

O Comércio Eletrônico e o Turismo ¹

Daene Silva de Morais Lima ²

Resumo expandido:

O referido artigo foi desenvolvido através de uma proposta de dissertação para o mestrado do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Nos dias atuais, o Comércio Eletrônico tornou-se uma tendência mercadológica, e está cada vez mais interrelacionado com o turismo, através da comercialização de produtos e serviços do setor, sendo o advento da globalização o que impulsionou o processo, o desenvolvimento e a inovação das Tecnologias da Informação e Comunicação (Silva e Mendes Filho, 2014). Nesse contexto, a troca de informação passou a ser instantânea, e a internet tornou-se um veículo de distribuição imediata, que permite a interatividade no processo de comunicação (Beni, 2017). Os serviços relacionados com o turismo são intangíveis, inseparáveis, heterogêneos e perecíveis, e no atual cenário mercadológico, as empresas que trabalham direta ou indiretamente com o turismo, se adequam a métodos inovadores em busca de posicionamento no mercado competitivo. O Comércio Eletrônico é uma tendência no turismo, que conforme o Relatório Conversion do E-Commerce Brasileiro 2016, a categoria de viagens atingiu o maior volume de vendas (15,03%), com faturamento de R\$ 10,48 bilhões (Panrotas, 2016). O novo cenário tecnológico, impulsionou a comercialização dos produtos e serviços turísticos, através da inserção das Tecnologias da Informação e Comunicação, e nesse contexto, as ferramentas virtuais influenciam na escolha do destino a ser visitado, possibilitando maior autonomia ao consumidor no planejamento das viagens (Lima e Mendes Filho, 2017). Com isso, pode-se afirmar que a comercialização dos produtos e serviços turísticos através do Comércio Eletrônico, vem se destacando com um crescimento notório, possibilitando maior competitividade, e ao turista, a conveniência na pesquisa. A internet é uma ferramenta que contribui para convergir, encontrar, organizar, classificar, conectar e comercializar os serviços prestados, possibilitando assim, alcançar o maior número de clientes, e por consequência, o aumento de forma significativa na produtividade das vendas. (Beni, 2017). Diante do exposto, qual a contribuição da internet para divulgar os destinos turísticos? Nota-se que os serviços oferecidos através da Internet podem ser acessados de forma ininterruptos, podendo ser conectados durante 24 horas por dia, independente de ser dia útil ou não, expandindo as atividades durante 365 dias por ano. O referido estudo tem como objetivo, incidir sobre a influência da Internet na aquisição de produtos e serviços. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como um ensaio teórico, de caráter exploratório com abordagem qualitativa, realizada através de revisão bibliográfica e utilização de fontes de dados secundários. As ferramentas virtuais são ferramentas importantes para divulgação de novos destinos turísticos, e

¹ Trabalho apresentado no II Simpósio Internacional de Gestão da Comunicação, Cultura e Turismo (SINCULT 2017), realizado em Salvador, Bahia, Brasil, de 30 de novembro a 02 de dezembro de 2017.

² Mestranda em Turismo, PPGTUR/UFRN. Natal/RN. E-mail: daenesmorais@hotmail.com



essencial para consolidar os destinos já existentes, contribuindo com o desenvolvimento da atividade turística. Conclui-se com a pesquisa, que o Comércio Eletrônico é uma excelente estratégia para contribuir com a comercialização dos produtos e serviços turísticos.

Referências

BENI, M. C. **Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada.** A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de Turismo: e-Tourism. São Paulo: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, jul. 2017.

LIMA, D. S. M.; MENDES FILHO, L. A. **Ferramentas virtuais na comercialização de serviços turísticos nas agências de viagens virtuais.** In: XXII SEMINÁRIO DE PESQUISA DO CCSA. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2017.

PANROTAS. **Turismo alavanca vendas no e-commerce em 2016.** Disponível em: <http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2016/04/turismo-alavanca-nbspvendas-no-e-commerce-em-2016_125155.html>. Acesso em: 24 set. 2017.

SILVA, L. P.; MENDES FILHO, L. **Contribuições das tecnologias de informação e comunicação para os serviços: uma análise sobre a percepção dos gestores dos restaurantes de Natal – RN.** In: XIX SEMINÁRIO DE PESQUISA DO CCSA. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2014.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico; Produtos e Serviços Turísticos; Tecnologias da Informação e Comunicação.