

**Tecnologia da Informação no planejamento de viagens e turismo:  
análise do uso de aplicativos**

DOI: 10.2436/20.8070.01.169

**Fernanda Imaculada Barroso Veríssimo e Rodrigues**

Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN),  
Brasil.

e-mail: [fehrodrrigues.turismo@gmail.com](mailto:fehrodrrigues.turismo@gmail.com)

**Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre**

Doutor em Engenharia de Produção (COPPE-UFRJ), Brasil  
Professor na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Brasil.

E-mail: [mauro\\_alx@yahoo.com.br](mailto:mauro_alx@yahoo.com.br)

**Resumo**

O objetivo dessa pesquisa é analisar as características de aplicativos que auxiliam o turista no planejamento de viagem. Atualmente, é crescente o número de usuários dessa ferramenta em diferentes atividades, inclusive no turismo. Eles têm modificado a relação entre os agentes envolvidos com o desenvolvimento e prática do turismo. De acordo com o objeto de estudo, a pesquisa é de abordagem qualitativa com o intuito de produzir informações sobre o tema analisado. O universo da pesquisa constitui-se dos dados disponíveis na *play store* sobre aplicativos de hospedagem. A coleta de dados, inicialmente foi realizada através do termo de busca “hospedagem” e teve um retorno de onze (11) apps, nos quais, posteriormente, foi realizada uma análise *online* dos que obtiveram maior nota dada pelo usuário. Constata-se que no universo de 11 app, os dois selecionados na pesquisa atendem em escala mundial e aceitam como forma de pagamento diversos tipos de moeda sendo, portanto, uma facilidade advinda da globalização dos serviços disponíveis na rede. Compreende-se que o serviço de hospedagem obteve benefícios com as novas tecnologias em relação ao relacionamento com o consumidor. Percebe-se que eles funcionam como intermediador entre clientes e fornecedores. Além da hospedagem, oferecem serviços de aluguel de veículos e passeios durante a estadia. Constata-se que são aplicativos com alta taxa de downloads. Essa análise mostra que o advento da internet facilita a comunicação e interação entre indivíduos e organizações de diferentes localidades geográficas. Ela apresenta-se como intermediadora dos serviços que são oferecidos aos turistas. Conclui-se que o uso dos smartphones são parte desse processo de comunicação entre consumidor e fornecedor de serviços turísticos e que a tecnologia da informação e comunicação (TIC) é um agente desencadeador dessas mudanças.

**Palavras-chave:** TIC. Internet. Aplicativos. Turismo. Viagens.

## 1 INTRODUÇÃO

A tecnologia da informação e comunicação - TIC altera a forma da sociedade comunicar-se e interagir em diferentes âmbitos. O avanço tecnológico percebido nos últimos tempos coloca em discussão como a *internet* influencia a vida dos indivíduos. Esses avanços têm modificado diferentes serviços, inclusive os turísticos. Mudanças têm ocorrido nos procedimentos das organizações e no comportamento do turista. Estudos já realizados demonstram que o uso da *internet* pelas empresas do *trade* turístico, servem como auxílio no planejamento e execução de processos das organizações.

No entanto, as novas ferramentas tecnológicas também servem como apoio para os turistas durante uma viagem. Através de *sites* de pesquisas na *internet*, é possível planejar e utilizar esses recursos em todas as etapas da viagem. Dentro desse contexto de mudanças, surgem os aplicativos - app. São ferramentas que auxiliam os usuários no desempenho de diferentes tarefas e procedimentos sem a necessidade de acesso a sites ou outros meios de comunicação e informação. O uso de app se deu atrelado ao desenvolvimento da telefonia móvel que acarretou em uma maior liberdade comunicacional, permitindo que o usuário tenha acesso a informações em tempo real com o smartphone conectado a uma rede (BIZ, NEVES E BETTONI, 2014)

O uso das TICs no turismo têm sido objeto de estudo de pesquisas em universidades pelo seu caráter inovador que influencia a dinâmica da informação e comunicação na atividade turística. As pesquisas que tratam o turismo e as TICs abordam a organização do setor enquanto uma atividade que tem tido um crescimento expressivo mundialmente. Após busca realizada com os termos “turismo” e “tecnologia da informação e comunicação” nas bases de dados OASISBR - Portal Brasileiro de Publicações Científicas, BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e Periódicos Capes, obteve-se documentos que tratam essa temática em consonância com os setores que envolve o turismo. Na base de pesquisa OASISBR o retorno foi de 67 dissertações, 05 teses e 22 artigos. Na BDTD estão disponíveis para acesso 13 dissertações e 02 teses e na plataforma da Capes – Periódicos Capes – encontra-se 19 artigos dentro dessa temática. São estudos que demonstram como a área do turismo atrelada a tecnologia se comporta diante da velocidade de informações disponíveis na rede. São áreas dinâmicas que requer pesquisas constantes para acompanhar o desenvolvimento do setor. Essas plataformas de busca são de acesso livre pelos leitores/pesquisadores e servem de embasamento para diversos temas de estudo.

O turismo é uma atividade que se desenvolveu a medida que as viagens se tornaram parte da vida dos indivíduos. E a tecnologia como facilitadora desse processo apresentou novos meios de transportes que agregou valor ao desenvolvimento do turismo. Estudo realizado pela Organização Mundial do Turismo - OMT já apontava alguns fatores que iam influenciar o turismo até o ano de 2020 e dentre eles o desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação e dos transportes. O que vai de encontro as colocações de Jonh Urry (1996), que já previa que o avanço tecnológico seria um fator influenciador desse fenômeno futuramente.

