



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – CAMPUS JAGUARÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

EDUARDO DE FREITAS NUNES

UM SITE DE TURISMO PARA A CIDADE JAGUARÃO-RS

**Jaguarão
2017**

EDUARDO DE FREITAS NUNES

UM SITE DE TURISMO PARA A CIDADE DE JAGUARÃO-RS

Trabalho de Projeto Aplicado apresentado ao
Curso Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo da Universidade Federal do Pampa -
Campus Jaguarão

Orientadora: Prof.^a Ma. Vanessa Eliza Fischer

**Jaguarão
2017**

EDUARDO DE FREITAS NUNES

UM SITE DE TURISMO PARA A CIDADE DE JAGUARÃO-RS

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial à obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Jaguarão 13 de junho de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Ma. Vanessa Eliza Fischer- Orientadora
UNIPAMPA

Prof^ª. Ma Alice Leoti Silva
UNIPAMPA

Prof^ª. Ma. Alessandra Buriol Farina
UNIPAMPA

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus, a minha família, a minha esposa e aos meus amigos.
Agradeço também aos meus professores e aos colegas do curso.

Ainda não sei um décimo do que quero, mas
minha curiosidade e persistência me levam a
aprender cada dia mais.

Eduardo de Freitas Nunes

RESUMO

A internet tem sido uma ferramenta cada vez mais associada ao turismo. Isto ocorre porque as pessoas querem mais facilidades, inclusive na hora de planejar seus passeios e férias. Neste ponto, as cidades buscam cada vez mais sua divulgação por meio da internet, afim de convidar os turistas. Dessa forma, este projeto busca apresentar uma proposta de site para a cidade de Jaguarão-RS. Além de divulgar a cidade, também irá oferecer rotas de passeios, opções de reservas em hotéis, eventos e os demais serviços turísticos que a cidade possa vir a oferecer aos turistas. A metodologia utilizada foi baseada em uma pesquisa bibliográfica sobre os temas: tecnologia da informação, tipos de sites, como desenvolver um site. Além de um levantamento sobre os sites que contém informações turísticas sobre Jaguarão. Assim, este projeto visa apresentar uma proposta de site dinâmico que poderá divulgar o potencial turístico da cidade de Jaguarão, no mundo virtual. Para isto, apresenta-se um esboço de como seriam as telas, que tem a finalidade de apresentar a proposta, que busca divulgar o turismo da cidade.

Palavras-chave: Turismo. Site. Jaguarão. Passeio.

ABSTRACT

The internet has been a tool increasingly associated with tourism. This is happening because people want more facilities, including while they are planning trips and vacations. Nowadays, cities increasingly seek to promote their activities through the internet, in order to invite tourists to visit. Thus, this project aims to present a proposal of a website for the city of Jaguarão RS, which in addition to promote the city it will also have hotel reservations options, events and any other tourist services that the city may have to offer. The methodology used was based in a bibliographical research about: technological information, types of websites and how to develop a website. Moreover, a census was carried to find websites that contained touristic information about Jaguarão. Therefore, this project aims to present a proposal about a dynamic website which will promote the touristic potential of Jaguarão in the virtual world. For this, an outline of how the screens would be presented, has the purpose of presenting the proposal, which seeks to publicize the city's tourism.

Keywords: Tourism. Website. Jaguarão. Tours.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: TELA INICIAL.....	28
FIGURA 2: TELA HOSPEDAGEM	29
FIGURA 3: TELA GASTRONOMIA.....	30
FIGURA 4: TELA EVENTOS	31
FIGURA 5: TELA PONTOS TURÍSTICOS.....	32
FIGURA 6: TELA HISTÓRICO DA CIDADE.....	33
FIGURA 7: TELA LOCALIZAÇÃO	34
FIGURA 8: TELA TELEFONES PRINCIPAIS.....	35
FIGURA 9: TELA ROTA DE PASSEIO.....	36
FIGURA 10: TELA FAÇA SUA ROTA.....	37

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: PRINCIPAIS SISTEMA DE RESERVA DE PASSAGENS	16
TABELA 2: SITES DE TURISMO DA CIDADE DE JAGUARÃO	22
TABELA 3: BLOGS DE TURISMO DA CIDADE DE JAGUARÃO.....	23
TABELA 4: ESTATÍSTICAS DA INDÚSTRIA DO TURISMO ONLINE	25

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Objetivo geral	12
1.1.1 Objetivos específicos	12
1.2 justificativa	12
1.3 Metodologia de Pesquisa	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 A Tecnologia e o Turismo	15
2.1.1 Tecnologia da informação no turismo	15
2.1.2 O Turismo na Internet.....	17
2.3 Modelos de sites	18
2.3.1 Site institucional	18
2.3.2 Site dinâmico	19
2.3.3 Blogs.....	19
2.3.4 Portais	19
2.3.5 Site e-Commerce	19
2.4 Como desenvolver um site	20
3. LEVANTAMENTO	22
4. PROPOSTA DO SITE DE TURISMO PARA A CIDADE DE JAGUARÃO	26
4.1 Descrição	26
4.2 Telas.....	28
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	40

1 INTRODUÇÃO

Este projeto apresenta a proposta de um site de turismo para a cidade de Jaguarão-RS. A cidade de Jaguarão fica situada na fronteira sul do Brasil com o Uruguai, fazendo divisa com a cidade de Rio Branco, Uruguai. As duas cidades estão ligadas pela Ponte Internacional Mauá, que fica sobre o Rio Jaguarão. Apesar de ser uma cidade do interior, sua arquitetura e história são muito antigas, visto que a cidade foi palco de lutas por território e possui 162 anos (PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARÃO, 2017). A cidade tem uma população de aproximadamente 27.931 habitantes, de acordo com censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010). Os seus pontos turísticos mais conhecidos são: a Ponte Internacional Mauá, o Mercado Público Municipal, o Teatro Esperança, as Ruínas da antiga Enfermaria Militar, a Rua das Portas – XV de Novembro, a Praça Comendador Azevedo, o Museu Carlos Barbosa e suas duas Matrizes: Imaculada Conceição e Divino Espírito Santo. Por ser uma cidade histórica, são vários os pontos que podem ser considerados turísticos, além do fato de se situar as margens do Rio Jaguarão, o que propicia uma beleza especial à cidade.

Atualmente, com o avanço das tecnologias de informação os turistas buscam informações sobre cidades que irão visitar, além de serviços e atividades para programar os passeios. Estas informações podem ser encontradas em sites. As cidades que possuem um site com informações sobre turismo podem aumentar a demanda de visitantes. Ter um site onde o visitante possa descobrir os pontos turísticos, gastronomia e hospedagem disponíveis, está cada vez mais imprescindível nos dias atuais em que as pessoas comercializam quase tudo pela internet (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2003, p. 91).

Para que o site seja adequado para a cidade, deve se focar não apenas em dados históricos e pontos turísticos, mas também oferecer ao usuário opções de hospedagem, alimentação e localização na mesma (OMT, 2003, p. 91).

Foi feito um levantamento de dados, baseado em pesquisas no Google, para saber quantos sites haviam sobre a cidade, assim como quantos blogs. O levantamento durou em torno de duas semanas, com pesquisas diárias, no mês de abril do ano de 2017. Por meio desse levantamento, foi identificado que a cidade possui pouca divulgação virtual sobre os seus pontos turísticos. Com base em pesquisas bibliográficas, acredita-se que um site para a cidade, cujo objetivo é a divulgação dos pontos turísticos, seria útil e importante, para auxiliar o desenvolvimento do turismo no local. Dessa forma, será apresentado um projeto de

desenvolvimento de um site dinâmico que busca suprir essa necessidade, apresentando tanto os pontos turísticos como locais de hospedagem e alimentação.

1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma ferramenta virtual, site dinâmico de turismo, para oferecer rotas de passeio, assim como apresentar e comercializar os serviços de turismo da cidade de Jaguarão-RS.

1.1.1 Objetivos específicos

- Divulgar a cidade de Jaguarão no espaço virtual;
- Divulgar os serviços turísticos de Jaguarão;
- Apresentar sugestões de rotas e passeios.
- Disponibilizar uma ferramenta online de serviços (reservas, compras de ingressos, etc);

1.2 justificativa

Após pesquisas na internet, em nove sites e oito blogs, observou-se que não havia uma ferramenta virtual que fosse de fácil acesso e objetiva para a cidade. Notou-se a falta de informações turísticas nas que ofereciam serviços de reserva. Também nos blogs da cidade, não havia links para localizar os serviços de reserva da cidade. Em resumo, tem sites que tem reservas para hotéis, mas sem as informações turísticas, assim como os que tem as informações turísticas não tem reservas para hotéis.

O site visa oferecer um auxílio baseado nas necessidades da pessoa que acessar, pois além de reservas o site pode ser um agregado de informações sobre a cidade e oferecer rotas turísticas, baseado nas respostas obtidas através de um questionário que o usuário responderia. Por pesquisas sobre o turismo online, observou-se que as pessoas buscam saber um pouco mais sobre a cidade antes de visitá-las. Assim, o site irá apresentar opções de hospedagem, gastronomia, e serviços nas diversas áreas que um turista pode precisar no período em que estiver visitando a cidade, além das informações turísticas. Acredita-se que este tipo de ferramenta irá ajudar os turistas a se locomoverem pela cidade, além de promover a cidade e o turismo. Cabe ressaltar, que o projeto havia sido pensando ao entrar no Curso de Turismo, e que ao passar dos semestres foi obtendo forma e estrutura, porém sem registros efetivos.

1.3 Metodologia de Pesquisa

Para o desenvolvimento da pesquisa, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, por meio de levantamento bibliográfico, segundo (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35 apud GIL, 2007) as pesquisas exploratórias “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito”. Neste sentido, a pesquisa exploratória proporciona uma melhor compreensão sobre o objeto de pesquisa.

A pesquisa bibliográfica, iniciou-se com o livro E-Business, desenvolvido pela OMT (2003), que foi a base principal de pesquisas e informações sobre os tipos de sites, blogs e sistema de turismo *online*.

Após, houve a pesquisa na internet, para localizar dados mais específicos sobre sites de turismo, blogs, sites com ofertas de rotas e dados estatísticos mais atualizados. Segundo (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 36 apud FONSECA, 2002, p. 38) os levantamentos são utilizados em estudos exploratórios e podem apresentar o levantamento de uma amostra. E assim, descrever a atual situação de Jaguarão no ambiente virtual.

Para essa pesquisa, iniciou-se com a busca sobre tecnologia da informação, que levou aos trabalhos de Oliveira (s.d.) e Alecrim (2011). Em sequência, buscou-se sobre Turismo online, onde localizou-se as informações de Mello (2015) e conceito de e-commerce com Braz (2013). Ao fim, pesquisou-se sobre hotelaria e turismo, Cruz; Gândara (2003) e a importância dos sites, com Silva (2013).

