

ENCONTRABILIDADE: O DESTINO TURÍSTICO DE FOZ DO IGUAÇU NAS PLATAFORMAS DE BUSCAS

Resumo

O desenvolvimento assíduo da tecnologia no turismo fez com que recentemente o conceito de encontrabilidade fosse notado pelos profissionais de marketing e promoção turística responsáveis pela divulgação do destino, essa nova modalidade, também conhecida como marketing de busca, fomenta a promoção dos destinos, aumentando a competitividade corporativa do setor por meio de websites e aplicativos. Dessa forma, busca-se neste estudo qualitativo com base Gaskell (2002), analisar como Foz do Iguaçu, principal destino do Estado do Paraná, aparece nas plataformas de buscas quando atrelado ao termo turismo. O estudo apresenta discussão teórica pautado em Cintra (2009), Cruz e Silva (2014) e Lopes (2011), além do relatório da FGV/MTUR/SEBRAE (2015) que aponta o destino com um excelente plano de marketing em comparação aos demais destinos. A análise dos dados ocorreu através da comparação dos resultados das três plataformas de busca mais utilizadas pelos internautas brasileiros (Google, Bing e Yahoo!) utilizando os termos “Turismo” e “Foz do Iguaçu”, obtendo como resultado majoritário anúncios relacionados a operadoras turísticas da cidade (resultados patrocinados), informação turística é apresentada ao internauta em forma de atrativos e roteiros pré-elaborados, o Portal do Turismo da Prefeitura Municipal aparece como resultado em apenas duas plataformas. Diante disso, o estudo considera que as informações contidas no universo digital, as mudanças e inovações que ocorrem a cada momento, fazem com que tanto o profissional de marketing quanto o profissional de turismo do setor público estejam em consonância com a competitividade do mercado, buscando, por conseguinte, desenvolver habilidades coerentes e sempre objetivando uma visão geral do mercado para que haja um avanço na promoção dos destinos e não apenas das operadoras turísticas da localidade.

Palavras-chave

Marketing; Encontrabilidade; Foz do Iguaçu; Turismo.

Introdução

Um dos principais meios de comunicação do século é a internet, atuando como uma importante ferramenta para todos os setores, incluindo o turismo, que não se caracteriza como uma atividade única, mas que segundo Lopes (2011) se relaciona com diversos aspectos da multidisciplinaridade, contendo dentro do seu sistema outros subsistemas, o qual podemos encontrar o tecnológico.

As empresas desse segmento econômico estão cada vez mais estabelecidas nesses novos modelos de atuação virtual, que por intermédio do uso das tecnologias da informação e da Internet aplicados aos processos de negócio conseguem substituir o processo tradicional, entendido por Eltz e Bridi (2016) como a aquisição de pacotes de viagens, seguros, solicitação de serviços em agências de viagens físicas ou diretamente com os prestadores de serviços.

Para Carrilho e Vellani (2006), o meio eletrônico transformou a Internet em um canal de compra e venda de produtos e serviços, além de uma importante ferramenta de divulgação e promoção direta de quem vende e para quem adquirir. Arruda e Pimenta (2005) salientam que em diversos aspectos, a tecnologia quebrou barreiras facilitando o acesso das pessoas ao lazer e entretenimento, tornando a compra do produto turístico mais eficiente.

Promover os destinos turísticos do Paraná em âmbito nacional e internacional é uma estratégia adotada pela Secretaria de Estado do Turismo (extinta em 2014), e atualmente pela Paraná Turismo, a internet é o meio utilizado para tais ações de divulgação e comercialização, que busca fomentar o acesso do Estado aos mercados consumidores.

Segundo o MTUR (2019), o Paraná apresenta duas cidades avaliadas como Destino conceito A do Ministério do Turismo, sendo: Curitiba (Rota dos Pinhões) e Foz do Iguaçu (Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu).

