

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

ANÁLISE DO FLUXO DE INFORMAÇÃO E PROCESSO DE CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO DE UMA DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION – ESTUDO DE CASO NO CURITIBA, REGIÃO E LITORAL CONVENTION & VISITORS BUREAU

ANALYSIS OF THE INFORMATION FLOW AND PROCESS OF CREATION OF KNOWLEDGE OF A DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION - CASE STUDY IN CURITIBA, REGION AND COASTAL CONVENTION & VISITORS BUREAU

CECILIA DE SOUZA PAVAN¹
ALEXANDRE AUGUSTO BIZ²

1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Knight e Harland (2005, apud ZEHRER, 2011) citam que o conhecimento dentro de um destino turístico não pode ficar concentrado em uma única organização. Ao contrário, por envolver uma multiplicidade de prestadores de serviços diferentes e, conseqüentemente diferentes perfis de consumidores, o processo de criação, tratamento, transferência e armazenamento do conhecimento tem se tornado uma questão-chave para as DMO's.

As DMO's têm por objetivo aumentar a competitividade do destino e comercializá-lo para potenciais visitantes. Suas principais responsabilidades e atividades envolvem o marketing do destino, coordenar a atividade turística, monitorar padrões de serviços e qualidade, proporcionar benefícios econômicos e favorecer as relações com a comunidade local e os demais atores envolvidos (PIKE, 2004; BLAIN; LEVY; RITCHIE, 2005).

É recente a preocupação dos gestores de organizações turísticas públicas em relação à importância do gerenciamento das informações para a tomada de decisões. Nesse sentido, considera-se essencial abordar a função básica da informação no contexto da atuação dos organismos responsáveis pela gestão do turismo.

No caso desta pesquisa, o CCVB foi escolhido como objeto de pesquisa, visto a sua importância para a atividade turística, bem como a importância de estudos sobre fluxos informacionais e suas implicações no processo de criação de conhecimento, e as vantagens que esses processos trazem para as organizações.

¹Mestre no Programa de Pós-Graduação em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Graduada em Turismo pela UFPR. Pesquisadora no Laboratório de Pesquisa em Turismo, Tecnologia, Informação, Comunicação e Conhecimento – TURITEC. Email: cissapavan@gmail.com

²Pós-Doutorado Empresarial. Docente do Programa de Pós-Graduação em Turismo e do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. Coordenador do Laboratório TURITEC e Colíder do Grupo de Pesquisa Turismo, Tecnologia, Informação, Comunicação e Conhecimento – TURITEC. Email: bizdetur@gmail.com

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Diante desse contexto, busca-se identificar a importância do processo de criação de conhecimento pelas DMO's, a partir das fontes de informação, dos fluxos informacionais e do processo de criação de conhecimento. Assim, a questão norteadora de pesquisa foi definida da seguinte forma: quais as fontes e o fluxo informacional utilizados no processo de criação de conhecimento organizacional no Curitiba, Região e Litoral Convention & Visitors Bureau?

2. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura aborda sobre conceitos de gestão de destinos, sobre gestão e fluxo da informação e sobre criação de conhecimento organizacional. Em relação à gestão de destinos turísticos, foi explorado os tipos de gestão de destinos turísticos de acordo com a OMT (2007), bem como a conceituação de *Destination Management Organization* – DMO e o conceito de Plataforma de Negócios em Turismo (BIZ, MTur, 2014).

Em relação a gestão e fluxo de informação, foi abordado conceitos de informação, fluxo de informação, além de abordar modelo de fluxos de informação. O capítulo aborda de criação de conhecimento traz os conceitos de conhecimento, criação do conhecimento organizacional, modelos de criação de conhecimento. Além disso, o capítulo apresenta modelos e estudos correlatos em relação à criação do conhecimento organizacional, bem como as oportunidades e benefícios da criação do conhecimento para uma organização. O quadro 1 especifica os principais autores utilizados.