As novas tecnologias contribuíram para o crescimento do turismo. De acordo com pesquisa do site *TripAdvisor* (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015), o uso dos

*smartphones* pelos viajantes é uma realidade crescente. O estudo, apresenta que no Brasil, 59% dos brasileiros utilizam os aparelhos móveis durante a viagem, seja para planejar ou reservar serviços. A posição do país é a terceira no *ranking*, que fica atrás somente da China e da Tailândia. Os turistas que utilizam os aparelhos móveis durante as viagens são chamados de “viajantes móveis”.

A tecnologia é de fato uma inovação que permite a interação entre as organizações e com o turista. Para compreender essa relação, pretende-se nesse estudo abordar os temas turismo e TIC. De forma mais específica, objetiva-se aprofundar discussões sobre o uso de aplicativos pelos turistas atrelado ao crescente uso de *smartphones* pela sociedade no geral. Para Xiang, Wang, O’Leary e Fesenmaier (2015) a *web 2.0* funciona como uma plataforma de interação e co-produção de conteúdo que permite atualização de dados em tempo real. Para o usuário, a participação e interação na rede possibilita um rol de alcance e troca de informações de acordo com os interesses de viagem de cada turista (XIANG, WANG, O’LEARY e FESENMAIER, 2015).

Os aplicativos, de acordo com Siqueira e Oliveira (2018, p.203) podem “contribuir para melhorar a experiência dos visitantes”, pois sendo o turista um consumidor adaptado ao uso dessas novas tecnologias, eles utilizam o app desde o local de origem, para buscas em relação ao destino (informações turísticas, locais de hospedagem, pontos turísticos e restaurantes) e também no destino para se movimentar dentro dele (aplicativo de transporte, rotas, localização, dentre outras funções).

Essa pesquisa é de abordagem qualitativa com análise descritiva do conteúdo disponível na plataforma. O estudo busca delinear as discussões que envolve a temática do uso da internet no turismo e analisar o conteúdo de aplicativos que facilitam a hospedagem de turistas. Sobre a influência das ferramentas tecnológicas nos serviços turísticos, destaca-se as abordagens de autores como Beni (2017), Costa, Araújo e Perinotto (2019), Guimarães e Borges (2008), Hassan (2011), Quevedo (2007), Rossi e Ramos (2019), Vicentin e Hoppen (2003), Buhalis (2000) e Buhalis e Law (2008). Já com relação ao uso de aplicativos e a internet pelo turista em viagens, tem-se nesse estudo as pesquisas de Mendes Filho, Batista, Cacho e Soares (2017), Xiang, Wang, O’Leary e Fesenmaier (2015), Siqueira e Oliveira (2018), Biz, Neves e Bettoni (2014), Maranhão, Brandão e Gonçalves (2019), Mendes Filho, Batista, Cacho, Soares (2017). Atualmente, observa-se o aumento de aplicativos criados para facilitar o acesso dos usuários a produtos e serviços. Para Xiang, Wang, O’Leary e Fesenmaier (2015), “o desenvolvimento da *internet* permitiu novos modelos de negócios que fomentaram as mudanças na vida social”. Dessa forma, a questão norteadora do presente estudo é analisar como as novas tecnologias através do acesso aos aplicativos tem modificado a relação dos turistas e prestadores de serviços turísticos.

Dentro dessa perspectiva de análise, o objetivo deste estudo é analisar as características de aplicativos que auxiliam o turista no planejamento de viagem. Para tanto, os objetivos específicos são apontar quais aplicativos os turistas utilizam em suas viagens ao procurar por hospedagem na *play store*, a loja oficial de aplicativos do sistema operacional *Android*, em seguida analisar e descrever o conteúdo desses aplicativos e por fim, como eles são apresentados aos turistas, sabendo que as possibilidades de comunicação entre a sociedade alteraram-se com o advento da *internet*.

Nesse sentido, essa pesquisa justifica-se pelo fato de que o acesso à tecnologia facilita o planejamento da viagem e auxilia o processo de tomada de decisão do turista. Biz, Neves e Bettoni (2014) colocam que o uso de aplicativos tem sido considerado pelos turistas no processo de tomada de decisão da compra de um serviço turístico.

Mendes Filho, Batista, Cacho e Soares (2017) afirmam que o comportamento do consumidor, frente ao avanço das tecnologias, tem transformado a experiência dos turistas em suas viagens.

O texto está dividido em quatro partes. A primeira, introdução, na qual são apresentados o tema de estudo dessa pesquisa com os objetivos geral e específicos e a justificativa. Na segunda parte, referencial teórico, apresenta-se a revisão das principais temáticas abordadas nesse estudo para a compreensão do objeto pesquisado. Já na terceira parte, procedimentos metodológicos, traz-se como foi realizada a pesquisa, métodos e procedimentos que foram utilizados para coletar e analisar os dados. Na quarta parte, apresenta-se a análise e discussão dos resultados. Ao final, as considerações finais sobre o tema abordado.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 O turismo e o desenvolvimento da informação e comunicação turística

O desenvolvimento das viagens está atrelado a necessidade de deslocamento dos indivíduos para relacionar-se com pessoas e culturas distintas. E o crescimento do setor turístico, atrelado aos avanços tecnológicos possibilitaram que esses deslocamentos pudessem ser realizados de maneira mais rápida e planejada. A internet e o uso de novas ferramentas tecnológicas nos aparelhos móveis facilitaram o fluxo de turistas entre os destinos.

Esses deslocamentos culminam na relação entre culturas, trocas de experiências entre os indivíduos e novas formas de pensar. Cria-se novos valores e conhecimento do outro (ASSUNÇÃO, 2012). Contudo, as viagens modificaram-se com o passar dos anos. O avanço técnico em instrumentos como bússola, astrolábio e navios foram responsáveis pela alteração no formato dos deslocamentos vivenciado até então (ASSUNÇÃO, 2012). A inovação tecnológica influencia desde então, o deslocamento do indivíduo. Ela é responsável por proporcionar mudanças nos equipamentos e ferramentas utilizadas pelos viajantes, auxiliar a localização e comunicação.

