

Aplicativo Santur¹

Luis Gustavo Mondini SCHMIDT²

Filipe Bagio PFEIFFER³

Mauro Celso de AGUIAR⁴

Edézio Domingos dos SANTOS⁵

Maikon SCHULZ⁶

Nayara Caroline SPRUNG⁷

Paulo Henrique do NASCIMENTO⁸

Diogo da Rosa Schimitz SILVA⁹

Márcia Regina ANNUSECK¹⁰

Deivi Eduardo OLIARI¹¹

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, Indaial, SC

RESUMO

Atualmente, existem milhões de aplicativos disponíveis para multiplataformas de smartphones. Seja gratuito ou pago, os aplicativos tem gerado cada vez mais usuários da rede de internet móvel, que hoje pode estar em qualquer canto do mundo utilizando as funcionalidades que podem ser apresentados. A proposta do aplicativo para a Santur é interagir com os turistas de todos os locais do país que vem desfrutar das terras catarinenses, e até mesmo gerar mais curiosidade da população do estado em conhecer melhor a sua terra.

PALAVRAS-CHAVE: Aplicativo; Santur; Turismo; Publicidade Digital; Mobile Marketing.

1 INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade em mídia digital.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luismondini@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luismondini@gmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: mcdaguiar@terra.com.br.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: denian_santos@hotmail.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: maikon_atoxa@hotmail.

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luismondini@gmail.com.

⁸ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luismondini@gmail.com.

⁹ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: diogo_schimitz@hotmail.com.

¹⁰ Professora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marcia_annuseck@yahoo.com.br.

¹¹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

A história da Santur inicia por volta de 1968 com o Departamento Autônomo de Turismo (Deatur). Paralelamente a este órgão, o governo do Estado mantinha uma estrutura de apoio ao turismo junto ao Banco do Estado de Santa Catarina (Besc), denominada de Besc Empreendimentos e Turismo S/A. Em 1974 foi alterado seu nome para Besc Turismo S/A e, posteriormente, em 1975, foi extinto o Besc Turismo e criada a Empresa de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Turesc), reconhecida pelo governo estadual como empresa de economia mista.

Em 28 de junho de 1977, resultante da fusão da Turesc e da Citur/Rodofeira de Balneário Camboriú, surge a Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Citur). Este nome perdurou até 28 de outubro de 1987, quando, a fim de promover uma maior relação com o nome do Estado, passou a denominar-se Santa Catarina Turismo S/A (Santur).

No decorrer dos anos, a entidade teve um desenvolvimento significativo. Entre os avanços, destacam-se a criação da Diretoria de Informação e a contratação de uma empresa pública especializada na promoção dos destinos turísticos de Santa Catarina, o que deu origem à Área de Promoção e Marketing e permitiu a internacionalização do trabalho promocional. Além disso, foi implantada a segmentação turística no estado, em trabalho conjunto com a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte.

Os custeios da Santur são mantidos pelo Fundo de Incentivo ao Turismo (Funturismo). A Santur volta sua atenção atualmente para três projetos principais: a instituição do Plano Catarina, plano promocional que visa desenvolver o potencial turístico de Santa Catarina até 2020, tornando o Estado um destino competitivo no âmbito nacional e no internacional; o SC Rural, programa que visa melhorar as vendas e a produtividade no campo, com aplicação de 2011 a 2016; e novas pesquisas de fluxo e demanda de regiões turísticas e segmentos.

2 OBJETIVO

A partir da análise do Plano Catarina, foi desenvolvido um aplicativo para dispositivos móveis (nas plataformas IOS e Android) que visa integrar todos os pontos turísticos do estado. O objetivo é interagir com os turistas de forma digital e interativa e

divulgar mais todos os pontos turísticos de Santa Catarina. O objetivo do aplicativo é promover e fomentar a indústria do lazer e entretenimento, visando o desenvolvimento socioeconômico gerado por este importante segmento.

3 JUSTIFICATIVA

De acordo com dados do IBGE (2010) população do Estado de Santa Catarina em 2010 era de 6.248.436 habitantes. As cidades catarinenses recebem mais de cinco milhões de visitantes por ano, considerando as pessoas que vêm de outros países, de outros estados do Brasil e também aquelas que circulam dentro do próprio território catarinense para conhecer nossas belezas naturais e atrações culturais.