Foz do Iguaçu, apresenta segundo estudo da FGV/MTUR/SEBRAE (2015, p. 11 “forte posicionamento turístico no cenário nacional e internacional, resultado das ações promocionais realizadas pelo destino” Pode-se analisar que os fortes investimentos em ações de marketing levaram Foz do Iguaçu a se posicionar como um dos destinos mais visitados do Brasil. Para tanto a Tabela 1 apresenta um comparativo da avaliação da FGV/MTUR/SEBRAE (2015) quanto as ações de Marketing, onde:

Tabela 1: Índice de competitividade do destino e médias Brasil e Não Capitais

Dimensão	Brasil		Não Capitais			Foz do Iguaçu			
Marketing e Promoção do Destino	46,8	48,4	48,5	44,4	45,7	45,0	85,4	89,9	88,5

Fonte: FGV/MTUR/SEBRAE (2015, p. 13) adaptado pelos autores (2019)

Na contemporaneidade, Cruz e Silva (2014) notam que vários destinos turísticos estão usando o marketing como instrumento para atrair turistas. O avanço tecnológico em constante crescimento, atrelado a oferta de conexão à internet, origina uma nova categoria de marketing, o marketing digital, que proporciona a interação online entre organização e consumidor (SILVA, 2016).

As estratégias de marketing digital tem identificado novas estratégias e promoção de custo, ao promover no processo de divulgação, identificando o

público-alvo com mais eficiência, determinando os objetivos e criando mensagens designadas para atrair novos turistas. Cintra (2009) afirma que podem-se obter resultados como a obtenção de controle e avaliação dos efeitos de uma promoção, sendo capaz de realizar recrutamento e seleção de profissionais, com o objetivo de identificar os consumidores que permaneceram no processo digital.

Assim, partindo deste pressuposto, o marketing online é um método designado a vender destinos turísticos para o público-alvo através da internet, possuindo os processos de informação inteiramente ligados aos mecanismos online, estratégicos e conexos aos gestores (diretos ou indiretos) que aplica o programa de marketing (CINTRA, 2009).

O marketing online está localizado em um meio onde não há saturação de concorrentes, mesmo alcançando um patamar elevado de importância, para Cintra (2009) atinge o público de forma correta fortalecendo a relação entre cliente e empresa e sendo ágil para com questões de propostas e negociações.

Devido a múltiplas evoluções no mercado e sociedade os destinos buscam por conhecimento; profissionais da publicidade e marketing estão constantemente buscando inovação para novos planejamentos; ambos, em busca de atingir o perfil de turista desejado, ou seja, o público-alvo.

Diante disso, o objetivo geral deste estudo busca analisar como a internet, apresenta os resultados da promoção e marketing turístico do destino Foz do Iguaçu através dos buscadores Google, Bing e Yahoo.

Estabelecendo os objetivos específicos deste estudo, podemos elencar: (1) Avaliar a encontrabilidade¹ dos termos “Turismo” e “Foz do Iguaçu” nos buscadores Google, Bing e Yahoo; e, (2) Analisar a aplicação e utilização destas ferramentas de busca para a promoção turística online do destino.

A relevância desta pesquisa é apresentar os benefícios em investir no marketing digital para os gestores do trade turístico, diante das informações apresentadas aos turistas por meio das plataformas de busca. Entendendo que a busca por informações antecede o processo de decisão do turista, torna-se

¹ Segundo WCK (2016) “A capacidade que um site tem de ser facilmente encontrado pelo usuário na Internet por um mecanismo de busca é a **encontrabilidade**, um conceito de qualidade de interação entre o usuário e uma interface. Outro conceito básico a ser atendido por um site é o de *findability*, que é a facilidade com que as informações de um *website* podem ser encontradas”.



preeminente que o trade turístico esteja ciente dos resultados que esta ação apresenta.

Metodologia

Este estudo de caráter exploratório e qualitativo divide-se em dois constructos. Gaskell (2002, p. 65) afirma que a pesquisa qualitativa “fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação”.