O ato de viajar coloca em um mesmo ambiente os modos de vida de quem mora na comunidade e de quem chega para visitar. Esse contato gera valores e relações positivas ou negativas, dependendo da forma como é feito. Com isso, surge uma nova visão sobre viagens. Elas passam a ser reconhecidas como necessária à sociedade. Em uma viagem existe entre o visitante e o visitado a troca de conhecimento, informação, interação e de experiência (ASSUNÇÃO, 2012). O acesso a informações conectou o mercado de viagens (VICENTIN, HOPPEN, 2003). Todos os atores envolvidos com o turismo se comunicam de alguma forma. E a tecnologia da informação trouxe as ferramentas que modificam esse acesso a informação no setor turístico.

A medida que as viagens eram realizadas, os relatos dos primeiros viajantes estimulavam outras pessoas a viajar. Posteriormente, com a Revolução Industrial, tiveram-se os avanços na economia, na sociedade e na tecnologia. Os meios de transportes inovaram-se e a construção de estradas de ferro e a navegação a vapor deram novos significados as viagens da população. Elas passaram a ser mais rápidas e confortáveis (ASSUNÇÃO, 2012). E diante das inovações e desenvolvimento da sociedade, essas viagens foram cada vez mais sendo praticadas. O século XIX foi, segundo Dias (2013), a referência do desenvolvimento do turismo conhecido atualmente. Para o autor, “os avanços tecnológicos que proporcionaram a Revolução

Industrial também contribuíram para a facilitação das viagens, ampliando o público em condições de realizá-las” (DIAS, 2013, p. 34).

Todavia, o surgimento do automóvel no início do século XX é outro fator que pode ser considerado para o aumento do número de viajantes. Os avanços tecnológicos contribuíram para que ele fosse um meio de transporte utilizado para as atividades turísticas entre as décadas de 20 e 40 (DIAS, 2013). Segundo esse mesmo autor, a globalização expressa pela revolução científica tecnológica, apresenta fatores econômicos, tecnológicos, culturais e políticos importantes para a contribuição da expansão do turismo (DIAS, 2013). As cidades, com a atividade turística passam a desenvolver-se economicamente e empresas voltadas ao setor são criadas para atender a demanda de turistas. Essas mudanças alteram a dinâmica local da população.

A organização do turismo enquanto uma atividade que altera a dinâmica das cidades foi transformada à medida que o desenvolvimento tecnológico modifica a forma de comunicação entre as partes. E as TIC são responsáveis por essas mudanças. Jonh Urry (1996) destaca que, o desenvolvimento tecnológico seria responsável pela modificação da comunicação e informação no sistema turístico. E a TI é a ferramenta de transformação dos negócios ligados ao turismo (VICENTIN E HOPPEN, 2003).

A globalização é um fator que contribuiu para que as viagens fossem mais acessíveis. Os avanços percebidos na tecnologia dos transportes e nas comunicações diminuíram as barreiras físicas, proporcionando maior acesso das pessoas a produtos e serviços, dentre eles, os turísticos (BENI, 2011). As novas tecnologias disponíveis nos destinos emissores e receptores alteram a forma de relacionamento entre produtor e consumidor do turismo. Os serviços ficam mais acessíveis ao passo de serem contratados pela internet, pelo próprio turista, sem a necessidade de intermediação. A realização dos processos através do uso da internet dinamizou o acesso aos serviços turísticos para todos os envolvidos com o turismo.

Os consumidores, por sua vez, modificam sua forma de consumo. As empresas passam a observar a necessidade de adequação de suas atividades para atender o novo consumidor. O acesso a informações sobre uma viagem passa a ser realizado independentemente da localização geográfica entre fornecedor e consumidor e isso reverbera no volume de elementos que a empresa precisa mobilizar para atender as necessidades desse turista. Novos produtos foram difundidos com a globalização para atender essa demanda. Beni (2011), afirma que, as novas tecnologias usadas nos negócios turísticos, seria responsável pela modificação da comunicação entre as partes envolvidas com o turismo.

Dentro desse contexto, Vicentin e Hoppen (2003), Buhalis (2000) e Buhalis e Law (2008) discutem como a tecnologia da informação com o uso da internet alterou os serviços turísticos. O acesso à internet modificou a comunicação entre os setores turísticos (públicos e privados) e entre fornecedores e usuários dos serviços turísticos. Os consumidores perceberam que a tecnologia organiza as informações e alinha a oferta e demanda dos serviços de acordo com o objetivo procurado pelo turista.

Sendo o turismo um “produto formado por informação” (VICENTIN e HOPPEN, 2003, p. 14) a revolução da tecnologia da informação e comunicação resultou em influência nas viagens e serviços ligados a ela. Para Vicentin e Hoppen (2003) a internet possibilitou a divulgação e comercialização dos serviços turísticos dando mais autonomia e acesso às informações pelos turistas, modificando o acesso do turista aos serviços turísticos. Além das informações turísticas, é possível consultar na internet as informações não turísticas do destino, como clima, notícias e informações no geral.

A tecnologia da informação (TI) para Buhalis (2000) alterou a competitividade das organizações do turismo. O desenvolvimento da TI possibilitou a criação de ferramentas imprescindíveis para o marketing, distribuição, promoção e comercialização do turismo. O setor teve alterações devido a mudança de paradigma da comunicação que ocorreu com o advento da internet e conseqüentemente as organizações do setor tiveram que se adaptar a novos modelos de negócios e ao novo perfil dos consumidores para permanecer competitiva no mercado (BUHALIS, 2003).

