principal finalidade, divulgar os equipamentos e serviços turísticos das empresas que são associadas ao bureau, em Ponta Grossa e região.

É uma inovadora ferramenta de promoção turística, levando em consideração o avanço tecnológico e o uso de smartphones em viagens e eventos. O web aplicativo, é uma iniciativa da entidade que para seu desenvolvimento contou com o apoio de seus mantenedores.

O Web Aplicativo Descubra Campos Gerais é um site voltado a smartphones e tablets, com resolução fixa. Foi construído na última linguagem da plataforma HyperText Markup Language, o HTML5, tecnologia moderna que facilita a integração de multimídia e acessibilidade aos mais diversos navegadores e sistemas operacionais. Por utilizar a tecnologia, que atende à demanda de smartphones e tablets, dispositivos de baixa potência, o aplicativo funciona em todas as plataformas móveis com acesso à internet.

Foi desenvolvido pela Volare Comunicação com incentivo do Sebrae Tec., em seis meses. O tempo de desenvolvimento seria maior, mas foi necessário desenvolver uma versão beta, para o lançamento na Abav 2015. A versão atual continua beta 1.0 - para teste. Segundo a própria entidade, não há previsão do lançamento da versão final ou 1.1.

A versão 1.0 reúne informações dos associados do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau de quatro cidades da região dos Campos Gerais, Ponta Grossa, Carambeí, Castro e Tibagi, além da agenda de eventos. Inclui produtos, serviços e equipamentos das mesmas.

2.4 PROPOSTA DE AÇÃO

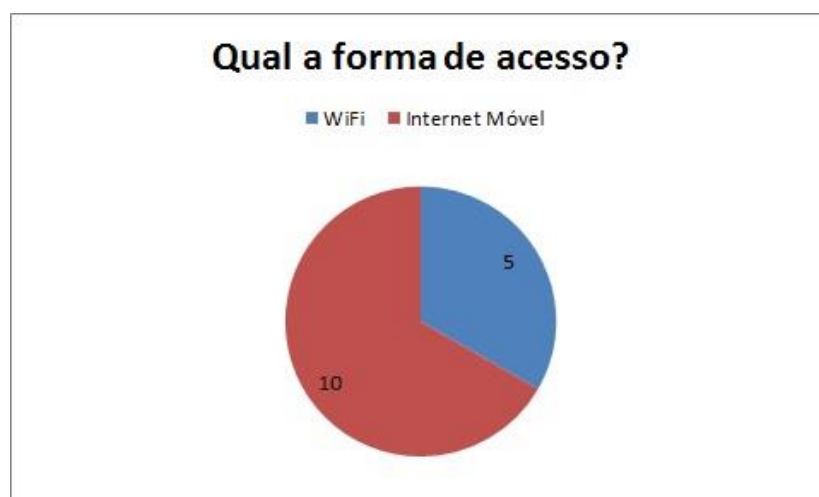
Propor melhorias para o web aplicativo a partir das respostas do questionário que foi realizado entre os meses de outubro e novembro de 2015, descrito no apêndice A.

3. RESULTADOS OBTIDOS

Entendemos a partir dos resultados que o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais obteve rejeição no seu desenvolvimento, principalmente no quesito funcionalidade, onde as pessoas pesquisadas falam sobre como a ferramenta trava facilmente e não consegue indicar a localização correta, na maioria das vezes, sendo assim, não alcança seu objetivo que é passar informação precisa ao turista. O mesmo, tem potencialidades para melhor satisfazer quem está o utilizando, basta por em prática algumas melhorias como a versão para download, manter as informações atualizadas, divulgar o aplicativo.

Descreve-se os resultados segundo o questionário nos gráficos abaixo:

GRAFICO 1 - Qual a forma de acesso?



Fonte: O Autor, 2015

Quando mais pessoas respondem que utilizaram internet móvel, não quer dizer que o acesso com ela é melhor, e sim que é possível utilizar o web aplicativo com internet móvel. Segundo um recente estudo realizado pela Travel Tech Consulting comprova uma nova tendência no turismo mundial, o viajante

sempre conectado. Esse indivíduo consome a nova mídia dos dispositivos móveis antes, durante e depois da experiência turística, conhecendo e compartilhando essa experiência através desses dispositivos. O que é um ponto positivo, já que ele pode ser acessado à qualquer lugar, indicando a localização para o turista enquanto o mesmo está viajando, sem ser necessário utilizar um ponto de WiFi.

GRÁFICO 2 - A tela inicial é prática?