TEMA	PRINCIPAIS AUTORES
Gestão de Destinos Turísticos	Buhalis (2000); Beni (2004); Valls (2006); OMT (2007); Petrocchi (2009); Viana (2012); Ritchie e Crouch (2003); OMT (2007); Bornhorst ET AL. (2010); Volgger e Pechlaner (2014)
<i>Convention & Visitors Bureau</i>	Gartrell (1998); Schiavetti ET AL. (2006); Shibaki (2011); CCVB (2015)
Gestão e Fluxo da Informação	Mcgee e Prusak (1994), Davenport (1998), Choo (2006), Beal (2008), Greef e Freitas (2012)
Criação do Conhecimento Organizacional	Nonaka e Takeuchi (1997; 2008); Von Krogh; Ichijo e Nonaka (2001); Davenport e Prusak (1998), Geisler e Wickramasinghe (2009);
Modelos correlatos	Nonaka e Takeuchi (2008); Fayyad; Piatetsky-Shapiro; Smyth, (1996); Santos, (2009); Baskerville e Dulipovici (2006); Cecez-Kecmanovic e Jerram (2002); Höpken et. al. (2011)

QUADRO 1: ESTRUTURA TEÓRICA
 Fonte: a autora (2016)

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Esta pesquisa buscou por conceitos, modelos de gestão de destinos turísticos, definições sobre criação de conhecimento e modelos correlatos sobre criação de conhecimento, identificando correlações e discrepâncias entre os estudos. Para tal, foi realizado um levantamento de livros, teses, dissertações e artigos científicos nas áreas de Administração, Ciências Contábeis, Turismo; Ciência da Computação e as Engenharias.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como pesquisa qualitativa, de caráter exploratório no primeiro momento, e descritivo no segundo, sendo desenvolvida através do método de estudo de caso. Utilizou-se as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental para a construção da fundamentação teórica. Através da revisão de literatura e dos estudos levantados buscou-se maior familiaridade com o objeto de estudo, a fim de dar subsídios para a coleta de dados.

Com o objetivo de desenhar o processo da criação do conhecimento entre os atores da plataforma de negócios de turismo, a pesquisa foi dividida em duas fases. A primeira fase buscou converter o modelo da plataforma de negócios em turismo para o CCVB, e para isso aplicou uma entrevista semiestruturada com a Diretora Executiva do CCVB. O formulário da entrevista foi construído com base na plataforma de negócios em turismo (BIZ, 2014; BRASIL, MTur, 2014).

Já a segunda fase tinha o objetivo na segunda fase da coleta de dados foi identificar o fluxo da informação e criação de conhecimento em uma área de comunicação com os mantenedores do CCVB, resultado da entrevista com a Diretora Executiva. Para isso, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas com os departamentos de Relacionamento com Mantenedores, Eventos e Visitors, através do formulário de entrevista construído com base nos eixos norteadores de fluxo de informação e criação de conhecimento organizacional.

Para análise dos resultados, a entrevista contou com o uso de um gravador de voz, e seu teor integral foi transcrito posteriormente, em conjunto com as anotações feitas pela pesquisadora.

4. RESULTADOS

A partir da entrevista da Fase 1, foi possível desenhar a plataforma de negócios em turismo com base no CCVB, e identificar que a comunicação é o ponto mais crítico da organização atualmente. Com base nessas informações, a fase 2 foi aplicada, sendo possível desenhar o fluxo informacional e processo de criação do conhecimento do CCVB, conforme figura abaixo.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