Todos os setores do turismo utilizam a tecnologia em seus processos. Especificamente, o da hospedagem utiliza a TI nos procedimentos internos para o gerenciamento do hotel no geral. Com a internet as novas ferramentas de comunicação auxiliam as empresas de hotelaria nas ações de marketing e reservas (BUHALIS, 2000). Para Buhalis (2000), o uso dos app pelo setor hoteleiro proporciona mais benefícios no relacionamento e atendimento ao cliente. A internet garante mais autonomia para a empresa e para o cliente em relação à escolha durante a compra dos serviços turísticos.

Como já destacado anteriormente, a tecnologia tem alterado o turismo e todos os seus processos internos e externos. Buhalis e Law (2003, p.01) afirmam que “desde a década de 1980, as tecnologias da informação e comunicação (TIC) estão transformando o turismo globalmente”. Essas alterações modificaram-se com o passar dos anos, gerando novos sistemas que alteraram a velocidade das informações, trouxeram melhorias na qualidade dos serviços proporcionando satisfação dos consumidores (BUHALIS e LAW, 2003). O acesso a informação passou a acontecer de forma direta entre organização e consumidor. Os próprios turistas passaram a produzir conteúdo que servem de base no momento da compra de um serviço pela internet.

## 2.2 Aporte da tecnologia da informação e comunicação nas viagens

Atualmente têm ocorrido transformações nos processos internos das empresas e na comunicação dos indivíduos. A globalização é o principal fator desencadeador de todas essas mudanças que afetam a sociedade. Tem-se uma sociedade pautada na geração do conhecimento em decorrência no número de informações disponíveis às pessoas e organizações. Para Quevedo (2007), os avanços nas TICs ocasionaram mudanças na operação, estrutura e estratégia das organizações. Ou seja, elas são influenciadas pelas novas tecnologias. Beni (2017), por sua vez, apoia a ideia de que a internet mudou a forma de relacionamento entre clientes e organizações.

Arelado a isso, tem-se que o desenvolvimento tecnológico e as transformações sociais vivenciadas mundialmente são analisadas e discutidas sobre o viés da sociedade em rede (CASTELLS, 2018). Para Castells (2018), a capacidade de alcance da informação dessa nova era modifica a estrutura social, altera a interação dos indivíduos e meio ambiente. A comunicação é o fator essencial dentro de uma rede. Ela é um sistema aberto, dinâmico, flexível e adaptável. E nesse sentido, pode relacionar-se com o Sistur (BENI, 2003). De acordo com o sistema proposto por Beni, os subsistemas se conectam, formando então uma rede de apoio e interação. Eles funcionam como uma parte que complementa o todo. O seu funcionamento acontece de forma independente, mas quando juntos formam um sistema maior – ambiente do sistema (BENI, 2003). Logo, sistema e rede são os componentes que determinam o desenvolvimento da sociedade atualmente.

A *internet*, dentro desse contexto de mudança da forma de comunicação, contribui para a ampliação das informações trocadas constantemente pela sociedade. Seu caráter flexível e de fácil adaptação as questões intrínsecas do ambiente confirmam

na visão de Castells (2003) sua natureza revolucionária. Com a internet, a comunicação ocorre de forma instantânea entre os que estão conectados no círculo de inter-relações. Nesse sentido, novas formas de comunicação surgem tendo a *internet* como intermediadora desse processo, como, por exemplo, os aplicativos. Para além do número de usuários, Castells (2003, p. 08) coloca que “as atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela *internet* e em torno dela, como por outras redes de computadores”. A quantidade de informações produzidas e transmitidas através da rede, demonstra a contribuição dela globalmente. Seu uso possibilita que as informações contendo documentos, produtos e serviços sejam repassadas independentemente da localização geográfica em tempo real.

Os dispositivos móveis, por sua vez, também contribuíram para as mudanças na comunicação. Os aparelhos smartphones conectados à *internet*, gera e transmite dados dos usuários e estabelece uma conexão com outros usuários e prestadores de serviços (FRANÇOSO; MELLO, 2016). Esses avanços proporcionam maior alcance da informação e alteração na interação do usuário com a comunicação. Com as novas tecnologias, os “*smartphones* agregam funcionalidades em seus hardwares e softwares, possuem capacidade de comunicação com redes de computadores ou até mesmo com outros dispositivos móveis, demonstrando o grande sucesso da computação móvel” (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017, p. 132-133). Ou seja, a internet e o *smartphone* modificaram a comunicação mundialmente.

Observa-se que as novas tecnologias alteraram a relação entre indivíduos com as organizações de diferentes setores, como apresentam Guimarães e Borges (2008), Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), Castells (2003), Costa, Araújo e Perinotto (2019) e Beni (2017). E o turismo, como um tipo de serviço, tem tido proximidade com as possibilidades de serviços em rede através da *internet*. Beni (2017) afirma que, as transformações ocorridas nesse processo de criação de produtos e serviços turísticos precisam ser observadas. Segundo ele, é preciso estudar como as tecnologias impactam o planejamento turístico e o comportamento do próprio turista e ainda como ela tem influenciado esse processo de globalização dos serviços turísticos (BENI, 2017).

O intercâmbio de informações facilita os processos que são desencadeados na atividade turística. Para Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007), houve uma mudança de paradigma nos processos de comunicação de todos os setores do turismo, dentre eles o setor de hospedagem. O uso da tecnologia nos hotéis justifica-se, segundo Guimarães e Borges (2008), pelo fato de que ela possibilita que a organização estabeleça uma relação mais próxima com o turista, dando a ele a possibilidade de realizar pesquisas que o auxilia nas escolhas, por exemplo, do tipo de hospedagem adequada à sua viagem. Existem sites e atualmente os aplicativos que são responsáveis pela divulgação e comercialização dos quartos em diferentes hotéis. Eles funcionam como um intermediador do processo.

