

VIAJE FÁCIL: INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA DO VALE DO CAFÉ POR MEIO DE UMA STARTUP

Marcos Lima Kirszenblatt

<https://orcid.org/0000-0001-9973-8539>

Hannibal Escobar Ramos Henriques de Carvalho

<https://orcid.org/0000-0002-5275-458X>

Paula Carvalho Santana

<https://orcid.org/0009-0008-4549-1639>

Luiz Augusto Vilela Pinho

<https://orcid.org/0009-0007-2201-1981>

Rícael Spirandeli Rocha

<https://orcid.org/0000-0003-3190-7513>

Carlos Henrique Duarte da Silva

<https://orcid.org/0009-0005-4509-7517>

Gabriela Silva Batista de Oliveira

<https://orcid.org/0009-0000-4370-5906>

Ricardo Esteves Kneipp

<https://orcid.org/0000-0003-4899-1731>

Patrícia Silva Ferreira

<https://orcid.org/0000-0002-6960-3382>

RESUMO

O artigo propõe apresentar uma alternativa para os problemas relacionados ao atendimento de turistas da região do Vale do Café com foco no desenvolvimento de um aplicativo inovador, por meio de uma startup, atuando como concierge completo, integrando serviços de transporte a opções de alimentação. A pesquisa adota o design thinking como metodologia para uma abordagem centrada no usuário e conhecimento das "dores dos clientes" por meio de entrevistas com a população local e a utilização de ferramentas como a Matriz Pugh, Business Model Canvas e Lean Canvas para a estruturação do modelo de negócios, resultando na compreensão dos elementos essenciais da visão estratégica, criação da marca e produto. Assim, o empreendimento não apenas reflete a busca pela excelência em serviços turísticos, mas também destaca uma visão de turismo sustentável, comprometida em preservar a herança histórica e cultural do Vale do Café.

Palavras-chave: Empreendedorismo. *Design Thinking*. Visão Estratégica. Turismo. Inovação.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o setor turístico no Vale do Café destaca-se por uma grande agenda de festividades, cidades históricas, fazendas seculares e recursos naturais deslumbrantes, como serras, rios e cachoeiras. Localizado no interior do estado do Rio de Janeiro, o Vale do Café é reconhecido por sua importância histórica e cultural, desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento econômico do Brasil no século XIX, especialmente durante o auge da produção de café.

A região configura-se como um destino turístico que oferece opções de experiências enriquecedoras aos visitantes. Contudo, o acesso a algumas atrações

enfrenta desafios consideráveis, como os elevados custos de estacionamento, combustíveis e pedágios, além das dificuldades na obtenção de ingressos e vagas de estacionamento.

Diante da abundância de opções de acomodações, culinária típica e celebrações na região do Vale do Café, aliada à sua relativa falta de reconhecimento como destino turístico, somada à escassez de guias turísticos promovendo os locais da região, surge a questão central: Como podemos otimizar a acessibilidade dos visitantes à riqueza turística do Vale do Café, considerando a necessidade de integrar as diversas opções disponíveis e incentivar uma exploração mais abrangente e enriquecedora?

Dessa forma, o presente artigo propõe o desenvolvimento de um aplicativo inovador, que nasce de uma startup para atuar como um concierge abrangente, integrando uma gama completa de serviços, desde transporte e acomodações até opções de alimentação. Busca-se proporcionar uma experiência turística completa e descomplicada, ao mesmo tempo em que se promove uma sinergia entre os municípios, evitando a concorrência e favorecendo uma abordagem mais colaborativa.

Sendo assim, almeja-se não apenas superar as barreiras práticas enfrentadas pelos turistas, mas também catalisar implicações sociais positivas, impulsionando o crescimento econômico sustentável do Vale do Café, enquanto preserva e destaca sua rica herança histórica e cultural.

2 DESENVOLVIMENTO

Esta pesquisa adota o *design thinking* como metodologia fundamental para a elaboração do artigo, visando assegurar uma abordagem centrada no usuário e a eficaz resolução de problemas. O processo é dividido em cinco fases interconectadas, iniciando-se pelo desafio, onde a equipe de pesquisa identifica o problema principal a ser abordado no artigo. Em seguida, a fase de descoberta é acionada, priorizando a compreensão aprofundada das necessidades e perspectivas dos potenciais leitores através de métodos como entrevistas, pesquisas e observações.

A fase de definição estabelece de modo claro e conciso o escopo do projeto, consolidando as informações coletadas durante a fase de descoberta. A etapa de ideação incentiva a geração de ideias criativas, proporcionando um espaço para a liberdade criativa e a exploração de soluções inovadoras relacionadas ao tópico. Finalmente, a prototipação entra em cena, permitindo a criação de uma versão inicial do artigo. Essa fase envolve a elaboração de uma estrutura inicial, que é testada e refinada iterativamente com base no feedback recebido. Ao seguir esse processo estruturado, espera-se que o resultante não apenas atenda às expectativas dos leitores, mas também ofereça uma contribuição significativa para o campo de estudo em questão.

