

# O Mercado

## Análise da Indústria e do Setor em que o projeto está inserido

A análise da indústria deve apresentar as informações a respeito do tamanho, crescimento e estrutura da indústria/setor em que sua organização está inserida. Inicia-se com a coleta de informação do setor ao qual pertence o produto/serviço. Essa informação é geralmente discriminada em termos dos objetivos e pode estar relacionada com a estrutura da indústria e do setor em termos estatísticos, práticas de marketing e o composto de marketing. Essa informação pode ser usada para monitorar mudanças no setor e aproveitar as oportunidades decorrentes dessas mudanças em nichos específicos.

O turismo em Portugal representa uma das atividades mais importantes e preponderantes no que diz respeito ao desenvolvimento e investimento económico.

No ano de 2008 ocupava o 15º lugar de 130 países no ranking de competitividade do setor turístico.

Desde a década de 60, que Portugal centrou as suas potencialidades turísticas unicamente no “sol e mar”, fomentando o denominado turismo dos 3 “S” - Sun, sea and sand.

No entanto, num panorama internacional este tipo de turismo não é novidade e por isso também outros países da Europa possuem estas qualidades turísticas, não permitindo aqui uma exclusividade no potencial português.

Também, numa perspetiva nacional nem só de sol e mar vive o português, e cada vez mais a montanha caminha de mãos dadas com o mar.

A descentralização do turismo do litoral para o interior tem permitido a criação de ofertas e obrigado o setor turístico a desmistificar a ideia de que o turismo só pode ser feito do interior para o litoral e não o inverso.

Criaram-se assim outro tipo de ofertas assentes principalmente na valorização e preservação do património cultural, chamadas de “Novo Turismo” que visam combater a dependência do turismo de sol e mar e aproveitar os outros recursos territoriais existentes (Rios, Barragens, Montanha, Serras, Planícies).

Para isto, a aposta em plataformas de conhecimento turístico digitais, na divulgação online e na investigação são algumas das estratégias para desenvolver outros polos de atração turística e estabelecer estas novas ofertas.

O turismo pode ser assim uma ajuda válida para o desenvolvimento local de muitas zonas rurais. Este sector encontra-se em total expansão, o que permite cada vez mais dinamizar as actividades económicas tradicionais e valorizar as especificidades culturais locais, proporcionando oportunidades de emprego aos jovens nas zonas rurais e evitando o despovoamento das mesmas.

No entanto, o turismo não é a solução para resolver todos os problemas de desenvolvimento, além de que nem todas as zonas rurais estão aptas a isso.

Contudo, através de uma avaliação rigorosa, que tenha em conta a oferta, a procura, a concorrência e as tendências do mercado, pode-se concluir se um território possui ou não um verdadeiro potencial de desenvolvimento turístico capaz de justificar investimentos.

Relativamente ao setor turístico na região abrangida por este projeto, pode-se considerar que está em desenvolvimento, estando a apostar-se cada vez mais na divulgação e valorização do património cultural, no registo documental do património imaterial, na requalificação e aproveitamento do património edificado, na preservação de costumes e tradições e na criação de ferramentas que suportem estas componentes, como a criação de material de divulgação em relação ao património existente, à restauração, ao alojamento, aos produtos locais, aos eventos e também o tratamento e planeamento de conteúdos de programação e gestão cultural.

Este prelúdio permite já assumir que existe uma componente forte e estruturada relativamente ao património cultural e ao turismo, bem como bases para o mesmo ser explorado e trabalhado à altura de um investimento numa plataforma turística e e-commercial.

## Descrição do Segmento de Mercado

### Tipo de Mercado de Atuação

- Mercado de turismo digital e rural - websites turísticos, apps de turismo
- Mercado de jogos móveis - (talvez) jogos mais populares no mercado, apps guias turísticos

Para se desenvolver um *marketing* em torno de um produto é, sem dúvida, imprescindível identificar os alvos de mercado. E é através do processo de segmentação de mercado, que o produtor poderá tomar uma decisão em relação aos pontos necessários que irão suportar a sua ideia, alcançando assim o sucesso.

Sendo que, uma ideia poderá não satisfazer todos, existe uma necessidade de se segmentar as necessidades e vontades de cada consumidor.

Desta forma, é necessário subdividir-se os consumidores por grupos, consoante suas as preferências - “Metodologia Design Thinking Canvas” - e agrupá-los por tipologias de consumidores.

Após os resultados do “Questionário Plataformas Turísticas” pôde concluir-se que para este projeto o público a ser segmentado serão todos os turistas jovens, adultos e seniores com idades compreendidas entre os 14 e os 75 anos, incidindo sobretudo na faixa etária dos 19 e os 35 (dados de referência - Questionário Plataformas Turísticas).

Abrange um público maioritariamente de nacionalidade portuguesa, profissionalmente ativo, que tenha gosto pela descoberta da região interior norte e pelas suas ofertas e experiências, e que esteja à vontade em relação ao uso de apps.