Por último é apresentada a pesquisa aplicada, que segundo (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35 apud GIL, 2007) tem o objetivo de “gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos”.

Para a pesquisa aplicada, foram pesquisados os conceitos de: Blogs, Araujo (s.d.); Sites Dinâmicos e Sites Estáticos, Ensino Atual (s.d.); Portal, Globo.Com (2008); que foram complementadas com a pesquisa no já citado livro E-Business (OMT. 2003).

Buscou-se ainda informações sobre estatísticas, tanto sobre a cidade de Jaguarão, IBGE (2010), quanto sobre a indústria do turismo online, Sebastian (2012).

Neste sentido, após analisar os dados sobre as diversas formas de divulgação *online*, blogs, portal, sites dinâmicos e estáticos, desenvolveu-se a proposta de um site dinâmico, com base nesses resultados e nos objetivos do projeto.

A pesquisa bibliográfica ocorreu durante todo o período de desenvolvimento deste projeto, que iniciou-se em março de 2017 e foi concluído em junho de 2017, assim como as

pesquisas na internet e as pesquisas aplicadas.

Segundo (OMT, 2003) quando se busca informações na internet, ao fazer uma pesquisa na ferramenta Google, por exemplo, é necessário que o usuário consiga filtrar a quantidade de informação recebida, pois junto com o material que se busca, aparecem vários sites e informações erradas que devem ser questionadas para verificar sua veracidade. Essas pesquisas online são as mais demoradas justamente por essa questão da filtragem e conferência da veracidade dos dados obtidos. Para filtrar os dados, é necessário que a pesquisa seja feita com um objetivo claro, e ao acessar os sites o pesquisador consiga identificar se cumpre ou não seu objetivo. Para verificar a veracidade da informação o pesquisador precisa muitas vezes pesquisar em outros sites e muitas vezes nas referências dos textos adquiridos, que podem ser em outros sites ou livros. O pesquisador deve ir copiando os links de cada página acessada, e inserindo a data de acesso ao lado, para facilitar seu uso posterior, assim como para inserir as referências. Para que se possam aplicar os resultados obtidos, o pesquisador deve utilizar os dados de acordo com a necessidade de seu texto a fim de explicar e elucidar o tema apresentado. Neste caso, as estatísticas, por exemplo, auxiliaram a explicação sobre a necessidade de um site para a cidade com a finalidade turística (OMT, 2003).

A seguir, o referencial teórico, apresenta o desenvolvimento das tecnologias (sites e sistemas) para o turismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Tecnologia e o Turismo

2.1.1 Tecnologia da informação no turismo

Em 1950, os computadores não passavam de “maquinas gigantes” responsáveis pela automatização de algumas tarefas em instituições de ensino/pesquisa, empresas e nos órgãos governamentais. O avanço tecnológico desenvolveu computadores menores e cada vez mais rápidos. A evolução das comunicações possibilitou que os computadores pudessem se comunicar, não importando a localização geográfica (ALECRIM, 2011).

A informação sempre foi o foco do desenvolvimento das tecnologias, derivando-se assim a expressão “Tecnologia da Informação” (ALECRIM, 2011). Cruz (1997, p.160) conceitua tecnologia da informação como: “Conjunto de dispositivos individuais como hardware, software, telecomunicações ou qualquer outra tecnologia que faça parte ou gere tratamento da informação ou ainda que a contenha”. Oliveira (s.d), define a Tecnologia da Informação (TI) como um conjunto de soluções responsáveis pela coleta de dados, armazenamento e análise dos mesmos, sua utilidade e tamanho e é aplicada nas mais diversas áreas, do agro negócio, dentre outros, as vendas pela internet o conhecido *e-commerce* (OLIVEIRA, s.d).

No turismo, a tecnologia da informação passou a ser utilizada em meados da década de 1960, quando a empresa americana *American Air Lines*, juntamente com a empresa de tecnologia *IBM*, iniciaram o desenvolvimento e o uso de um sistema de reserva de passagens aéreas em computador. Esse sistema ficou conhecido como SABRE (*Semi Automatic Business Research Environment*). A medida com que o sistema foi sendo desenvolvido, foram sendo agregadas novas funções, como: controle das receitas, tabelas de preços, programação de vôos, etc (BRASIL, s.d).

Na década de 70, os CRS (*Computer Reservation Systems*), eram usados apenas para tratar suas informações. Com o passar dos anos outras companhias aéreas também foram desenvolvendo sistemas computacionais. Em 1976, o SABRE foi instalado pela primeira vez em uma agência de turismo, permitindo que a mesma pudesse ter acesso aos sistemas das companhias aéreas e, ao mesmo tempo, transformando a agência de turismo em uma extensão da companhia aérea. Este mesmo sistema evoluiu e se tornou hoje o esqueleto dos sistemas distribuídos pela internet (BRASIL, s.d).

O CRS é basicamente uma base de dados dinâmica que possibilita as empresas aéreas gerenciar em tempo real sua situação em relação a pedidos, reservas, disponibilidades e torna essas informações acessíveis a seus parceiros distribuidores como agências de viagens, e operadores de turismo. Como a operação é feita em tempo real, isso torna o sistema muito flexível.

Os CRS evoluíram com o tempo se tornando GDS (*Global Distribution System*) possibilitando a cobertura global, mas incluindo além das informações sobre reservas informações sobre serviços turísticos como acomodações em hotéis, aluguel de carros, bilhetes de ônibus. Atualmente há quatro grandes e principais GDS: *Amadeus, Galileu, Sabre e Worldspan* (BRASIL, s.d).

Para facilitar o entendimento, abaixo temos a tabela com os principais GDS.

Tabela 1: Principais sistema de reserva de passagens

GDS	FUNDADORES	USUÁRIOS	RECEITA
AMADEUS	Air France, Iberia, Lufthansa e SAS	75.000 agências de viagem e 11.000 pontos de venda de companhias aéreas	EU\$ 1,9 bilhões(2003)
GALILEO	Aer Lingus, Air Canada, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Olympic Airlines, Swissair, TAP Air Portugal, United Airlines e US Airways	43.500 agências de viagem	-
SABRE	American Air lines	53.000 agências de viagem	US\$ 2,5 bilhões - 2005
WORLSPAN	Delta Air Lines, Northwest Airlines e Trans World Airlines	-	US \$ 950 milhões - 2005

Fonte (BRASIL, s.d, p. 3)

No Brasil, a tecnologia da informação tomou impulso em 1996, conforme Takahashi (BRASIL, 2000 apud SILVA; NASCIMENTO, 2008), por meio do Programa Sociedade da Informação, que foi resultado do trabalho iniciado pelo Conselho Nacional de Ciência e

Tecnologia (CNPQ) que tinha “objetivo de lançar os alicerces de um projeto estratégico de amplitude nacional, para integrar e coordenar o desenvolvimento e a utilização de serviços avançados de computação, comunicação e informação” (SILVA; NASCIMENTO, 2008, p. 73). Neste mesmo sentido, nota-se que a cada dia os usos das tecnologias estão presentes em todos os setores da economia brasileira, e, sendo o Brasil um país turístico, este setor também tem se apropriado das tecnologias. Entretanto, a cidade de Jaguarão-RS não prioriza o desenvolvimento tecnológico no turismo.

Para elucidar melhor o assunto, buscou-se mais informações sobre o uso da internet, especificamente para o turismo.

2.1.2 O Turismo na Internet

A rede mundial de computadores foi criada em plena guerra fria com fins militares, tinha como objetivo manter as comunicações em caso de ataque inimigo aos Estados Unidos. Nas décadas de 1970 e 1980, deixou de ser tecnologia puramente militar e tornou-se um meio de comunicação muito importante para a comunidade acadêmica, que a usava para a troca de ideias e descobertas. Somente na década de 1990 que começou a se expandir e tornou-se a rede mundial de computadores (BRASIL, s.d)

A internet é uma plataforma universal de comunicação que pode ser acessada por variados tipos de equipamentos eletrônicos como celulares, tablets, computadores, televisores, veículos automatizados, consoles de jogos. O avanço das tecnologias possibilita a redução do custo de acesso e o aumento da velocidade de acesso. Desta forma, torna aparelhos cada vez mais úteis em relação a conteúdos e suas funções. Neste mesmo sentido, Cruz e Gândara (2003), afirmam que a transição do mundo digital é uma época onde as empresas poderão obter oportunidades para um maior crescimento. (DRUCKER, 2000, p. 92 apud CRUZ; GÂNDARA, 2003, p. 109) observa que:

Na geografia do mercado digital, simplesmente eliminou-se a distância. Existem somente uma economia e um mercado. Uma consequência disso é que toda empresa deve se tornar competitiva internacionalmente, mesmo que fabrique ou venda apenas em um mercado local ou regional” (DRUCKER, 2000, p. 92 apud CRUZ; GÂNDARA, 2003, p. 109).

Porém, cada vez mais, tornam-se fundamentais na elaboração das vantagens competitivas Albertin (1999, p.79, apud CRUZ; GÂNDARA, 2003, p. 110) destaca que:

O mercado digital pode proporcionar vantagens competitivas, tais como: Promoção de produtos com menores custos e canais de distribuição mais baratos e economias diretas; Auxiliar uma empresa a se diferenciar não somente por meio de preço, mas também por meio de inovação de produtos, tempo para comercializar e serviço a cliente; Permitir estratégias com ênfase em clientes por meio de melhor relacionamento com eles (ALBERTIN, 1999, p. 79 apud CRUZ; GÂNDARA, 2003, p. 110).

A facilidade de acesso a informação torna-se uma aliada ao desenvolvimento do turismo, pois permite que os turistas tenham acesso a informações sobre destinos sem sair de sua casa ou local de trabalho. Facilitando desta forma o crescimento da atividade turística.

A internet e o turismo formam um par perfeito ajudando o turista a resolver um grande problema, que é a compra, muitas vezes compras caras sem poder ver exatamente o que está comprando, e a internet permite que o mesmo verifique através de comentários e avaliações de outros turistas que já o compraram e desfrutaram do produto comprado (OMT, 2003).

A tecnologia atual modifica drasticamente a relação existente entre produtos e serviços turísticos com os clientes. As informações que fluem através dos novos meios de comunicação são objetivas, instantâneas e completas, com isto o turista evita o embaraçoso e lento processo de busca e seleção de informações em diversas fontes (VALLS, 1996, p. 111 apud CRUZ; GÂNDARA, 2003, p. 110).

Conforme o que foi citado entende-se que a facilidade de transmissão de dados em alta velocidade é a principal característica da internet. Na mesma perspectiva, os turistas também buscam sites com informações relevantes sobre o turismo. No entanto, os turistas podem buscar o acesso à informações turísticas de várias formas, a seguir será apresentado alguns modelos de sites.

2.3 Modelos de sites

Eventualmente, lê-se sobre sites, blogs, portais, *e-Commerce*, entre outros, para compreendê-los melhor, pesquisou-se uma breve definição de cada um.

