



Cidades Interativas vão Dinamizar o Valor Econômico Gerado pelos Turistas

Paulo Hansted (*)

Não basta atrair turistas, precisamos emponderá-los!

Há alguns anos atrás, quando a banda larga e os smartphones ainda engatinhavam no Brasil, fui chamado por um alto executivo de uma grande empresa de telefonia móvel para participar de um desafio para o qual ninguém tinha uma resposta. O desafio envolvia o governo de Santa Catarina e algumas de suas mais lindas e festejadas cidades, Florianópolis, Balneário Camboriú, Blumenau e Joinville. Como introdução sabia apenas que a missão girava em torno uma inquietação do governador com o tema turismo. Sendo um razoável conhecedor do quanto é difícil fazer turismo em nosso país, imaginei que a pauta envolveria a ambição de se atrair um maior número de visitantes para a região.

Os investimentos na área de turismo no Brasil são pífios, se comparados até mesmo com países vizinhos. Enquanto Colômbia e Equador, investem algo em torno de US\$ 100 milhões por ano, por aqui os investimentos não chegam à casa do US\$ 20 milhões. Não fica difícil compreender porque ocupamos apenas a 7ª posição no ranking de países mais visitados na América, e não figuramos entre os 50 destinos que mais atraem turistas no mundo.

No entanto, Santa Catarina possuía 3 cidades entre as 10 mais visitadas por estrangeiros no país em 2016. Florianópolis, Bombinhas e Balneário Camboriú, ocupam a respectivamente a segunda, sexta e oitava posição no ranking. Por conta disto, e somando-se ainda a força da região na atração do turismo interno, o então governador Luiz Henrique da Silveira expôs um cenário ainda mais complexo e surpreendente, que nos fez compreender sua inquietação. Ele dizia que o desafio de Santa Catarina não era o de atrair mais turistas e sim o de dinamizar o valor econômico gerado pelos turistas. Sim, a questão é simples de se compreender e não é uma particularidade de Santa Catarina. Estados e municípios fazem de tudo para atrair visitantes, no entanto a falta de estrutura de suporte e orientação adequados, fazem com que estas pessoas que chegam acabem por interagir pouco com as cidades.

No raciocínio lógico do governador, um turista que por ausência informação organizada e disponibilizada na hora e da forma correta, visite hipoteticamente cinco destinos na cidade, vai deixar recursos, dinheiro para ser mais claro, restrito a o universo limitado de ambientes com o qual interagiu. Do contrário, se a estrutura de acesso a informação sobre o que pode fazer na cidade for farta e disponibilizada da forma adequada, os estímulos para interagir com mais locais se multiplicam. Desta forma, visitando mais lugares, se envolvendo mais

com tudo o que a cidade pode oferecer, este mesmo turista consome mais, gasta mais e por conta disto, movimenta mais a economia, deixa mais recursos na região.

Segundo a Santur (Secretaria de Turismo do Estado de Santa Catarina), em um período de temporada o Estado recebe algo em torno de 5 milhões de visitantes, que permanecem um tempo médio de 4 dias na região e movimentam um ticket médio na casa de R\$ 300 durante a permanência, um valor muito baixo, reflexo da ausência de mecanismos de inteligência e suporte.

Se há 5 anos atrás os mecanismos para dinamizar de forma coordenada as ambições do governador eram ainda um tanto escassos, com a popularização e disseminação da banda larga e das plataformas digitais, não há mais justificativa para não se reorganizar esta equação. Com um investimento coordenado, soluções multi-plataforma especificamente desenvolvidas para este fim, podem transformar cidades analógicas em cidades interativas. Onde quer que esteja, da forma que preferir, o turista pode ter acesso a um pacote de informações e estímulos que vai estreitar a relação de engajamento com tudo o que a cidade oferece.

Na web, onde as pessoas tendem a ter menos pressa, o usuário pode estabelecer os primeiros contatos com a região e suas atrações. Dinâmica essencial até para se planejar e decidir pelo destino. No mobile, quando já no local, o turista pode consultar e receber estímulos personalizados de atrações por perfil, distância, gênero, a cidade na palma da mão. Através de códigos bidimensionais aplicados a atrações turísticas e fazendo uso do celular, pode-se acessar vídeos, textos e fotos que vão enriquecer a experiência do visitante. Como resultado, mais turistas vindo, mais turistas indo e compartilhando suas impressões positivas, mais dinheiro circulando, gerando empregos e desenvolvimento para a região.