A maioria dos visitantes vem ao Estado durante a temporada de verão, entre dezembro e fevereiro, atraídos por quase 500 quilômetros de litoral. Além de praias para todos os gostos, o Estado tem grande quantidade de lagoas, rios e cachoeiras.

Durante o inverno, a ocorrência de neve na Serra catarinense fascina turistas de todos os cantos do Brasil. E há destinos que atraem visitantes ao longo de todo o ano, como o parque de diversões Beto Carrero World, em Penha, o Parque Unipraias, em Balneário Camboriú, e o Santuário de Santa Paulina, em Nova Trento.

O turismo é uma atividade importante para Santa Catarina, pois a verba que o visitantes gastam com hospedagem, alimentação, transporte e compras ajuda a manter as nossas empresas e assegura emprego para muitos catarinenses.

Turistas	Janeiro	Fevereiro	Março
Nacionais	2.506.871	2.243.241	2.133.141
Estrangeiros	279.391	135.585	29.272
TOTAL	2.786.262	2.378.826	2.162.413

Tabela 1: Movimento estimado de turistas em Santa Catarina, de janeiro a março de 2010

Fonte: Santur/Gerência de Planejamento. Estudo da Demanda Turística.

Turistas	Janeiro	Fevereiro	Março
Nacionais	R\$ 70,46	R\$ 92,01	R\$ 99,78
Estrangeiros	R\$ 82,39	R\$ 74,60	R\$ 69,10
Valor do dólar	R\$ 1,78	R\$ 1,84	R\$ 1,76

Tabela 2: Estimativa da receita gerada pelo turismo em Santa Catarina, de janeiro a março de 2010

Fonte: Santur/Gerência de Planejamento. Estudo da Demanda Turística.

Turistas	Janeiro	Fevereiro	Março
Nacionais	1.281.112.569,61	1.341.839.651,72	822.987.842,28
Estrangeiros	229.230.301,40	122.220.934,15	19.088.904,48
TOTAL	1.510.342.871,01	1.464.060.585,87	842.076.746,76
Valor do dólar	R\$ 1,78	R\$ 1,84	R\$ 1,76

Tabela 3: Gasto médio diário estimado por turista em Santa Catarina, de janeiro a março de 2010

Fonte: Santur/Gerência de Planejamento. Estudo da Demanda Turística.

Para promover uma maior interface digital do turismo catarinense com seus usuários/turistas, foi utilizado o mobile marketing. Trata-se da utilização de mídia sem fio para entrega de conteúdo integrado para um veículo de resposta direta, dentro de um programa de comunicação de marketing de *cross-media* ou isoladamente (MMA, 2007). O termo “*mobile*” é traduzido para o português como móvel. Mobile marketing pode se referir ao conteúdo de marketing que chega ao público-alvo por meio de um aparelho eletrônico móvel, cujo exemplo maior é o telefone celular.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para desenvolver o aplicativo da Santur, utilizou-se o Adobe Photoshop para o design de sua interface, por se tratar de uma plataforma relativamente prática e com ótimas funcionalidades.

O conceito do aplicativo foi desenvolvido de forma colaborativa, durante a disciplina de Novas Tecnologias. O aplicativo não foi programado, apenas foi elaborado seu conceito de funcionalidade e seu design.

O foco central do desenvolvimento foi aliar interatividade ao setor turístico. A interatividade vem moldando novos padrões à cultura e à comunicação contemporânea. Desde o advento da internet, vários avanços tecnológicos foram realizados na área, sendo que um dos mais recentes foi a criação da web 2.0, um termo cada vez mais explorado no universo digital. Tim O’Reilly (2009), fundador da O’Reilly Media, define a web 2.0.

"Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva".

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O aplicativo reconhece um ponto turístico através de uma foto tirada pelo usuário. Após o reconhecimento, estará disponível ao usuário informações como: história do ponto turístico, especificações sobre o ponto turístico, apresentando sua data de inauguração, tamanho da estrutura, como chegar e outros detalhes dependendo de cada ponto turístico.

