



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
FATECS – Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais

VINICIUS LOPES RIVERA
R.A. 2046931/2

VANTAGENS DA INFORMÁTICA NA QUALIDADE DO
ATENDIMENTO NO CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA

BRASÍLIA, DF
2008

VINICIUS LOPES RIVERA

**VANTAGENS DA INFORMÁTICA NA QUALIDADE DO
ATENDIMENTO NO CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA**

Monografia apresentada como pré-requisito para a conclusão do Curso de Turismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Prof(a) Orientadora. Roberta Louise Tomelin

BRASÍLIA, DF

2008

RESUMO

O presente trabalho tem como tema a importância da informática e da internet no atendimento ao turista. Nesse contexto, o tema delimitado visa analisar as vantagens da informática inserida na qualidade do atendimento ao turista, mais precisamente no Centro de Atendimento ao Turista(CAT). Para tomar conhecimento da qualidade dos serviços prestados no CAT, foi feita uma pesquisa qualitativa, com um total de vinte entrevistados, contendo cinco itens, que foram coletados tanto no Aeroporto Internacional de Brasília - Presidente Juscelino Kubitschek, como na Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida de Brasília. Além disso, realizou-se pesquisa descritiva e a pesquisa bibliográfica. Foram constatadas algumas observações que os turistas fizeram, dentre elas, compreende a falta de vídeos *on-line* informativos sobre a cidade e acesso a internet para que os turistas possam fazer suas reservas.

Palavras-chave: 1. Centro de Atendimento ao Turista; 2. Qualidade no atendimento; 3. Informática; 4 Turismo.

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 Objetivo Geral	6
1.2 Objetivos Específicos	7
1.3 Justificativa	7
2. METODOLOGIA	9
3. REFERENCIAL METODOLOGIA	11
3.1 Contexto da Informática	11
3.2 Turismo	12
3.3 Informática <i>versus</i> Turismo	13
3.4 Qualidade no atendimento	16
4. ANÁLISE DE DADOS	18
CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS	22
APÊNDICE A	24

1. INTRODUÇÃO

Os progressos tecnológicos interferem em diversas formas no modo de vida e, em diversos ambientes ao qual se está inserido. Atualmente convive-se cada vez mais com os recursos tecnológicos, e também acredita-se como é difícil conseguir sobreviver sem o computador, sem os e-mails, sem os *sites* de pesquisa, etc.

O mundo mudou, as áreas de trabalho mudaram, e as pessoas tiveram que se adequar a esta nova tendência. Pode-se perceber o quanto o mercado exige do profissional cada vez mais qualificado, preparado. Pouco tempo atrás, as pessoas não precisavam entender e trabalhar com programas como o *Word*, *Excel* e a *internet*. Hoje, estas ferramentas já fazem parte do aprendizado, uma vez que os recursos tecnológicos definitivamente entraram na rotina dos indivíduos.

O impacto das novas tecnologias na sociedade é uma realidade que não há como fugir. O futuro caminha em direção a novas tecnologias, entrando cada vez mais nas diferentes tarefas do cotidiano. Morintono (2006) faz uma breve reflexão histórica do uso do computador; antes da década de 1920, o computador era um termo associado a pessoas que realizavam cálculos, geralmente liderados por físicos em sua maioria mulheres. Milhares de computadores eram empregados em projetos no comércio, governo e sítios de pesquisa.

Apesar dos privilégios oferecidos por meio da alta tecnologia, a internet, por exemplo, pode oferecer alguns riscos com relação a tremenda quantidade de informações virtuais encontradas e, também a informações consideradas não confiáveis. É nesse sentido que Cabral (2006) afirma que:

Atualmente vivemos um momento de verdadeira explosão do turismo, mas a falta de informações atualizadas e confiáveis sobre o setor dificulta a obtenção de novos investimentos e benefícios e até mesmo de atrair novos turistas para uma localidade.

