



IV CONGRESSO ACADÊMICO CIENTÍFICO  
II SEMINÁRIO DE LETRAS  
I FÓRUM REGIONAL DE PESQUISA  
Formação Profissional: Linguagens e Representações  
UEG – Câmpus Porangatu  
04 a 07 de novembro de 2014  
ISSN 2237-2571

## **TRANSFORMAÇÃO DO MERCADO TURÍSTICO, A PARTIR DOS MEIOS OFERECIDOS PELA INTERNET**

Jéssica Gonçalves Santos  
jessica-nfjrg@hotmail.com

Rosilene Santos Godoy  
rosilenepsgodoy@ueg.com

**Resumo:** O estudo em questão pretende evidenciar as transformações ocorridas no campo turístico a partir do desenvolvimento das tecnologias eletrônicas. O cotidiano da sociedade atual está marcado pela velocidade. A rapidez da evolução tecnológica mudou os hábitos das pessoas, tornando – as mais exigentes e aumentando sua necessidade de informação em curto espaço de tempo. Os consumidores modernos não permitem que os processos decisórios sejam lentos e demandam soluções ágeis, o que pode ser viabilizado mediante sistemas de informações adequados e de pessoas qualificadas. A distância entre o cliente e a empresa diminuiu, enquanto a velocidade do fluxo de informação aumentou. As empresas devem se adaptar às mudanças com rapidez, pois a inovação constante de produtos e serviços será decisiva para a competitividade das empresas turísticas. Existem algumas restrições ao desenvolvimento do comércio eletrônico, como a falta de confiança nos sistemas de segurança dos sites, a capacidade insuficiente da estrutura de telecomunicações e as dificuldades de integração dos softwares para Internet e o comércio eletrônico com algumas aplicações e banco de dados das empresas. Quanto às restrições de ordem não técnica tem-se o custo de implantação, a segurança, a falta de confiança a resistência dos clientes e o desejo de tocar e experimentar o produto antes de comprá-lo. No Brasil pode-se acrescentar as restrições de acesso à Internet para grande parte da população e o “analfabetismo” tecnológico existente. O setor de turismo apesar dos desafios é um dos setores econômicos mais beneficiado com o uso da Internet, pois tem um potencial de diminuir consideravelmente seus custos de transação, utilizando-se, de sistemas que permitem a reserva automática, sem intervenção humana, como já é realizado em algumas grandes redes de hotéis e companhias aéreas além também da grande capacidade de atingir novos clientes e mercados. Por essa razão, a ausência dessas tecnologias em setores ligados ao turismo pode determinar a sua sumária exclusão do mercado. Nesta perspectiva Mota (2001),Guimarães & Borges (2008),Vassos (1998),Smitch (2000), Turban (2000), Bissoli (1999), apresentam claras e relevantes reflexões para o contexto pesquisado.

**Palavras-chave:** Inovação. Desafios. Lucratividade. Competitividade.