2.3.1 Site institucional

Site institucional e usado em sua maioria por empresas, ele se compõe basicamente pelas informações da empresa como páginas com informações sobre a empresa e seus produtos, serviços, e valores bem como as formas de contato com a empresa essa modalidade serve como um cartão de visita online (SILVA, 2013).

2.3.2 Site dinâmico

Essa modalidade de site é mais versátil normalmente conta com uma área administrativa que permita a inserção facilitada de conteúdo mantendo-se assim atualizado constantemente e permite que seus usuários cadastrem informações sendo pela área administrativa como por formulários disponibilizados.

Nos sites dinâmicos além do conteúdo atualizado constantemente ainda há dados institucionais das organizações bem como um blog o que dá oportunidade para a organização investir em marketing de conteúdo isso fortalece a relação com o cliente *online* (ENSINO ATUAL, s.d).

2.3.3 Blogs

Os blogs são considerados como diários virtuais. Podem ser partes de sites maiores como no item sites dinâmicos ou serem propriamente os sites. Os blogs são sites pensados em leitores fieis que acessam todos os dias atrás de informações e novidades. Eles normalmente, sempre tem um público alvo pois falam sobre um assunto específico, por este motivo, temos blogs sobre inúmeros assuntos (ARAÚJO, s.d).

2.3.4 Portais

Esses tipos de site são agregadores de conteúdo diverso, normalmente são construídos com foco nos interesses do público. Para que sempre tenha o retorno de seus internautas. É comum que estes tenham várias seções sobre os mais diversos assuntos pois produzem conteúdo e estão sempre visando o retorno. Este tipo de site é ideal para empresas que vendem informação, para que este consuma seu produto a informação, alguns exemplos de portais: G1, Yahoo e etc (GLOBO.COM, 2008).

2.3.5 Site e-Commerce

Conhecido mais popularmente como sites de comércio eletrônico, esse tipo de site é usado para compra e venda de produtos, serviços, através dele é possível contratar um serviço direto pelo computador, eles tem a tarefa de servir como vitrines virtuais de produtos e também possibilitando a execução de tarefas como, por exemplo, cálculo de fretes (BRAZ, 2013).

Após esse entendimento, nota-se que um site dinâmico seria o mais adequado, em virtude da liberdade de criação e desenvolvimento, e como o foco é informação e promoção

do turismo, um site e-Commerce também não teria o perfil desejado. Neste sentido, será apresentado uma breve orientação para o desenvolvimento de um site dinâmico.

2.4 Como desenvolver um site

Nesta sessão, foi utilizado como referencial o livro E-Business, desenvolvido pela OMT, este livro apresenta detalhadamente os passos para a organização de um site voltado ao turismo (OMT, 2003). Antigamente os sites eram formados apenas por blocos de textos estáticos e por imagens. Com a evolução da internet e das linguagens de programação para a internet, isso vem mudando. Hoje, 2017, existem sites dinâmicos com tratamento de informações em tempo real, sites com design arrojado e cheios de movimentos e dos mais variados tipos, limitados apenas ao conhecimento tecnológico de seus programadores e sua criatividade.

Muitos dos sites turísticos atuais são operados de forma comercial, mas em sua maioria são desenvolvidos por Organização de Gerenciamento de Destinos (OGD). Organismos turísticos nacionais que promovem países inteiros, instituições municipais, regionais e até mesmo áreas específicas.

Em alguns destinos, a equipe de TI desenvolve os sites sem o envolvimento da equipe de marketing, em outros, os sites são desenvolvidos por amadores como um *hobby*. No entanto, estes quadros vêm mudando à medida que as organizações reconhecem a importância do marketing digital, e começam a enxergar suas atividades *online* como elemento fundamental da estratégia geral.

Alguns itens devem ser levados em consideração na hora de desenvolver um site, segundo a OMT (2003), pode-se separar os principais em duas categorias: fatores empresariais e fatores técnicos.

Fatores empresariais

- A magnitude de destinos e produtos individuais a serem promovidos;
- As atualizações de informação;
- A ordem em que serão apresentados os produtos;
- A necessidade de transações seguras *online*;
- A quantidade de dados necessária do cliente.

Fatores técnicos

- A quantidade de material multimídia que será usado;

- Os mecanismos de busca para que os usuários encontrem o site;
- Definição de navegador predominante no mercado alvo para que seja garantida a compatibilidade – pois versões anteriores impõem muito mais limitações que as mais recentes;
- A resolução dos monitores mais usados;
- Se o site vai ser de hospedagem própria ou hospedado por uma empresa.

Outros itens a serem considerados, conforme a OMT (2003), são os recursos e funções que serão aplicadas ao site. Para isso, é feita uma análise de dados e decisão de quais tipos de recursos e funções que se pode oferecer, é preciso refletir sobre o que os consumidores podem querer no site.

Avaliando os seguintes pontos, segundo a OMT (2003):

- **Visibilidade** – é preciso ter certeza de que o site é fácil de ser encontrado, precisa ter o registro de um endereço (URL) claro e inserido nos principais mecanismos de busca.
- **Velocidade** – é preciso garantir que o site tenha um desempenho rápido, oferecendo também uma versão onde não seja carregado imagens para aqueles usuários possuidores de conexões ou equipamentos lentos.
- **Design** – deve ser atraente e fácil de utilizar, visando prender a atenção do usuário e que sua navegação seja simples de entender.
- **Conteúdo** – oferecer conteúdo atualizado, preciso, relevante e suficientemente detalhado é primordial. A utilização de vídeos, imagens e animações garante a eficácia, mas de forma controlada a fim de evitar prejuízo no desempenho.
- **Ferramentas de pesquisa** – é importante auxiliar os usuários oferecendo uma valiosa ferramenta de pesquisa, que o permita encontrar facilmente o que deseja permitindo a seleção de critérios antes de começar a navegar.
- **Links** – oferecer links para outros sites com facilidade de retorno fácil.
- **Personalização** – reconhecer os clientes e oferecer modos de personalizar o site de acordo com suas preferências e exigências conhecidas
- **Ajuda** – oferecer ajuda para navegar no site e disponibilizar canais de ajuda como chats e contato por correio eletrônico ou telefone
- **Idiomas** – disponibilizar opções de línguas nas principais línguas faladas no mercado de forma que o usuário possa visualizar o site em sua própria língua.

Após essa análise, verifica-se que a proposta apresentada irá considerar os itens

necessários para a viabilização do projeto, atendendo as necessidades tanto dos usuários como da cidade em sua divulgação turística (OMT, 2003).

3. LEVANTAMENTO

Nesta etapa da pesquisa, um levantamento analisou e catalogou os sites e blogs que descrevem a cidade de Jaguarão. Foram encontrados, na pesquisa feita na página do Google, a indicação de nove sites sobre a cidade de Jaguarão-RS, assim como oito blogs. Neste espaço, foram citados todos os sites e blogs que têm como finalidade apresentar dados sobre a cidade, sejam sobre as notícias, eventos, hotéis, turismo, leis, cultura, etc. A pesquisa se restringiu aos sites apresentados na ferramenta de pesquisa Google.

Encontrou-se as seguintes informações, que estão apresentadas na tabela abaixo sobre os sites.

Tabela 2: Sites de Turismo da cidade de Jaguarão

Título	URL
Prefeitura de Jaguarão – RS	http://www.jaguarao.rs.gov.br/
Câmara de vereadores	http://www.camarajaguarao.rs.gov.br/
ifSul Jaguarão	http://www.jaguarao.ifsul.edu.br/portal/
Site com uma lista de hotéis em Jaguarão	http://www.hoteisjaguarao.com.br/website/home/
Site Hotel La Torre	http://www.latorrehotel.com.br/site/content/home/
Site Hotel Sinuelo	http://www.hotelsinuelo.com.br/website/hotelsinuelo/home/
Site da Pousada Azul	http://www.pousadaazuljaguarao.com.br/
Site do Hotel e pousada Artisan	http://www.hotelpousadaartisan.com/
Site das Rádio Cultura	http://www.redemeridional.com/radio_cultura_1110.php

Fonte: Do Autor

Além dos sites apresentados na tabela 1, outros dois endereços virtuais devem ser citados, estes sites, o site “<http://jaguartur.wixsite.com/turismojaguarao>” é um site criado pelo

aluno Raphael Gindri do curso de turismo, este site apresenta informações turísticas sobre Jaguarão, informações como fotos, a história da cidade e imagens de seus pontos turísticos, e o site “<http://j3jaguarao.wixsite.com/j3jaguarao>” este é um site, que tem seu foco em notícias sobre a cidade de Jaguarão.

Sobre os blogs, os dados encontrados estão na próxima tabela. Novamente, os blogs identificados foram localizados através de uma pesquisa na ferramenta do Google.

Tabela 3: Blogs de Turismo da cidade de Jaguarão

Blogs Sobre Jaguarão – RS	
Titulo	URL
Blog do programa de Variedades do comunicador Rubayat Leitzke	http://variedadesruba.blogspot.com.br/
Blog sobre a igreja matriz do divino espirito santo	http://matrizdivinoespiritosantojaguarao.blogspot.com.br
Blog da Escola Instituto Estadual de Educação Espirito Santo	http://ieees-jag.blogspot.com.br/
Blog da Fundação Carlos Barbosa Gonçalves	http://mcarlosbarbosa.blogspot.com.br/p/jaguarao.html
Blog da confraria dos poetas de Jaguarão	http://confrariadospoetasdejaguarao.blogspot.com.br/
Blog do cantos e compositor Renato Jaguarão	http://renatojaguarao.blogspot.com.br/
Blog coisas do Aldo, falando sobre Jaguarão	http://coisasdoaldo.blogspot.com.br/2011/09/jaguarao.ht ml
Blog com fotos antigas da cidade de Jaguarão	http://retalhosdoriogrande.blogspot.com.br/2012/03/um- olhar-antigo-sobre-jaguarao.html

Fonte: Do Autor

Nota-se que o lado virtual de Jaguarão conta com vários sites sobre a cidade e de moradores da cidade, mas em sua maioria são blogs, ou sites de órgãos como prefeitura, câmara entre outros e sites das empresas, como sites de hotéis. No entanto, não foram encontrados sites que apresentem uma proposta semelhante à deste trabalho, por isso é uma grande oportunidade de desenvolver esse projeto que visa o crescimento do turismo.

Acredita-se que este site irá ajudar a colocar a cidade na rota do turismo *online*, um

ramo que tem mostrado muito crescimento, visto que atualmente as pessoas usam cada vez mais a internet para seus afazeres. Segundo Mello (2015) no artigo **Turismo online: muito além de uma mera vitrine**, mostra que os brasileiros estão cada vez mais se sentindo à vontade na internet, prova disto é que segundo as estatísticas do banco central 40% dos atendimentos bancários no ano de 2014 foram *online*. Mas, apesar do crescimento *online*, o ramo do turismo ainda engatinha perante outros ramos de negócio.