Deste modo, esse trabalho visa demonstrar a questão da informática inserida no turismo. Colaborando com esta linha de pensamento, Cabral (2006) reafirma que a informação é o principal instrumento do profissional da área de turismo, os recursos da informática são essenciais para tomada de decisão, e sua interação com as várias atividades que envolvem todo o *trade* turístico,

provocando efeitos no consumidor e nos diferentes agentes que atuam em todo o processo turístico, permitindo o emprego de novos instrumentos de vendas que incrementam a produtividade, obtendo um melhor serviço com custo mais baixo.

De acordo com as considerações apresentadas acima, surge o seguinte problema de pesquisa:

De que forma os recursos tecnológicos podem melhorar o atendimento ao turista?

Hoje, cada vez mais o turismo e a informática estão entrando na vida das pessoas promovendo empregos e caminhando cada vez mais um ao lado do outro. Pode-se utilizar a informática em qualquer lugar, como em casa ou no trabalho. Pode-se considerar que o turismo está mais presente em casa, pois juntamente com os computadores, pode-se marcar viagens, reservas em hotéis, pode-se ver e fazer todo o tipo de coisa.

O mundo e as pessoas estão preparados para receber novos tipos de tecnologia, novos tipos de destino turístico, pois cada vez mais, as pessoas estão podendo viajar. As companhias aéreas, por exemplo, facilitam cada vez mais as oportunidades de acessibilidade e formas de pagamento para os viajantes que queiram usufruir deste meio de transporte. Também, as redes hoteleiras estão fazendo promoções para atrair novos clientes que habitam na mesma cidade. Nesse sentido, os recursos tecnológicos contribuem com uma parcela significativa para a captação e melhoria dos serviços relacionados ao meio turístico.

1.1 Objetivo geral

- Analisar como os recursos tecnológicos podem melhorar o atendimento no Centro de Atendimento ao Turista em Brasília?

1.2 Objetivos Específicos

- Identificar qual a necessidade dos Recursos Tecnológicos na prestação dos serviços com qualidade no Centro de Atendimento ao Turista (CAT).
- Levantar quais recursos tecnológicos são importantes para ajudar no atendimento no CAT. estes objetivos são os mesmo apresentados na banca????

1.3 Justificativa

Com estas proposições, descritas nos objetivos, propõe-se investigar e aprofundar os estudos, na medida em que a informática inserida no contexto turístico pode incrementar diversos recursos destinados ao bom atendimento do cliente.

O presente estudo segue estruturado da seguinte maneira; o primeiro capítulo faz referência ao tema e objetivos a serem investigados, conforme supracitado anteriormente.

O segundo capítulo aborda como será estruturada a pesquisa e sua aplicação em alguns pontos turísticos de Brasília, sendo assim, a Cadetral de Brasília e o Aeroporto Internacional de Brasília. Considera-se ainda, neste capítulo, a metodologia de pesquisa utilizada como proposta ao alcance dos objetivos.

O terceiro capítulo visa contribuir no sentido de abordar no referencial teórico, alguns temas que procuram justificar o problema de pesquisa proposto, tais como, o contexto da informática atualmente, o turismo e a informática e um entendimento do que vem a ser a qualidade no atendimento, além de uma breve explicação de um Centro de Atendimento ao Consumidor.

O quarto capítulo terá como objetivo analisar as informações coletadas nos referidos pontos turísticos através de questionário aplicado a um total de 20 participantes.

Finalmente, no quinto capítulo, algumas informações sobre os resultados deste trabalho serão destacadas nas considerações finais, uma vez que o estudo propõe-se a analisar os recursos tecnológicos na obtenção de melhorias do atendimento no CAT.

As referências seguem descritas no final do trabalho, seguida do questionário elaborado e baseado no referencial teórico utilizado anteriormente.

2. METODOLOGIA

O presente estudo possui abordagem qualitativa, técnica bibliográfica e de caráter descritivo. A metodologia qualitativa é a pesquisa que o entrevistador está participando do processo, é aquele que vai aos lugares e coleta todo o tipo de dados.

Segundo Oliveira (2000, p. 61)

São consideradas metodologias qualitativas, por exemplo, pesquisa participante, pesquisa ação, história oral, levantamentos feitos com questionários abertos ou diretamente gravados, que, como vemos, abrigam horizontes bastante heterogêneos.