2.1 Resultados e Discussão

Como resultados, aplicaram-se as ferramentas *Business Model Canvas* e *Lean Canvas* na elaboração do modelo de negócios. A escolha dessas metodologias revelou-se fundamental para a estruturação e compreensão efetiva dos elementos essenciais que constituem a visão estratégica para o produto final.

O *Business Model Canvas* é uma ferramenta visual que permite descrever, desenhar e inovar modelos de negócios de forma estruturada. Ao ressaltar nove blocos fundamentais, desde segmentos de clientes até estrutura de custos, essa abordagem

proporcionou uma compreensão aprofundada da dinâmica operacional e das interrelações entre os diferentes aspectos do empreendimento (Freitas; Felício, 2016).

Juntamente com o *Business Model Canvas*, a implementação do *Lean Canvas*, concebido por Ash Maurya, complementou essa abordagem ao oferecer uma visão simplificada e centrada no cliente. Essa ferramenta ágil visa à rápida identificação e validação de hipóteses-chave do modelo de negócios, destacando problemas, soluções e métricas-chave.

A integração destas duas metodologias possibilitou uma análise mais robusta e flexível do modelo de negócios, fornecendo *insights* valiosos para a tomada de decisões estratégicas. Observou-se uma otimização da alocação de recursos, identificação de oportunidades de inovação e uma visão mais centrada no cliente. A visualização clara dos processos fortaleceu a colaboração entre equipes, facilitando a implementação de iniciativas e a adaptação a mudanças no ambiente de negócios.

Não obstante, como parte integrante do processo de aprimoramento do modelo de negócios, foi implementada a Matriz de Pugh, uma técnica qualitativa valiosa utilizada para classificar as opções multidimensionais de um conjunto de alternativas (Escamia, 2016). A introdução desta metodologia proporcionou um enfoque sistemático na avaliação das diferentes soluções e ajustes propostos pelo *Business Model Canvas* e *Lean Canvas*. A Matriz de Pugh permitiu uma análise mais aprofundada, considerando critérios específicos e ponderando as vantagens e desvantagens de cada opção. Ao integrar essa abordagem à construção do modelo de negócios, fortalecemos a capacidade de tomar decisões informadas e estratégicas, ampliando o escopo das ferramentas utilizadas e aprimorando a robustez do processo de desenvolvimento empresarial.

Sendo assim, a fase de ideação resultou no desenvolvimento da missão, visão e valores da startup/produto, os quais são os seguintes: Missão - Oferecer um serviço simples e intuitivo para o público de qualquer idade, com o propósito de facilitar a experiência do turista na região do Vale do Café; Visão - Movimentar a economia local para incentivar o investimento público e privado em melhorias de infraestrutura física, através da divulgação aos turistas dos estabelecimentos e locais turísticos da região do Vale do Café; Valores - Transparência, Compromisso social, Inovação, Sustentabilidade e Satisfação dos usuários. O protótipo do aplicativo foi desenvolvido na ferramenta Figma (Protótipo, 2023).

Nesse sentido, houve preocupação na gestão da propriedade intelectual para a verificação da marca e do programa de computador, considerando que a marca, conforme o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial é um sinal visual distintivo que identifica um produto ou serviço. Além disso, ela simboliza para o consumidor características da empresa, como reputação, controle de qualidade, investimentos em pesquisa, qualidade do design do produto e qualificação dos profissionais prestadores de serviço. Essa definição destaca a representatividade da marca no contexto empresarial SENAI.

Na startup criada, a proposta para a Propriedade Intelectual foi registrar a Propriedade Industrial por meio da marca e, no Direito Autoral, registrar o programa de computador. Quanto à marca, foram utilizados os tipos de serviço e coletivo, pois foi apresentado por meio de um aplicativo um folheto de serviços para auxiliar a locomoção dos turistas pela região do Vale do Café. Em relação à identificação da marca, o nome escolhido foi “Viaje Fácil”, e uma consulta ao site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) permite verificar que existem alguns registros, no entanto, não estão

ativos; logo, podem ser utilizados como marca. A Figura 1 destaca a pesquisa realizada no site do INPI.

Figura 1 – Pesquisa do nome da marca.

RESULTADO DA PESQUISA (22/11/2023 às 20:14:15)
Marca: "viaje fácil"
 Foram encontrados 9 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
814729606	03/05/1989	N VIAJE FÁCIL	Arquivado	ABAV ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS	38 : 30
820472158	26/01/1998	N VIAJE FÁCIL	Arquivado	SODEXO PASS DO BRASIL SERVIÇOS E COMÉRCIO S.A.	40 : 15
823170845	12/04/2001	N VIAJEFÁCIL	Arquivado	FLYTOUR AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO LTDA	NCL(7) 39
823865851	18/04/2001	N VIAJE FÁCIL	Arquivado	PIRENEUS TOUR VIAGENS E TURISMO LTDA	NCL(7) 39
823256839	16/05/2001	N VIAJEFÁCIL	Arquivado	EDITORA PEIXES S.A.	NCL(7) 16
824380878	22/03/2002	M VIAJE FÁCIL	Arquivado	FLYTOUR AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO LTDA	NCL(8) 39
824380886	22/03/2002	M VIAJE FÁCIL	Arquivado	FLYTOUR AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO LTDA	NCL(8) 43
900799072	14/03/2008	N VIAJE FÁCIL	Registro de marca extinto	ABRIL COMUNICAÇÕES S.A.	NCL(9) 16
910845018	31/03/2016	M VIAJE FÁCIL	Pedido de registro de marca indeferido (sem interposição de recurso)	COOPERATIVA DE CRÉDITO CREDICITRUS	NCL(10) 36

Fonte: INPI (2023).