A questão é que, online ou offline, o turismo no Brasil tem grande potencial. Em 2013, houve um importante crescimento no faturamento de vários subsegmentos, conforme levantado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Ministério do Turismo (MTur). O turismo receptivo, por exemplo, expandiu 13,9%; transportes aéreos, 12,4%; meios de hospedagem, 5,6%, o mesmo que as operadoras de turismo. Todos esses índices estão muito acima da expansão do PIB no ano passado, de 2,3% (MELLO, 2015).

De forma alguma pode-se ignorar o papel cada vez mais importante que a internet, e com isso vem influenciando o mercado de compras pela internet. Dado o fato que o turismo possui um caráter social, por incluir a compra de produtos, fazendo com que o cliente busque informações sobre o que está comprando através de comentários e opiniões de pessoas que já estiveram nos locais.

Identifica-se a importância de colocar a cidade neste sistema *online*, pois, como já foi comentado, está cada vez maior a procura por serviços online, no setor turístico. Segundo Sebastian (2012)

Portanto, analisando esses dados pode-se perceber o comportamento dos consumidores de turismo *online*. Tomando por base os mesmos dados, pode-se trabalhar para desenvolver uma campanha de marketing afim de atrair o consumidor até nosso site. Nota-se, na tabela 4 abaixo, que alguns percentuais chamam a atenção, como os 78% que buscam informações na internet antes de viajar. Estes dados se referem a 2012, acredita-se que com a expansão do uso da internet e smartphones, esses números possam ser ainda maiores. Por isso um site voltado para a cidade, com enfoque turístico, com rotas programáveis e com facilidade de localizar serviços importantes na cidade, é um projeto com um valor real para a melhoria do turismo na cidade de Jaguarão RS.

Tabela 4: Estatísticas da indústria do turismo online

Estatísticas da Indústria do Turismo Online:	
Em 2012 aproximadamente 1 bilhão de pessoas viajarão em todo o mundo	
Porcentagem	Descrição
78%	Buscam informações na internet antes de realizar uma viagem
45%	Buscam uma Idea inicial sobre a sua viagem na internet
43%	Leem opiniões de outros viajantes na internet
31%	Assistem algum vídeo relacionados a sua viagem
24%	Leem Blogs sobre viagens
46%	Opinam sobre o hotel em sites de reservas on-line e/ou opiniões
70%	Atualizam o seu perfil no Facebook quando estão viajando
76%	Colocam fotos da sua viagem em alguma rede social
55%	“Curtiram” alguma página do Facebook relacionada a sua viagem
52%	Mudam o seu plano de viagem inicial depois de pesquisar na internet
46%	Fazem check-in na internet usando programas como Facebook e FourSquare
85%	Utilizam smartphones durante a sua viagem
30%	Utilizam seus smartphones para encontrarem alguma oferta on-line”

Fonte: Sebastian (2012)¹

¹ SEBASTIAN. Estatísticas da industria do turismo on-line. Hotel marketing brasil.com, 2012. Disponível em: <<http://www.hotelmarketingbrasil.com/estatisticas-da-industria-turismo-on-line/>>. Acesso em: 20 Maio 2017.

4. PROPOSTA DO SITE DE TURISMO PARA A CIDADE DE JAGUARÃO

4.1 Descrição

A presente proposta visa apresentar um site de turismo que tem informações sobre a cidade de Jaguarão e opções de serviços e dicas para os turistas, como por exemplo, reservas de hotéis, sugestões de rotas turísticas, restaurantes, eventos, entre outros. O site será desenvolvido em sistema de site dinâmico, o que permite que seja atualizado constantemente.

Para o funcionamento do mesmo, sugere-se a criação de um servidor próprio, ou seja, seria disponibilizado um computador com acesso à internet onde o site seria hospedado. Teria que ser comprado o domínio para o site, que poderia ser: jaguartur.com.br, cabe ressaltar que o domínio é comprado mas tem uma validade. O custo atual de um domínio está em torno de R\$ 40,00/ano (quarenta reais por ano), podendo ser alugado o domínio por 10 anos no valor de R\$ 364,00 (trezentos e sessenta e quatro reais) (REGISTRO.BR).

O site seria desenvolvido usando a linguagem de programação PHP (um acrônimo recursivo para PHP: *Hypertext Preprocessor*), é uma linguagem composta por scripts *open source*², de uso geral, adequada para o desenvolvimento web, seria usada para o processamento das páginas do site.

O PHP é uma das linguagens mais utilizadas na web. Milhões de sites no mundo inteiro utilizam PHP. A principal diferença em relação às outras linguagens é a capacidade que o PHP tem de interagir com o mundo web, transformando totalmente os websites que possuem páginas estáticas (NIEDERAUER, 2011. p. 23).

Para desenvolver o layout do site seria utilizado a linguagem de programação javascript, e uma linguagem usada amplamente na web, computadores, tablets, smartphones todos incluem interpretadores de javascript, tornando-a assim a linguagem mais usada na web (FLANAGAN, 2013)

A mão de obra necessária para o desenvolvimento do site seria um designer e um programador. O custo, aproximado, por hora de trabalho de um designer de sites varia entre R\$ 23,00 e R\$ 113,00 reais por hora e o valor da hora de trabalho de um programador varia entre R\$ 22,00 e R\$ 122,00 por hora (PATI, 2016).

² *Scripts open source*: são blocos de programação aberta.

O site contará com um logo, a ser criado por um especialista em artes gráficas, que será apresentado no canto superior esquerdo da página inicial do site. Na parte superior do site, em todas as páginas, estará a opção de pesquisa no site, para facilitar o acesso as informações. Também estará presente a todo momento o menu esquerdo (menu principal) e um sistema de anúncio rotativo, na parte superior (logo abaixo da pesquisa), onde os anunciantes poderão postar banners publicitários.

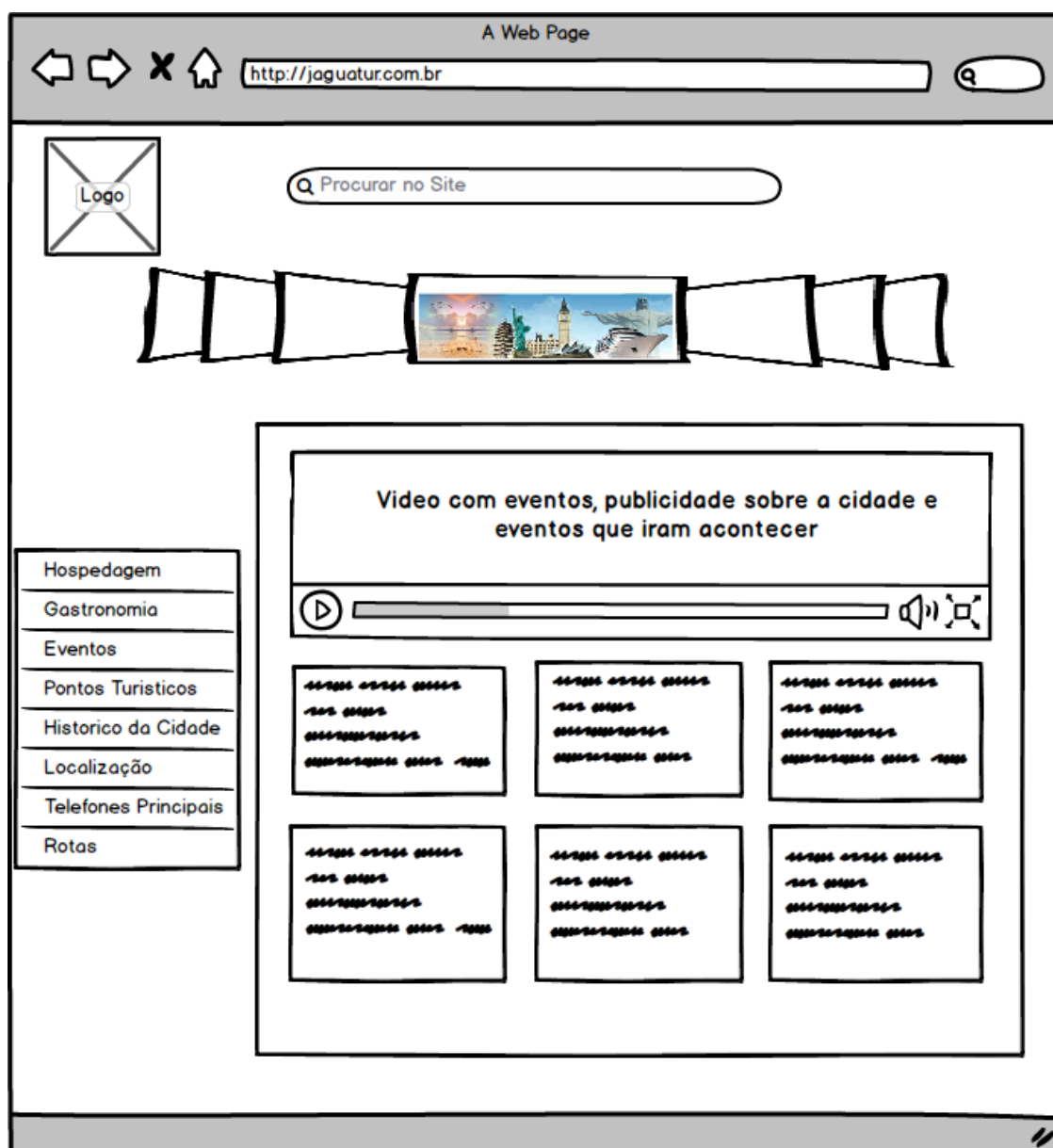
O design do site foi desenvolvido buscando uma fácil localização dos itens, assim como as imagens irão chamar a atenção para os pontos turísticos da cidade.

O conteúdo do site será atualizado e completo, com as mais diversas informações em suas áreas – hospedagem, gastronomia, eventos, pontos turísticos, etc – para que o turista consiga ter todas as informações que busca em um só lugar.

No que se refere ao layout do site, segue os esboços das telas e uma breve descrição de seus conteúdos, assim como de suas funcionalidades.