Fonte: O Autor, 2015

É de extrema necessidade que a tela inicial de um meio informativo seja prática. Seja ele um site, aplicativo, ou web aplicativo. As pessoas os utilizam como meio de facilidade. Para isso, é de extrema importância que tanto a tela inicial quanto o restante do meio informativo funcione bem. A usabilidade é a “capacidade de um produto ser usado por usuários determinados para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso” (ISO 9241-11, 1998). Esse é o principal objetivo de um meio informativo: ser prático.

GRÁFICO 3 - Teve facilidade em escolher a cidade e o equipamento?



Fonte: O Autor,2015

A cidade e o equipamento são os principais acessórios do produto. É necessário que elas sejam acessadas facilmente. A maioria das pessoas respondeu que não teve facilidade em optar pela cidade e equipamento, quando questionadas sobre o motivo, todas disseram que ao escolher a cidade, o aplicativo travou, não podendo então escolher o equipamento, ou só o podendo escolher depois de atualizar a página.

GRÁFICO 4 -As informações em cada equipamento são úteis?



Fonte: O Autor,2015

É preciso que as informações contidas nas opções de acesso sejam úteis. Nessa questão, a maioria disse que sim, justificando que mesmo sendo simples, o web aplicativo é informativo.

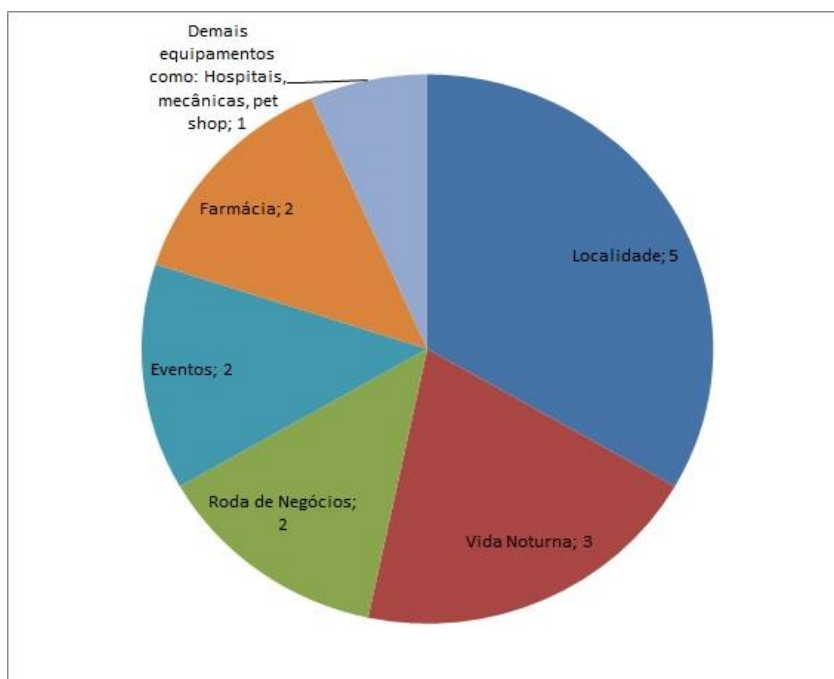
GRÁFICO 5 - Sentiu falta de algum produto?



Fonte: O Autor,2015

Essa questão é muito ampla. Existiam as opções de "sim", "não" e "qual", 100% das pessoas entrevistadas responderam que sentiram falta de algum produto específico, que foi dividido em categorias posteriormente.

GRÁFICO 6 - Quais produtos



Fonte: O Autor, 2015

As respostas se deram de acordo com as opções descritas no quadro acima: Farmácias, eventos, roda de negócios, localidade, vida noturna, e demais equipamentos como hospitais, mecânicas e pet shop. Podemos entender que existem vários pontos à melhorar no produto. A inclusão de mais opções de equipamentos é uma delas.