A primeira parte pauta-se em uma análise bibliográfica, para compressão teórica acerca dos temas marketing e encontrabilidade. A pesquisa exploratória/descritiva com base em uma descrição simples dos resultados encontrados com base na busca, fica para um segundo momento, onde realizou buscas nas plataformas Google, Bing e Yahoo! com os termos “Turismo” e “Foz do Iguazu” na data de 30 de abril, as 18 h 30 min, em aba anônima utilizando o navegador Google Chrome.

Resultados e Discussões

Apresenta-se os resultados das buscas por plataforma, utilizando-se apenas da primeira página, pois é a página que apresenta os melhores resultados, na forma que aparecem os resultados em ordem como apresentada ao internauta.

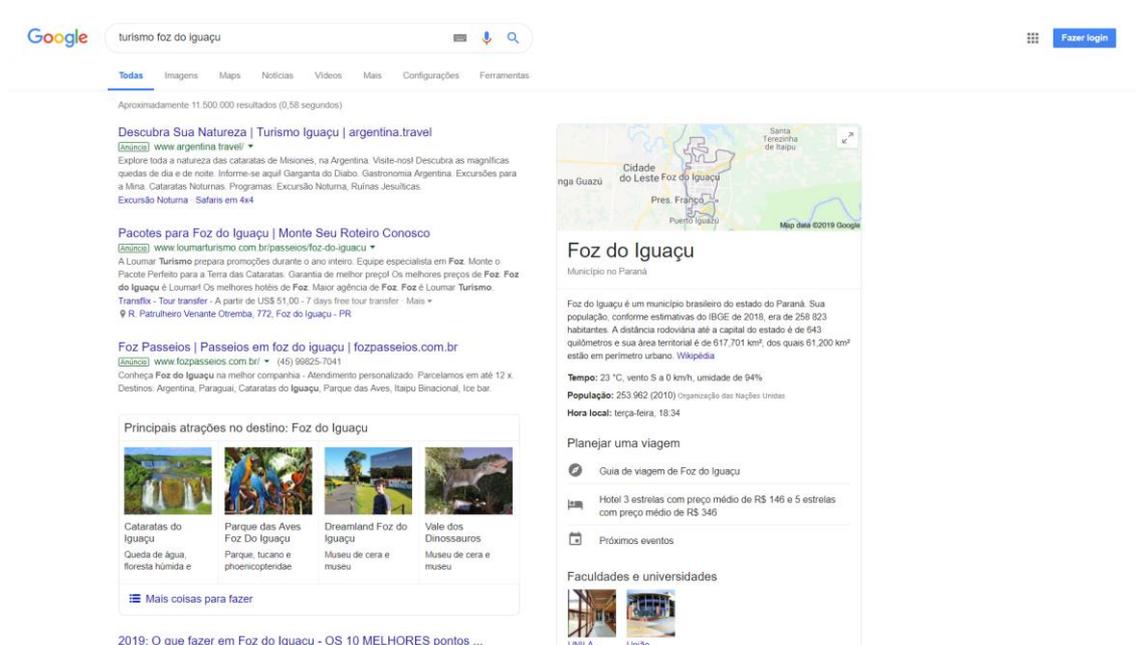
Google

Ao realizar a busca na plataforma Google, apresentam-se 11 milhões e 500 mil resultados em 0,58 segundos. Ao lado direito um pequeno mapa da cidade, com as cidades vizinhas (Santa Terezinha do Itaipu (Brasil), Cidade do Leste e Presidente Franco (Paraguai) e Puerto Iguazu (Argentina); seguida por uma breve descrição fornecida pelo Wikipédia, com informações do Tempo, População e Hora local.

Relacionado ao turismo apresenta os termos “Planejar uma viagem”, com informações sobre “Guia de viagem de Foz do Iguazu”; “Hotel 3 estrelas com

preço médio de R\$ 146 e 5 estrelas com preço médio de R\$ 346”; e, “Próximos eventos”.