4.2 Telas

Figura 1: Tela Inicial

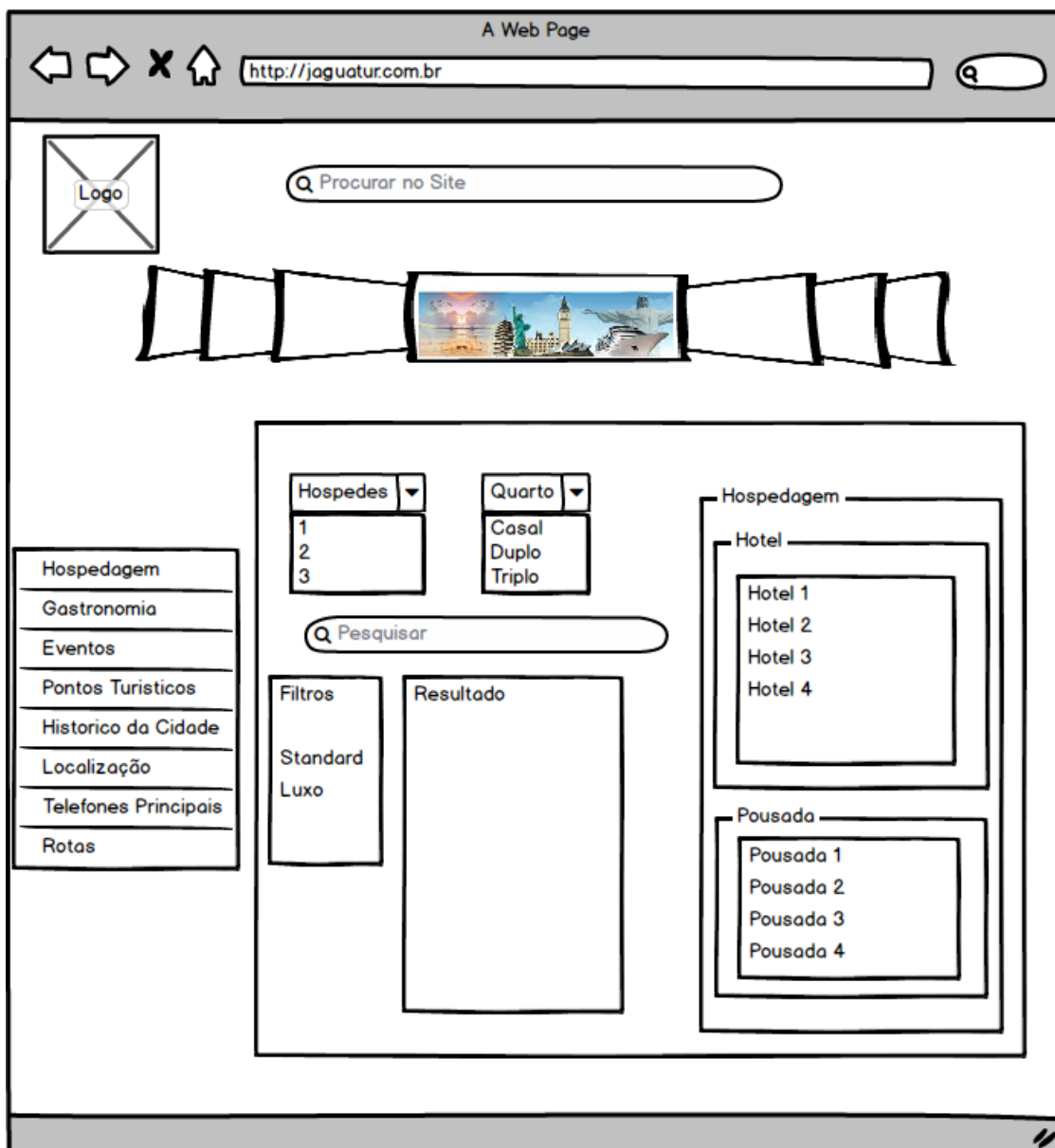


Fonte: Do Autor

A tela inicial contará com um menu de funções, que se localizará ao lado esquerdo, este menu apresentará informações de maneira direta, serão eles: hospedagem, gastronomia, eventos, pontos turísticos, histórico da cidade, localização, telefones principais e rotas.

Também conterà, na página inicial, um sistema de anúncios onde será mostrado imagens de eventos, festas que estejam próximos a acontecer na cidade de Jaguarão-RS. Bem como ainda nesta página terá um quadro com as principais notícias ligadas ao turismo na cidade.

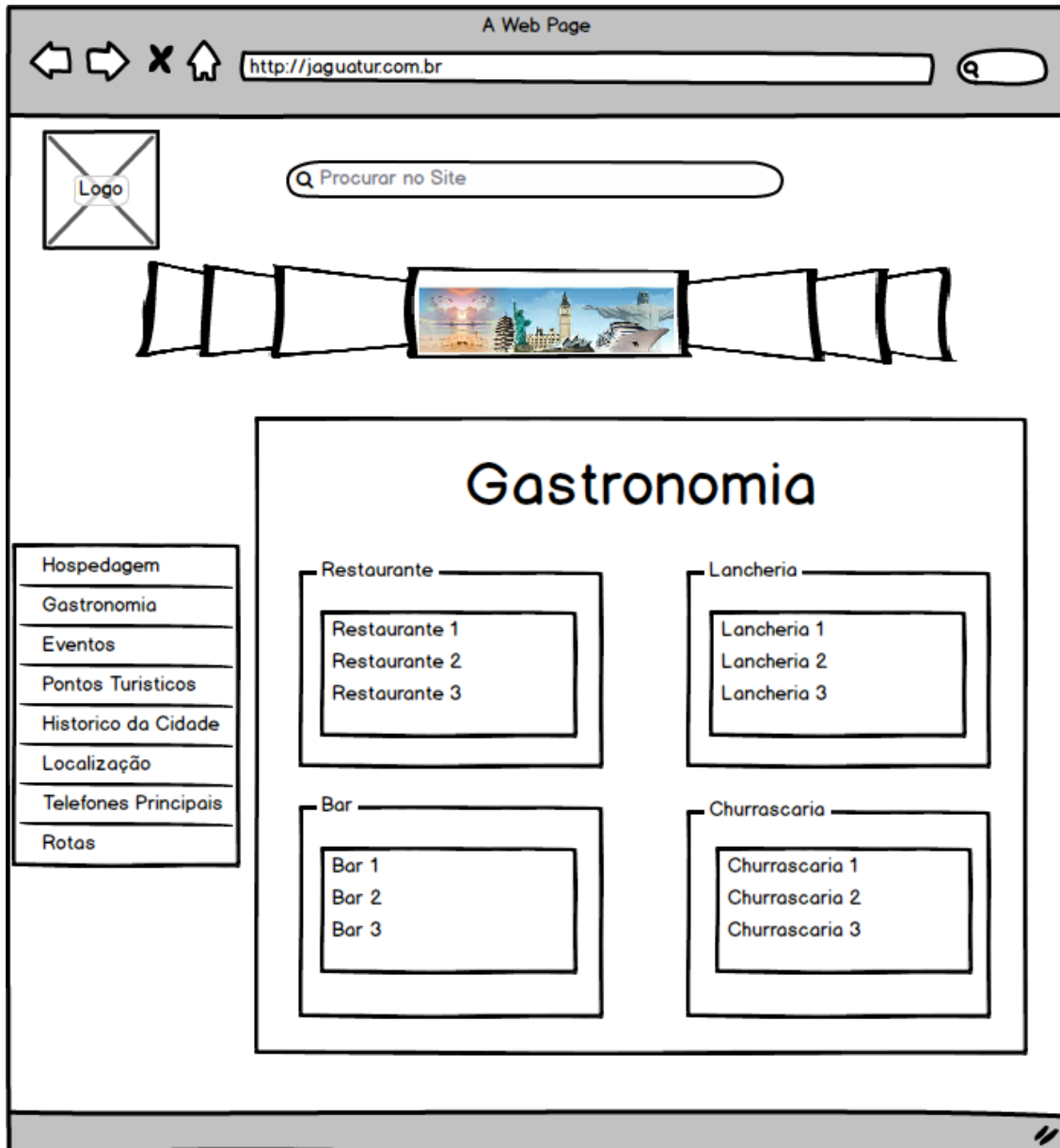
Figura 2: Tela Hospedagem



Fonte: Do Autor

Ao acessar o link de hospedagem, terá uma listagem de hotéis, pousadas, nessa tela será possível clicar no link de cada hotel ou pousada listado e conferir os atrativos e recursos que o hotel ou pousada tem a oferecer ao seu hóspede. Estas informações serão cadastradas na parte administrativa que os responsáveis pelo hotel ou pousada terão acesso. A tela de hospedagem terá opções de seleção por hospedagem em hotel ou pousada, tempo de estadia, e conterà filtros, onde o visitante poderá refinar a pesquisa, como exemplo, preços das diárias, tipo (standard, luxo), número de hóspedes, tipo de quarto (casal, duplo), etc. Haverá um campo onde os usuários poderão sugerir mudanças e deixar seus comentários sobre sua experiência de hospedagem.