Visto dessa forma, o turista passa a ter liberdade para escolher os serviços que lhe são apropriados para a viagem. Para Xiang, Wang, O’Leary e Fesenmaier (2015), o planejamento de viagens facilita o entendimento sobre o comportamento dos viajantes em seus deslocamentos. As TICs são, portanto, uma forma de adequar o turismo ao novo consumidor (SERRA, 2008). Sendo assim, a inovação tecnológica muda a forma das empresas atender seus clientes (HASSAN, 2011) e conseqüentemente, a relação deles com as organizações. Logo, os negócios ligados ao setor do turismo estão cada vez mais usando as possibilidades que a internet proporciona, obtendo importantes mudanças nos processos de comercialização de seus produtos (SANT’ANNA; JARDIM, 2007).

E dentre dessas novas tecnologias, têm-se os aplicativos. O desenvolvimento dos aparelhos móveis é um importante avanço para operacionalização dos aplicativos. É uma alternativa inovadora das organizações para manter-se no mercado. Como o sistema de transportes e de comunicação, os meios de hospedagens e alimentação (COSTA; ARAÚJO; PERINOTTO, 2019). Os aplicativos, assim como os *sites* e outras mídias sociais, funcionam como uma rede de comunicação entre fornecedor e consumidor. E o smartphone com os recursos que possuem “proporcionam um contato diferente no relacionamento com o consumidor, criam oportunidades baseadas na comunicação e na interação durante a experiência turística” (ROSSI; RAMOS, 2019, p. 267). Seu uso é um fenômeno global que pode, nos dias de hoje, influenciar todas as etapas da experiência turística. Rossi e Ramos (2019) colocam que:

Os *smartphones* representam um acréscimo de valor para o turismo, uma vez que permite a troca de opiniões, experiências e imagens inspiradoras para outros viajantes, contribuindo para a divulgação do destino, enquanto apoia o turista no processo de tomada de decisão e quando do planejamento da sua viagem (ROSSI; RAMOS, 2019, p. 268).

Esses smartphones, entre as diversas funções, oferecem ao usuário a possibilidade de baixar aplicativos que são *softwares* disponíveis para diferentes funções. E muitas empresas, do turismo ou não, tem adotado essa ferramenta de prestação de serviços e venda de produtos. Segundo, Mendes Filho, Batista, Cacho e Soares (2017, p. 183) “devido à crescente demanda por usuários de aplicativos móveis, os *websites* estão adaptando seu conteúdo para este tipo de plataforma” e com isso não deixam de atender a demanda de clientes. Algumas criam conteúdos que podem ser acessados pelo smartphone, através da opção *mobile* e outras, aplicativos. Segundo esses mesmos autores, essas novas comunicações estabelecidas dentro das destinações são promovidas pelo avanço tecnológico (MENDES FILHO; BATISTA; CACHO; SOARES, 2017).

Os aparelhos móveis deram mais liberdade aos consumidores que conectados a uma rede, expande a relação entre os indivíduos mundialmente (BIZ; NEVES; BETTONI, 2014). Esses autores colocam que com os smartphones é possível compartilhar emoções e experiências, realizar compras através de ferramentas como os aplicativos. No turismo, os apps “oferecem suporte ao consumidor turístico durante todas as fases da viagem. Ele se torna cada vez mais exigente quanto às informações disponíveis e sua relevância, buscando-as em qualquer momento, lugar e situação” (p.38).

Em consonância a isso, Siqueira e Oliveira (2018) defende que o uso de aplicativos facilita diversas funções pelo fato de ser uma ferramenta que dinamiza a comunicação e estreita os laços entre os indivíduos. Para eles, os apps são responsáveis por “contribuir para melhorar a experiência dos visitantes” (SIQUEIRA; OLIVEIRA, p.203). Os turistas utilizam o app desde o local de origem, para buscas em relação ao destino (informações turísticas, locais de hospedagem, pontos turísticos, restaurantes, por exemplo) e também no destino e se movimentar dentro dele (aplicativos de transporte, rotas a seguir e localização) (SIQUEIRA; OLIVEIRA, 2018).

O uso dos smartphones pelos turistas traz mais flexibilidade aos contatos entre o setor turístico e os consumidores, modificando assim o comportamento dos turistas enquanto usuários da tecnologia disponíveis nos aparelhos móveis, impactando,



portanto, as suas escolhas de acordo com as opções encontradas na internet. Com o acesso à internet, o turista possui mais autonomia para realizar suas escolhas dos espaços, serviços e equipamentos turísticos. Serviços como a compra de pacotes turísticos, hospedagem, restauração, espaços de lazer são acessados pela rede, facilitando assim a conexão do consumidor com o fornecedor. (MARANHÃO; BRANDÃO; GONÇALVES, 2019). Sendo assim, nesse artigo, serão analisados os aplicativos que auxiliam o turista na hospedagem durante uma viagem, para conhecer características dessa inovação e compreender o papel da tecnologia no turismo.

### 3 METODOLOGIA

Essa pesquisa é de abordagem qualitativa. Esse tipo análise objetiva produzir informações sobre determinado objeto (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Para Veal (2011), esse tipo de abordagem abarca uma grande quantidade de informações a partir das pesquisas realizadas. O universo do presente estudo correspondeu aos dados disponíveis na *play store*. As informações contidas nessa plataforma são dados abertos aos consumidores, visto seu caráter mercadológico e estão disponíveis na rede. A amostra foi restrita a informações que constam no ambiente *online* dos aplicativos, não sendo utilizados sites ou outro tipo de material sobre o objeto de pesquisa.

