



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

RALYSON ADYSON MARQUES DA COSTA SOARES

**ANÁLISE DO DESTINO NATAL/RN NA PERSPECTIVA SISTÊMICA DOS
DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

NATAL/RN

2023

RALYSON ADYSON MARQUES DA COSTA SOARES

**ANÁLISE DO DESTINO NATAL/RN NA PERSPECTIVA SISTÊMICA
DOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para a obtenção do título de Mestre em Turismo, na área de Turismo, Desenvolvimento e Gestão.

Orientador: Luiz Augusto Machado Mendes Filho. Dr.

NATAL/RN

2023

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Soares, Ralyson Adyson Marques da Costa.

Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos destinos turísticos inteligentes / Ralyson Adyson Marques da Costa Soares. - 2023.
150f.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós Graduação em Turismo. Natal, RN, 2023.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Augusto Machado Mendes Filho.

1. Turismo inteligente - Dissertação. 2. Destino turístico inteligente - Dissertação. 3. Cidade inteligente - Dissertação. 4. Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) - Dissertação. 5. Gestão de destinos - Dissertação. I. Mendes Filho, Luiz Augusto Machado. II. Título.

RN/UF/CCSA

CDU 338.47

Elaborado por Shirley de Carvalho Guedes - CRB-15/440

RALYSON ADYSON MARQUES DA COSTA SOARES

**ANÁLISE DO DESTINO NATAL/RN NA PERSPECTIVA SISTÊMICA DOS
DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para a obtenção do título de Mestre em Turismo, na área de Turismo, Desenvolvimento e Gestão.

Natal, 15 de fevereiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Luiz Augusto Machado Mendes Filho, Dr.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)
Presidente da Banca

Jennifer Caroline Soares, Dra.
Universidade Federal de Sergipe (UFS)
Membro Interno

Erica Dayane Chaves Cavalcante, Dra.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)
Membro Interno

Alexandre Augusto Biz, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Membro Externo

Dedico este trabalho à Deus, que me presenteia todos os dias com a energia da vida, e que me dá forças e coragem para atingir os meus objetivos. Também, em especial, aos meus pais que, desde cedo, me ensinaram o valor da educação para se entender o mundo.

AGRADECIMENTOS

A vida ensinou que devemos ser sempre gratos. Gratos pelas bênçãos que recebemos e a tudo que o Universo nos traz e, principalmente, gratos pelas pessoas que cruzam nossos caminhos e que nele se instalam, trazendo ensinamentos pessoais e profissionais.

Agradeço primeiramente à Deus, por me proporcionar perseverança durante toda a minha vida.

À minha família, por compreenderem as vezes em que estive ausente para desenvolvimento deste trabalho. Sou imensamente grato pela paciência e incentivo.

Ao meu orientador, Prof. Luiz Mendes Filho que desde a graduação me incentiva, apoia e direciona a trilhar caminhos que nunca imaginei que poderia chegar. Seu apoio, orientações, conselhos e ideias fizeram desta uma experiência inspiradora para mim. Sou eternamente grato por tudo que aprendi e que continuarei a aprender no doutorado.

À banca examinadora, o Prof. Alexandre Biz que muito me inspira e que é um dos grandes incentivadores desta temática no turismo. Como também as Professoras Jennifer Soares e Erica Chaves. Obrigado pelas contribuições realizadas na banca da qualificação, as quais só fizeram acrescentar qualidade na pesquisa.

À Joao Ricardo Machado, que foi peça fundamental e o maior incentivador a desengavetar esse projeto que mudou completamente os rumos da minha vida. E que agora, mesmo longe, acompanha e torce por cada conquista. Não tenho palavras pra descrever o quanto você é importante pra mim.

Aos meus amigos Taiani Dantas, Hermes Morais, Amanda Souza, Milena Silva, Samuel Sousa, Eliziane Silva, Laila Pinto, Andreza Barbalho e Mara Lopes que sempre me apoiam em todas as decisões, chamam a atenção quando necessário e são meus confidentes. Obrigado pela força de sempre.

Agradeço a meu amigo Thyago Albuquerque que desde o primeiro contato criamos um laço de amizade, e que além de parceiro de produção científica, virou meu amigo além dos muros da universidade, sempre incentivando e dando um puxão de orelha quando me desvio do caminho. Assim como Adson Claudino, que de colega de turma virou um grande amigo, e partilhamos todos os perrengues e conquistas, tanto da academia, quanto do dia a dia. Obrigado pela amizade que construímos.