Através, dos dados obtidos no questionário de estudo de mercado, pôde concluir-se que, quem procura este tipo de plataformas turísticas procura obter informação acerca do local que

vai visitar, o que transmite uma busca/necessidade por ferramentas de consulta e de suporte às viagens.

Relativamente, às necessidades deste público este procura encontrar no local que visita um ambiente tranquilizador, o contacto com a natureza e com a gastronomia.

O tipo de ofertas que as pessoas mais procuram é na sua maioria pacotes para experiências em família, seguindo-se uma percentagem que procura experiências mais ligadas à vertente educativa e de ensino.

Ao analisar os dados relativos às aplicações mais utilizadas para o planeamento de atividades turísticas o escolhido foi o Booking, no entanto quando se questionou acerca das funções que gostariam de ter disponíveis numa aplicação turística, as opções mais escolhidas foram a consulta de eventos, planeamento de atividades e reserva de alojamento, seguindo-se a reserva para restauração, o planeamento de atividades e a informação sobre o local.

Conclusão, a aplicação turística escolhida pelo público não possui as opções escolhidas o que reforça ainda mais a necessidade de criar uma plataforma unificada com toda a informação necessária para quem pretende visitar um local.

Em relação à transição do turismo de cidade para o rural, as pessoas procuram opções de acesso podendo ser esta uma componente a ser explorada na aplicação, com recurso à reserva de transporte (via aeroporto do Porto/ Lisboa e via Redes Rodoviárias).

No que concerne às novas tecnologias (realidade aumentada, visitas 360º), o público abrangido é interessado em obter experiências deste tipo, o que pressupõe serem pessoas com o pé na era digital e com algum conhecimento nesta área.

O segmento de mercado turístico pode ser dividido em vários tipos de segmento, sendo que para este produto em questão ele será dividido nas seguintes tipologias:

- Turismo de juventude/ Turismo da melhor idade;
- Turismo de classe média/ Turismo de luxo;
- Turismo rodoviário/ Turismo fluvial;
- Turismo de curta/ média duração;
- Turismo local;
- Turismo individual/ casais/ famílias/ grupos/ inclusivo
- Turismo doméstico/ emissivo;
- Turismo de montanha/ campo;
- Turismo cultural/ religioso/ histórico/ educacional/ gastronómico;
- Turismo rural: Enoturismo e agroturismo;
- Turismo de incentivo
- Turismo de eventos;
- Turismo de lazer;
- Turismo de saúde;
- Turismo de férias;
- Turismo de repouso;
- Turismo de montanha;
- Turismo desportivo.

É clara a necessidade de criação de uma componente dinâmica, inovadora e com capacidade de se auto-divulgar, que crie dependência por parte do utilizador, com algo que seja imprescindível para fazer determinadas ações, como acesso a informação detalhada, difusa e atualizada, a criação de roteiros personalizados que aliem a reserva de alojamento, restauração, visita a lugares específicos, a criação de complementos às várias matérias como por exemplo: falando de gastronomia, ter-se acesso a receitas tradicionais e inéditas, histórias relacionadas com o património que envolvam mais os turistas e ainda a participação em determinados eventos, com o suporte “push notification” que pode também servir para fazer chegar notícias em destaque.

Após o estudo de mercado - Questionário Plataformas Turísticas - as promotoras puderam concluir que este nicho de mercado não está bem atendido, tem o conteúdo, mas falta-lhe o produto e a sua colocação no mercado.

Não existem, quaisquer tipos de plataformas que visem a divulgação, conhecimento e interação de uma região turística do interior norte de Portugal, que contenham informação toda acessível e difundida na mesma ferramenta.

Relativamente, à procura por informação detalhada sobre Alfândega da Fé esta não está bem difundida, o que pode condicionar logo a procura por esta localidade, bem como a vontade de a visitar - informação difundida, detalhada, acessível e com marketing estratégico não só aumentam o conhecimento da localidade, como a sua procura e a sua visita - existe informação incompleta em alguns campos, a dificuldade em obter alguns acessos, a informação em relação aos eventos culturais deveria estar em “push notification” evitando ser a pessoa a ter de procurar as novidades, também a informação disponibilizada e atualizada ao nível da restauração e alojamento, e não possui qualquer tipo de atividade interativa e dinâmica.

Já em relação aos alojamentos, muitos deles não constam de nenhum site de reservas e de atribuição de pontuação. Tal acontece com a restauração, onde os mesmos não possuem qualquer tipo de site de divulgação, com menu e reservas.

Os eventos culturais e passeios pedestres estão apenas acessíveis para quem se dirigir à Casa da Cultura Mestre José Rodrigues, e através da aplicação poderão fazer a sua inscrição e pagamento.

## Análise SWOT| Plataforma Turística e e-commerce e Jogo Móvel

A análise SWOT é fundamental em qualquer tipo de negócio pois visa o seu planeamento e viabilidade, avaliando as forças, as fraquezas, as oportunidades e ameaças.

Esta ferramenta é normalmente utilizada no início de qualquer projeto, podendo assim fazer-se uma análise de vários fatores permitindo uma visibilidade futura, otimizando o planeamento estratégico.