Sabendo que o turismo conta com o aporte de infraestruturas básicas e turísticas para se desenvolver, optou-se nesta pesquisa por analisar dois aplicativos que tratam a hospedagem, a partir dos dados coletados na *play store*. A busca foi realizada com o termo “hospedagem” que retornou com 11 aplicativos na primeira tela, sendo que os da Decolar e Trivago aparecem duas vezes. O fator selecionado para análise foi a nota a eles atribuída. A opção foi por aqueles que obtiveram os índices mais altos na opinião dos usuários.

Foi realizada uma análise do conteúdo dos aplicativos que são utilizados pelos turistas para reservar algum meio de hospedagem. As categorias para analisar as informações contidas nos aplicativos foram quanto a apresentação/visual do app, características gerais, cadastro e acesso, navegação, locais e moedas que atendem, serviços oferecidos e data de criação da plataforma.

### 4 ANÁLISE DOS APLICATIVOS DE HOSPEDAGEM

Apresenta-se nesse tópico a análise baseada no objetivo de estudo dessa pesquisa. Inicialmente fez-se uma busca dos termos “turismo” e “tecnologia da informação e comunicação” nas bases de pesquisas OASISBR, BDTD e Periódicos Capes para compreender como vindo sendo estudados os referidos temas. Com essa pesquisa obteve-se o retorno de teses, dissertações e artigos de acordo com as características de cada base pesquisada. Como o turismo e a tecnologia são duas áreas interdisciplinares, as pesquisas dialogam com diferentes áreas de conhecimento. São temas atuais que condiz com o caráter inovador do desenvolvimento do turismo e da tecnologia.

Em seguida, fez-se a busca pelos aplicativos. Ela ocorreu na *play store* com o termo “hospedagem”. O retorno foi de onze aplicativos dentro dessa temática, dos quais, dois deles são o objeto de pesquisa deste estudo. A opção de escolha deles é em decorrência da nota aplicada pelos usuários. São os que obtiveram o maior índice.

### Quadro 01: Quadro de aplicativos de hospedagem

Aplicativo	Nota
Decolar	4,2
Trivago	4,5
Airbnb	4,7
Booking.com	4,8
Trivago	4,5
Hoteis e Pousadas baratas (Hotellook)	4,5
HurbFérias	4,2
Couchsurfing travell app	4,4
Alugue Temporada (Home Away)	4,3
Tripadvision Hoteis Voos Restaurantes	4,5
Decolar	4,2

Fonte: Dados do estudo (2020)

Constata-se que são diversos os aplicativos existentes que envolvem a hospedagem. No planejamento de uma viagem, o turista tem acesso a uma variada quantidade e qualidade de aplicativos. Ele pode, independente da região geográfica, reservar um hotel, alugar um veículo e contratar um pacote para uma experiência local, que seja de acordo com as características consideradas para a viagem. Destaca-se, portanto, que o uso da internet para o planejamento de viagens ocasionou mudanças importantes no desenvolvimento do turismo. Compreende-se que, estudar a relação das TICs com o turismo, permite a compreensão da estrutura atual dos serviços turísticos. Os aplicativos de hospedagem, como uma inovação tecnológica, atendem o turista e o hotel. Através dos apps analisados constatou-se que o turista consegue acesso a uma gama de serviços online, que são desde a reserva de quartos em hotéis e outras opções de alojamento até locação de veículos e agendamentos de passeios pelo destino.

Dentre os 11 apps encontrados, o booking.com é o aplicativo melhor avaliado (4,8). Ele oferece hospedagem e serviços de locação de veículos. Em segundo lugar tem-se o airbnb (4,7), que oferece serviços de hospedagem e passeios pelos pontos turísticos da cidade. Esses passeios são denominados pelo aplicativo de experiências. Oferecem também pacotes de serviços como, por exemplo, registro em fotografias. Essa forma de oferecer os serviços aos turistas, conforme apresentado nos estudos de Xiang, Wang, O’Leary e Fesenmaier (2015) auxiliam o turista na organização e planejamento da viagem, visando a hospitalidade do destino. Os outros apps encontrados foram trivago (4,5), hotéis e pousadas baratas – hotellook (4,5), tripadvision hotéis, voos e restaurantes (4,5), couchsurfing travel app (4,4), alugue temporada – homeaway (4,3), decolar (4,2) e hurbférias (4,2). Pelo tipo de busca adotado, chegou-se as notas que cada um deles obtiveram e dentre todos, esses apresentam as notas mais baixas.

A partir dos objetivos traçados neste estudo, a análise foi realizada *online* a partir do conteúdo dos aplicativos. Ela está baseada nas seguintes categorias: apresentação/visual do app, países e moedas, serviços oferecidos, tempo de atuação da plataforma, avaliação e número de downloads.

A primeira categoria é a apresentação/ visual do app. Nessa categoria, buscou-se observar como é a apresentação do app aos usuários. Considera-se que, tanto o booking.com quanto o airbnb possuem um mapa estrutural de fácil navegação. Na tela inicial de cada um deles é possível realizar a pesquisa da hospedagem no destino e data da viagem. Além disso, nessa tela também, é possível realizar a administração das reservas, escolher a forma de pagamento, serviços de apoio ao cliente. Em ambos os apps, o usuário, através de filtros, encontra outras facilidades para planejamento da viagem, como o preço, avaliação do estabelecimento, dados sobre o bairro, atrações disponíveis, comodidades, rede wifi. Pelas características observadas constata-se que os dois apps dialogam com o que é apontado no referencial teórico, pois auxiliam os viajantes no planejamento de viagens.

