

TAH NA MÃO: TURISTANDO EM BONFIM E REGIÃO

Anny Kelly Reis Souza¹,
Youssef Kaíuby da Silva Coimbra²,
Claudete Correa dos Santos³

Resumo: O mercado turístico da região de Bonfim – Roraima, vem se destacando cada vez mais. Isso, justifica-se pela proximidade com a cidade de Lethem, que é uma cidade da Guiana que faz fronteira com o Brasil. A diversidade étnico-cultural e religiosa dessa região de fronteira, além da proximidade da capital Boa Vista aumenta o potencial mercado dessa região, além disso Lethem recebe milhares de turistas, durante a semana, finais de semana e principalmente feriados. A sede de Bonfim encontra-se próxima à cidade guianense de Lethem, constituindo uma aglomeração urbana transnacional. Bonfim, reconhece-se como um destino turístico, além de estar na rota turística de Lethem. Portanto, contando com uma significativa movimentação de turistas e, sendo assim, empresas voltadas a atenderem as demandas desses turistas com a oferta de produtos e serviços. Porém, essas empresas ainda precisam de estratégias competitivas para atingir o público-alvo com produtos e serviços por meio de uma marca mais bem definida. Demanda-se de informações centralizadas para que o processo de viagens dos turistas seja mais acessível e prática, podendo assim, movimentar o mercado turístico da região de uma maneira mais assertiva e competitiva. Outra estratégia é a “indústria de recordações”, ou mercado de Souvenirs, existe nos principais destinos turísticos, sendo produtos da disseminação da cultura local (EJARQUE, 2005; SCHLÜTER, 1998). Portanto, a influência desse mercado de souvenirs é muito grande, principalmente em regiões de grande circulação de pessoas, como em pontos turísticos bastante frequentados, assim como facilitam o conhecimento das pessoas quanto aos locais que foram visitados e influenciam diretamente no interesse cultural dos turistas. Porém, em visitas a cidade repara-se a falta de souvenirs customizados da região de fronteira ou dos próprios turistas que visitam o país. O viaduto de conversão de mãos, as serras anteriores a chegada em Lethem, ainda no Brasil, a entrada da cidade de Bonfim, as cachoeiras presentes em ambos os lados, além disso a diversidade de pessoas que passam nessa região potencializa a exploração do mercado de Souvenirs e ainda trazendo a novidade dos modelos em 3D abrem um outro leque de interesse dos turistas. Sendo assim, quanto mais bem definida a marca da organização melhor será o seu processo de fixação no comportamento do consumidor, principalmente, na área do turismo. A utilização de aplicativos e softwares facilitam a interação e promovem melhorias na operação, estrutura e estratégia das organizações turísticas. Dentre estas tecnologias a utilização de impressoras 3D e veículos aéreos não tripulados - VANTs (drones) têm se

¹ Bolsista do KONEKA - IFRR/Campus Avançado Bonfim. Acadêmica do Técnico em Administração. E-mail: annyk7408@gmail.com

² Bolsista do KONEKA - IFRR/Campus Avançado Bonfim. Acadêmico do Técnico em Agroecologia. E-mail: ykaiuby@gmail.com

³ Professora do IFRR/Campus Avançado Bonfim.

apresentado como ótimas propostas de inovação, por conseguirem demonstrar aspectos físicos de locais, objetos, pessoas, animais de uma forma profissional e atrativa. Logo, objetiva-se a pré-incubação de 03 (três) ideias de negócios: *Art Design* – dando vida a sua história; *Tah na Mão* – guia turístico e *3D Souvenirs* - turistando na palma da mão. Pretende-se ao final do processo de pré-incubação (6 meses) possuir modelos de negócios validados e estruturados para as três ideias. Também, uma estrutura inicial de protótipos. A partir daí, almejando-se a etapa de incubação.

Palavras-chave: Marketing; Tecnologia; Turismo; Negócios; Pré-incubação.

Apoio financeiro: KONEKA/AGIF/PROPEspi/IFRR.

¹ Bolsista do KONEKA - IFRR/Campus Avançado Bonfim. Acadêmica do Técnico em Administração. E-mail: annyk7408@gmail.com

² Bolsista do KONEKA - IFRR/Campus Avançado Bonfim. Acadêmico do Técnico em Agroecologia. E-mail: ykaiuby@gmail.com

³ Professora do IFRR/Campus Avançado Bonfim.