

Inovação em turismo: Loja Interativa de Turismo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro

CATARINA RIBEIRO * [catarinagrbeiro@ua.pt]

JOANA LOPES ** [vieira.lobes.joana@ua.pt]

MARIA BETÂNIA RIBEIRO *** [betaniaribeiro@ua.pt]

Palavras-Chave | Inovação em turismo, Tecnologias de informação e comunicação, e-Tourism, Portais turísticos, Loja interactiva de turismo, Redes.

Objetivos | O objetivo principal deste trabalho baseia-se em compreender a influência da inovação no sector do turismo, através da análise a uma inovação aplicada regionalmente. A investigação realizada tem como objetivo geral compreender qual o estado da arte nas temáticas *e-tourism*, inovação em turismo e lojas interativas de turismo. Este objetivo principal tem associado dois objetivos específicos que orientaram a investigação, e que são: (i) analisar a Loja Interativa de Turismo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro (LITAFSC) como exemplo de inovação no setor do turismo e, especificamente, do *e-tourism*; e (ii) compreender de que forma a evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) influenciam as tendências turísticas.

Metodologia | Nesta investigação foram utilizados dados primários e dados secundários. A análise de dados secundários, recolhidos através de pesquisa bibliográfica e publicações de imprensa e *media*, foi fundamental para o desenvolvimento do artigo. Possibilitou a realização do estado da arte nas áreas de inovação, inovação em turismo, influência das TIC no setor do turismo e *e-tourism*, e auxiliou na caracterização e compreensão da LITAFSC. A análise à LITAFSC foi realizada com base em dados primários, recolhidos através de uma entrevista semiestruturada à coordenadora do projeto 'Rede de lojas Interativas de Turismo', no qual a LITAFSC está integrada. Não obstante, uma visita à loja interactiva de turismo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro através de uma observação directa, possibilitou também a recolha de dados primários.

Principais resultados e contributos | Os principais resultados da pesquisa desenvolvida revelam que a LITAFSC é a maior loja interactiva de turismo em aerogare no país e na Europa, ocupando uma área de 117 m². Está integrada no projecto 'Rede de Lojas Interactivas de Turismo', da Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP). O objectivo primordial deste projecto é ligar o território em rede, para que o turista tenha acesso à informação por multicanal

* **Mestranda em Gestão e Planeamento e Turismo** na Universidade de Aveiro.

** **Mestranda em Gestão e Planeamento e Turismo** na Universidade de Aveiro.

*** **Mestranda em Gestão e Planeamento e Turismo** na Universidade de Aveiro.

a qualquer hora do dia, de igual forma em todas as lojas. Ao mesmo tempo, permite que haja uma promoção cruzada e partilhada pelos vários destinos e municípios que vão aderindo ao projeto. O projeto inclui 65 lojas aprovadas para abrir na região, das quais dezanove estão já a funcionar em pleno, uma delas em Santiago de Compostela. Esta assume-se como um importante marco da promoção do Norte de Portugal em território espanhol (coordenadora do projeto 'Rede de Lojas Interativas de Turismo', comunicação pessoal, 10 de maio de 2013).

Das 65 lojas ligadas em rede, algumas são da tutela da TPNP enquanto outras serão franchisadas ou administradas pelos municípios parceiros. Assim, as lojas do projeto pretendem promover o destino Porto e Norte de Portugal, bem como cada um dos destinos dentro deste, através dos municípios. Os municípios, enquanto parceiros de primeira linha, são importantes intermediários na ponte entre a TPNP e os agentes privados.

Na LITAFSC, o utilizador pode conhecer o destino através de mesas com quadros interativos, do *Total Outdoor Media Interactive* (TOMI), de uma sala virtual 3D, da disponibilização de informação sobre a oferta turística e da exposição de produtos locais. A plataforma de informação das mesas interativas disponibiliza informações como mapas, oferta turística a nível de alojamento, restauração, atrações, atividades, rotas, entre outros, e é a mesma para todas as lojas do projeto. Permite ainda a reserva direta em alojamentos e restaurantes.

O projeto 'Rede de Lojas Interativas' da TPNP associa as tecnologias limpas a instrumentos de promoção tradicionais. Um dos objectivos do projeto é fornecer informação turística através destas tecnologias e contribuir para que, gradualmente, substituam o papel.

O TOMI é um posto de turismo virtual, concebido de raiz para a LITAFSC. Localizado à porta da loja, ligado 24 horas, e é, por si só, uma inovação. É um *touch-screen* com design baseado em mobiliário urbano, que garante o acesso a toda a informação da plataforma, bem como a possibilidade de reservas e de contactos via web. Permite ainda que o turista tire uma fotografia (a primeira fotografia no destino) e a partilhe nas redes sociais ou por e-mail.