Quem ganha com isto? Os turistas, o comércio e o próprio cidadão. Estimamos que a adoção do sistema de cidades interativas na região, possa não somente aumentar o tempo de permanência, mas acima de tudo dinamizar o valor econômico gerado pelo turista, podendo mais do que dobrar o ticket médio de consumo. A ambição do governador estava certa, de nada vale atrair mais turistas, se antes não se oferecer a estrutura de suporte necessária para estimular o engajamento. Ao empoderarmos o turista, a cadeia de benefícios tende a ser exponencial e o poder de conversão de valor passa a traduzir efeitos determinadamente superiores aos custos e energia necessários para atrair ainda mais visitantes.

(*) É um empreendedor com formação em Marketing na Universidade da Califórnia – Berkeley, nos Estados Unidos. Desenvolvedor do conceito de Cidades Móveis.

Plataforma para pequenos supermercados

De acordo com dados do Sebrae, existem 76 mil varejistas de pequeno porte no Brasil, com até quatro check-outs (PDVs), que atendem 90% do mercado brasileiro. Pensando nesse público, a Senior, empresa referência nacional em tecnologia para gestão, passa a oferecer uma versão simplificada e eficaz de sua solução Gestão de Supermercados voltada a pequenos varejistas com uma loja e até cinco check-outs (PDVs).

Ideal para negócios em desenvolvimento, este modelo de comercialização é voltado a empresas que buscam agilidade e gestão eficaz. O objetivo é atender este público de forma rápida, com soluções diferenciadas de baixo custo, que tragam informações de gestão em tempo real, agilizem a entrega das

obrigações legais (SPEDs), organizem a entrada de notas fiscais, façam o controle de estoques, auxiliem na formação de preços, entre outras funções.

“Geralmente, os pequenos varejos são negócios familiares, compostos por profissionais com pouco tempo para se dedicar à gestão, uma vez que preferem focar seu tempo no atendimento pessoal de seus clientes. Com este modelo de comercialização da solução, facilitamos o acesso destes comerciantes a tecnologias inovadoras de gestão com um valor competitivo, ajudando-os a conferir agilidade nas vendas e a padronizar processos”, explica Anísio Iahn, Diretor de Varejo – Supermercados da Senior (https://www.senior.com.br).

Aplicativos ajudam na organização de casamentos

Com a ajuda da tecnologia, fica mais fácil ter o casamento dos seus sonhos

O casamento é um dos momentos mais importantes da vida do casal. Mesmo antes de marcar a data definitiva, muitas noivas e noivos idealizam como será o grande dia. Quando o sonho está prestes a se tornar realidade, o que era imaginação vai dando lugar ao planejamento, imprescindível para que tudo saia perfeito.

Não são poucos os detalhes para acertar. O local, convidados, os padrinhos e seus trajés, buffet, decoração, a lista de presente. Tudo isso leva tempo para ser escolhido.

A sorte das noivas modernas é que existem aplicativos que podem ajudar e muito nessa missão. Alguns deles permitem reduzir o tempo gasto na organização do evento, outros servem como fonte de inspiração e um bom app para casamento ajuda até a resolver demandas de forma rápida, na palma da mão.

Apps para noivas: 3 opções que você precisa conhecer

O smartphone pode ser um grande aliado na organização de um casamento. Conheça três aplicativos que podem transformar essa etapa em algo muito mais simples e prazeroso:

Pinterest: inspiração para tudo

O Pinterest é uma rede social focada na inspiração por imagens segundo os temas escolhidos. O site reúne um universo de imagens em milhares de categorias - e muitas delas são perfeitas para noivas. Basta pesquisar a palavra "casamento" para conferir



referências em buquês, penteados, vestidos e cardápios. Atualmente, trata-se da rede social mais indicada para quem quer conhecer tendências em estilo, decoração, moda e muito mais. Baixe o Pinterest para iOS | Baixe o Pinterest para Android

Zankyou: crie sua lista de casamento e muito mais

Tudo que você precisa para organizar seu casamento está nesse app, a começar pela lista de casamento. Se o casal pensa em receber o valor dos itens em dinheiro, o Zankyou é a plataforma ideal. Com as melhores taxas do Brasil, o serviço permite montar a lista de presentes online incluindo o que desejar: de itens para a casa, passando por viagem de lua de mel a doações para ONGs. Os noivos recebem o valor dos presentes na conta bancária para gastar como e onde quiserem, inclusive nos custos da festa. Afinal de contas, um casamento dos sonhos tem seu preço, não é?