<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
Única ferramenta na	Região abrangida	Maior divulgação da	Plataformas

região do interior norte de Portugal que agrega várias	com todas suas condicionantes (desertificação, fraco potencial digital, população envelhecida, êxodo rural, baixa economia)	região	concorrentes
Funções relativas a um património cultural específico	Número de utilizadores reduzido	Visibilidade da região	Sites de Municípios
Plataforma de fácil acesso para todos	Mecanismo que pode não ser de fácil manuseio e acesso a todos	Enriquecimento ao nível das tecnologias e do mundo digital	Fraca adesão do público
Plataforma que congrega toda a informação útil e detalhada	Plataforma de cariz digital que obriga à obtenção de um equipamento móvel que o suporte	Aumento do turismo da região	Utilizações baixas dos serviços
Serviço de reservas para restauração e alojamento	Serviço pago	Aumento da economia	Baixo número de downloads do jogo
Consulta de eventos	Jogo pago para download	Oferecer uma experiência aos turistas muito mais completa e interativa	
Obtenção de informação em qualquer lugar à distância de um "touch"	Níveis desbloqueados através de pagamento	Difusão da informação	
Consulta de informação detalhada e atualizada		Informação sempre atualizada	
Serviço de criação de roteiros		Um melhor e mais direto conhecimento	

personalizados		da região	
Serviço de guia digital		Jogo móvel que pode ganhar grande notoriedade a nível nacional e internacional	
Descrição e consulta das atividades disponíveis na região			
Plataforma inovadora na região			
O conteúdo disponibilizado tem bastante potencial, pois a região é rica em património cultural			
A região explorada começa a ser um ponto de referência para o turismo nacional			
A região explorada começa a ser um ponto de referência para o turismo nacional			
Projeto inovador relacionado com o turismo rural			
O público-alvo abrangido é bastante generalizado			
Jogo móvel inovador e sem precedentes na região			

Jogo com capacidade para dar suporte a toda a informação de forma dinâmica, didática e divertida			
Jogo por objetivos e com recompensas			
Jogo que permite conhecer o concelho de Alfândega da Fé para todas as idades			
O jogo não possui concorrentes diretos			

## Análise PEST

A análise PEST, tal como a análise SWOT já mencionada, é utilizada para estruturar um negócio no seu estado ainda embrionário. Consiste num processo de planeamento estratégico e avaliação das medidas a ser tomadas através de uma análise aos fatores políticos, económicos, sociais e tecnológico e quais as suas tendências atuais.

<b>Políticos</b>	<b>Fatores Positivos</b>	<b>Fatores Negativos</b>
Governo	Estabilidade governativa	Mudanças no governo
Legislação	Políticas em relação ao turismo melhoradas	Alterações na regulamentação da concorrência e do e-commerce
	Políticas de quadros comunitários capazes de financiar  Portugal 20 20	O financiamento dos quadros comunitários pode ser moroso e não aprovado

A nível político a tendência aponta para uma estabilidade governativa constante, sendo que daqui a aproximadamente 10 anos, conta-se com uma política governativa sólida, e leis favoráveis ao turismo, já que este é neste momento uma das fontes de rendimento de muitas cidades portuguesas.

Em relação, às políticas de quadros comunitários que financiam projetos turísticos considera-se que estas continuem estáveis.

<b>Económicos</b>	<b>Fatores Positivos</b>	<b>Fatores Negativos</b>
Investimento	Aumento do potencial do turismo rural	Aumento do desemprego que pode gerar incapacidade monetária para viajar
Financiamento	Oportunidade de investimento enquanto área promissora	Dificuldade no auto financiamento

A tendência para os fatores económicos será similar à política pois ambas se cruzam, sendo que a nível político for favorável, a economia tende a crescer ainda que a um ritmo baixo.

No entanto, aponta-se para que daqui 10 anos aproximadamente, o turismo rural venha a ganhar cada vez mais adeptos e as regiões do interior consigam apostar mais nas potencialidades deste turismo.

<b>Sociais</b>	<b>Fatores Positivos</b>	<b>Fatores Negativos</b>
Público-alvo	Aumento do consumo das plataformas digitais e-commerce	Envelhecimento da população, que diminui o número do público-alvo
Região alvo	Ideia inovadora numa área em dinamização	Acessos tecnológicos condicionados
Formação	Mais habilitações literárias, o que pressupõe pessoas mais aptas a empregar	Número de desemprego elevado
Gentes e cultura	Interação com a população	Pouca adesão
	Aumento da confiança das pessoas pela sua terra	Desertificação
Divulgação	Maior divulgação e conhecimento da região	Divulgação e promoção ineficiente

Relativamente aos fatores sociais, a tendência aponta para um envolvimento cada vez maior com as plataformas digitais e e-commerce, bem como uma maior necessidade destas

ferramentas no quotidiano. Ainda que, as taxas de mortalidade sejam superiores às da natalidade, e se constate um grupo muito grande de pessoas idosas nas regiões interiores.

O investimento nestas áreas irá trazer uma divulgação e um pressuposto crescimento desta região.