Ao lado esquerdo da página, apresenta listados as informações relevantes ao estudo, evidencia-se em um quadro as “Principais atrações no destino: Foz do Iguazu”, listando os seguintes locais: “Cataratas do Iguazu, Parque das Aves, Dreamland e Vale dos Dinossauros”, possibilitando visualizar outras atrações na seção “Mais coisas para fazer”.

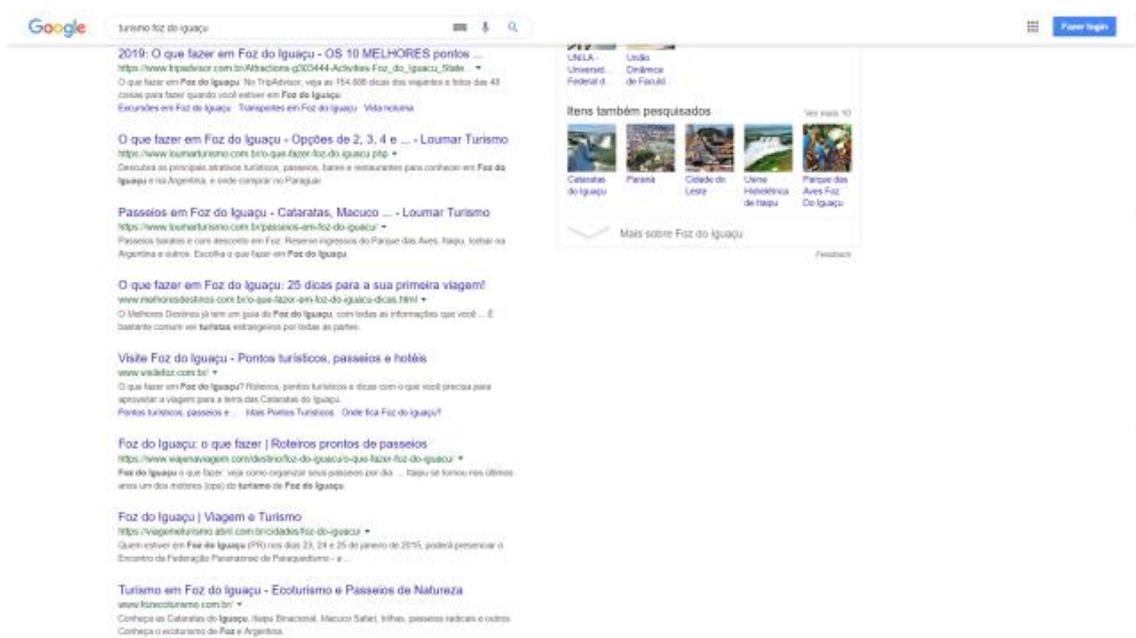


As respostas da busca colocam três anúncios no início da tela: (1) “Descubra Sua Natureza” é o anúncio de promoção turística da Argentina, oferece neste link excursão noturna e safari 4x4; (2) Pacotes para Foz do Iguazu é o anúncio da Loumar Turismo, que coloca as opções de transfer por sete dias com preços a partir de U\$ 51,00; (3) Foz Passeios, anuncia passeios na cidade, parcelando a compra em até 12 vezes. No final da tela, outro anúncio é apresentado, a empresa Passeio Tour com a chamada “Passeio com Amigos Carro - Van Privativo em Foz Iguazu”.