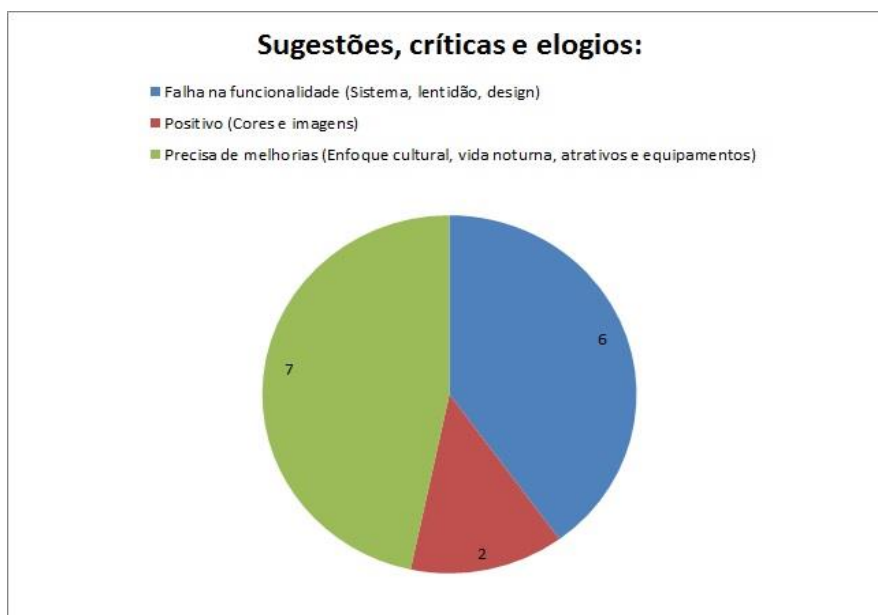
GRÁFICO 7 - Se o web aplicativo se tornasse um app, você o utilizaria?



Fonte: O Autor, 2015

Essa questão foi bastante negativa, pois mostra que o web aplicativo não seria utilizado novamente por maioria das pessoas que foram entrevistadas, pois em algum ponto o web aplicativo falhou durante o uso. Para tal erro não acontecer novamente é necessário mudanças como por exemplo, a disponibilização para download.

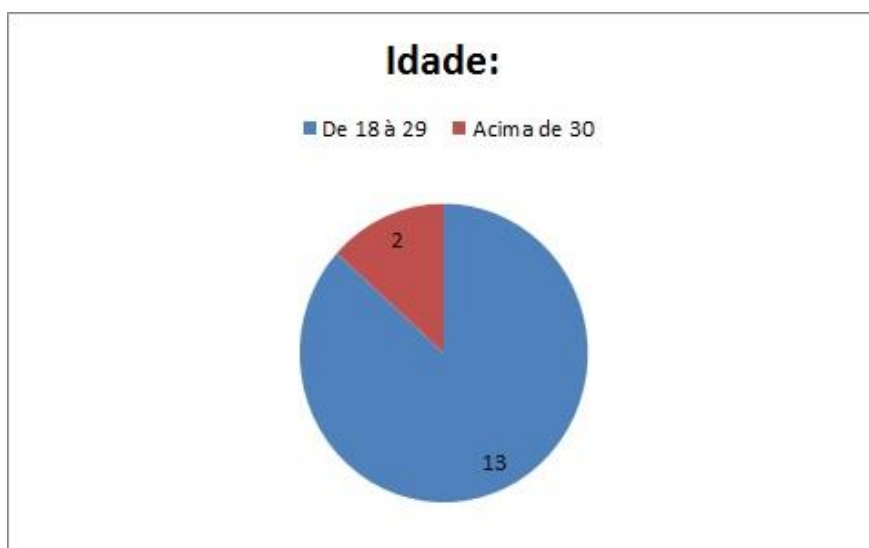
GRÁFICO 8 - Sugestões, críticas e elogios



Fonte: O Autor, 2015

Nessa questão, vemos que o o web aplicativo em geral precisa de melhorias no que se diz respeito à equipamentos, atrativos, enfoque cultural. No entender de Preece, Rogers e Sharp (2005, p. 41), para que se consiga atingir as expectativas do público alvo, na criação de aplicativos, o designer precisa observar e equilibrar os conceitos da usabilidade com os decorrentes das metas de experiência do usuário.

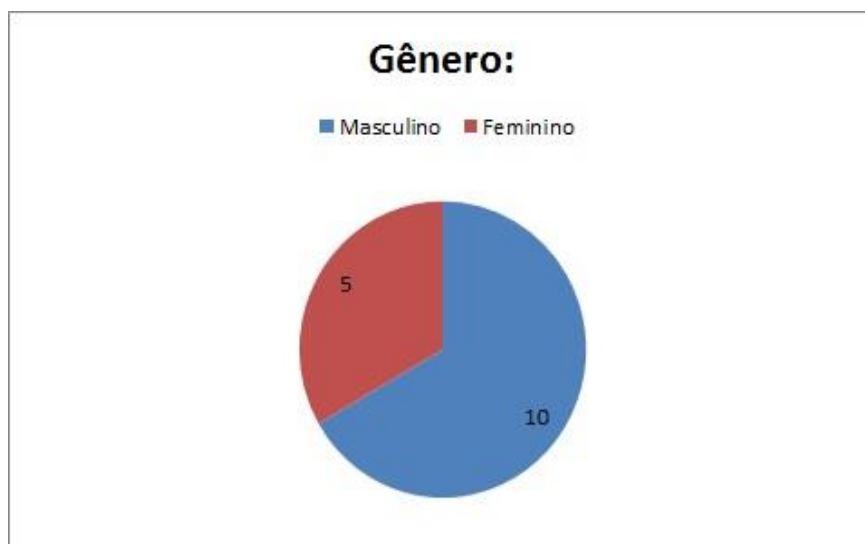
GRÁFICO 9 - IDADE



Fonte: O Autor,2015

Vemos nessa questão, que a maioria dos entrevistados têm idade entre 18 e 29 anos. São todos jovens/adultos e que usam os smartphones com mais frequência. Característica dessa geração.