<b>Tecnológicos</b>	<b>Fatores Positivos</b>	<b>Fatores Negativos</b>
Investimento no setor tecnológico	Setor tecnológico e digital cada vez explorado em Portugal	Nas regiões do interior ainda é pouco explorado
	Aumento dos avanços tecnológicos	Investimentos dispendiosos
	Aumento de equipamentos tecnológicos “per capita”	Equipamentos tecnológicos nem sempre à disposição de todos

Ao nível dos fatores tecnológicos, a tendência nas regiões do interior de Trás-os-Montes será o aumento dos investimentos nesta área, bem como o aumento dos números de equipamentos por pessoa.

## **Análise do Contexto e da Concorrência**

Este ponto pretende dar a conhecer em que campo se deve atuar e contra quem estamos a trabalhar, analisando o contexto em que se vai desenvolver o projeto e os seus possíveis concorrentes.

Neste projeto, não são considerados concorrentes diretos, pois não existem outras plataformas com as mesmas funções, principalmente nesta região, mas também em Portugal. Porém, existem outras plataformas turísticas internacionais que possuem características semelhantes e que podem ser consideradas concorrentes indiretos.

Primeiramente, é preciso começar-se pela análise do contexto em que o projeto está inserido, sendo que a nível do contexto económico este é favorável. Pois, a estabilidade governativa está a fazer com que a dívida venha a diminuir permitindo o crescimento do PIB do país, bem como o seu desenvolvimento a todos os níveis.

O turismo em Portugal é cada vez mais atrativo o que proporciona um maior investimento ao nível turístico e cultural, como é o caso de plataformas de suporte ao turista que servem para melhorar a experiência e o acesso de cada um.

Ao nível tecnológico, torna-se cada vez mais emergente acompanhar o ritmo de inovação dos equipamentos digitais e tecnológicos, e por isso seja qual for a temática inerente a um país, esta deve ter ligação ao desenvolvimento e à inovação através destas ferramentas indispensáveis nos dias de hoje.

Num contexto sociológico e cultural, a sociedade atual assenta cada vez mais nas novas tecnologias e o mundo gira em torno dessas necessidades, apostando-se cada vez mais nas plataformas turísticas e por isso, é de notar que o mercado em que se atua possui alguns

fatores concorrentes, nomeadamente as ferramentas de suporte ao alojamento e ao guia turístico e cultural.

Porém, a grande maioria destas plataformas não privilegia os produtos endógenos e principalmente não proporciona experiências personalizadas para cada tipo de turista, tal como não exploram o setor e-commercial em várias vertentes: eventos culturais, visitas-guiadas, atividades desportiva e de lazer, venda de produtos locais e acesso a eventos especiais.

Internacionalmente, as plataformas existentes possuem já alguns aspetos a ter em atenção, mas que podem ser considerados indiretos pois não atuam no contexto territorial que este projeto pretende atuar.

Para um estudo mais eficaz, Michael Porter desenvolveu a “Análise das Cinco Forças Competitivas”. Este acredita que qualquer setor que produz um serviço ou produto é “manipulado/ influenciado” por cinco forças competitivas que se forem analisadas devidamente podem garantir o sucesso do negócio.

Desta forma, irão ser analisadas as cinco forças competitivas relacionadas com a Plataforma Turística:

- 1) Concorrentes: Plataformas turísticas nacionais e internacionais (estas plataformas não atuam no mesmo território em que este projeto pode atuar, nem possuem todas as funções que esta pretende explorar, podendo considerando-se concorrentes indiretos);
- 2) Novos entrantes: Este projeto pode ser viabilizado por outro concorrente, em outras regiões no que concerne à ideia, no entanto o conteúdo é demasiado exclusivo para ser replicado.
- 3) Produtos substitutos: Não existem substitutos neste projeto, ainda que possam existir outras ferramentas que se podem assemelhar, mas com uma posição menos eficiente.
- 4) Fornecedores: Não é aplicável. Neste caso, a empresa é que poderá ser fornecedora de outras empresas como as de alojamento, restauração e atividades desportivas, no sentido em que as promove e coloca num mercado mais abrangível.
- 5) Clientes: Os clientes desta empresa Plataforma Turística e e-commerce são todos os utilizadores das mesmas que são a base de todas as funções e ferramentas disponíveis, pois são consideradas todas as necessidades e expectativas dos mesmos.

Após, a análise destas cinco forças, Porter acredita que é necessário também criar uma estratégia geral para se conseguir vencer e sobreviver no mercado.

Assim, criou três estratégias “Strategy Competitive” gerais que podem ser aplicadas nas empresas, conseguindo uma posição no mercado por um prazo mais longo.

São estas:

- 1) Custo: Relativamente aos custos que a aplicação terá serão custos ainda a ser avaliados consoante as metas estabelecidas de número de usuários, tal como as percentagens de parceria com outras empresas e os lucros do e-commercial. Deverá ainda ser considerado o valor dispensado para manutenção da plataforma e do jogo móvel.
- 2) Diferenciação: A estratégia que será utilizada na diferenciação do produto é, uma imagem “clean”, apelativa e com funções intuitivas, apostando sempre em formas dinâmicas e ao alcance de qualquer utilizador.