No âmbito do registro de Direito Autoral para programas de computador, é possível abranger um aplicativo, garantindo a proteção do código-fonte. Essa medida não apenas salvaguarda a propriedade intelectual, mas também transmite credibilidade e segurança aos clientes e investidores do aplicativo. Ao efetuar o registro do software do aplicativo, o empreendedor confirma oficialmente a salvaguarda do código-fonte, prevenindo a reprodução não autorizada e alterações (Interação, 2022). Embora seja obrigatório apresentar a listagem do código-fonte ao INPI, é crucial ressaltar que essas informações mantêm-se confidenciais, assegurando que exclusivamente o titular possua o direito de utilização e realização de modificações.

Quanto à marca, o tipo escolhido é a marca mista, que combina elementos verbais (palavras) e figurativos (imagens ou logotipos). Em contraste com marcas nominativas, compostas apenas por palavras ou letras, e marcas figurativas, formadas apenas por elementos gráficos, as marcas mistas integram ambos os componentes. Essa fusão busca criar uma identidade visual única e distintiva para representar produtos ou serviços no mercado (INPI, 2019). A figura 2 apresenta a marca desenvolvida.

Figura 2 – Marca desenvolvida – “Viaje Fácil”.



Fonte: Elaboração dos autores (2023).

O projeto final culminou no conceito de um aplicativo que funciona como um concierge abrangente, integrando uma variedade de serviços essenciais para proporcionar uma experiência turística completa na região. A startup, aliada ao desenvolvimento do produto, não apenas busca aprimorar a experiência do turista, mas também contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo na área. Essa iniciativa representa uma solução inovadora e integradora destinada a impulsionar o setor, marcando um passo à melhoria na oferta de serviços turísticos na região.

3 CONCLUSÃO

A região do Vale do Café possui várias opções de acomodações, alimentação típica e comemorações, no entanto, é pouco conhecida como uma região turística. Além disso, a região possui poucos guias turísticos promovendo pouca visita aos locais turísticos da região e não possui uma forma de integrar as opções disponíveis que possibilitem explorar todos os recursos.

A startup Viaje Fácil é fruto do trabalho colaborativo e da integração de conhecimentos oriundos das disciplinas de "Gestão da Inovação e Propriedade Intelectual" e "Empreendedorismo" do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão de Projetos e Negócios em Tecnologia da Informação do IFRJ Campus Engenheiro Paulo de Frontin. O caráter multidisciplinar desta iniciativa, unindo conceitos de inovação, propriedade intelectual e empreendedorismo, não apenas enriqueceu o processo de criação do conceito do aplicativo, mas também reflete a essência colaborativa necessária para enfrentar os desafios contemporâneos.

O desenvolvimento do projeto da startup não se limitou à criação de um conceito de um aplicativo, ela representa a viabilidade de uma experiência turística abrangente e memorável na região do Vale do Café. Funcionando como um concierge completo, integrando serviços que vão desde transporte até opções de alimentação, o projeto almeja não apenas atender, mas fomentar a colaboração entre os municípios, evitando uma competição desenfreada em favor de uma abordagem mais sinérgica.

Portanto, esse empreendimento não apenas reflete a busca pela excelência na oferta de serviços turísticos, mas também encarna uma visão de turismo sustentável, comprometida em preservar a herança histórica e cultural da região do Vale do Café.

REFERÊNCIAS

- PROTÓTIPO. Disponível em: <https://bit.ly/3Rn8pOY> Acesso em: nov. 2023.
- ESCAMIA, João Henrique. **Critérios para identificação de processos críticos em projetos**. 2016. Tese de Doutorado. [sn].
- FREITAS, Carlos Henrique de; FELÍCIO, Humberto de Freitas. **Modelo de negócios com Business Model Canvas**: modelando brinquedos e ideias. 2016. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/7400>. Acesso em: nov. 2023.
- INPI. **Manual de Marcas**. 2019. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: nov. 2023.
- INTERAÇÃO. **Blog digital**. Disponível em: <https://interacaomarcasepatentes.com.br/posso-patenteiaraplicativo/#:~:text=N%C3%A3o%20%C3%A9%20poss%C3%ADvel%20patentea%20m,est%C3%A1%20inserida%20em%20um%20hardware>. Acesso em: nov. 2023.