Os resultados orgânicos da busca na plataforma, apresenta: “Os 10 melhores pontos” segundo a página TripAdvisor; “O que fazer em Foz do Iguazu” e “Passeios em Foz do Iguazu” são links da empresa de turismo receptivo Loumar Turismo; o site Melhores Destinos oferece ao internauta “25 dicas para a sua primeira viagem!”; a página Visite Foz apresenta “Pontos turísticos,



passeios e hotéis”; o blog de turismo Viaje na Viagem tem o link para “Foz do Iguazu: o que fazer - Roteiro prontos de passeios”; a revista Viagem e Turismo (Abril Editora) leva o internauta a um acatado sobre destino; Foz Ecoturismo apresenta passeios deste segmento: “Ecoturismo e Passeios de Natureza”; por fim os blogs, Fui Gostei Conte traz “30 dicas do que fazer em Foz do Iguazu - e nas cidades vizinhas da...”; e, Dicas de Viagem “15 passeios em Foz do Iguazu fora do eixo turístico”.



A seção Feedback da plataforma, informa que “As pessoas também perguntam”: O que tem pra fazer a noite em Foz do Iguazu?; O que fazer em Foz do Iguazu de graça?; O que fazer em Foz do Iguazu roteiro?; e, Onde ir em Foz do Iguazu?.

Bing

A busca na plataforma resultou em 7 milhões 380 mil resultados, o lado direito da tela apresenta imagens da cidade de Foz do Iguazu, seguida pela descrição do Wikipédia, acrescido de informações referente à: População; Dica de Viagem; Área; Faculdades e universidades; Prefeitos; e, Prêmios. Como ferramenta para se planejar a viagem apresenta: Reservar voos; Reservar hotéis; e, Roteiro de 1 dia. Em quadro abaixo traz as “Pesquisas relacionadas”,



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

que coloca como resultado as cidades de: Cascavel, Ciudad del Este, Londrina, Curitiba e Ponta Grossa (dados fornecidos pelo Wikipédia, TripHobo, Skyscanner, TripAdvisor, Booking.com).

The screenshot shows a Bing search results page for the query "turismo foz do iguaçu". The search bar at the top indicates 7,380,000 results. The results list on the left contains several sponsored advertisements:

- Hotéis em Foz do Iguazú - Compare 328 Hotéis** (www.trivago.com.br/Turismo/FozDoIguazu) - Anúncio: Encontre o seu Hotel ideal com o trivago. Compare e economize até 78%! Encontre o seu Hotel ideal e economize com trivago. Links for: Hotéis Centrais, Hotéis Rio, Hotéis SP, Hotéis populares, Ofertas Baratas, Hotéis Buenos Aires.
- Turismo Foz Do Iguazú - Tours, Bilhetes e Atividades.** (www.getyourguide.com.br/FozdoIguazuTours) - Anúncio: Foz do Iguazú: Reserve já as melhores excursões guiadas pelos menores preços! Best Caminhadas em Brasil, Foz do Iguazú Amanhã, Foz do Iguazú Promoções, Foz do Iguazú Portugêses.
- Pacotes Foz do Iguazú - Pacotes Em Oferta | CVC** (www.cvc.com.br/Pacotes/CVC) - Anúncio: Chegou a Hora de Conhecer a Foz do Iguazú com Pacotes Incríveis na CVC. Aproveite! Rua Manoel Pereira, 1615, Paranaguá. Trajeto: 4134254800. Links for: Ofertas Atraiadoras, Bateria Temporada CVC, Ofertas de Passagens, Feriados CVC, Resorts em Oferta, Passagens Internacionais.
- Viagens para Foz Do Iguazú - Reserve Agora com até 50% Off** (www.zarpo.com.br/Viagens/Foz-do-Iguazu) - Anúncio: Cadastre-se e Reserve seu Pacote de Viagem para Foz com Preços Exclusivos! Maravilhas Naturais. Viagem para Casas. All Inclusive no Nordeste.
- Visite Foz do Iguazú - Pontos turísticos, passeios e hotéis** (www.visitefoz.com.br) - O que fazer em Foz do Iguazú? Conheça roteiros, pontos turísticos e dicas com o que você precisa para aproveitar a sua viagem para a terra das Cataratas do Iguazú. Museu de Cera, Compras no Paraguai, Cataratas do Iguazú, Parque das Aves, Usina de Itaipu.
- Loumar Turismo - Hotéis e pacotes em Foz do Iguazú com ...** (www.loumarturismo.com.br) - Operadora de turismo de Foz do Iguazú. Hotéis econômicos e os pacotes mais baratos para conhecer a terra das Cataratas e fazer compras no Paraguai. Links for: Promoções, Passos em Foz, Cataratas Argentina, Circuito Iguazú, Passaportes, Pacotes Aéreos.