A LITAFSC está localizada numa das principais portas de entrada do destino, funciona como uma montra do Porto e Norte de Portugal, promovendo apenas produtos da região e constitui, atualmente, uma das infraestruturas de informação turística mais importantes no setor do turismo na região. A arquitectura e design impactante foram uma grande aposta na concepção da loja, sendo inspirada nas mangas de acoplagem dos aviões aos aeroportos.

De acordo com a coordenadora do projeto 'Rede de Lojas Interativas de Turismo' (comunicação pessoal, 10 de maio de 2013), espera-se que a estratégia de trabalho em rede adotada permita aumentar o período médio de permanência do turista na região Norte, complementando as ofertas turísticas dos diferentes destinos. Prevê-se passar dos 1,8 dias de permanência média para os 2,5 dias, consolidando o crescimento de 1,5% a 2% no número de visitantes que a região tem apresentado. A Entidade Regional TPNP pretende alargar o projeto a capitais europeias, com especial atenção para as que estiverem a menos de duas horas de distância, servidas por voos low-cost.

A evolução das TIC permite a criação de novas formas de divulgação e promoção de destinos turísticos. É necessário que o setor acompanhe esta evolução, inovando e possibilitando ao turista o acesso mais fácil a informação, mais detalhada e cuidada, do destino à sua escolha, podendo também facilitar no encontro de pontos de interesse, assim como nas reservas pretendidas. Desta forma, o turista terá mais tempo para usufruir do destino.

Os agentes turísticos, de acordo com Ramos (2010), têm, nesta fase de evolução, de enfrentar o desafio de adaptação ou estagnação. Com a evolução patente, muitos agentes irão desaparecer, assim como emergirão outros, e todos os que se mantiverem, efetuarão obrigatoriamente mudanças e inovarão, para sobreviverem e competirem com os inovadores que forem surgindo.

O facto de o projeto ser em formato rede, permitindo a partilha da informação turística disponibilizada e promovendo a interação e cooperação das diferentes organizações e municípios, representa uma mais valia para o seu sucesso, enquanto inovação. De acordo com Brandão e Costa (2012), as redes apresentam os seguintes benefícios para o desenvolvimento de uma inovação: melhor acesso a informação, conhecimento e experiências, improvisação de ligações e cooperação entre membros, implementação de capacidade responsável, redução de riscos, custos de informação e transacções, bem como o incremento da confiança e coesão social. Os mesmos autores defendem que o trabalho em rede é fulcral, uma vez que as ligações de uma organização turística tendem a maximizar o funcionamento da inovação no destino, sendo importante revelar que, assim que a inovação é implementada, todo o destino turístico será afetado.

Limitações | Como limitações do estudo, identificamos o facto de não conhecermos o ponto de vista do turista.

Conclusões | Conclui-se que a LITAFSC cumpre os requisitos de uma inovação no sector turístico, agregando todos os géneros de inovação, incidindo com mais prevalência na inovação de processo, dada a forma como é transmitida a informação, mas sobretudo de de produto, uma vez que a informação turística transmitida é constantemente nova, utilizando também plataformas inovadoras, como ecrãs interactivos e salas 3D. Seguindo o estudo feito por Aldebert, Dang e Longhi (2011), é possível verificar que relativamente ao turismo, a inovação mais frequente é a inovação de produto e serviço – este tipo de inovação define-se pela introdução de um novo bem ou serviço ou uma mudança significativa, respeiando as suas características, incluindo mudanças ao nível técnico, componentes e materiais, *software* e características funcionais. Relativamente à inovação de processo, esta é também bastante aplicada no sector do turismo – refere-se à implementação de um novo ou adaptação de um processo ou método de entrega, visando reduzir a unidade de custo do processo e maximizar a qualidade.

Quanto à aplicação das TIC no Turismo, a informação turística digital constitui o futuro do sector, dado que a dimensão da indústria turística pressupõe a existência de informação intensiva sobre o produto turístico.

A acessibilidade ao cliente final permite o envio de informação selectiva segundo as preferências e o perfil do cliente, sendo mais fácil e mais rápido fazer uma compra. A localização da Loja Interactiva no espaço do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, na zona das chegadas, tem a capacidade de proporcionar ao turista um primeiro contacto experencial com o destino, promovendo a região num todo e cada destino de igual forma.

A LITAFSC tem cumprido o seu papel de reativador económico, contribuindo assim para a sustentabilidade do destino, não só através da promoção, mas também através das várias ações que desenvolve para promover agentes turísticos e empresas da região.

Referências |

- Aldebert, B., Dang, R., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism. *Tourism Management*, 32, 1204-1213.
- Brandão, F., & Costa, C. (2012). Regional innovation systems and tourism: A conceptual approach. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17/18, 67-80.
- Ramos, C. (2010). Os sistemas de informação para a gestão turística. *Encontros Científicos – Tourism & Management Studies*, 6, 107-116.