A Ana Raquel Amorim, que divido desde a graduação o desejo de seguir na carreira acadêmica e que desde o processo de seleção passamos a partilhar angústias, anseios, perrengues, conquista, alegrias e receitas de bolo quente.

Aos meus colegas de turma, com quem convivi intensamente durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como pesquisador. Minha turma de mestrado, pelas tardes de “SAC” e podcasts a som de “Love by Grace”. E a turma de doutorado, por apoiarem o projeto “adote um mestrando”. Obrigado por proporcionarem um ambiente amistoso no qual convivemos e solidificamos os nossos conhecimentos, o que foi fundamental nesta trajetória.

Aos membros do Conselho Municipal de Turismo de Natal-RN que colaboraram de modo significativo, fazendo com que a ideia se tornasse realidade, em especial a Jacira Ribeiro que foi a ponte para que fosse possível alcançar o objetivo.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior - CAPES pela bolsa de estudo concedida, sendo fundamental para a concretização deste trabalho e plena dedicação à pesquisa.

Enfim, agradeço imensamente a todos que de uma forma me acompanharam e deram forças para chegar até aqui.

“O tempo e o espaço são modos pelos quais pensamos e não condições nas quais vivemos.”

(Albert Einstein)

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar Natal/RN como Destino Turístico Inteligente a partir da percepção dos membros do Conselho Municipal de Turismo (CMTur) utilizando como base o modelo sistêmico de desenvolvimento e avaliação de DTI proposto por Ivars-Baidal, Solsona Monzonís e Giner Sanchez (2016). O modelo sistêmico é composto por três níveis (Estratégico-Relacional, Instrumental e Aplicado), que se inter-relacionam e apresentam indicadores como Governança; Sustentabilidade; Inovação; Conectividade e Sensoriamento; Sistema de Informação e Aplicações e Soluções Turísticas, que orientaram a pesquisa. Trata-se, portanto, de uma pesquisa descritivo-exploratória com abordagem qualitativa utilizando o método indutivo. Para captar a percepção dos gestores sobre o destino Natal-RN à luz dos destinos inteligentes, a coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com questionário semiestruturado elaborado a partir da adaptação das dimensões e eixos do modelo sistêmico de DTI, bem como foi realizado o levantamento documental sobre normas e regulamentos por meio do Plano Diretor da Cidade do Natal (Lei Complementar nº 208, de 07 de março de 2022), e as atas das reuniões do CMTur para o biênio 2021/2022. A análise dos dados foi realizada por meio da análise de conteúdo apoiada pelo software Iramuteq (versão 0.7 alpha 2). Nessa perspectiva, percebe-se que as principais barreiras enfrentadas no destino Natal-RN sob a ótica de um DTI estão relacionadas à infraestrutura, acessibilidade, segurança, conectividade e sensoriamento. Como oportunidade, destaca-se o papel da governança que atua no destino, e que já conhece a metodologia dos destinos inteligentes, bem como o papel do plano diretor, pois incluem diretrizes que visam elevar o nível de inteligência da cidade e, portanto, do destino. Espera-se com esta pesquisa contribuir para a formação teórica relevante para o tema destinos turísticos inteligentes e sua aplicação no desenvolvimento de destinos, elevando o grau de inteligência turística, principalmente na realidade brasileira, mais especificamente para a cidade de Natal-RN que vem sendo apontado como um destino em ascensão, precisando inovar em planejamento e gestão, sendo a metodologia de destinos inteligentes uma alternativa para inovar e gerar ainda mais competitividade para o destino.

Palavras-chave: Destino Turístico Inteligente; Turismo Inteligente; Cidade Inteligente; TICs; Gestão de Destinos.