- 3) Foco: O foco do projeto assenta sobretudo em nichos de mercado voltados para o turismo rural.

## Potenciais Clientes

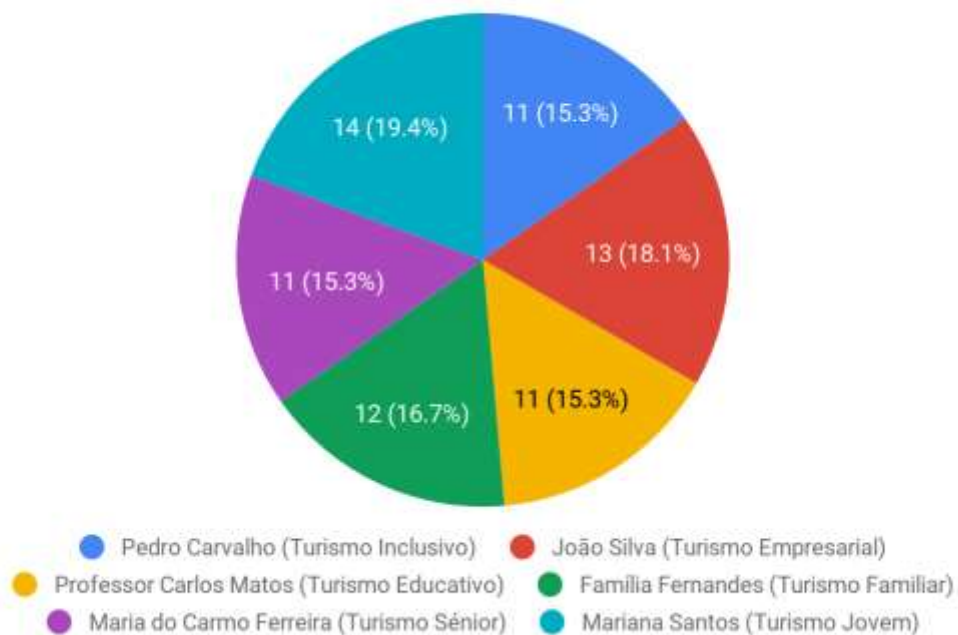
De acordo com a metodologia de André Neves e após estudar os resultados do questionário, foram feitas algumas alterações às cartas anteriormente criadas. Com estas novas cartas desenvolveu-se um exercício de *User Experience* centrado no utilizador. Neste exercício, vinte utilizadores escolheram as Personas com que mais se identificavam, e as Oportunidades e Funções que deveriam estar presentes numa possível plataforma turística. A informação relativa a esta plataforma foi fornecida pelas promotoras, tendo sempre o cuidado de divulgar apenas o tipo de plataforma.

Para o desenvolvimento deste exercício, as promotoras optaram por criar uma versão digital do mesmo, tornando o processo mais interessante para os utilizadores, e mais amigável, do ponto de vista ecológico. Abaixo encontram-se imagens do produto final, com numeração de ecrãs.

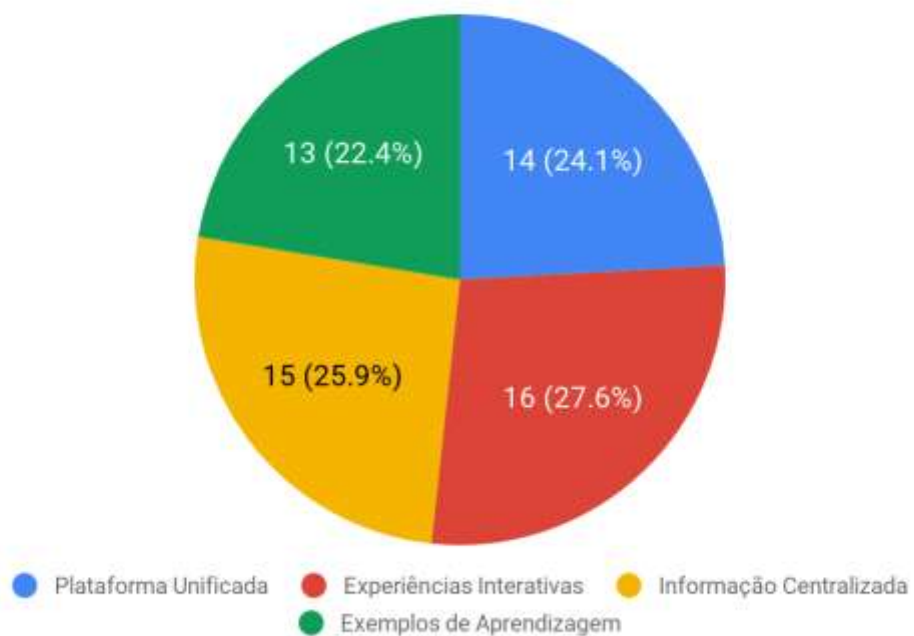


Os gráficos abaixo representam as principais escolhas dos vinte utilizadores que realizaram o exercício. Nos resultados abaixo é possível observar que nenhuma das cartas se destaca significativamente. É também de notar que não existe uma grande diferença entre os resultados do questionário e os resultados deste exercício, indicando que o estudo do mercado, e o plano de negócios aparentam estar bem direcionados.