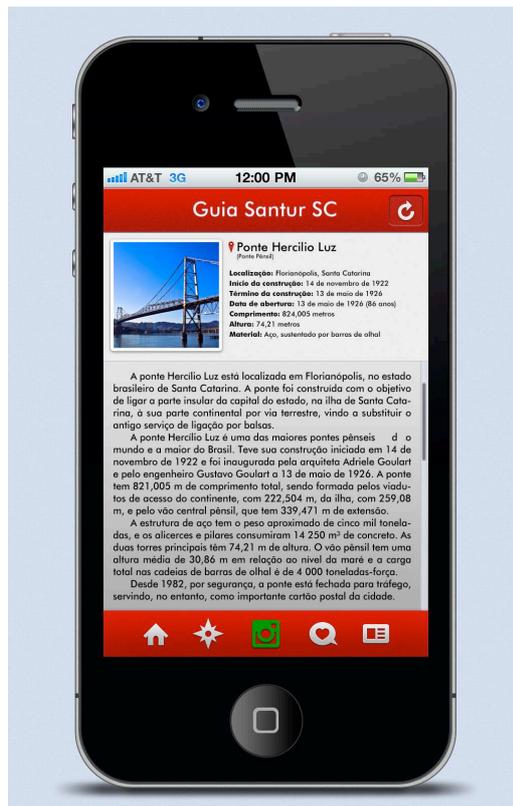


Figura 1: Layout do aplicativo Santur



Figura 2: Layout do aplicativo Santur

Para despertar a curiosidade dos usuários, também foi desenvolvida uma área no aplicativo que usará sua localização através do GPS para apresentar outros pontos turísticos na região, além de opções de hotéis, restaurantes e bares próximos ao ponto turístico.



Figura 3: Layout do aplicativo Santur Figura 4: Layout do aplicativo Santur

No planejamento do aplicativo, sugeriu-se que ele seja gratuito para maior divulgação dos pontos turísticos de Santa Catarina, disponível ao maior número possível de usuários interessados (turistas). Para que o projeto se pague e seja viável na prática, foi prevista uma área de publicidade no aplicativo com possibilidade de promoções dos hotéis, restaurantes e bares da região, onde estes poderão anunciar no aplicativo para ganharem mais destaque e visibilidade.



Figura 3: Layout espaço publicitário Figura 4: Layout espaço publicitário

O usuário ainda poderá interagir com outros usuários que tenham um perfil no aplicativo, podendo indicar pontos turísticos visitados e restaurantes e hotéis utilizados naquela região.