ABSTRACT

The present study aims to analyze Natal-RN as a Smart Tourism Destination based on the perception of the members of the Municipal Tourism Council (CMTur) using as a basis the systemic model for the development and evaluation of STD proposed by Ivars-Baidal, Solsona Monzonís and Giner Sanchez (2016). The systemic model is composed of three levels (Strategic-Relational, Instrumental, and Applied), which are interrelated and present indicators such as Governance; Sustainability; Innovation; Connectivity and Sensing; Information System and Applications, and Tourist Solutions, which guided the research. Therefore, it is descriptive-exploratory research with a qualitative approach using an inductive method. To capture the perception of managers' perception of the Natal-RN destination in the light of smart destinations, data collection was carried out through interviews with a semi-structured questionnaire prepared from the adaptation of the dimensions and axes of the systemic model of STD, as well as how the documentary survey was carried out on rules and regulations through the Master Plan of the City of Natal (Complementary Law nº. 208, of March 7, 2022), and the meeting minutes of the CMTur meetings for the 2021/2022 biennium. Data analysis was performed using content analysis supported by the Iramuteq software (version 0.7 alpha 2). From this perspective, it can be seen that the main barriers faced in the Natal-RN destination from the perspective of an STD are related to infrastructure, accessibility, security, connectivity and sensing. As an opportunity, the role of governance that operates in the destination stands out, and which already knows the methodology of smart destinations, as well as the role of the master plan, as it includes guidelines that aim to raise the level of intelligence of the city and, therefore, of the destination. This research is expected to contribute to the relevant theoretical training for the theme of smart tourist destinations and their application in the development of destinations, raising the degree of tourist intelligence, mainly in the Brazilian reality, more specifically for the city of Natal-RN that is being pointed out as a destination on the rise, needing to innovating in planning and management, with the methodology of intelligent destinations being an alternative to innovate and generating even more competitiveness for the destination.

Keywords: Smart Tourist Destination; Smart Tourism; Smart City; ICTs; Destination Management.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Cidades escolhidas do projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes do MTur	23
Figura 2 - Camadas conceituais do Turismo Inteligente	30
Figura 3 - Dimensões do modelo de DTI do INVAT.TUR	39
Figura 4 - Dimensões e construtos do modelo de DTI da SEGITTUR	44
Figura 5 - Ciclos do processo de conversão - Modelo SEGITTUR	46
Figura 6 - Perspectiva Sistêmica do modelo de destino inteligente: níveis e dimensões	47
Figura 7 - Eixos de atuação do SEBRAE	57
Figura 8 - Etapas da metodologia do modelo Brasileiro	61
Figura 9 - Características de um DTI	73
Figura 10 - Conhecimento do modelo de DTI do MTur	75
Figura 11 - Nuvem de Palavras dos problemas urbanos associados ao turismo	88
Figura 12 - Acesso à praia de Ponta Negra em situações de maré cheia	89
Figura 13 - Obras de enrocamento na praia de Ponta Negra/RN	90
Figura 14 - Projeto Natal Praia Inclusiva	96
Figura 15 - Apresentação do projeto 'Place Branding' do destino Natal/RN	98
Figura 16 - SÍRIO – Sistema de Inteligência Turística do RN	103
Figura 17 - SÍRIO – Painéis do SÍRIO - 1º bloco	104
Figura 18 - SÍRIO – Painéis do SÍRIO - 2º bloco	105
Figura 19 - SÍRIO – Painel “Prestadores de Serviços Turísticos” do SÍRIO	106
Figura 20 - Aplicativo Natal Digital	108
Figura 21 - Aplicativo Play Natal	112
Figura 22 - Aplicativo Visit Natal	113
Figura 23 - Site da Secretaria de Turismo de Natal	115
Figura 24 - Instagram Viva Natal	116
Figura 25 - Portal Directa	118
Figura 26 - Aplicativo Directa Natal	118
Figura 27 - Cascudo em Realidade Aumentada	121

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Lista de Tabelas

<u>Tabela 1</u> - Resultado das buscas em base de dados nacional	20
<u>Tabela 2</u> - Indicadores do modelo sistêmico de DTI	55

Lista de Quadros

Quadro 1 - Principais conceitos de Destinos Turísticos Inteligentes na literatura	33
Quadro 2 - Benefícios do modelo INVAT.TUR aplicado aos destinos	42
Quadro 3 - Elementos de um sistema de sensores	52
Quadro 4 - Dimensões que caracterizam o conceito de Big Data	53
Quadro 5 – Ações necessárias aos DTIs nas etapas da Jornada do Turista Conectado	58
Quadro 6 - Eixos metodológicos do modelo brasileiro de transformação dos DTIs	60
Quadro 7 - Design da pesquisa	62
Quadro 8 - Apresentação dos entrevistados	68
Quadro 9 - Elementos de Governança apontados no Plano Diretor de Natal	76
Quadro 10 - Elementos de fomento à inteligência da cidade	83
Quadro 11 - Elementos de Sustentabilidade apontados no Plano Diretor de Natal	86
Quadro 12 – Elementos de Mobilidade apontados no Plano Diretor de Natal	91
Quadro 13 - Elementos de Inovação apontados no Plano Diretor de Natal	98
Quadro 14 - Elementos de Sistema de Informação apontados no Plano Diretor de Natal	100