On the right side, there is a knowledge panel for "Foz do Iguazú" (Cidade). It includes a Wikipedia link, site oficial, population (263,500 in 2013), and a "Dica de viagem" section mentioning Tamandujá gigantes, bugios, jaguatiricas and onças. It also lists "Faculdades e universidades: Universidade Federal da Integração Latino-Americana" and "Prefeitos: Ivone Barafaldi de Silva, Francisco Lacerda Brasileiro". Below the knowledge panel is a "Planejar uma viagem" section with links for "Reservar voos", "Reservar hotéis", and "Roteiro de 1 dia".

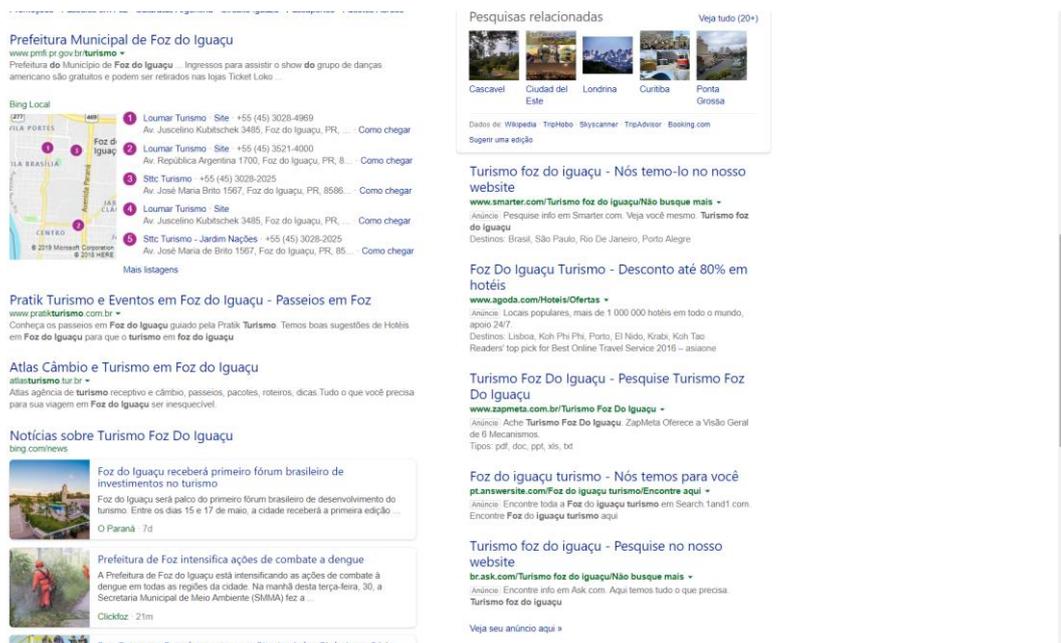
Ainda se nota cinco anúncios, todos utilizam dos mesmos termos de busca inseridos anteriormente, seguidos de um dizer comercial, onde: “Nós temo-lo no nosso website”, é o anúncio da Smarter.com; “Desconto até 80% em hotéis” está atrelado ao site agoda.com; “Pesquise Turismo Foz Do Iguazú” aparece junto ao zapmeta.com.br; “Nós temos para você” é o link ao site pt.answersite.com; e, “Pesquise no nosso website” atrela-se a br.ask.com; por fim um novo link leva o internauta à frase “Veja seu anúncio aqui »”.

