

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES VIA QR-CODES EM AEROPORTOS BRASILEIROS: A EXPERIÊNCIA DO MAPTOUR-IG.

Janaina Cardoso de Mello

Mestranda em Turismo (Instituto Federal de Sergipe-IFS) sob orientação da Profa. Dra. Fabiana Faxina (IFS); Doutora em História Social (UFRJ); Professora Adjunta III na Universidade Federal de Sergipe (UFS); Membro do Centro de Inovação e Transferência Tecnológica (CINTTEC-UFS), Coordenadora da área de Ciências Humanas e Sociais, Letras e Artes da Comissão Coordenadora do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação - PIBITI (COMPIBITI) da Universidade Federal de Sergipe, durante a gestão 2015/2017 e 2017/2019; Vice-coordenadora da área de Ciências Humanas e Sociais, Letras e Artes da Comissão de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia (COMPITEC) da UFS durante a gestão 2015/2017 e 2017/2019.

A pesquisa parte da criação de um aplicativo (MAPTOUR) capaz de colocar em rede como atrativos turísticos nacionais treze bens culturais certificados com Indicações Geográficas (IGs) via QR Codes aplicados em seis aeroportos. Compreendendo a roteirização do DTI estão: a Renda Irlandesa (SE), a Renda Renascença do Cariri Paraibano (PB), os Doces de Pelotas (RS), as Panelas de Goiabeiras (ES), o artesanato em Capim Dourado do Jalapão (TO), os vinhos do Vale dos Vinhedos (RS), as peças em estanho de São João Del Rei (MG), o Bordado Filé das Lagoas de Mundaú - Manguaba (AL), as Opalas preciosas de Pedro II e jóias artesanais de opalas de Teresina (PI), a Cajuína (PI), os vinhos tinto, branco e espumantes de Pinto Bandeira (RS), os Biscoitos de São Tiago (MG) e o Queijo do Serro (MG). O marketing digital aplicado aos atrativos turísticos singulares agrega um impulso significativo no potencial comercial do local destacado. Ao difundir um destino turístico inteligente com IG observa-se a oferta de uma experiência diferencial ao público visitante e viajante, além da valorização de bens materiais e imateriais tanto para a comunidade local em sua representatividade econômica e sustentável. A análise quantitativa e qualitativa de fluxo poderá responder a médio e a longo prazo: Houve um aumento das visitas a esses espaços após a implantação do MAPTOUR? Quais características diferenciam aqueles espaços de outros DTIs? Quais sentidos ou sentimentos podem ser transmitidos para quem os visita? Quais as influências humanas, naturais ou sociais contribuem para o diferencial no produto turístico inteligente final? Que segmentos melhor se adequam a esse destino inteligente das IGs? Como melhorar aquele destino de IGs para turistas e residentes? Pretende-se, com o apoio da Infraero e MTur, consolidar a plotagem dos QR Codes nos aeroportos em 18 meses.

Palavras-chave: DTI; QR Code; IG.

Referências: 3BITS BLOG (2012). Portugal tem o primeiro QR Code feito em uma calçada. Disponível em: <<http://3bits.net/2012/portugal-tem-o-primeiro-qr-code-feito-em-uma-calçada/>>, Acesso em: 12/02/2016. Cata, T., Patel, P. S. & Sakaguchi, T (2013). QR Code: A New Opportunity for Effective Mobile Marketing. Journal of Mobile Technologies, Knowledge and Society. Vol.13. Dias, R. & Cassar, M. (2005). Fundamentos de Marketing Turístico. São Paulo: Pearson Prentice Hall. Diretoria de Planejamento e Gestão Estratégica - DG; Superintendência de Desenvolvimento Aeroportuário - DGDR; Gerência de Estudos de Capacidade e Demanda - DRCD (2016). Infraero: Anuário Estatístico Operacional/ 2015. Brasília: Infraero. Dullius, P. R. (2009). Indicações Geográficas para o desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul. Dissertação de Mestrado. Santa Maria, RS: Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural. Herranz, F. J. B. (2015). Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes. Madrid: Lideditorial.com/Biblioteca Autran. Khanna, R. & Kaur, H. (2017). Smart Cities - The Future of World. International Journal of Advanced Research in Computer Science, 8 (4), May 2017 (Special Issue),95-99. Morales, M. (2017). Estudio de la usabilidad de la tecnología de Internet en el turismo receptivo en Lima-Peru. Tecnia, [S.l.], v. 23, n. 1, p. 41-50, feb. ISSN 0375-7765. Disponível em: <<http://www.revistas.uni.edu.pe/index.php/tecnia/article/view/100>>. Acesso em: 09/04/2017. Muñoz, A. L. A. & Sánchez, S. G (2015). Destinos Turísticos Inteligentes. Economía industrial, 395, 2015: 61-69. Ramos, A. S. M., Mendes Filho, L. A. M. & Lobianco, M. M. L. (2017). Sistemas e tecnologia da informação no Turismo. Um enfoque gerencial. Curitiba: Ed. Prismas. SEBRAE & INPI (2017). Indicação Geográfica. Sinais distintivos coletivos. Proteja sua região. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b74012230b8bc7857e72bafed82a4388/\\$File/5615.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b74012230b8bc7857e72bafed82a4388/$File/5615.pdf), Acesso em: 20/01/2017. Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República (2013). Infraero: 40 anos servindo pessoas, empresas e o Brasil. Brasília: Gráfica Aquarela. Sousa, A. S. B. T. (2014). Uso do QR Code no marketing digital: a perspectiva do utilizador português. Dissertação de Mestrado em Marketing Digital. Porto: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto; Instituto Politécnico do Porto. Xiang, Z., Tussyadiah, I. & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. Journal of Destination Marketing & Management, 4(3), 143-144.