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

AENOR	<i>Asociación Española de Normalización y Certificación</i> (Associação Espanhola de Normalização e Certificação)
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
ABRASEL/RN	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do RN
ABAV/RN	Associação Brasileira dos Agentes de Viagens do RN
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BRAZTOA	Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCSA	Centro de Ciências Sociais Aplicadas
CMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CRS	<i>Computer Reservation System</i> (Sistemas Computadorizados de Reservas)
DETUR/UFRN	Departamento de Turismo da UFRN
DMO	<i>Destination Marketing Organization</i> (Organizações de Marketing de Destinos)
DTI	Destinos Turísticos Inteligentes
DTI - CV	Destinos Turísticos Inteligentes da Comunidade Valenciana
EMPROTUR	Empresa Potiguar de Promoção Turística do Rio Grande do Norte
FECOMÉRCIO/RN	Federação do Comércio, Serviços e Turismo do RN
FIFA	Federação Internacional de Futebol Associado
GDS	<i>Global Distribution System</i> (Sistemas Global de Distribuição)
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICF	<i>Instituto Argentino Ciudades Del Futuro</i> (Instituto Argentino Cidades do Futuro)
IMD	Instituto Metrópole Digital
IES/RN	Instituições de Ensino Superior do RN
IDIT	Instituto de Design, Inovação e Tecnologia
IPHAN/RN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional do RN
INVAT.TUR	<i>Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas</i> (Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas)
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
MTUR	Ministério do Turismo
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial de Turismo

ONU	Organização das Nações Unidas
PDM	Plano Diretor Municipal
PIB	Produto Interno Bruto
PMN	Prefeitura Municipal de Natal
PNIT	Plano Nacional e Integral de Turismo
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PPGTUR	Programa de Pós Graduação em Turismo
PROPESQ	Pró-reitora de Pesquisa
SADEF-RN	Sociedade Amigos do Deficiente Físico
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
	<i>La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas</i>
SEGITTUR	(Sociedade Estatal para Gestão de Inovação e Tecnologias Turísticas)
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SETUR	Secretaria Municipal de Turismo
SETUR/RN	Secretaria de Estado do Turismo
SINBUGGY/RN	Sindicato dos Bugueiros Profissionais do RN
SINDETUR/RN	Sindicato das Empresas de Turismo do RN
SINGTUR/RN	Sindicato dos Guias de Turismo do RN
SINIMA	Sistema Nacional de Informação sobre Meio Ambiente
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
UNE	<i>Asociación Española de Normalización</i> (Associação Espanhola de Normalização)
	<i>World Tourism Organization</i>
UNWTO	(Organização Mundial do Turismo)
	<i>World Travel & Tourism Council</i>
WTTC	(Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. Contextualização	16
1.2. Problemática	19
1.3. Justificativa	21
1.4. Objetivos	26
1.4.1. Objetivo da Pesquisa	26
1.4.2. Objetivos Específicos	26
1.5. Estrutura da Dissertação	27
2. REVISÃO DA LITERATURA	28
2.1. Cidades Inteligentes	28
2.2. Turismo Inteligente	30
2.3. Destinos Turísticos Inteligentes	32
2.4. Modelos de avaliação e desenvolvimento de DTIs	37
2.4.1. Modelo INVAT.TUR	38
2.4.2. Modelo SEGITTUR	43
2.4.3. Perspectiva Sistêmica de DTI	47
2.4.3.1. Nível Estratégico-Relacional	48
2.4.3.1.1. Governança	48
2.4.3.1.2. Sustentabilidade	49
2.4.3.1.3. Inovação	50
2.4.3.2. Nível Instrumental	51
2.4.3.2.1. Conectividade e Sensorização	51
2.4.3.2.2. Sistema de Informação	53
2.4.3.3. Nível Aplicado	54
2.4.3.3.1. Aplicações e Soluções Turísticas	54
2.4.4. Modelo SEBRAE	56
2.4.5. Projeto DTI Brasil	59
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	62
3.1. Caracterização da Pesquisa	62
3.2. Universo e Campo de Pesquisa	65
3.3. Coleta de Dados	66
3.4. Técnicas de Análise de Dados	69

