

Tecnologia como Propulsora do Marketing: Desenvolvimento de Aplicativo de Realidade Virtual para Potencializar a Experiência Turística

Valdislene da Silva Santos¹

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio²

Jaime José da Silveira Barros Medeiros³

José Augusto Andrade Filho⁴

Resumo

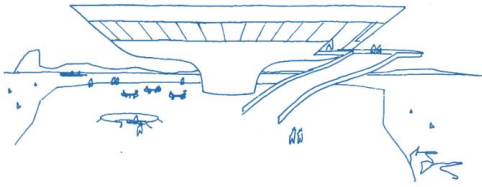
Cada vez mais, estratégias de marketing têm sido desenvolvidas no campo do Turismo com o objetivo de atrair, converter, reter e entreter turistas nos destinos. Logo, é importante ao marketing a identificação das exigências de mercado e, principalmente, o aperfeiçoamento da oferta turística em busca de atualização às novas demandas. Neste cenário, a inovação, sobretudo, as inovações tecnológicas, têm sido utilizadas como importantes elementos para atender a tais demandas e como meio propulsor das estratégias de marketing visando melhorar a competitividade dos destinos. Esse estudo tem por objetivo geral apresentar o processo investigativo acerca das temáticas: marketing turístico e inovação tecnológica que culminou no desenvolvimento de uma ferramenta tecnológica: um aplicativo de realidade virtual denominado TourView 360°, ferramenta de divulgação de atrativos turísticos e de aprimoramento da experiência do turista no destino. Para a dimensão teórica da pesquisa, os procedimentos metodológicos adotados foram: investigação qualitativa por fontes bibliográficas em importantes bases de pesquisa como: *Web of Science*, *Scielo*, *Directory of Open Access Journals*, *Scopus da Elsevier*, plataforma *Google Scholar* e etc.; e, prospecção tecnológica na base do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), *Intellectual Property Organization* (WIPO) e *SpaceNet*, com isso gerou-se o marco teórico que evidenciou lacunas teóricas no campo de pesquisa proposto, subsidiou o desenvolvimento dos requisitos e todos os atributos constitutivos do aplicativo. Para o desenvolvimento efetivo do aplicativo TourView360° foi utilizada a modelagem *Scrum Framework* devido ao seu caráter dinâmico e adaptativo para o desenvolvimento de produtos. Quanto aos resultados teóricos, confirma-se a importância do uso da tecnologia para aprimorar os recursos de marketing no Turismo. Nas bases do INPI, WIPO e SPACENET foram identificados guias virtuais e games turísticos, no entanto, tecnologias interativas de realidade virtual para a promoção de ofertas turísticas em pleno funcionamento e registradas são incipientes. Em relação ao produto

¹ Doutoranda em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). <http://lattes.cnpq.br/7157465903594340>. E-mail: lene.silva.tur@gmail.com. O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (FAPITEC) – Edital 07/2018.

² Doutoranda em Turismo. Universidade de São Paulo (USP). <https://lattes.cnpq.br/0252695316782293>. E-mail: elianeavelina@usp.br.

³ Doutor em Engenharia Agrícola para Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Professor efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS). <http://lattes.cnpq.br/2721668400307909>. E-mail: jaimesbn@gmail.com.

⁴ Doutor em Ciência da Computação pela Universidade de São Paulo (USP). Professor efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe (IFS). <http://lattes.cnpq.br/5167675629028279>. augustoa@gmail.com.



XX SEMINÁRIO ANPTUR

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA TURISMO E HOSPITALIDADE NO BRASIL

tecnológico desenvolvido, apresenta-se os principais atributos e funcionalidades do TourView 360°, suas interfaces, requisitos, configurações de usabilidade e modelagem final.

Palavras-chave: marketing turístico; tecnologia; realidade virtual; desenvolvimento de aplicativo.