Pelos dados coletados em cada app, compreende-se que os dois são conhecidos mundialmente. O airbnb existe em cerca de 191 países. Enquanto o booking.com destaca que seu atendimento é mundial. Quanto a moeda para pagamento das reservas dos apps elas são variadas. Conta-se que são 50 tipos de moedas que podem ser usadas para pagamento das reservas do booking e o airbnb são 40 moedas. Tem-se ainda que no booking.com as que são mais utilizadas são o real, euro, libra esterlina, dólar (Hong-Kong) e dólar americano. Nesse sentido, é possível observar que o uso desses aplicativos são mundialmente conhecidos e conectam dessa forma serviços turísticos e turistas. O que vai de encontro com o paradigma da tecnologia. As novas tecnologias da informação e comunicação proporcionam a expansão da rede de comunicação entre a sociedade no geral e na atividade turística.

Já com relação aos serviços oferecidos, tem-se pela análise que, o booking.com oferece acomodação em hotéis, casas e pousadas e também o serviço de aluguel de veículos. Possui cerca de 1,5 m de acomodações. Enquanto o airbnb, oferece serviços de acomodação em casas e apartamentos para temporada. São mais de 6 milhões de locais disponibilizados ao turista pelo aplicativo airbnb. O segundo app oferece também a opção de contratar pacotes de serviços nos destinos, como passeios por pontos turísticos, sessão de fotos, dentre outras atividades durante a viagem. São facilidades que, na visão do marketing, agregam valor ao aplicativo. Isso demonstra que, os aplicativos possuem a premissa de atender o turista para todo tipo de viagem. O que contribui de forma positiva para o crescimento do uso de aplicativos através dos *smartphones*.

A categoria, tempo de atuação da plataforma exprime o quão atuais são as referidas ferramentas. A plataforma do booking.com foi criada no ano de 2011 e do airbnb em 2012. Isso demonstra como elas funcionam como uma inovação que surgiu após o *boom* da *internet* e do uso de *smartphones*. Ou seja, o uso de aplicativos pelos consumidores tem modificado justamente a dinâmica de comunicação. Para as organizações, essas são as novas formas de atender a atual demanda de consumidor que advém da expansão da *internet* e facilidades que o acesso a ela proporciona para os envolvidos no desenvolvimento e prática do turismo.

Já a categoria da avaliação dada pelo usuário e o número de downloads dos aplicativos apresenta-se como os turistas interagem com os apps e utilizam-nos em suas viagens. A nota do booking.com é de 4,8 e do airbnb é de 4,7. Sendo que o primeiro tem cerca de 100 M de downloads e o segundo 50 M downloads. Essa interação dos usuários pode ser percebida como positiva. Elas possibilitam que os apps sejam utilizados pelos turistas e demonstram que de alguma forma estão sendo úteis para organizar uma viagem, seja ela individual ou em grupo, por diferentes motivações.

Percebe-se que ambas as ferramentas são bastante úteis para o turista no planejamento de suas viagens. Ambas as empresas se destacam como uma empresa de e-commerce de viagens no mundo. Com investimentos em tecnologia, busca-se, portanto, oferecer aos clientes opções de planejamento da viagem. Os aplicativos funcionam como uma facilidade criada a partir dos avanços na tecnologia que facilitam, no caso analisado a hospedagem dos turistas. É a tecnologia auxiliando as empresas se conectarem ao consumidor e em contrapartida, auxiliando-os consumidores durante uma viagem. As empresas que possuem aplicativos, podem utilizá-lo atualmente para se destacar no mercado diante da competitividade. O relacionamento com o cliente ganha nova forma de ser realizado.

## 5 CONCLUSÃO

A partir do objetivo geral desse trabalho que foi analisar as características de aplicativos que auxiliam o turista no planejamento e realização de viagens, conclui-se que o desenvolvimento tecnológico vivenciado pela sociedade é responsável pela modificação de diversas atividades com o passar dos anos. Por um lado, possibilitou a criação de ferramentas que auxiliam as organizações a gerir e oferecer seus serviços. A tecnologia da informação e comunicação têm cada vez mais determinado o alcance de resultados nas organizações. E por outro, com relação aos clientes, elas corroboram para que eles se tornem consumidores mais informados, que realizam as transações através da rede e adquirem produtos e serviços independentemente da localização geográfica.

Portanto, o uso das TICs tem sido de grande relevância para a atividade turística. A relação entre os prestadores de serviços e o consumidor turístico são diretamente dependentes das novas tecnologias. Essa interação *online* ganha importância a medida que os meios de comunicação se desenvolveram a partir da revolução tecnológica. E a *internet*, junto ao uso do *smartphone*, é a ferramenta principal desse processo. Para as empresas de turismo, ela funciona como um agente intermediador entre organizações e consumidores. A possibilidade de usar *sites* e atualmente aplicativos, em diversos momentos para obter informações, realizar compras e reservas em empresas do trade turístico é facilitada pelo uso dessas novas ferramentas tecnológicas de informação e comunicação.

Conclui-se que, as novas tecnologias têm influenciado o comportamento do consumidor turístico e a atuação das empresas. Pela pesquisa realizada, percebe-se que existe vários aplicativos disponíveis ao turista no setor de hospedagem. O que gera maior expectativa no turista com relação ao destino. As possibilidades disponíveis para escolha, demonstra que um app funciona como uma ferramenta de intermediação entre os turistas e o destino turístico. Contudo, é um estudo preliminar sobre o assunto. Devendo haver outros aprofundamentos teórico-metodológicos para enriquecimento de pesquisas futuras como forma de contribuir para a discussão da temática tecnologia e turismo.

## REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, P. **História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura.** Barueri, SP: Manole, 2012.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.** São Paulo: Aleph, 2011.