Figura 3: Tela Gastronomia

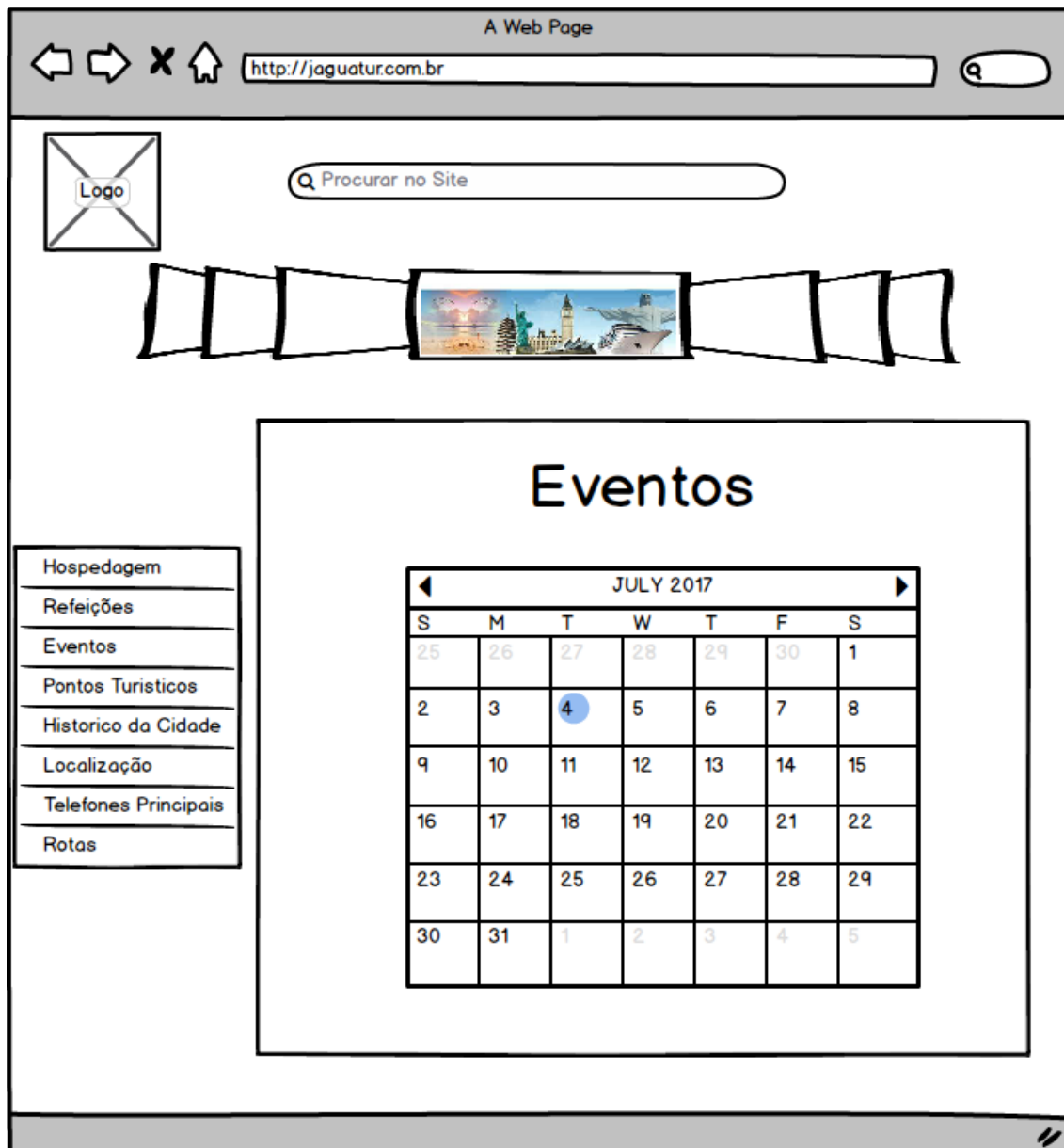


Fonte: Do Autor

No link de gastronomia, será apresentado uma página com uma listagem de restaurantes, lancherias, bares, churrascarias. Nesta listagem, será possível clicar em cima de um item da listagem que redirecionará o visitante para uma tela onde poderá ser visto dados do estabelecimento escolhido como: localização, cardápio *online* (este poderá ser cadastrado na página administrativa ao qual os responsáveis pelo estabelecimento terão acesso). Na tela de alimentações será possível selecionar um estabelecimento para fazer as refeições, o usuário terá a opção de selecionar entre restaurante, lancherias ou bar, buscando melhorar a escolha do usuário será disponibilizado filtros para reduzir a seleção, tais como tipos de gastronomia como buffet, à la carte, lanches, pizzas, faixa de valores, etc, logo após selecionar, o site gera

a rota no mapa até o lugar escolhido.

Figura 4: Tela Eventos

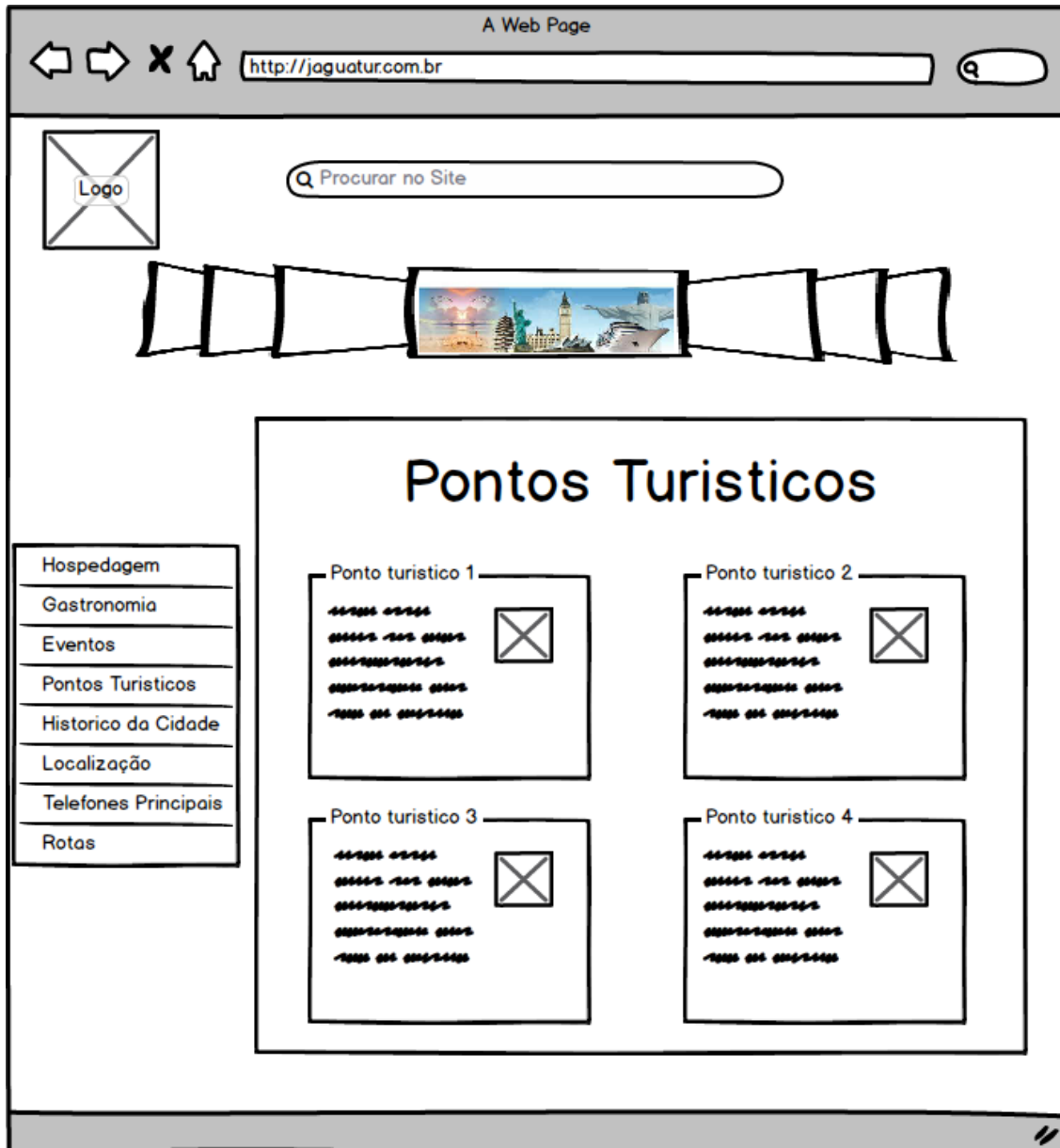


Fonte: Do Autor

No link de eventos, o usuário poderá ter acesso aos principais eventos que a cidade tem em seu calendário anual, além dos secundários registrados no site pelos organizadores do evento. Como exemplo, cita-se a Motofest (encontro de motociclistas que acontece normalmente no final do mês de janeiro, a cada ano).

É importante ressaltar que um levantamento de todos os eventos da cidade seria fundamental para aumentar a visibilidade do site, uma vez que os eventos “títulos” podem ser palavras-chave de buscas feitas pelos turistas

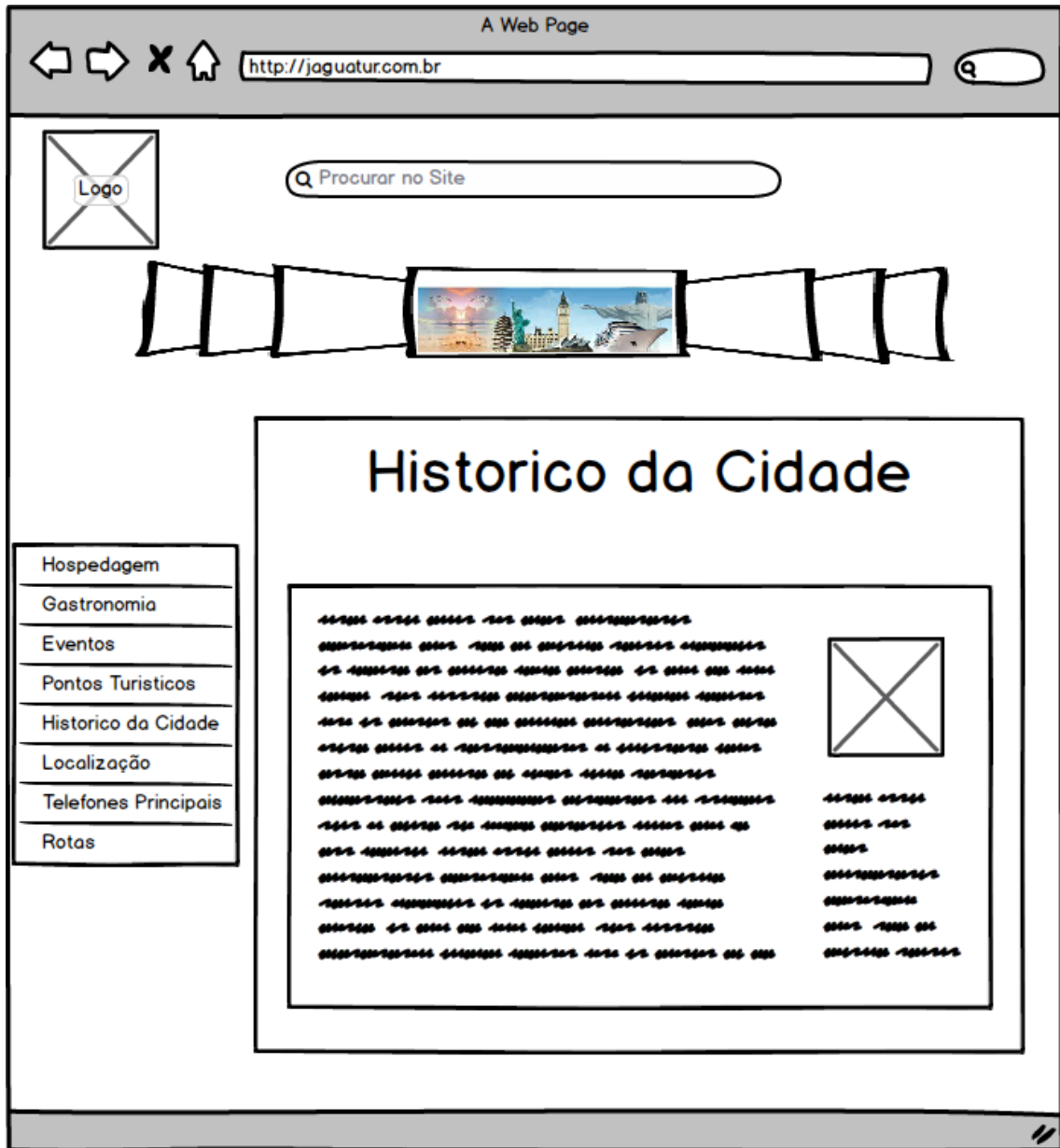
Figura 5: Tela Pontos Turísticos



Fonte: Do Autor

No link pontos turísticos, serão apresentadas fotos dos principais pontos, com um breve resumo sobre o ponto turístico, onde quando selecionado levará a uma página específica contendo a história desse ponto turístico dentro do próprio site com conteúdo produzido pelo próprio site e seus parceiros, por exemplo: Museu Carlos Barbosa, Teatro Esperança...