## Personas Escolhidas



## Oportunidades Escolhidas



## Funções Escolhidas



## Potenciais Concorrentes

Tanto a nível da plataforma turística como a nível do jogo móvel foi efetuada uma pesquisa para melhor entender que tipo de plataformas semelhantes já estão presentes no mercado. Os concorrentes do jogo móvel foram adquiridos ao consultar as listas do Google Play e da App Store, verificando quais os jogos mais jogados num contexto geral. O método usado no estudo do mercado dos jogos móveis não pode ser aplicado no estudo do mercado da aplicação turística, pois não existe um local dedicado à análise e comparação de número de utilizadores para este tipo de plataformas. Assim sendo, os concorrentes da plataforma turística foram divididos em dois tipos: os concorrentes nacionais, e os concorrentes internacionais, ajudando a simplificar o estudo dos mesmos. É de notar que nenhuma destas plataformas é um concorrente direto, tanto a nível das funções que apresentam, tanto a nível da interatividade com o utilizador.

Abaixo seguem duas tabelas para os concorrentes da plataforma turística, onde são indicados os prós e os contras de cada concorrente, e uma tabela referente aos concorrentes em forma de aplicação móvel. Esta última indica o tipo de aplicação, e as funções oferecidas aos utilizadores.

Plataformas Turísticas Nacionais		
Plataforma	Prós	Contras
VisitPortugal	Informação dividida em Regiões	Informação pouco específica, Direcionado a turismo de cidade, <i>Non responsive design</i>
VisitAzores	Informação bem organizada, Planeamento de viagem, Direções para chegar ao local	Carregamento lento, <i>Non responsive design</i>
VisitAlgarve	Grande quantidade de informação relevante	<i>Outdated design</i> , Baixo nível de usabilidade
VisitAlentejo	Informação relevante	<i>Outdated design</i> , <i>Non responsive design</i>
VisitMadeira	Promove o uso de apps de turismo, Design atualizado	<i>Non responsive design</i>
VisitPorto	Design simples, Promove o uso de apps	Design inconsistente
Porto e Norte	<i>Semi responsive design</i>	Escassez de informação
Turismo do Centro	Design atualizado, Informação filtrada, <i>Responsive Design</i>	Pouca informação relevante

Plataformas Turísticas Internacionais		
Plataforma	Prós	Contras
New York City Go	Informação filtrada por região ( <i>boroughs</i> ), Design atualizado, <i>Responsive Design</i> , Informação relevante	Informação disponível apenas numa língua, <i>Landing page</i> com excesso de informação
Visit Music City	Forte promoção da cultura e das artes	Informação mal organizada, Escassez de informação, Design pouco amigável
Experience Columbus	Informação bem organizada, <i>Responsive Design</i> , Guia de visita gratuito	Carregamento lento, Design simples demais

Aplicações Móveis Turísticas		
Aplicação	Tipo	Funções
PortoCard	Cartão virtual de descontos	Entradas gratuitas e descontos para locais pré-definidos
Oporto insight	Guia Cultural	Localização e GPS, Informação cultural
Taggeo	Guia turístico	<i>Newsfeed</i> , conexão a redes sociais para partilha de opiniões sobre um local
VPorto	Guia turístico	Localização e GPS
Farol City Guides	Guia turístico	Localização e GPS, Personalização de rotas
JiTT.travel	Guia turístico	Localização e GPS, Personalização de rotas
Google Travels	Planeamento de viagem	Armazenamento de dados/detalhes da viagem, Guia turístico
TripAdvisor	Planeamento de viagem	Reservas, Guia turístico, <i>Reviews</i>
Booking	Alojamento	Reservas

Relativamente aos jogos móveis, e não havendo qualquer produto remotamente semelhante aquele a ser desenvolvido, foi feito um estudo dos *Top Charts* do *Google Play* e da *App Store* para melhor entender o género do jogo mais rentável e mais jogado. Abaixo segue uma tabela com o nome do jogo, o género, o tipo, a categoria onde se insere dentro dos *Top Charts*, e o sistema operativo. É de notar que a tabela é baseada na consulta efetuada a 10 de Outubro de 2017.

Jogos Móveis				
Nome	Género	Tipo	Categoria	Sistema Operativo
Homescapes	Casual	3-em-linha, 2D e 3D isométrico	Principais em jogos	Android
Super Animais 2	Educacional	<i>Flashcards</i> , 2D		
FUT 18 Draft	Desporto	Simulação, 2D		
Palavra Guru	Casual	Palavras, 2D		
Rider	Arcade	Corridas, 2D		
Clash Royale	Estratégia	<i>Tower Defense</i> , <i>Top-down</i>		
Football Strike	Desporto	Simulação, 3D		
Minecraft	Ação e Aventura	<i>Sandbox</i> multijogador, 3D	Mais vendidos	Android
Hitman Sniper	Ação	<i>First Person Shooter</i> , 3D		
Scribblenauts Remix	Puzzle	Palavras, Plataformas, 2D		
Football Manager 2017	Desporto	Simulação, 2D		
Linelight	Puzzle	2D minimalista		
Farming Simulator	Simulador	3D		
Grand Theft Auto: San Andreas	Ação	<i>Third Person Shooter</i> , 3D	Mais Rentáveis	Android
Clash of Kings	Estratégia	<i>Sandbox</i> , 3D isométrico		
King of Avalon: Dragon Warfare	Estratégia	<i>Sandbox</i> , 3D isométrico		
Empires & Puzzles	<i>Role Playing Game(RPG)</i>	<i>3 em linha</i> , 2D, 3D Isométrico		