BENI, Mario Carlos. **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. **Panrotas.** São Paulo, 11 jul. 2017. Disponível em: <[https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2017/07/artigo-o-novo-turismo-na-era-da-economia-compartilhada\\_147809.html](https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2017/07/artigo-o-novo-turismo-na-era-da-economia-compartilhada_147809.html)>. Acesso em: 10 maio 2018.

BIZ, A.; NEVES, A.; BETTONI, E. O Comportamento dos Consumidores Turísticos no Uso da Telefonia Móvel. *Caderno Virtual de Turismo.* Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 34-48, abr. 2014.

BUHALIS, D. *Tourism and Information Technologies: Past, Present and future.* *Tourism Recreation Research.* v. 25 (1), p. 41-58. 2000.

BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management. 20 years on and 10 years after the internet – the state of etourism research. *Tourism Management* 29, p. 609 – 623, 2003.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2018.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPPERD, R. **Turismo: princípios e práticas.** 3.ed. trad. Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Bookman, 2007.

COSTA, A. J. S.; ARAÚJO, D. L.; PERINOTTO, A. R. C. O uso da tecnologia da informação e comunicação por agências de turismo do Porto das Barcas, em Parnaíba-Piauí-Brasil. *RECAT*, v. 7, n. 1, p. 62-80, 2019.

DIAS, R. (2013). **Fundamentos do Turismo.** Campinas, SP: Alínea.

FRANÇOSO, M. T.; MELLO, N. C. Influência dos aplicativos de smartphones para transporte urbano no trânsito. *Anais: Pluris*, 2016.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa.** Porto Alegre: UFRGS. (2009).

GUIMARÃES, A. S.; BORGES, M. P. **E-turismo: internet e negócios do turismo.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

HASSAN, Hussein. **Tecnologias de informação e turismo: e-tourism.** 2011. 85 f. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2011.

MARANHÃO, C.; BRANDÃO, P.; GONÇALVES, S. O Aplicativo Tecnológico Playnatal como mediador da experiência turística e de lazer no destino Natal/ RN, Brasil. *Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*. v. 7, n. 13, p.27-41, Dez. 2019.

MENDES FILHO, L. M.; BATISTA, J. O; CACHO, A. N. B.; SOARES, A. L. V. **Aplicativos Móveis e Turismo:** Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, v. 9, n. II, pp. 179-199, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Uso do smartphone por brasileiros.** Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5223-brasileiros-est%C3%A3o-entre-os-que-mais-usam-smartphone-para-viajar.html>>. Consultado em 18 out. 2019.

QUEVEDO, M. **Turismo na era do conhecimento.** Florianópolis: Pandion, 2007.

RAMOS, A. S. M.; MENDES FILHO, L. A. M.; LOBIANCO, M. M. L. **Sistemas e tecnologia da informação no turismo:** um enfoque gerencial. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

ROSSI, J.; RAMOS, C. M. Q. **A relevância do uso de smartphones durante a experiência turística.** *Turismo, Visão e Ação*. Balneário Camboriú (Santa Catarina), v. 21, n. 3, pp. 265-290, 2019.

SANT'ANNA, Adriano; JARDIM, Gabriel. **Turismo on-line:** oportunidades e desafios em um novo cenário profissional. **Observatório de Inovação do Turismo: Revista Acadêmica**, Rio de Janeiro (RJ), v. 2, n. 3, p. 1-14, 2007.

SERRA, J. **As Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo:** a emergência do e-Tourism. *Évora (Portugal)*, n. 86, p. 33-42, jan. /jun. 2008.

SIQUEIRA, E.; OLIVEIRA, I. **Turismo e Comunicação:** análise da oferta de aplicativos nos destinos de Diamantina e Ouro Preto

URRY, Jonh. **O olhar do turista:** lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 1996.

VEAL, Anthony James. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo.** trad. Gleice Guerra e Mariana Aldrigui. São Paulo: Aleph, 2011.

VICENTIN, I.; HOPPEN, N. A internet no negócio de turismo no brasil: utilização e perspectivas, *Revista Eletrônica de Administração*, Ed. 31, v. 9, n. 1, p. 1-26, 2003.

XIANG, Zheng; WANG, Dan, O'LEARY, Joseph; FESENMAIER, Daniel. **Adapting to the Internet:** Trends in Travelers' Use of the Web for Trip Planning. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks (EUA). v. 54, n. 4, p. 511–527, 2015.

### ***Information Technology in travel and tourism planning: analysis of the use of applications***

#### ***Abstract***

*The objective of this research is to analyze the characteristics of applications that assist the tourist in the travel planning. Currently, the number of users of this tool is growing in different activities, including tourism. According to the object of study, the research has a qualitative approach in order to produce information on the analyzed topic. The universe of research consists of data available in the play store about apps accommodation. the data collection it was initially carried out using the search term “accommodation” and had a return of eleven apps, in which, subsequently, an online analysis was performed of those who obtained the highest score given by the user. It turns out that, in the universe of 11 applications, the two selected in the survey serve worldwide and accept various types of currency as a form of payment, thus being an advanced facility for the globalization of services available on the network. It is understood that, the accommodation service has benefited from the new technologies in relation to the relationship with the consumer. It is noticed that they act as an intermediary between customers and suppliers. In addition to accommodation, offer rental services vehicles and tours during the stay. It appears that they are applications with a high rate of downloads. This analysis shows that the advent of the internet facilitates communication and interaction between individuals and organizations from different geographical locations. It presents itself as an intermediary of the services that are offered to tourists. It is concluded that the use of smartphones is part of this communication process between consumer and tourist service provider and that information and communication technology (ICT) is a trigger for these changes.*

**Keywords:** ICT. Internet. Apps Tourism. Travels

Artigo recebido em 28/02/2020. Artigo aceito em 25/05/2020.