Ao lado esquerdo da página a quantidade de anúncios surpreende, contendo mais sete anúncios. O primeiro anúncio refere-se como “Compare 328 Hotéis” com oferecimento do Trivago; “Tours, Bilhetes e Atividades” é a propaganda de GetYourGuide; a agência CVC anuncia “Pacotes Em Oferta – CVC”, dando o endereço e telefone da agência mais próxima do internauta; “Viagens para Foz do Iguazú – Reserve Agora com até 50% Off” é o link para o site da Zarpo. Os três primeiros anúncios repetem-se ao final da página.

As respostas orgânicas para a busca apresenta o site Visite Foz, com links direto para: Museu de Cera, Compras no Paraguai, Cataratas do Iguazú, Parque das Aves e Usina de Itaipu; o link para o site da Loumar Turismo vem a seguir,

com links específicos para: Promoções, Passeios em Foz, Cataratas Argentina, Circuito Iguazú, Passaportes, e, Pacotes Aéreos; abaixo aparece a página oficial da Prefeitura Municipal de Foz do Iguauçu, com link para o Portal do Turismo; “Pratik Turismo e Eventos em Foz do Iguauçu” traz o segmento de eventos e negócios por meio da empresa Pratik Turismo; “Atlas Câmbio e Turismo em Foz do Iguauçu” e “Arcturismo” finalizam os resultados orgânicos.

Duas ferramentas próprias complementam a busca: “Bing Local” traz um recorte do mapa da cidade localizando 5 locais de interesse, contendo endereço e telefone, juntamente à função “como chegar”, os locais listados são três lojas físicas da Loumar Turismo e duas da Sttc Turismo. Outra ferramenta é o “Bing News”, que contém as notícias sobre os termos de busca, aparecem três resultados, sendo: “Foz do Iguauçu receberá primeiro fórum brasileiro de investimentos no turismo”; “Prefeitura de Foz intensifica ações de combate a dengue”; e, “Foz Cataratas Futsal empara com São José dos Pinhas na Série Ouro”.



The screenshot shows search results for 'Foz do Iguauçu' on Bing. On the left, 'Bing Local' displays a map with five numbered locations: 1. Loumar Turismo, 2. Loumar Turismo, 3. Sttc Turismo, 4. Loumar Turismo, and 5. Sttc Turismo - Jardim Nações. Below the map are links to 'Pratik Turismo e Eventos em Foz do Iguauçu - Passeios em Foz', 'Atlas Câmbio e Turismo em Foz do Iguauçu', and 'Notícias sobre Turismo Foz do Iguauçu'. On the right, 'Pesquisas relacionadas' shows a grid of images for Cascavel, Ciudad del Este, Londrina, Curitiba, and Ponta Grossa. Below this are several search results for 'Turismo foz do iguaçu' from various websites like smarter.com, agoda.com, and zapmeta.com, along with news snippets about the first Brazilian tourism forum and dengue prevention efforts.

Yahoo!

A plataforma de apresenta anteriormente as respostas a seguinte mensagem “Anúncios relacionados a: Turismo Foz do Iguauçu” e lista ao lado direito da tela cinco destes, sendo: “Com tarifas até 50% Off Aqui” oferecimento



da Zarpo; “Foz do Iguazu turismo – Foz do Iguazu: hotéis” oferecido por TripAdvisor; “Garanta sua Viagem com a GOL - Passagens em até 5x Sem Juros” é a publicidade da Gol Linhas Aéreas; “ZapMeta” da empresa homônima; e, “Turismo foz do iguaçu - Nós temo-lo no nosso website”, é o anúncio da Smarter.com.