Clash of Clans	Estratégia	<i>Sandbox</i> , 3D isométrico	Mais Rentáveis	Android
Pokemon Go	Aventura	Realidade aumentada, 3D		
Clash Royale	Estratégia	<i>Tower Defense</i> , <i>Top-down</i>		
Homescapes	Casual	3-em-linha, 2D e 3D isométrico		
The Witness	Puzzle	Exploração, 3D	Populares agora	IOS
Oxenfree	Aventura	Plataformas, 2.5D		
Ace Attorney	Aventura	<i>Point&amp;Click</i> , 2D		
Thimbleweed Park	Aventura	RPG, 2D		
Road Warriors	Ação	Corrida, 2D	Populares no verão	IOS
Cat Quest	<i>Role Playing Game</i>	Exploração, 2D		
Titanfall: Assault	Estratégia	<i>Tower Defense</i> , 3D isométrico		
Karma: Incarnation 1	Aventura	Plataforma, 2D		
Lara Croft Go	Puzzle	Plataforma, 2.5D	Clássicos	IOS
Duet Game	Arcade	2D		
Rayman Fiesta Run	Ação e Aventura	Plataforma, 2D		
Leo's Fortune	Aventura	Plataforma, 2D		

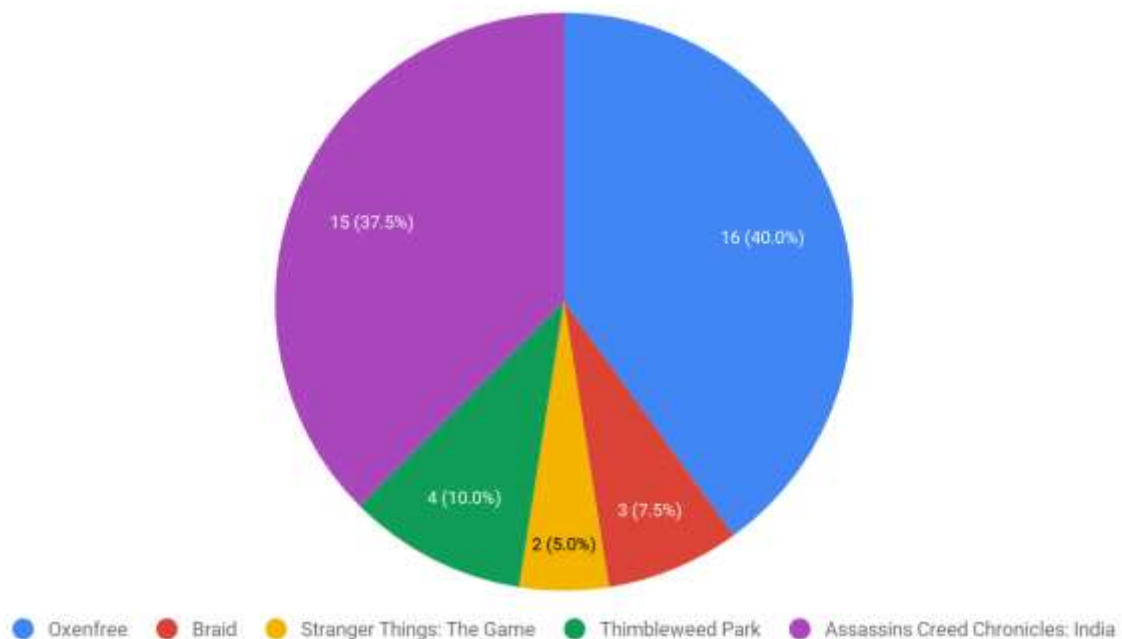
## Análise do Potencial Estilo Gráfico do Jogo

Com base em alguns dos jogos acima mencionados, foi elaborado um pequeno inquérito, cujo objetivo é entender melhor as preferências dos utilizadores a nível do grafismo visual. As questões colocadas aos utilizadores focaram-se na representação do cenário, e nas cores do o mesmo. Para este inquérito foram seleccionados cinco jogos com distintos estilos gráficos, e com distintas mecânicas de visualização do cenário.

Abaixo segue o gráfico ilustrando as preferências dos utilizadores.

É possível encontrar em anexo, informações mais detalhadas sobre a opinião dos utilizadores para cada jogo apresentado.