Segundo o Instituto Ethos (2003), encontra-se que a pesquisa qualitativa é particularmente útil como uma ferramenta para determinar o que é importante para os clientes e porque é importante. Esse tipo de pesquisa fornece um processo a partir do qual questões-chave são identificadas e perguntas são formuladas, descobrindo o que importa para os clientes e por que. Para tanto, este estudo terá como medida na elaboração do questionário estas referidas orientações. Esse tipo de pesquisa também é usado para identificar a extensão total de respostas ou opiniões que existem em um mercado ou população.

Para Cervo (2000, p. 61), a pesquisa bibliográfica pode ser não apenas uma fase exploratória de um estudo e sim como um método como os métodos qualitativo e quantitativo. A profundidade do método bibliográfico assim como dos métodos qualitativo e quantitativo, depende da dimensão e da complexidade da situação-problema estudada.

A pesquisa bibliográfica para Gil (2002, p. 44) é classificada como de leitura corrente ou de referência, que busca nos livros a prova para a sua pesquisa. O autor diz ainda, que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos. Os livros constituem as fontes por excelência. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente.

Este estudo caracteriza-se, ainda, como uma pesquisa descritiva e para Gil (2002, p. 42), as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. As principais características utilizadas nesta técnica são as coletas de dados, através de questionários (Apêndice A) e por método observacional.

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob o título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação.

Os questionários foram realizados em dois pontos turísticos de Brasília, no Aeroporto Internacional e na Catedral. A escolha desses dois pontos turísticos, com o principal objetivo de coletar dados a presente pesquisa, deve-se justamente porque, o primeiro é considerado uma das principais portas de entrada de turistas de Brasília, e o segundo, é um dos pontos turísticos mais visitados. Os turistas foram selecionados aleatoriamente, e abordados de maneira que pudessem explicar o que achavam sobre os recursos tecnológicos e suas relações com o Centro de Atendimento ao Turista. Os questionários foram aplicados nos dias 2 e 3 de novembro e foram para 20 turistas.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 O Contexto da Informática

Assim como em outras áreas, os computadores começaram como aparelhos rudimentares, que eram capazes de desempenhar apenas tarefas muito simples. Mesmo componentes básicos, como o HD (Disco Rígido) e outros tipos de unidade de armazenamento foram introduzidos apenas muito mais tarde. Estudar sobre a história da informática permite entender melhor como os computadores pessoais atuais funcionam, já que uma coisa é consequência da outra.

Para Matoso (2004 p. 42) a palavra informática, que hoje conhecemos e estamos associando como à ciência da computação, apareceu pela primeira vez em 1964, proposta pelo francês Philippe Dreyfus como *informatique*. Foi criada a partir dos termos *information + automatique* para designar a então emergente área do conhecimento e das tecnologias do tratamento automático da informação, designadamente pelo recurso dos computadores.

A informática pode ser entendida, conforme propõe Matoso (2004, p. 43), como a ciência que estuda por meio da comunicação dos computadores:

“Informática: é a ciência do tratamento sistemático e efetivo da informação considerada como um meio de conhecimento humano e de comunicação no contexto técnico, econômico e social, nomeadamente através de máquinas automáticas”.

Para Matoso (2004 p. 43), quando for escrita a história do final do Século XX, duas palavras irão caracterizar grande parte do que nele aconteceu: o crescimento dos recursos tecnológicos e o Turismo. O desenvolvimento dos meios de comunicação no Século XX foi criado às condições propícias em termos de segurança, rapidez e comodidade para a realização de viagens.

Em contra partida, há autores, que apesar das vantagens que a informática oferece, contrapõe o seu uso discriminado e a racionalização de processos antes intermediados por operadores. Nesse sentido Cabral (2006) defende que a crescente inserção de novas tecnologias pode atrapalhar, pois a sociedade sempre tem que se adaptar sobre essas novas tecnologias, e um dos pré-requisitos para um emprego é saber sobre informática.

Já Aníbal (2003) diz que a explosão da internet ofereceu uma nova dimensão, em termos de interatividade, ao meio eletrônico. A capacidade de incluir não só a informação codificada, mas também textos formatados, imagens e até mesmo gravações de áudio e vídeo *on demand*¹ fez com que muitos produtores e agentes de viagens aderissem ao comércio eletrônico e redução de custos, pois a natureza intangível dos serviços turísticos os converte em excelentes produtos para a venda eletrônica.

