



11º Simpósio de Ensino de Graduação
A INTERNET E AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS NO TURISMO

Autor(es)

MARISELMA FERREIRA ZAINE
GUILHERME CAPELLO REZENDE BATISTA

Orientador(es)

MARISELMA FERREIRA ZAINE

Resumo Simplificado

O advento da internet, além de outras vantagens, possibilitou o surgimento de um novo meio de comercialização, denominado *e-commerce* ou comércio eletrônico, permitindo que as empresas viabilizem atributos superiores em produtos e serviços. O setor de turismo, por sua vez, também se encontra em ritmo de expansão e tem apresentado números expressivos em faturamento e número de turistas, tornando-se, hoje, um segmento muito importante na economia mundial. Assim, o trabalho teve como objetivo analisar a internet como oportunidade de negócios no setor do turismo, por meio do comércio eletrônico e da aplicação das tecnologias de informação. Para tanto, foram utilizados livros, artigos em periódicos, materiais disponibilizados em *sites* de instituições oficiais relacionadas ao tema abordado, caracterizando pesquisa bibliográfica e documental. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2012) registrou, para o ano de 2011, receita internacional de mais de US\$ 1 trilhão gerada pelo setor turístico, o que corresponde a cerca de 6% das exportações de bens e serviços no mundo, e mostra a importância do turismo na economia mundial nos dias atuais, sendo uma das poucas atividades que continua a crescer significativamente no cenário econômico mundial, apesar das incertezas provocadas pela crise econômica internacional. Dados apresentados anualmente pelo Banco Central demonstram que os gastos dos turistas brasileiros no exterior são bastante superiores aos efetuados por turistas estrangeiros no país, com diferença de US\$ 14,7 bilhões em 2011, o que não é saudável para o desempenho da economia brasileira. Em relação à origem desses turistas ao Brasil, no ano de 2010, a maior concentração foi de sul-americanos (46%), seguidos de europeus (31%), americanos (16%), das regiões da Ásia e Pacífico, com 5%, e 2% provenientes do continente africano. O setor turístico é um grande incorporador de tecnologia e seu crescimento está relacionado à capacidade de inovação, do uso da tecnologia e também da habilidade em gerenciar informações, aperfeiçoando a gestão, a comunicação e o atendimento ao turista, de modo que essa digitalização de todos os processos da cadeia de valor do turismo caracteriza um fenômeno que alguns autores denominam *e-tourism* ou e-turismo (GUIMARÃES; BORGES, 2008). O fato de a internet disponibilizar ao turista, quase todos os recursos necessários para o planejamento de sua viagem diretamente com as empresas responsáveis (companhias aéreas, hotéis, locadoras de automóveis, atrações turísticas), praticamente eliminou os intermediários na negociação dos serviços turísticos. Como conclusão, concorda-se com Guimarães e Borges (2008), de que as mudanças geradas pela utilização da internet no turismo criaram um novo ambiente de negócios para as empresas do ramo, possibilitando estreitar as relações com seus clientes e desenvolver diversas formas de marketing e negócios no ambiente virtual. Conclui-se, ainda que, em termos econômicos, o turismo receptivo no Brasil apresenta resultados positivos nos últimos anos, com expectativa de crescimento ainda maior para os próximos anos, tendo em vista a realização de importantes eventos internacionais como a Jornada Mundial da Juventude, em 2013; a Copa do Mundo, em 2014, e as Olimpíadas no Rio de Janeiro, em 2016.