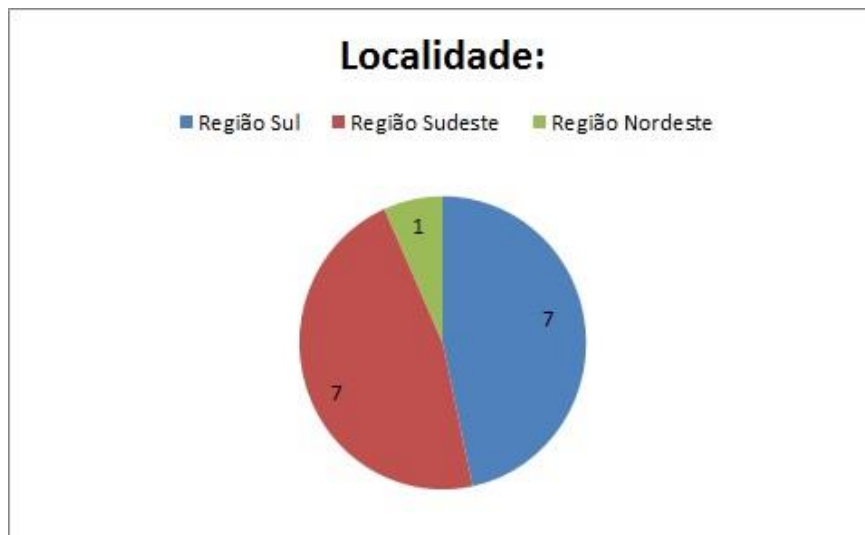
GRÁFICO 10 - GÊNERO



Fonte: O Autor,2015

Os entrevistados eram escolhidos aleatoriamente, de acordo com a observação do autor em ver quais pessoas estavam utilizando mais o smartphone. Sendo assim, nessa pesquisa a maioria foi do gênero masculino.

GÊNERO 11 - LOCALIDADE



Fonte: O Autor, 2015

Os entrevistados são da maioria das regiões sul e sudeste, porque os eventos em que foram aplicados os questionários são dessas regiões.

4. SUGESTÕES

Levando em consideração outros aplicativos da mesma área que fazem sucesso como o TripAdvisor, seria interessante incluir a opção do usuário colocar suas sugestões, críticas e elogios no aplicativo. Sendo assim, a equipe técnica poderia analisar o que está faltando, e no que pode melhorar.

Além disso, melhorar o design, incluindo mais itens regionais, valorizando assim as atratividades de Ponta Grossa e região. Dando enfoque nos pratos típicos e equipamentos e serviços que são oferecidos na região dos Campos Gerais. Abranger mais cidades, fazendo o aplicativo ter mais opções.

Incluir efeitos visuais e sonoros, assim, se atrai a atenção do usuário. Exemplo disso, são os aplicativos que usam visita em 360° ou músicas regionais.

Como visto nas respostas do questionário, os usuários sentem falta de equipamentos como hospitais, oficinas mecânicas, farmácias, pet shops, lojas de artesanatos entre outros. Para a versão final, seria necessário incluir itens como esse, que dão maior suporte ao turista.

Também para a versão final, seria necessário disponibilizar o máximo de plataformas para download, junto com uma grande promoção do aplicativo. Assim, teria mais chances do aplicativo obter um número relevante de downloads.

A partir disso, seria necessário a atualização diária, semanal e mensal do aplicativo. Atualizando com informações dos bares e restaurantes, promoções dos atrativos e demais opções. Existe também, a atualização do sistema, feita mensalmente pela equipe de desenvolvimento do aplicativo. Todo aplicativo precisa de atualizações de funcionalidade, pois o sistema operacional se atualiza frequentemente. Sem atualizações, o aplicativo começa a travar, e deixa de ser utilizado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É de tamanha importância ressaltar que o objeto de estudo dessa pesquisa não está em sua versão final. E sim em versão de teste, por isso é um Web aplicativo, que para seu funcionamento precisa do navegador de internet para funcionar.