O bacana é que você também pode montar um site de casamento que é gratuito pelo período de 12 meses. Além de conseguir personalizá-lo pelo aplicativo, diversas outras funcionalidades essenciais para quem está organizando um casamento, como consultar um Guia de Fornecedores e pedir orçamentos diretamente pela plataforma, conferir as últimas novidades do mundo dos casamentos na magazine e até fazer RSVP de convidados.

Baixe o Zankyou App para iOS | Baixe o Zankyou App para Android

Maxmilhas: faça uma viagem de lua de mel inesquecível

Depois que toda a correria e nervosismo da festa de casamento passam, nada melhor que relaxar a dois curtindo uma viagem romântica. Para que a lua de mel caiba no orçamento, uma boa dica é comprar a passagem aérea na Maxmilhas. A plataforma inovou no mercado ao possibilitar que pessoas comuns vendam suas milhas para que viajantes comprem passagens aéreas com valores bem mais acessíveis.

No site ou no aplicativo da Maxmilhas, basta procurar pela data e destino desejados, escolher o voo que melhor atende suas necessidades e fazer a compra. Ai, é só fazer as malas.

Baixe o MaxiMilhas para iOS | Baixe o MaxiMilhas para Android
Com a ajudinha da tecnologia, o casamento dos sonhos está a apenas alguns cliques de distância.

Gamificação não é um “puxadinho”



A Gamificação é uma técnica disruptiva com eficácia comprovada e poderosa para engajar, influenciar, incentivar e reter pessoas. Se utilizada de forma estratégica e planejada melhora a interação com as pessoas, fideliza clientes de maneira sustentável, incentiva funcionários e parceiros, entre outras inúmeras formas para impactar pessoas e negócios.

Porém, o mercado acaba vivendo uma epidemia de “puxadinhos” de Gamificação. Ou seja, o modelo, ao invés de estar alinhado aos objetivos do negócio, torna-se uma colcha de retalhos, totalmente acessório, e que não gera resultados.

Algumas empresas decidem adotar a Gamificação apenas por modismo ou por curiosidade. Quando há apenas a popularização do conceito, faltando o domínio da estratégia, sem o profissionalismo no comando das ações, apenas o óbvio é colocado em prática.

Vemos então que não há uma mudança significativa da estratégia, apenas um adendo, uma adoção tímida, sem critério

e sem o conhecimento específico da técnica. É apenas uma nova roupagem do passado, com um instrumento novo para atividades antigas.

O resultado desse movimento, ao invés de fomentar um vínculo de fidelidade e engajamento das pessoas, é justamente a “falta de resultados”. Por ser um adendo, não há retorno de investimentos, pois os benefícios podem ser ignorados pelos clientes, não engajando ninguém. As vantagens esperadas pela utilização da Gamificação, como impactar e reter, também não devem acontecer.

A Gamificação não pode ser aplicada em apenas uma parte do processo. O plano de fidelização precisa ser redefinido, repensado, por meio de estratégia gamificada, de engajamento, aderência à marca, motivação, e não como um improviso, sem critérios ou metas previamente definidas e mensuráveis.

(Fonte: Carlos André é CEO da LoySci).



News @TI

HERE anuncia plano gratuito para desenvolvedores que criarem aplicativos com reconhecimento de localização

A partir de agora, desenvolvedores poderão acessar gratuitamente um conjunto abrangente de APIs e SDKs baseados em mapeamento e localização. A HERE Technologies, líder global em mapeamento e serviços de localização, anuncia um novo plano de preços, incluindo uma opção “freemium”, para que desenvolvedores possam construir aplicativos com a plataforma de localização corporativa da empresa.

A HERE Technologies está simplificando a maneira com a qual os desenvolvedores criam aplicativos de reconhecimento local ao eliminar modelos complexos de preços e pagamentos antecipados via cartão de crédito. Agora, os desenvolvedores poderão ter acesso a serviços avançados de dados e plataformas, incluindo mapas, geocodificação, localização digital, locais e roteamento intermodal, além de recursos avançados como navegação passo a passo e roteamento personalizado, pontos de passagem, e frotas APIs com planos de preços simples (www.here.com/freemium).