Ao lado esquerdo da tela, o Yahoo! sugere que se “Tente também:” fazer buscas com os termos “loumar turismo foz do iguaçu, agencia de turismo foz do iguaçu”. Seguido novamente de “Anúncios relacionados a: Turismo Foz do Iguazu”, listados a seguir: “Compare 328 Hotéis” do Trivago; “Tours, Bilhetes e Atividades” de GetYourGuide; da CVC o anúncio “Pacotes de Viagem – Ofertas Imperdíveis”; “Foz Do Iguazu Turismo - Uma empresa TripAdvisor” é relacionado ao planejador de viagens Viator; “Pontos turísticos, passeios e hotéis” da página Visite Foz; a página da Loumar Turismo com os dizeres “Hotéis e pacotes em Foz do Iguazu com desconto”; Portal do Turismo página oficial da Prefeitura Municipal de Foz do Iguazu, Pratik Turismo; Atlas Câmbio e Turismo; Arcturismo; Foz Trip Turismo; link para o Melhores Destinos com “O que fazer em Foz do Iguazu: 25 dicas para a sua primeira...”; foztur.com; Loumar Turismo “Passeios em Foz do Iguazu – Cataratas, Macuco Safari, City Tour”. Para finalizar nova seção com dois anúncios, das empresas Zarpo e TripAdvisor.

Considerações Finais

Majoritariamente os resultados apresentados são vinculados ao *trade* turístico, caracterizados pelos anúncios, a Prefeitura aparece em duas plataformas, sendo a única organização não comercial.

O Marketing turístico online é uma das principais ferramentas utilizadas pelas empresas para lidar com seus clientes, e por se tratar de um mercado de oferta de serviços, os profissionais de marketing devem explorar a mobilidade dos equipamentos.

Cada plataforma de busca apresenta limitações, vantagens e desvantagens. Entender as diversas estruturas de busca de cada plataforma é algo complexo, pois requer conhecimento dos algoritmos utilizados, variando entre si. Fica, evidente, que os resultados de buscas diferem entre as plataformas, tendo caráter mais comercial no Bing e Yahoo! o que implícita na qualidade informacional obtida.



Referências

ARRUDA, E.; PIMENTA, D. Algumas reflexões sobre a Internet e as estratégias comunicativas no marketing em Turismo. **Revista Caderno Virtual de Turismo**, v.5, n.4, 2005. Disponível em: www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/104. Acesso em: 05 abril de 2019.

CARRILHO, B.; VELLANI, M. A importância da internet para o setor hoteleiro. **Revista Hórus**, São Paulo, v.3, n. 1, p. 61-80, 2006. Disponível em: <http://revistadireitobh.estacio.br/index.php/revistahorus/article/viewFile/3933/1768>. Acesso em 01 abril de 2019.

CINTRA, C. F. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. **Investigação**. São Paulo, v. 10, n.1, p 6-12, set. 2009.

CRUZ, B. A. C; SILVA, L. L. Marketing Digital: Marketing para o novo milênio. **Revista Científica do ITPAC**. Araguaína, v. 7, n. 2, Abril. 2014.

ELTZ, B. S.; BRIDI, G. E-commerce no turismo e na hotelaria. A importância das ferramentas virtuais no processo de consulta e aquisição de viagens. **Revista Científica Digital**, v.17, n.1, 2016. Disponível em: www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/folio/article/view/368. Acesso em 01 abril de 2019.

FGV; MTUR; SEBRAE. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Foz do Iguaçu 2015**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/FozDolguacu_RA_2015.pdf. Acessado em 12 de abril de 2019.

GASKELL, G. (2002). Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

LOPES, M. **Marketing no Turismo: Estruturação de um Plano de Marketing**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/19130838.pdf>. Acesso em: 05 abril de 2019.

MTUR. Ministério do Turismo. **Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro**. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acessado em 12 de abril de 2019.

WCK. **Você sabe o que é encontrabilidade e como ela pode atrair clientes?** Disponível em: <https://agenciawck.com.br/voce-sabe-o-que-e-encontrabilidade-e-como-ela-pode-atrair-clientes> Acessado em 12 de abril de 2018.