Sendo assim, ele traz rejeição, pois as pessoas passam a entendê-lo como um site. E ele não deixa de ser. Quando é necessário estar conectado à rede móvel e utilizar o navegador, considera-se estar utilizando um site.

Por isso, optei em fazer a pesquisa para saber se era útil que os idealizadores o tornassem um aplicativo com download disponível. Os resultados por sua vez foram na sua maior parte negativos. De quinze pessoas entrevistadas, nove respondem que não utilizariam o Web Aplicativo caso ele se tornasse um aplicativo disponível para download.

Muitas das pessoas falam sobre a funcionalidade do web aplicativo, dizendo que o mesmo tem problemas no sistema como lentidão e localização incorreta. Alguns colocam melhorias nas suas respostas, como um enfoque nas atrações culturais, valorização da vida noturna e inclusão de equipamentos como farmácias, hospitais, oficinas mecânicas, pet shops entre outros.

Acredito que seria necessário que a equipe idealizadora, estudasse a ferramenta, para compreender se era mesmo esse resultado do web aplicativo que foi planejado. Pois talvez seja necessário um estudo mais aprofundado para entender o que precisa ser vendido dentro da ferramenta caso a mesma chegue na sua versão disponível para download.

Deixo minha pesquisa disponível para estudo para a equipe do Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau, para dar auxílio em um futuro estudo para melhoria do Web Aplicativo Descubra Campos Gerais.

REFERÊNCIAS

BETTONI, E. M. **A colaboração dos usuários na divulgação de destinos turísticos baseada no compartilhamento de dados geoprocessados.** Turismo & Sociedade, v. 2, n. 1, p. 64-89, 2009.

BIZ, Alexandre Augusto; NAKATANI, Marcia Shizue Massukado; PAVAN, Cecilia de Souza. **Análise da Gestão da Informação na Secretaria de Estado do Turismo do Paraná – SETU – PR,** Curitiba – Paraná, 2013

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico.** Bauru, SP: EDUSC, 2002.

GUIMARÃES, A. S.; BORGES, M. P. **E-turismo: Internet e Negócios do Turismo.** São Paulo: Cengage Learning. 2008

KIM, D.; PARK, J.; MORRISON, A. **A model of traveller acceptance of mobile technology.** International Journal of Tourism Research, v. 10, p. 393-407, 2008

SANTOS, J. A. dos; SANTOS, G. E. de O. **Uso de smartphones em viagens de turismo: análise do comportamento do mercado paulistano.** São Paulo, 2013

OXFORD DICTIONARIES ONLINE. 2013. **Oxford University press.** Disponível em: <<http://oxforddictionaries.com/definition/english/smartphone>>. Acesso em: 23/08/2015

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne, SHARP, Helen. **Design de interação: além da interação homem-computador.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

REZENDE, D.A. e ABREU, A.F. **Tecnologia da informação: aplicada a sistemas de informação empresariais.** São Paulo: Atlas. 2003.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Marketing Turístico: um enfoque promocional**. 8ª edição. Campinas, SP: Papirus, 2003.

VICENTIN, I. C.; HOPPEN, N. **Tecnologia da Informação aplicada aos negócios de Turismo no Brasil**. *Turismo - Visão e Ação*, Itajaí, v. 5, nº. 11, p.83-94, jan./ set. 2002.

WANG, D.; FESENMAIER, D. R. **Transforming the travel experience: the use of smartphones for travel**. In: CANTONI, L.; XIANG, Z. (Orgs.). **Information and Communication Technologies in Tourism 2013**. Heidelberg: Springer, 2013. p. 58-69.

**APÊNDICE A – Questionário sobre o Web Aplicativo Descubra Campos
Gerais**

1- Qual a forma de acesso?

WiFi Internet Móvel

2- A tela inicial é prática?

Sim Não

3- Teve facilidade em escolher a cidade e o equipamento?

Sim Não

4- As informações em cada equipamento são úteis?

Sim Não

5- Sentiu falta de algum item/produto?

Sim Não

6 - Se o Web Aplicativo Descubra Campos Gerais se tornasse um aplicativo disponível para download, você o utilizaria?

Sim Não

7- Qual sua opinião geral sobre o Web Aplicativo? (Elogios, críticas, sugestões)

8-Deixe seu contato para sanarmos dúvidas (Idade, gênero, cidade)

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
EDUARDO AFONSO GUZZO

USO DAS TECNOLOGIAS NO TURISMO: O CASO DO WEB APLICATIVO
DESCUBRA CAMPOS GERAIS - PARANÁ

PONTA GROSSA

2015