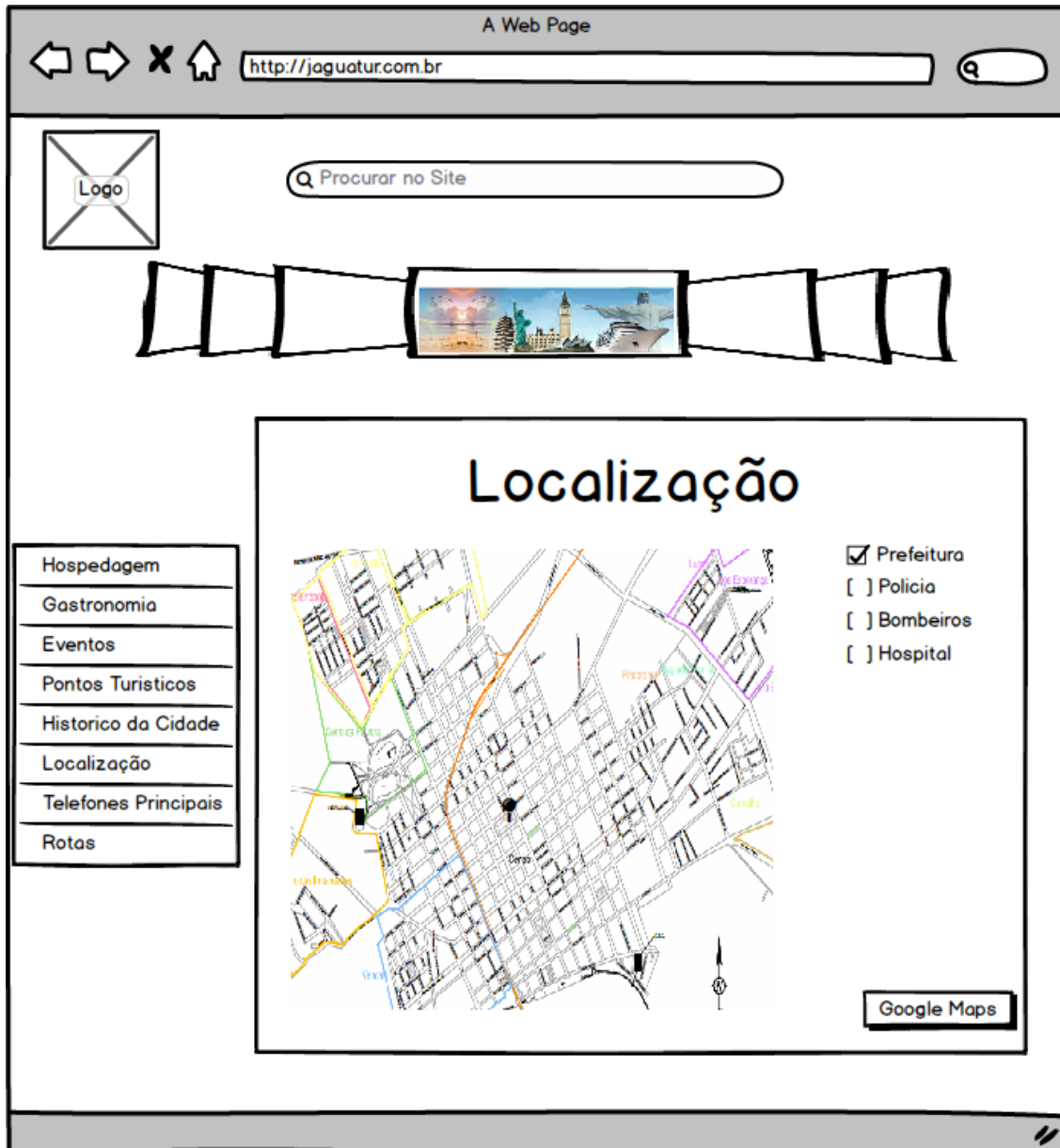
Figura 6: Tela Histórico da Cidade



Fonte: Do Autor

No link histórico da cidade, haverá uma breve descrição da história da cidade, assim como links para comprar de livros de Jaguarão, blogs e artigos, que apresentem fatos históricos e culturais sobre a mesma.

Figura 7: Tela Localização

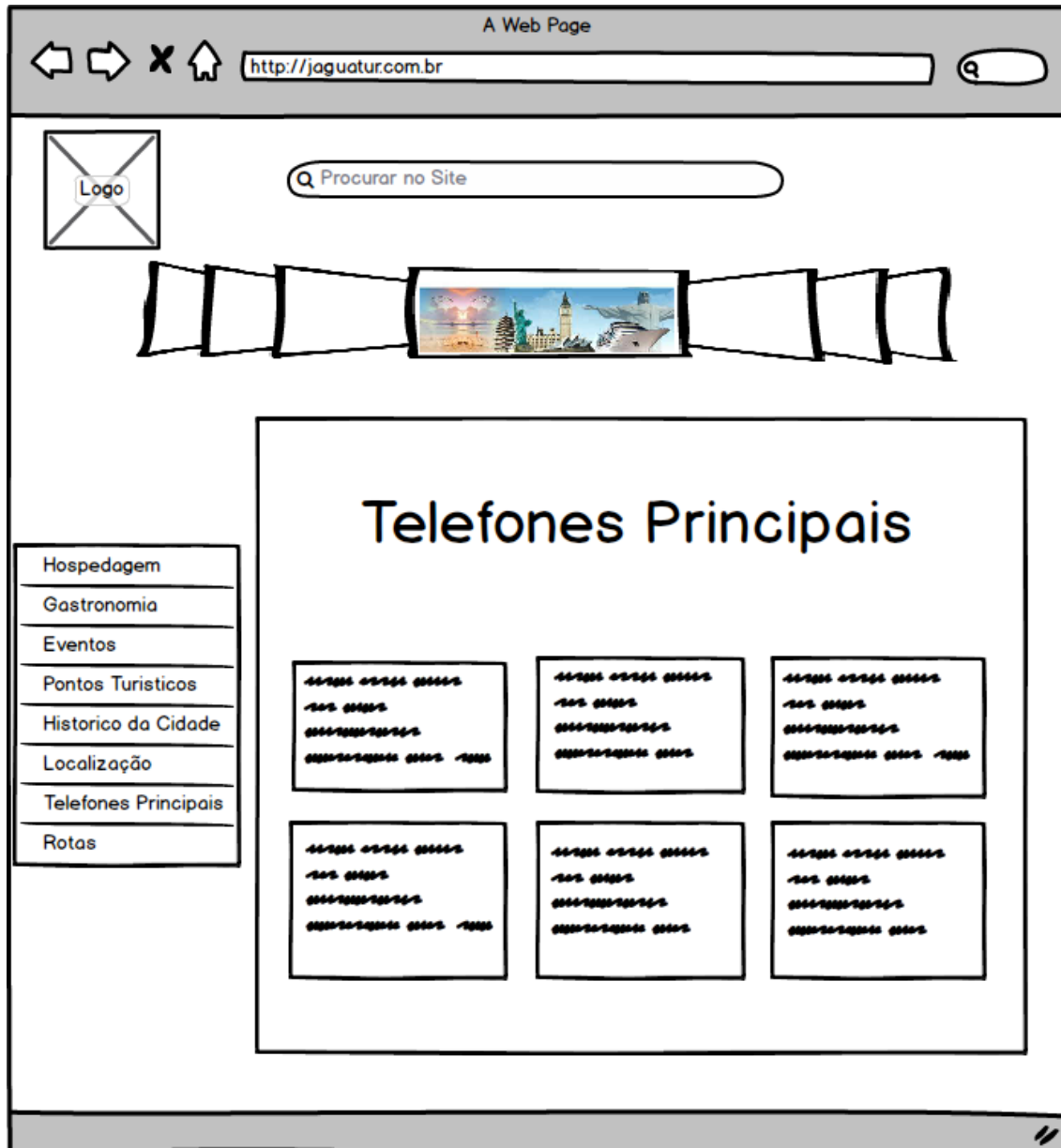


Fonte: Do Autor

No link de localização, o mapa da cidade, será disponibilizado via *google maps*. Nesta funcionalidade, o usuário poderá baixar as imagens dos bairros ou de toda a cidade e poderá marcar os atrativos e serviços que deseja e traçar as rotas aos lugares. Esta funcionalidade é disponibilizada pelo google maps a todos os usuários do sistema. A proposta de disponibilizar

O acesso desta ferramenta no site, visa facilitar a organização do turista/ visitante. Haverá um *checklist* na tela onde conforme o usuário for marcando será mostrado no mapa, também haverá um botão para que o turista veja a rota gerada direto no site do *google maps*.