Para Cabral (2006), hoje em dia o mundo precisa de informações o mais rápido possível, pois ninguém quer ficar esperando até o empregado conseguir a informação que pediu. Os programas (pacote Office, de gerenciamento, cálculos e financeiros) evoluem cada vez mais, no sentido de aprimorar, agilizar o mercado de trabalho.

A velocidade na busca da informação e a necessidade de respostas imediatas levaram o homem desenvolver processos e equipamentos destinados á automação de tarefas. Uma das maiores expressões deste anseio, tão comum à moderna sociedade tecnológica, certamente, são os computadores e sua contínua evolução.

3.2 O Turismo

O turismo cresceu tanto que ultrapassou setores tradicionais, como o da automobilística e a própria indústria eletrônica. Para Marin (2007, p. 13), o turismo é considerado hoje a principal atividade econômica, a maior 'indústria' existente, superando setores tradicionais, tais como a indústria automobilística, a eletrônica e a petrolífera.

Nesse sentido, Aguiar (2002, p. 11) complementa dizendo que o turismo desde a sua primeira revolução industrial, onde os empregados fizeram suas reclamações sobre as horas de trabalho que consideravam enormes, foi possível conseguir um maior tempo de descanso, férias e, conseqüentemente, maior remuneração. Com isso, estes empregados industriais acabaram viajando mais e, interferindo no número crescente de pessoas que viajam pelo mundo, pois as condições de pagamento que as empresas aéreas vêm

¹ O on-demand é uma série de processos de negócios e de tecnologia que são projetados para permitir que as empresas obtenham sucesso.

disponibilizando facilita isso. O turismo é um fenômeno universal, conectando todas as partes do sistema global, aumentando a compreensão dos indivíduos de pertencerem a um todo, e ao mesmo tempo incrementando a sua consciência de pertencerem a um local determinado, pois, com a presença do outro, ao se explicitarem as diferenças, se fortalece a identidade cultural.

Para Aguiar (2002, p. 11), o turismo está interrelacionado com dois fatores, a globalização e a terceira revolução científico - tecnológico. Na medida em que o seu crescimento está associado com o fenômeno da globalização, que tem seus marcos iniciais no século XV, e que o seu desenvolvimento sempre acompanhou o avanço de novas tecnologias, sofrendo um vigoroso impulso na primeira revolução industrial na Inglaterra do século XVIII e outro, na segunda revolução industrial, em fins do século XIX e início do XX, nos Estados Unidos e na Europa. No momento atual, o incremento das viagens está interligado com estes dois fenômenos.

Aguiar (2002, p. 22) considera a globalização um aspecto influente que contribui para a expansão e consolidação, aumentando o intercâmbio de idéias e pessoas por todo o mundo. Um aspecto que devemos considerar é que o turismo, ao mesmo momento tempo que sofre influência da globalização, contribui para a sua expansão e consolidação, facilitando a comunicação, aumentando intercâmbio de idéias e pessoas por todo mundo.

Para Aguiar (2002, p. 22) o turismo é paradoxal, pois destaca a cultura de cada país, as diferenças de cada país e no turismo há criações de não lugar. Dessa forma, o respeito às diferenças poderá ser decorrência da intensificação do turismo, pois uma das principais motivações dos turistas sempre foi e continuará sendo encontrar lugares e culturas diferentes do seu local de origem.

3.3 A Informática *versus* Turismo

Para Gilbert (2001, p. 457), as amplas tecnologias de multimídia e as diferentes maneiras de apresentação, combinadas com as possibilidades de reservas dos sistemas de distribuição, constituiriam uma poderosa ferramenta de vendas para o setor.

Se as empresas pudessem fazer essa mistura de apresentação com os vários tipos de recursos de mídia e com a qualidade no atendimento dos funcionários, as empresas iriam se sair melhor. Como resultado disso, espera-se que os sistemas de distribuição global explorem a internet, para oferecer interfaces inovadoras para a comunicação direta com os consumidores e sustentem a tendência que surge para o futuro, de um comércio de viagens nas próprias casas (Cooper, 2001, p. 460).