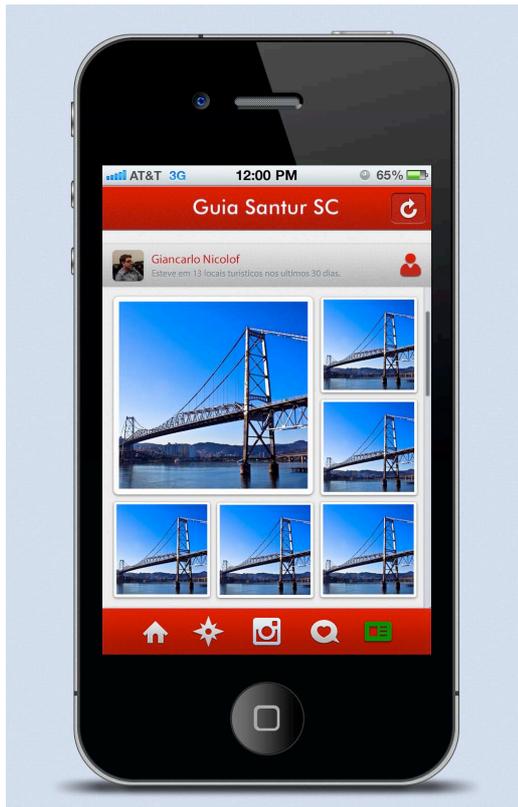


Figura 5: Perfil do usuário

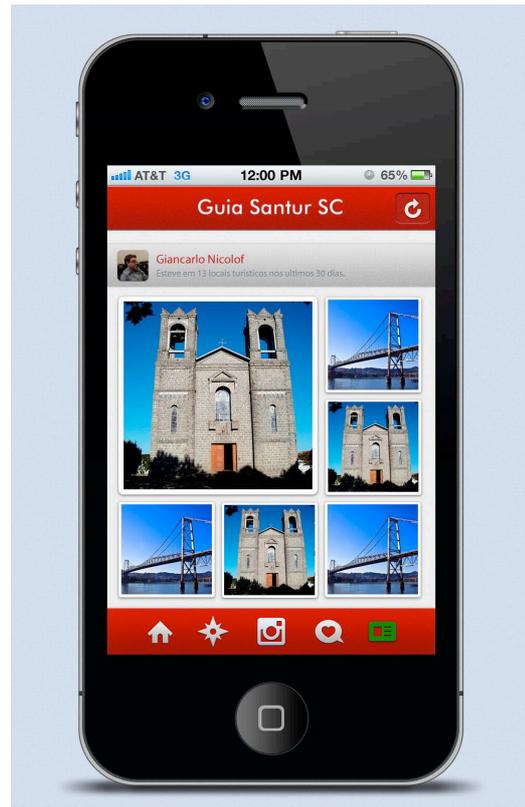


Figura 6: Perfil do usuário

Como o usuário poderá interagir com seus amigos, há uma home, onde ele pode ver as atualizações de seus amigos, vendo os últimos locais que seus amigos foram e saber onde estão no momento e poder até mesmo tirar dúvidas em tempo real através dos comentários das fotos.

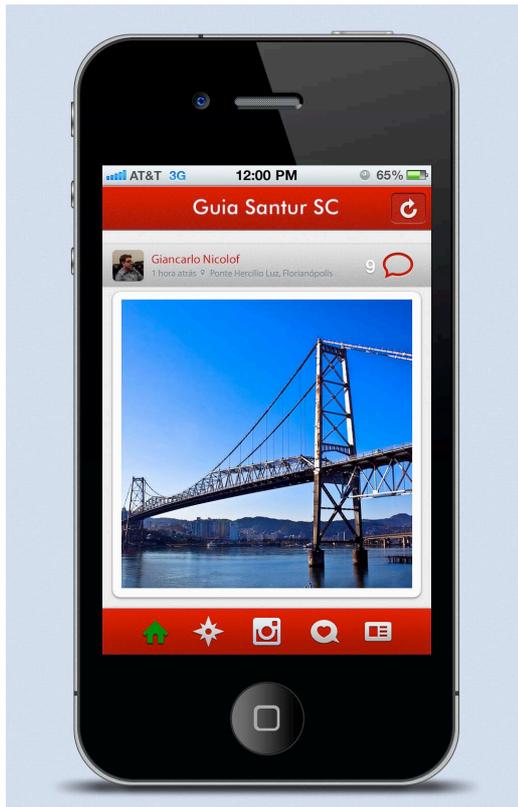


Figura 7: Interatividade do usuário



Figura 8: Interatividade do usuário

6 CONSIDERAÇÕES

Com a criação do aplicativo da Santur, buscamos chamar mais turistas para o estado de Santa Catarina, agregando valor a este importante setor da economia catarinense. Por ser uma ferramenta aberta e acessível a todos, de forma democrática e gratuita, este aplicativo tem o propósito de não somente estimular e divulgar o turismo, mas também promover a interatividade entre os usuários (turistas), possibilitando a troca e compartilhamento de experiências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. **Santa Catarina em Dados** / Unidade de Política Econômica e Industrial. - Florianópolis: FIESC, 2012. 152p.

Disponível em http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/site_topo/pei/produtos/show/id/46.
Acesso em: 10/mar/2013.

G1. **Entramos na era da inteligência coletiva, diz guru da internet**. Disponível em:
<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia>. Acesso em: 06/mar/2013.

MMA. Mobile Marketing Association. **Mobile Marketing Industry Glossary**. Disponível em: <<http://www.mmaglobal.com/glossary.pdf>> Acesso em: 12/mar/2013.