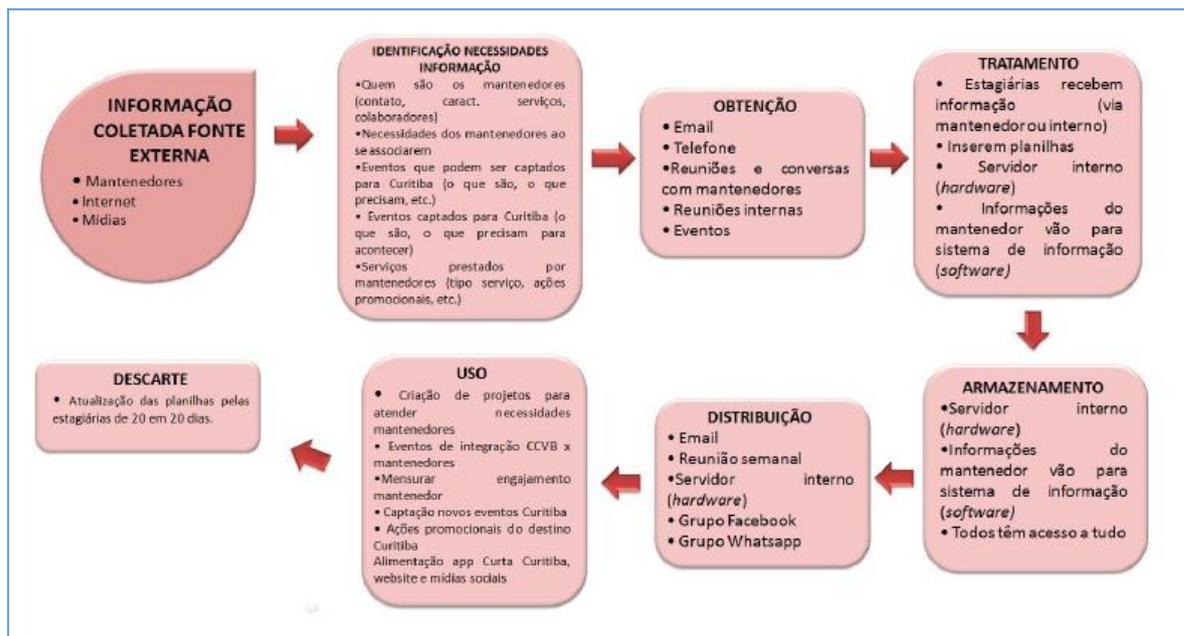


Figura 1: FLUXO DE INFORMAÇÃO DO CCVB COM BASE NO MODELO DE BEAL (2008)
 Fonte: a autora (2016) baseada em Beal (2008)

Desta forma, a fim de propor melhorias no fluxo informacional e processo de criação de conhecimento no CCVB, caracterizados como informais e não estruturados, foi possível identificar algumas barreiras, sendo elas: a) sistema de informação obsoleto – não atende as necessidades da organização; b) dificuldade de retorno rápido dos mantenedores com as atuais ferramentas que o CCVB utiliza para comunicação (email, telefone, Facebook, Whatsapp); c) falta de colaboração dos mantenedores em disponibilizarem as informações necessárias, pois não compreendem a importância das mesmas para o trabalho do CCVB; d) falta de compreensão do serviço prestado pelo CCVB e os benefícios que a associação pode trazer; e) dificuldade de adaptação ao modelo associativista por parte de alguns mantenedores; f) medo de compartilhar informação com o CCVB e outro mantenedor (concorrente) ficar sabendo (competitividade); g) mantenedores com objetivos distintos, com engajamentos diferentes, que utilizam ferramentas de TIC diferentes, o que dificulta manter uma comunicação assertiva com todos.

5. REFERÊNCIAS

- BEAL, A.. (2008). *Gestão Estratégica da Informação*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- BLAIN, C.; LEVY, S. E.; RITCHIE, JR B.. Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, v. 43, n. 4, p. 328-338, 2005.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

- BORNHORST, T.; RITCHIE, J .R.; SHEEHAN, L. (2010). Determinants for DMO & destination success: an empirical examination. *Tourism Management*, v. 31, n. 5, p. 572-589.
- BRASIL, Ministério do Turismo. (2013). *Plano Nacional de Turismo 2013-2016: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil*. Brasília, 2013.
- KLIMEK, K. (2013). Destination management organisations and their shift to sustainable tourism development. *European Journal Of Tourism, Hospitality And Recreation*, v. 4, n. 2, p.27-47.
- OMT – Organização Mundial de Turismo. (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Disponível em <
http://www.visitkerteminde.dk/sites/default/files/asp/visitkerteminde/KUP/a_practical_guide_to_tourism_destination_management.pdf > Acesso em 14 fev. 2015.
- ZEHRER, A. (2011). Knowledge management in tourism - the application of Grant's knowledge management model to Austrian tourism organizations. *Tourism Review*, v.66 , n. 3, p. 5 -64.