3.5. Categorias de Análises	70
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	71
4.1 Percepção dos conselheiros sobre DTIs	71
4.2. Nível Estratégico-Relacional	76
4.2.1. Governança	76
4.2.2. Sustentabilidade	86
4.2.3. Inovação	96
4.3. Nível Instrumental	98
4.3.1. Sistema de Informação	100
4.3.2. Conectividade e Sensorização	109
4.4. Nível Aplicado	116
4.4.1. Aplicações e Soluções Turísticas	117
5. CONCLUSÕES	123
5.1. Análise crítica do trabalho	123
5.2. Contribuições	126
5.3. Limitações e direções da pesquisa	127
5.4. Considerações finais.	127
REFERÊNCIAS	129
APÊNDICES	139

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

Com o crescimento populacional das cidades, os desafios em planejamento, gestão e dinâmica também crescem. O último censo demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgado em 2012, apontou que cerca de 80% da população brasileira vivem nas cidades (Monzoni & Nicolletti, 2015). Já segundo as estimativas de 2022, também realizada pelo IBGE, cerca de 85% da população brasileira vive em áreas urbanas. (Colabora, 2022). Percebe-se assim uma tendência de crescimento no aumento da população que passaram a viver nos centros urbanos, reflexo da transição urbana que já vinha ocorrendo desde o final do século XIX.

Nesta lógica, pensar em soluções que possam ser desenvolvidas para sanar problemas das cidades e grandes centros urbanos, tais como congestionamentos, falta de energia, insegurança, etc, torna-se necessário. Para Weiss, Bernardes e Consoni (2015), tais problemas podem ser enfrentados com aproveitamento adequado dos recursos atuais e futuros, bem como melhorando a eficiência da gestão e reinventando o planejamento das cidades, utilizando-se das tecnologias da informação e comunicação (TICs) como ferramenta estratégica.

Além dos problemas e desafios dos grandes centros urbanos enfrentados nas últimas décadas com o crescimento e desenvolvimento das cidades, outros fatores podem ser determinantes para gerar inquietações e dúvidas, como também a necessidade de repensar e reavaliar sobre os modelos de gestão e administração de cidades e destinos turísticos, bem como propriamente da atividade turística. Como exemplo destes fatores, pode-se destacar uma crise global pandêmica, que movimentou e modifica os fluxos de pessoas no mundo.

Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) abriu as discussões sobre o surgimento de um novo coronavírus (Sars-Cov-2), que teve origem na China em dezembro do ano anterior, assim como debatia a formação de uma situação de emergência de saúde pública de âmbito internacional. Em março a OMS elevou o estado de contaminação do coronavírus à pandemia. (Silveira Santos, 2020). Neste contexto, várias ações foram tomadas como medidas de enfrentamento e prevenção de contaminação e proliferação do vírus pelos governos em todo o mundo, inicialmente com o distanciamento social e períodos de quarentena. Conforme os números de casos e óbitos cresciam, maiores eram as medidas de prevenção, sendo imposto barreiras sanitárias e o fechamento de fronteiras entre os

países, impactando nos fluxos migratórios e turísticos.

De acordo com Castello (2020, p. 116), “embora a crise da SARS de 2003 e a crise econômica mundial de 2009 sejam as referências existentes, o fenômeno da COVID-19 modificou qualquer previsão possível por apresentar características particulares”. Segundo dados do relatório de impacto econômico do World Travel & Tourism Council - WTTC, em 2019 o turismo foi um dos maiores setores do mundo, representando 10,4% do Produto Interno Bruto (PIB) global, assim como foi responsável por criar um em cada quatro novos empregos no mundo. (WTTC, 2021)

As ações emergenciais de tentativa de contenção de contaminação do coronavírus modificaram o fluxo turístico internacional devido às restrições de acesso dos países impostos pelos bloqueios sanitários, sendo o setor de turismo um dos primeiros afetados e sofrendo perdas severas de quase US\$ 4,5 trilhões, com a sua contribuição para o PIB decaindo 49,1% em relação a 2019. (WTTC, 2021). De acordo com a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) as expectativas para 2020 no setor de turismo eram as melhores, chegando a ser considerado a atividade do ano, haja vista o crescimento acumulado nos últimos 9 anos, a atividade vinha aumentando 5% anualmente. (Braztoa, 2021).