### Estilo Visual Preferido



# Anexos

## Links Úteis

### Plataformas Nacionais

- [VisitPortugal](#)
- [VisitAzores](#)
- [VisitAlgarve](#)
- [VisitAlentejo](#)
- [VisitMadeira](#)
- [VisitPorto](#)
- [Porto e Norte](#)
- [Turismo do Centro](#)

### Plataformas Internacionais

- [New York City Go](#)
- [Visit Music City](#)
- [Experience Columbus](#)

### Aplicações Móveis

- [PortoCard](#)
- [Oporto insight](#)
- [Taggeo](#)
- [VPorto](#)
- [Farol City Guides](#)
- [JiTT.travel](#)
- [Google Trips](#)
- [TripAdvisor](#)
- [Booking](#)

### Jogos Móveis

- [Homescapes](#)
- [Super Animais 2](#)
- [FUT 18 Draft](#)
- [Palavra Guru](#)
- [Rider](#)
- [Clash Royale](#)
- [Football Strike](#)
- [Minecraft](#)

- [Hitman Sniper](#)
- [Scribblenauts Remix](#)
- [Football Manager 2017](#)
- [Linelight](#)
- [Farming Simulator](#)
- [Grand Theft Auto: San Andreas](#)
- [Clash of Kings](#)
- [King of Avalon: Dragon Warfare](#)
- [Empires & Puzzles](#)
- [Clash of Clans](#)
- [Pokemon Go](#)
- [The Witness](#)
- [Oxenfree](#)
- [Ace Attorney](#)
- [Thimbleweed Park](#)
- [Road Warriors](#)
- [Cat Quest](#)
- [Titanfall: Assault](#)
- [Karma: Incarnation 1](#)
- [Lara Croft Go](#)
- [Duet Game](#)
- [Rayman Fiesta Run](#)
- [Leo's Fortune](#)

Jogos Apresentados no questionário

Assassins Creed Chronicles: India

Género: Ação

Tipo: 2.5D Plataformas

Observações dos utilizadores:

- Cenário cativante e rico;
- Destaque dos pontos de interesse



Oxenfree

Gênero: Ação, Aventura

Tipo: 2.5D Plataformas

Observações dos utilizadores:

- Mapa fácil de ler;
- Ilha com o layout perfeito para “mostrar” Alfândega da Fé



Braid

Género: Puzzle

Tipo: 2D Plataformas

Observações dos utilizadores:

- Cores Vivas;



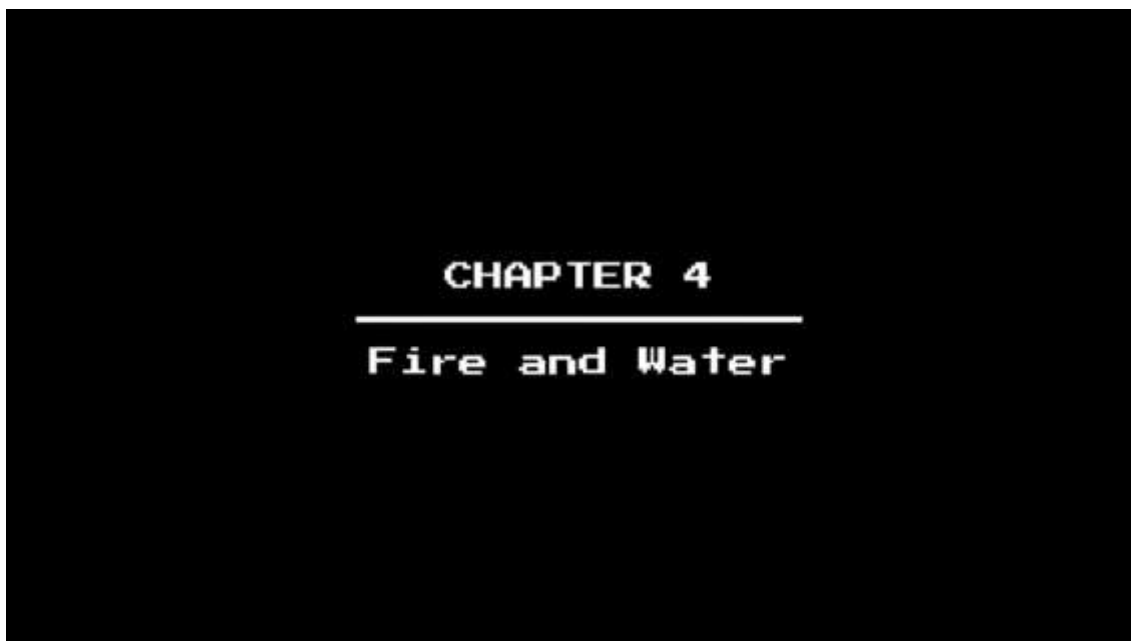
Stranger Things: The Game

Género: Ação,

Tipo: Top Down RPG

Observações dos utilizadores:

- Cenário top down facilita a identificação de pontos de referência;
- Possibilidade de escolher as personagens;



Thimbleweed Park

Género: Ação, Aventura

Tipo: 2.5D Plataformas

Observações dos utilizadores:

- Uso de humor no diálogo;
- Layout do cenário fácil de compreender e de navegar;