Para Shepherd (2001, p. 457 apud Poon) as novas tecnologias vieram ajudar o turismo com a vinda da internet para o Brasil ainda nos anos 90. Este recurso ofereceu oportunidades e desafios para as empresas e atividades turísticas, pois elas precisavam se adequar ao novo sistema que era a internet. Acompanhando a revolução tecnológica dos anos 90, estão muitas novas oportunidades e desafios para a atividade turística. Por ser o turismo complexo e global, a informação é o seu elemento vital e a tecnologia tornou-se fundamental para que o setor opere de forma eficaz e competitiva.

Para Fletcher (2001, p. 461) depois das revoluções industriais e das revoluções tecnológicas, as pessoas tiveram que se adaptar as novas medidas que as empresas estão adotando, e no turismo não é diferente, pois cada vez mais as tecnologias da informação estão sempre presentes no turismo.

As tecnologias da informação tiveram um grande impacto no turismo, forçando o setor a reavaliar a forma de pela qual organiza seus procedimentos de produção e negócios, os métodos que utilizam para colocar no mercado, promover e distribuir seu produto, e o papel cumprido pelo treinamento e evoluções com relação à educação da mão de obra.

Cooper (2001, p. 461 apud Poon) revela que a tecnologia da informação é um termo coletivo do meio eletrônico e dos mecanismos para a utilização e para a aquisição de análises de armazenagem.

Para Cooper (2001 p. 460), as tecnologias da informação assimilam o conhecimento da sociedade de cada país, pois cada tipo de informação é importante para cada tipo de serviço prestado. Em outras palavras, as tecnologias da informação assimilam o conhecimento de uma sociedade com relação a uma ampla gama de processos industriais, mecânicos, práticos e empresariais, e podem ser consideradas como uma síntese da eletrônica, da computação, das tecnologias e das telecomunicações que possibilitam o processamento e o fluxo de informações dentro das organizações e entre elas.

Para Wanhill (2001, p. 461), as novas tecnologias da informação continuam a influenciar as atividades turísticas, pois cada vez que a tecnologia vai mudando não só as atividades turísticas, como o mundo vai mudando. Também essa mudança pode ser vista na hora de contratar as pessoas. As empresas já estão buscando pessoas que tenham alguma noção de informática. Com as novas tecnologias, as empresas e os consumidores se beneficiarão de uma cooperação mais eficiente entre os prestadores de serviços do composto do turismo, para garantir uma apresentação integral dos produtos turísticos.

Segundo Gilbert (2001 p. 461) a relação da internet com os serviços turísticos tem uma distribuição global para um fornecimento mais rápido, além de propiciar e ela dá mais poder ao consumidor através do fornecimento dirigido por produtos que atendem as necessidades dos indivíduos. Com relação aos prestadores de serviços, a *World Wide Web* (WWW) oferece uma infra-estrutura para a distribuição global e o fornecimento de informação de multimídia de natureza turística.

Para Shepherd (2001, p 460), a internet favorece muita coisa, ela tem muitas funções, como por exemplo, fortalecer as funções de marketing para empreendimentos turísticos, oferecendo uma maior ajuda e oportunidades ao possibilitar a comunicação direta com consumidores potenciais. Assim sendo, oferece oportunidades sem precedentes acessíveis para a representação e o marketing global para prestadores de serviços turísticos.

Na internet pode-se tirar de tudo, e você consegue planejar sua viagem de sua maneira, sem precisar sair de casa. Se por um lado prejudica, pois as pessoas estão deixando de sair de casa para organizar as suas próprias viagens, e as pessoas estão economizando, deixando de pagar as agências de viagens e gastando o que elas iam gastar com as agências, no próprio destino.

“A internet é o local ideal para planejar, explorar e organizar praticamente qualquer viagem. As vendas e a eliminação dos agentes de viagens o que permite comprar diretamente dos prestadores de serviços podem trazer conveniência e economia”. King (2004, p 42)

De acordo com o SEBRAE a internet veio para atrapalhar a todos no turismo. A internet mostra a cidade como um todo, as pessoas visitam o *site* e vêem a cidade, se ela não gostar ela não viaja. Porém ela também é benéfica

para outras finalidades, como marcar o assento no vôo e reservar um quarto em um hotel.