O relatório anual de 2021 do WTTC aponta dados referente à redução significativa no PIB do turismo, como também a limitação dos gastos realizados pelos viajantes e o desemprego ocasionado, em comparação com 2019. O PIB total do turismo representava 7,7% do PIB do Brasil em 2019 (US\$ 115,7 bilhões) e passou a representar 5,5% em 2020 (US\$ 78 bilhões), o que configura uma queda de 32,6%. (World Travel & Tourism Council, 2021).

Segundo os relatórios estatísticos da Organização Mundial do Turismo (OMT), com a queda do turismo internacional em 2020 estimava-se uma perda de 1,3 trilhão de dólares em despesas globais de turismo receptivo em comparação com 2019, e avalia-se que o turismo internacional levará entre 2,5 a 4 anos para voltar aos níveis de 2019. (Committee for the Coordination of Statistical Activities. 2020).

Na percepção do Brasil, de acordo com o Relatório de Impacto da pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura, o fluxo aéreo foi um dos mais impactados pela pandemia. Comparando com 2019, a oferta de voos teve uma queda de 50,8%, seguido pela diminuição de 54% em voos regulares das cias aéreas no período de janeiro a julho 2020 comparado ao mesmo do ano anterior. Além disso, a taxa de ocupação média nas aeronaves chegou a 20,5% em maio de 2020. (Ministério do Turismo, 2021c).

Neste cenário, os efeitos causados pela pandemia de COVID-19 praticamente pararam o setor turístico por quase 2 anos, fazendo este sofrer significativas perdas (Soares, Albuquerque & Mendes Filho, 2021) e revelando a necessidade dos destinos turísticos repensarem suas estratégias de planejamento e gestão para a retomada das atividades turísticas. Com os efeitos do COVID-19 há a expectativa que a tecnologia tenha um maior destaque na intensificação dos esforços de transformação digital de processos e transações, aspirando criar experiências individuais dos turistas. (Gretzel, Fuchs, Baggio, Hoepken, Law, Neidhardt & Xiang, 2020).

O relatório anual de 2022 do World Travel & Tourism Council – WTTC apontam os dados da retomada do turismo, decorrente do avanço da vacinação ao redor do mundo e da flexibilização das regras de restrições de acesso aos países, a retomada do turismo foi gradual e abaixo do esperado, uma vez que em 2021 surgiu uma nova variante do vírus (Ômicron), contudo, ainda assim houve o acréscimo de 18,2 milhões de empregos no setor no âmbito mundial (6,7%) e aumento de 0,8% do PIB em relação ao ano anterior. (WTTC, 2022). A pesquisa abrange 185 países e 26 regiões do mundo, revela a extensão da recuperação em 2021.

Segundo o relatório do WTTC, a expectativa é de que o PIB do turismo tenha um crescimento anual médio de 5,8% entre 2022 e 2032, com previsão de incremento de 2,7% ao ano, dados que superam o desempenho da economia. Nestes cenários, o WTTC aponta que o turismo deve gerar 126 milhões de empregos na próxima década ao redor do mundo. (WTTC, 2022).

Para Sigala (2020), a pandemia tornou óbvio que o turismo precisa de soluções tecnológicas para resolver seus problemas. Neste cenário, Gretzel (2022) afirma que novos modelos de gestão devem ser pensados, que permitam oferecer oportunidades de orientar o processo e repensar um caminho mais resiliente, justo e sustentável para o turismo.

Para Cruz e Gândara (2016), o desenvolvimento tecnológico causa transformações, adaptações e resulta na criação de novas oportunidades em todos os ramos, inclusive no turismo. Logo, ao incorporar as novas tecnologias na gestão do destino, é possível aumentar a competitividade do destino através da eficiência da gestão, principalmente no aspecto da governança e da inovação por intermédio das ferramentas tecnológicas.

Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu, Mazón e Perles-Ivars (2017), afirmam que a evolução tecnológica e o surgimento de novas TICs, foi fundamental para repensar em novas abordagens para a gestão das cidades, tendo a tecnologia como um pilar base.

