O turismo e as inovações tecnológicas

2006. Ano 3 . Edição 21 - 4/4/2006

Márcia da Mota Darós

A indústria do turismo é intensiva em informação. Assim sendo, o acesso a um sistema de informações confiável e preciso é essencial para auxiliar os viajantes a escolher os melhores produtos, bem como para a eficiente operação do mercado turístico. Ademais, um método eficaz de comunicação é indispensável em cada etapa da comercialização. São várias as tecnologias da informação (TI) utilizadas no mercado turístico. Aqui serão abordadas apenas duas: a Internet e os *Global Distribution Systems* (GDS), imensos sistemas que concentram boa parte das referências desse mercado. Os quatro maiores GDS (Sabre, Amadeus, Galileo e Worldspan) detêm cerca de 90% das informações globais sobre passagens, locadoras de carros, hotéis, cruzeiros etc.

Os GDS são responsáveis por disponibilizar dados dos fornecedores de produtos e serviços turísticos tanto para outros fornecedores (agências de viagem) como para o consumidor final (de lazer ou de negócios). Essas informações, apresentadas por meio eletrônico, por exemplo, permitem a uma agência organizar seus produtos, torná-los acessíveis à venda, reduzir custos, aumentar o número de transações, simplificar e acelerar processos. Além dos GDS, a Internet - ao permitir que os consumidores finais, sem necessidade de intermediação, façam suas reservas e emitam bilhetes - impôs nova forma de entrega dos produtos, reduziu os custos de distribuição e mudou a configuração do mercado.

Mesmo que de modo diferenciado, todas as funções (notadamente marketing, vendas e distribuição) e atores da cadeia de turismo têm sido afetados pelas inovações. A Internet facilitou o surgimento de companhias aéreas*low-cost/low-fare*, que trabalham com tarifas mais baratas, e das agências de viagem que operam exclusivamente pela rede. Ao mesmo tempo exigiu uma redefinição das novas estratégias a serem adotadas pelos tradicionais atores da indústria. Se antes da Internet os processos eram controlados pelos fornecedores de produtos e serviços (agências, companhias aéreas, hotéis, operadoras de turismo, locadoras de veículos etc.), com essa e outras soluções tecnológicas o consumidor final adquiriu papel primordial na escolha e no controle dos produtos, dos processos de reserva e de compra.

"Os quatro maiores Global Distribution Systems (GDS), Sabre, Amadeus, Galileo e Worldspan, detêm cerca de 90% das informações globais sobre passagens, locadoras de carros, hotéis, cruzeiros etc. O Brasil precisa divulgar melhor seus produtos turísticos na Internet e nos GDS"

As soluções tecnológicas, aliadas ao maior controle dos consumidores, implicaram a adoção de estratégias inovadoras pelo mercado: criação de novos conceitos de serviços, novos modos de distribuição e entrega dos produtos turísticos, novas parcerias

Business2Business em pesquisa e desenvolvimento (P&D) de produtos e processos, investimentos em TI e novas exigências de capacitação de recursos humanos (RH). As mudanças no ambiente microeconômico, aliadas ao novo cenário mundial (caracterizado por desregulamentação, redução das comissões e não-intermediação), representam grandes desafios para o maior desenvolvimento do turismo brasileiro.

Nesse contexto, duas medidas merecem atenção:

- O mercado turístico, considerado pouco inovador no país, precisa de estratégias ofensivas para tornar-se mais competitivo e dinâmico com investimentos em TI; cooperação empresarial; novas estratégias de vendas, marketing e capacitação.
- No âmbito dos governos (municipal, estadual e federal), caberia melhor conhecimento da cadeia de valor e da dinâmica desse mercado pelos administradores públicos; implementação de políticas para melhorar a infra-estrutura interna, como a capacitação de pessoas;melhores estratégias de divulgação dos produtos turísticos brasileiros na internet e nos GDS; estratégias articuladas de marketing; e investimentos em TI para o turismo.

Márcia da Mota Darós é doutoranda em Turismo pela Merit/United Nations University, na Holanda, e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)

Copyright © 2007 - DESAFIOS DO DESENVOLVIMENTO
É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação sem autorização.
Revista Desafios do Desenvolvimento - SBS, Quadra 01, Edifício BNDES, sala 1515 - Brasília - DF - Fone: (61) 2026-5334