Um dos setores mais afetados pelo surgimento da Internet é o de turismo. Desde meados da década passada, época em que a Web ainda estava engatinhando, é possível encontrar meios de fazer reservas de vôos e hotéis pela Internet, ainda que, naquela época, a maior parte dos sites estivesse muito aquém do que seria desejável em termos de interatividade e recursos disponíveis, além de estarem quase que na totalidade, disponíveis apenas para viagens ao exterior. SEBRAE (2002)

Antes as pessoas iam às agências para marcar a viagem, agora não, planeja tudo como passeios, o hotel, os vôos. Isso por um lado é bom, pois você escolhe o hotel que vai ficar, voa com a empresa aérea que você conhece, faz tudo da sua maneira, sem depender dos outros:

3.4 Qualidade no Atendimento

Para Rangel (1995 p. 15) a qualidade vem de cada pessoa, pois cada pessoa olha a qualidade no atendimento de seu jeito. Alguns falam que a qualidade tem que fazer as coisas certas já na primeira vez, e para outros a qualidade é aquilo que não cria problemas. Então, não existe apenas um único entendimento, pois cada um tem um conceito sobre o que é a qualidade. Alguns acham que a qualidade é um bom atendimento, outras pessoas acham que a qualidade é uma coisa especial. Se qualquer um fizer à pergunta o que é qualidade para um grupo de pessoas, com certeza irá ter as mais diversas respostas.

A qualidade sempre focaliza a satisfação dos clientes, pois a perda de clientes é muito mais cara do que a retenção deles “a qualidade focaliza na satisfação do cliente um conceito estratégico que as empresas têm que introduzir para reter os clientes atuais e conquistar novas fatias de mercado”. Para Rangel (1995, p. 16)

Para Paladini (2004, p. 29), o termo qualidade é bem conhecido e de domínio público. Em sua definição técnica tem que considerar dois aspectos fundamentais: qualquer que seja a definição dela espera-se que ela não

contrarie a noção intuitiva que se tem sobre ela, e a segunda, é a questão da qualidade fazendo parte do dia-a-dia das pessoas.

Ainda considerando Paladini (2004, p. 29), a gestão da qualidade não pode deixar de ter em vista os funcionários da empresa, pois eles têm que estar satisfeitos com o trabalho. Caso eles não atendam os clientes bem, vai ser muito difícil eles o manterem, além disso, se os clientes saírem insatisfeitos com o atendimento da empresa, eles contarão para mais ou menos 15 pessoas.

Dentro desse contexto, a gestão da qualidade não pode deixar de ter em vista que os funcionários da empresa são, antes de tudo, pessoas comuns, que recebem fora da fábrica carga consideráveis de informações e sofrem os mesmos impactos em termos da qualidade de produtos e serviços como qualquer consumidor.

No CAT não é diferente das outras empresas, antigamente quando existia um centro de atendimento ao turista no aeroporto, ele era a porta de entrada de Brasília, dando informações sobre a cidade, dando panfletos sobre restaurantes, pontos turísticos, mostrava fotos dos hotéis, preços de hotéis, entre outros. Hoje se existisse ainda o CAT, com alguns computadores, televisões, dvd's, vídeos sobre a cidade, os estagiários poderiam melhorar não só a qualidade dos atendimentos, como deixariam os turistas que visitariam Brasília satisfeitos com o atendimento.

Com o devido treinamento para que os estagiários pudessem atender bem o público que recebe, com essas novas propostas de colocar qualquer tipo de recursos tecnológicos, e os estagiários satisfeitos em trabalhar no CAT talvez, poderia ter tempo em implementar essa idéia, e poderia ter melhorado bastante os atendimentos, pois percebe-se enquanto esta procurando algum tipo de informação a demora em achar uma resposta confiável, uma resposta rápida, talvez a qualidade da informação fosse melhor.