No contexto de novos modelos de gestão e inovação no planejamento, surge então o

conceito de cidades inteligentes (do inglês, *Smart Cities*), que já vem se expandido em vários países nos últimos anos (Koo, Mendes-Filho & Buhalis, 2019). O conceito tem como base o aproveitamento das tecnologias para auxiliar na tomada de decisão em solucionar problemas dos grandes centros urbanos, desde congestionamentos às recentes crises da falta de água e energia, com práticas que visam reforçar a eficiência social, econômica e sustentável da cidade. (Cacho, Mendes-Filho, Estaregue, Moura, Cacho, Lopes & Alves, 2016).

Conforme a tecnologia é incorporada nas cidades e utilizada de forma inteligente para solucionar problemas urbanos com maior eficiência, há o favorecimento da qualidade de vida dos habitantes assim como beneficia o visitante daquele destino, já que o visitante também utiliza da infraestrutura física e tecnológica das cidades. Logo, o turismo também se beneficia destas evoluções que vêm sendo desenvolvidas, uma vez que a experiência vivenciada pelos turistas se torna mais completa e enriquecedora.

Apesar de ser um conceito em expansão em alguns países da Europa e Ásia (Mendes Filho, Silva & Silva, 2019), no Brasil ainda é um tema recente e aos poucos está tornando-se uma realidade cada vez mais presente nos municípios, porém os desafios apresentam-se de forma intensa visto as atuais condições de infraestrutura de tecnologia presente nas cidades brasileiras (Lima, 2019).

Enquanto as Cidades Inteligentes visa os benefícios para seus residentes, surge os chamados Destinos Turísticos Inteligentes - DTIs (do inglês, *Smart Tourism Destinations*), com o propósito de fazer uso das tecnologias para melhorar a experiência do turismo, oferecendo condições ao visitante de conhecer os serviços ofertados na destinação, proporcionando condições aos gestores de realizar ações e tomar decisões baseadas nas informações produzidas pelos visitantes, trazendo mais benefícios para ambas as partes.

Pinto (2018, p. 18) afirma que “O destino turístico inteligente nasce de uma cidade inteligente, porque ele também se beneficia do aperfeiçoamento na mobilidade urbana, no trânsito, nas vias públicas, na administração de recursos ambientais, na gestão de dados coletados, entre outros, que a smart city viabiliza.”. Logo, o desenvolvimento dos destinos turísticos inteligentes está conectado com o desenvolvimento das cidades inteligentes, uma vez que ambos se beneficiam dos resultados que podem produzir, assim como das experiências que podem ser ofertadas, tanto para o residente, quanto para o visitante.

1.2. Problemática

A busca por temas como cidades inteligentes e destinos turísticos inteligentes vem

crescendo nos últimos anos e há a necessidade de investigação e aprofundamento no tema, principalmente voltado para a gestão e planejamento dos destinos turísticos, a fim de gerar competitividade para a localidade.

Na Tabela 1 é apresentado o resultado das buscas dos termos combinados nas bases de dados Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Scientific Eletronic Library Online (SciELO), com intenção de conhecer o estado da arte em nível nacional e onde se concentra o interesse dos pesquisadores sobre cidades inteligentes e destinos turísticos inteligente.

Tabela 1

Resultado das buscas em base de dados nacional.

Descritores	Base de Dados					
	BDTD	Capes	Sciello	Spell	Scopus	Total
Turismo AND Inteligente	17	138	2	0	917	1.074
Smart AND Tourism	15	3.519	7	9	1.295	4.845
Destino AND Inteligente	126	159	2	0	1.039	1.326
Destino Turístico AND inteligente	9	102	2	6	1.039	1.158
Smart AND Destinations	10	3.518	5	0	1.318	4.851
Cidades AND Inteligentes	570	472	27	19	933	2.021
Smart AND Cities	327	55.959	40	24	1742	58,092
Total	1.074	63.867	85	58	8.283	73.367

Nota-se que a produção científica em torno das cidades inteligentes concentra a maior quantidade de estudos, porém quando trata-se de destinos turísticos inteligentes, a produção ainda está em desenvolvimento, principalmente em nível de teses e dissertações, que requer uma preparação maior e um envolvimento científico mais crítico. Porém o volume dos estudos observados é um indicativo da preocupação em pensar no desenvolvimento de inteligência para cidades e destino, sobretudo quando pensado nos problemas que a ausência de planejamento pode resultar em um o crescimento desordenado.