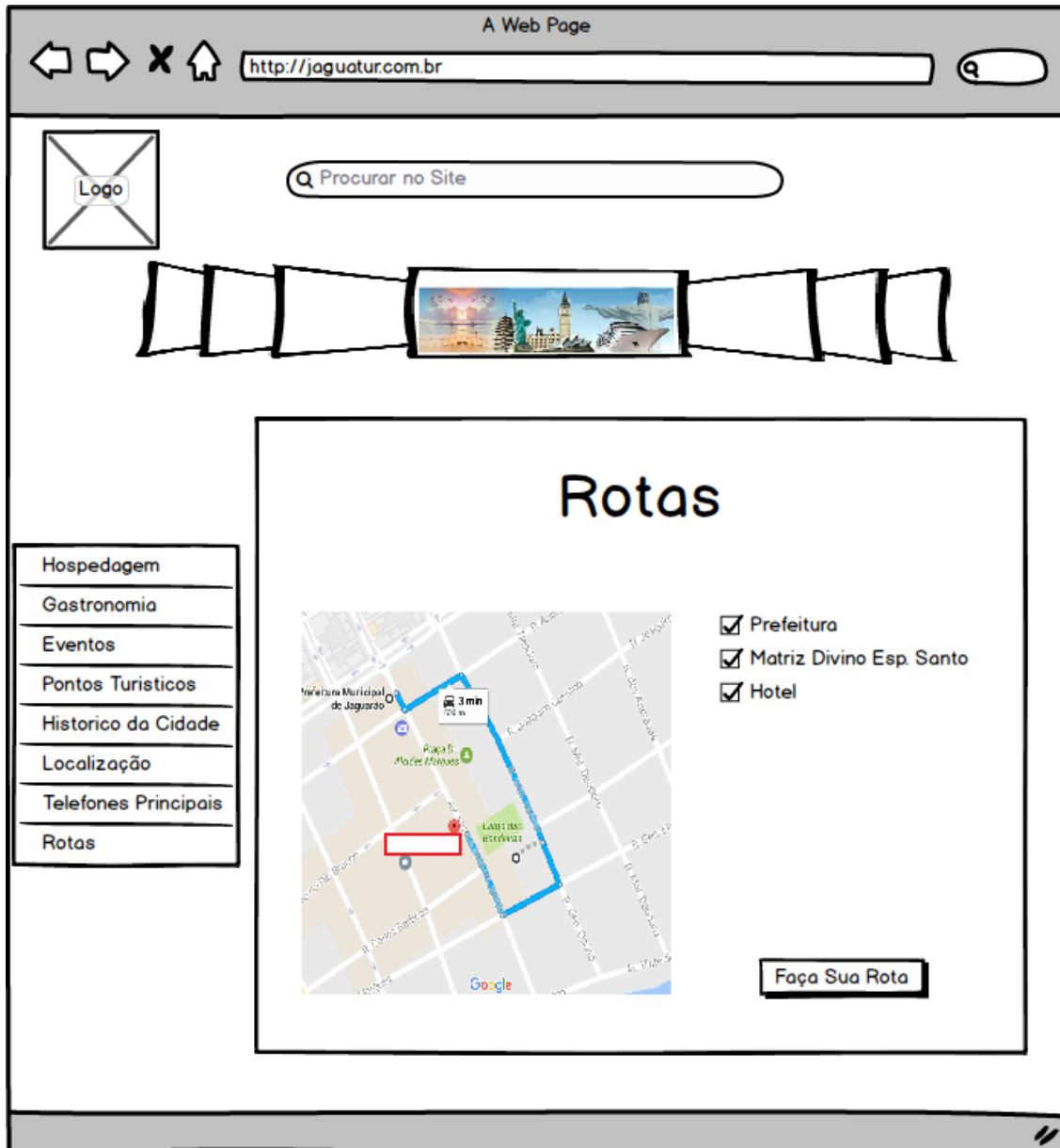
Figura 8: Tela Telefones Principais



Fonte: Do Autor

No link de Telefones Principais, serão apresentados uma lista dos principais telefones da cidade, desde emergenciais e secretarias municipais – com respectivos endereços por exemplo: Bombeiros, Policia Civil, Policia Militar, Policia Federal, Secretarias, UNIPAMPA, etc. Além do link que mostrará no mapa a localização do mesmo, buscando assim orientar o usuário para que o mesmo possa se locomover pela cidade.

Figura 9: Tela Rota de Passeio



Fonte: Do Autor

No link rotas, o usuário terá a oportunidade de criar uma rota de passeio conforme o tipo de transporte, carro ou a pé. Esta poderá ser sugerida ou selecionada. Na rota sugerida, o usuário irá responder a um questionário, que auxiliará o sistema a apresentar sugestões de hospedagem, refeição, passeios entre outros. Na rota selecionada, o usuário poderá escolher os locais a serem inseridos na rota, através de uma página onde constarão as empresas que optarem por participar do site. Ao final das seleções, sugeridas ou selecionadas, será gerado um mapa com o roteiro e instruções para sua locomoção e valores que serão investidos na sua estadia

Figura 10: Tela Faça Sua Rota

A Web Page

http://jaguatur.com.br

Logo

Procurar no Site

Faça Sua Rota

Deseja visitar pontos turísticos na cidade:

Sim
 Não

Quanto dias pretende ficar:

1 Dia
 2 Dias
 3 Dias

Qual tipo de refeição você prefere:

Buffet
 Lanche
 Pizza
 Churrasco

Pesquisar

Hospedagem
Gastronomia
Eventos
Pontos Turísticos
Histórico da Cidade
Localização
Telefones Principais
Rotas

Fonte: Do Autor

Abaixo, seguem alguns questionamentos que farão parte do questionário para auxiliar na determinação da rota.

1. Quanto dias pretende ficar:
 - 1 Dia
 - 2 Dias
 - 3 Dias
2. Qual tipo de refeição você prefere:
 - Buffet
 - Lanche
 - Pizza
 - Churrasco
3. Deseja visitar pontos turísticos na cidade:
 - Sim
 - Não

De acordo com as repostas selecionada o site gera a rota para que o turista possa seguir orientado pelo mapa, rota contendo hospedagem, gastronomia e pontos turísticos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto buscou apresentar uma opção de site de turismo para a cidade de Jaguarão-RS. Após pesquisas, verificou-se que a cidade não possui um meio virtual que representasse adequadamente seu potencial turístico. O desafio principal era propor a criação de um site que fosse de fácil manuseio, objetivo, mas completo. Assim, um ambiente virtual com informações sobre a cidade, e que se possibilita ao visitante acesso a um mapa, auxiliando em sua localização geográfica. Com o intuito de proporcionar um site dinâmico, surgiu a proposta de um questionário simples, que pudesse identificar o perfil do visitante e também auxiliá-lo na indicação de lugares de visitação ou de serviços. Visando facilitar, inseriu-se então o link Rotas, que   o foco principal do site, pois ali o usuário pode escolher onde ir ou ser orientado com base nas suas respostas ao questionário.

Para que o site funcione,   necessário que os hoteleiros, donos de restaurantes e dos demais serviços turísticos participem do site, utilizando-o como local de divulga o de sua empresa/produto. Outro ponto chave,   o conhecimento sobre os locais turísticos da cidade, a fim de fazer a divulga o da cidade e aumentar a curiosidade dos turistas sobre a esta.

Um ponto importante   a manuten o das informaçoes do site, que devem ser sempre atualizadas. Parceiros envolvidos no setor turístico, bem como a Prefeitura Municipal, são imprescindíveis. O envolvimento com a Prefeitura Municipal será principalmente na parte de divulgar os eventos da cidade, assim como dados atualizados sobre o histórico da mesma.

Ofertar a op o de reservas em hotéis e eventos da cidade permite ao turista maior tempo em sua estadia para que possa conhecer os pontos turísticos, visto que não irá precisar sair para comprar ingressos, podendo utilizar esse tempo para visitar a cidade. O acesso as op oes de gastronomia também auxiliarão na indica o de locais com os tipos de comida preferidos pelo turista, facilitando sua locomo o pela cidade.

Outra aspecto a ser considerado   que o site pode disponibilizar os dados de telefones importantes, como bombeiros, policias, hospital, unidade de pronto atendimento, Santa Casa, acredita-se que ajude a gerar mais confiança para o turista, que permitirá que ele viaje mais tranquilo. Outro ponto importante do site, será a possibilidade de reserva de hospedagens.

Os pontos turísticos terão uma tela com uma breve descri o, permitindo ao usuário

acessar o ponto escolhido e obter mais informações na tela específica sobre ele. Esta funcionalidade irá auxiliar o turista a escolher seus locais de visitação, assim como também irá criar mais expectativa e divulgar os demais pontos turísticos da cidade.

Conforme já dito, um site dinâmico precisa ter seu cont do atualizado constantemente, neste sentido, precisa apresentar uma área administrativa em que os profissionais do turismo podem inserir as informa es.

Considerando os custos e necessidade de receita para a manuten o do site propõe-se o aluguel dos banners da página inicial onde podem ser feitas publica es de anúncios, garantindo assim fonte de renda para a viabilidade econ mica do site.

Após análises e pesquisas, este projeto de site dinâmico visa melhorar a divulga o de Jaguarão e inseri-l  no meio *online* por meio de um site completo e fácil de usar. Sabe-se que a cidade tem um grande potencial turístico que pode ser divulgado, e o site visa a ser um meio para auxiliar nessa divulga o.

REFERÊNCIAS

- ALECRIM, E. O que é Tecnologia da Informação (TI)? **Info wester**, 2011. Disponível em: <<https://www.infowester.com/ti.php>>. Acesso em: 10 Maio 2017.
- ARAÚJO, C. O que são Blogs? **InfoEscola Navegando e Aprendendo**, s.d. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/informatica/o-que-sao-blogs/>>. Acesso em: 22 Maio 2017.
- BRASIL. IBGE. **População**, 2010. Disponível em:<<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rs/jaguaraopanorama>>. Acesso em: 23 Maio 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Estudo da Competitividade do Turismo Brasileiro.pdf, Brasília, s.d, Disponível em:<https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/arquivos/TECNOLOGIA_DA_INFORMACAO_APLICADA_AO_TURISMO.pdf>
- BRAZ, A. P. R. Conceito de e-commerce. **Comunidade ADM**, 2013. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/conceito-de-e-commerce/68472/>>. Acesso em: 20 Maio 2017.
- CRUZ, G. D.; GÂNDARA, J. M. G. O Turismo, a Hotelaria e as Tecnologias Digitais. **Turismo - Visão e Ação** , v. 5, n. 2, Maio/Agosto 2003.
- ENSINO ATUAL. Sites Dinâmicos e Sites Estáticos: oque são. **ENSINO ATUAL Educação, Linguagem e Tecnologia**, s.d. Disponível em: <<http://ensinoatual.com/blog/?p=393>>. Acesso em: 21 Maio 2017.
- FLANAGAN, David. **JavaScript, O guia definitivo**. 6. ed. Porto Alegre, 2013
- GLOBO.COM. O que é: Portal. **G1**, 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/0,MUL414442-15524,00-O+QUE+E+PORTAL.html>>. Acesso em: 23 Maio 2017.
- MELLO, M. Turismo online: muito além de uma mera vitrine. **e-commercebrasil**, 2015. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/turismo-online-muito-alem-de-uma-mera-vitrine/>>. Acesso em: 30 Maio 2017.
- OLIVEIRA, F. S. D. Tecnologia da Informação: tudo que você precisa saber. **Unipê centro universitário de João Pessoa**, s.d. Disponível em: <<http://blog.unipe.br/graduacao/tecnologia-da-informacao-tudo-que-voce-precisa-saber>>. Acesso em: 13 Maio 2017.
- OMT. **E-BUSINESS PARA O TURISMO**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PATI, Camila, 2016 **Não sabe quanto cobrar por freela? Esta calculadora ajuda.**

Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/quanto-cobrar-por-freela-calculadora/>>

Acesso em 05 de Julho 2017

Prefeitura Municipal de Jaguarão. 2017. Disponível

em:<http://www.jaguarao.rs.gov.br/?page_id=364>Acesso em 08 de Julho de 2017

REGISTRO.BR. **Custo de Registro de Domínios.** Disponível em:

<<https://registro.br/ajuda.html?secao=pagamentoDominio>>. Acesso em: 02 Julho 2017.

SEBASTIAN. Estatísticas Da Industria Do Turismo *On-Line*. **HOTEL MARKETING**

BRASIL.COM, 2012. Disponível em: <<http://www.hotelmarketingbrasil.com/estatisticas-da-industria-turismo-on-line/>>. Acesso em: 20 Maio 2017.

SILVA, L. D. S. E. O que são e qual é a importância dos sites institucionais para um negócio.

Comunidade ADM, 2013. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/o-que-sao-e-qual-e-a-importancia-dos-sites-institucionais-para-um-negocio/73240/>>. Acesso em: 22 Maio 2017.