4 ANÁLISE DE DADOS

Para a execução da etapa final que foi a aplicação dos questionários nos dias 2 e 3 de novembro, no Aeroporto e na Catedral de Brasília, foram entrevistados 20 turistas. As pessoas que responderam o questionário vieram de várias localidades, mas principalmente do eixo Rio-São Paulo.

1. Com que frequência você entra na internet para saber sobre a cidade que irá visitar?

Dentre os entrevistados, a maioria das pessoas respondeu que tem o hábito de entrar na internet e pesquisar tudo sobre a cidade que vão visitar. Em contrapartida, o restante disse que não tem essa preocupação.

2. Para que fim utiliza os recursos tecnológicos em relação ao turismo?

Com relação sobre o que pesquisam na internet quando vão viajar, geralmente procuram informações sobre o tempo e a temperatura durante a sua permanência. Acrescentaram ainda, que tem outro cuidado, os entrevistados procuram marcar as reservas em hotéis e comprar bilhetes aéreos. Mas também, há os que não tem o costume de procurar informação sobre a localidade para onde iriam viajar, pois já obtinham essas informações com amigos que já conheciam a cidade que pretendem conhecer.

3. Costuma utilizar os serviços pela internet quando está de férias na cidade em que esta visitando para acessar pontos turísticos, restaurantes, hotéis, passeios etc.?

Dos 20 turistas questionados 11 responderam que usam a internet para acessar a localidade de restaurantes, pontos turísticos, tempo e temperatura do dia seguinte. O restante não se preocupa, só pedindo as informações no ponto em que estavam.

4. Que tipo de recurso eletrônico o CAT deve ter na cidade em que esta visitando?

Perguntados sobre os recursos tecnológicos que o centro de atendimento ao turista deveriam ter os computadores onde as pessoas possam

visitar a cidade com fotos, onde possam fazer suas reservas nos hotéis, onde possa passar um vídeo turístico sobre a cidade. Alguns falaram televisão, dvd's, para aqueles que esperam o atendimento dos estagiários, para que possa ver esses vídeos.

5. Um CAT que utiliza a internet para demonstrar fotos dos hotéis, passeios turísticos, fazer reservas, pode melhorar o atendimento? De que maneira?

Apenas 2 turistas dos 20 turistas entrevistados, responderam que os recursos tecnológicos realmente ajudam na hora do atendimento, mas demora algum tempo até achar uma resposta em que possa ser confiável, mas o restante dos entrevistados, responderam que melhora atendimento, pois agiliza, melhora a qualidade da informação, melhora a qualidade do atendimento e é mais rápido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de todo o percurso deste estudo, foram examinadas de forma articulada, dentro do enfoque estabelecido, três questões: a qualidade do serviço, os recursos tecnológicos e a satisfação do turista com relação informática.

Quando o turista chega a Brasília, é importante que ele tenha uma boa impressão da cidade, que se sinta bem recebido, pois o CAT é seu primeiro contato com o local visitado. Além de conter informações necessárias, os estagiários desses estabelecimentos devem estar preparados para atender os turistas da melhor maneira possível.

A partir dos resultados obtidos com os questionários aplicados nos respectivos pontos turísticos, foi possível identificar que a informática pode ajudar no atendimento aos turistas, pois é uma das maneiras mais segura e rápida para buscar e repassar as informações. Deste modo, apesar da pesquisa não ter sido aplicada no CAT, foco deste estudo, é possível prever com essas informações coletadas nos dois pontos turísticos, que o CAT pode ser beneficiado com a inserção da informática.

Atualmente, a internet pode ser considerada um dos melhores meios de comunicação, pois as pessoas utilizam para se comunicar, trabalhar e muitas vezes, até mesmo preparar sua viagem.

A televisão é outro recurso para disseminar informação. Pois é onde muitas pessoas assistem programas, e é um meio de comunicação mais eficiente do mundo. E colocando no CAT passando vídeos, curiosidades sobre a cidade, entre outros programas sobre a cidade.

Foram encontradas algumas dificuldades para a elaboração deste estudo, principalmente durante a aplicação dos questionários, pois muitos não queriam responder por estarem apressados.

Torna-se possível incrementar o atendimento com este tipo de auxílio, ou seja, a internet, vídeos e outros recursos como a televisão. Através deste *up grade* nos CAT's de Brasília, outras vantagens também poderiam ser concretizadas, como incentivar parcerias para promoverem vídeos informativos, promoções aos turistas, distribuição de cartão-postal da cidade,

mapas turísticos e todo aporte necessário para melhorar a imagem do turismo receptivo de Brasília.

Este estudo visa contribuir com a melhoria nos serviços prestados pelos atendentes do CAT, pois a qualidade no atendimento conjuntamente com a inserção dos recursos tecnológicos é importante na satisfação dos turistas que visitam diversos lugares. Esta monografia visa, contudo, contribuir com pesquisas futuras sobre o tema, uma vez que esse não se esgota nesse estudo.

5. REFERÊNCIAS

Aguiar M. R. **Fundamentos do turismo** São Paulo Alínea: 2002

CABRAL, S. **A importância da informática para o turismo**. 2006. Disponível em: <http://www.estacaodoturismo.com.br/artigosIntegra.asp?cd=18>. Acesso dia 23/09/08.

CARVALHO, A. **Pesquisa Qualitativa** 2004. Disponível em: <http://pt-br.wordpress.com/> Acesso dia 12/10/2008

CERVO, A. L. **Metodologia Científica**.: São Paulo, Ed. Pearson, 2000.

COOPER, C. et. al. **Turismo princípios e pratica** 2 ed Porto Alegre Bookman 2001

DE MELO, A. **O turismo das tecnologias da Informação**: <http://meuartigo.brasilecola.com/informatica/o-turismo-das-tecnologias-informacao.htm>. Acesso dia 23/09/08.

FLETCHER, J. **A importância da informática** In: COOPER, Chris et al. (Org). *Turismo: teorias e prática*, Porto Alegre: Bookman, 2001.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed.: São Paulo Atlas, 2002.

GILBERT, D. **A importância da informática na empresa** In: COOPER, Chris et al. (Org). *Turismo: teorias e prática*, Porto Alegre: Bookman, 2001.

Instituto ethos: disponível em: <http://www.ethos.com.br/> acessado dia: 20102008

KING, D. **Comércio Eletrônico**: Estratégia e Gestão.: São Paulo Pearson Prentice Hall, 2004

MATOSO, J. M. G. **A informática na hotelaria e turismo**.: Lisboa – Portugal Platano edições e técnicas, 2004.

MARÍN, A. **Tecnologia da informação nas agências de viagens**.: São Paulo Aleph , 2004.

Morintono, A **Como surgiu a informática**: Disponível em: <http://www.brasilecola.com/informatica/revolucao-do-computador.htm> Acessado em: 29/9/2008

OLIVEIRA, C. D. S. **Metodologia científica, planejamento e tecnicas de pesquisa**: São Paulo LTr 2000

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade teoria e prática** 2 ed. Atlas: São Paulo, 2004

RANGEL, A. **Momento da Qualidade**: São Paulo Atlas , 1995.

SEBRAE

http://www.sebraepr.com.br/portal/page/portal/PORTAL_INTERNET/PRINCIPAL2004/2004_SMAIS?dad=portal&guepa=interna&p_codigo=166. Acesso dia 23/09/08.

SHEPHERD, A. **A importância da informática na empresa** In: COOPER, Chris et al. (Org). *Turismo: teorias e prática*, Porto Alegre: Bookman, 2001.

WANHILL, D. **A importância da informática na empresa** In: COOPER, Chris et al. (Org). *Turismo: teorias e prática*, Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A**QUESTIONÁRIO**

NOME _____**CIDADE** _____

- 1. Com que frequência você entra na internet para saber sobre a cidade que irá visitar?**

- 2. Para que fim utiliza os recursos tecnológicos em relação ao turismo?**

- 3. Costuma utilizar os serviços pela internet quando está de férias na cidade em que esta visitando para acessar pontos turísticos, restaurantes, hotéis, passeios etc.?**

- 4. Que tipo de recurso eletrônico o CAT deve ter na cidade em que esta visitando?**

- 5. Um CAT que utiliza a internet para demonstrar fotos dos hotéis, passeios turísticos, fazer reservas, pode melhorar o atendimento? De que maneira?**