Assim, torna-se cada vez maior a quantidade de cidades que passaram a realizar seu planejamento baseado nas mudanças que vem ocorrendo nos últimos anos, assim como desenvolvendo programas e projetos voltados a melhoria das experiências vivenciadas pelos residentes e turistas da localidade, utilizando-se da tecnologia para interligar e integrar serviços, transformando tais localidades em cidades mais inteligentes. Com todas essas transformações tecnológicas ocorridas nos últimos anos, o setor de turismo tem o desafio de

integrar tais transformações e avanços tecnológicos ao destino turístico, visando transformar o destino turístico em destino turístico inteligente. (Muñoz e Sánchez, 2013 como citado em Sousa, Souza, Rosseto & Ivars-Baidal, 2016).

Na vertente de transformação dos destinos em destinos inteligentes, a Espanha foi pioneira no desenvolvimento de iniciativas de turismo inteligente, e apesar de não se ter um unanimidade em definição de um modelo para desenvolvimento de destinos inteligentes, os modelos espanhóis do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (INVAT.TUR) e o da Sociedade Estatal para Gestão de Inovação e Tecnologias Turísticas (SEGITTUR), se consolidam como referência para outros países no desenvolvimento e avaliação de DTI e a partir destes modelos, outros surgem, com o mesmo objetivo, de fornecer informações que podem orientar o desenvolvimento de práticas que fomentem a inteligência dos destinos turísticos (Mendes Filho, Mayer & Corrêa, 2022).

Para realização da presente pesquisa, utilizou-se como base as dimensões de DTI abordadas pelo modelo teórico proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016), tais dimensões são: Governança, Sustentabilidade, Inovação (Nível Estratégico-Relacional), Conectividade e Inovação, Sistema de Informação (Nível Instrumental) e Aplicações e Soluções Turísticas (Nível Aplicado). Logo, tais dimensões serão os elementos metodológicos chaves para realizar a avaliação do destino Natal/RN do ponto de vista dos destinos turísticos inteligentes.

Evidencia-se assim a preocupação em estudar e entender estes fenômenos de inovação que têm contribuído para o desenvolvimento de estratégias para repensar a organização, estrutura e dinâmica das cidades e destinos turísticos. Essas reflexões iniciais remetem à pergunta de pesquisa que orientou o desenvolvimento desta pesquisa: Qual a percepção dos gestores públicos e privados da cidade de Natal/RN enquanto Destino Turístico Inteligente?

1.3. Justificativa

O tema proposto objetiva contribuir para o entendimento da importância do planejamento das cidades e destinos turísticos com suporte tecnológico visando adaptar-se à realidade atual e as mudanças que vem ocorrendo nos últimos anos, visto que cada vez mais as pessoas passam a viver em cidades transformando-os em grandes centros urbanos, o que demanda que a cidade cada vez mais tornar-se inteligente.

Compreendendo a necessidade de adaptação aos novos modelos de negócio e novas

tendências mundiais do setor, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidade privada sem fins lucrativos que fomenta a capacitação e desenvolvimento de empresas de micro e pequeno porte visando gerar estímulo ao empreendedorismo e competitividade através do direcionamento estratégico dos negócios, instituiu algumas iniciativas voltadas para a cadeia produtiva do turismo por meio do projeto de desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes, com foco em governança, tecnologia, experiências turísticas e sustentabilidade. (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae], 2017). O projeto do Sebrae objetiva, por meio de estratégias inovadoras, conscientizar os micros e pequenos negócios sobre as adequações que são necessárias para a manutenção dos empreendimentos frente ao processo de transformação que o setor passará com o advento das tendências dos DTIs, principalmente no que diz respeito à experiência do turista.

Na perspectiva de desenvolvimento de destinos inteligentes pela iniciativa pública, o Brasil criou uma política pública para promoção de Destinos Turísticos Inteligentes no país. Em janeiro de 2021, o Ministério do Turismo (MTur) firmou parceria com a Sociedade Mercantil Estatal de Gestão de Tecnologias de Inovação e Turismo (SEGITTUR) e o Instituto Argentino Ciudades Del Futuro (ICF), consideradas instituições pioneiras no desenvolvimento de destinos inteligentes.

O objetivo do programa do MTur intitulado “Destinos Turísticos Inteligentes” é transformar cidades turísticas em destinos inteligentes que possibilitem gerar experiências inovadoras, promovendo e estimulando o desenvolvimento da inteligência para os destinos, bem como tornar cidades em destinos mais competitivos, inovadores, sustentáveis, acessíveis e seguros. (Ministério do Turismo, 2021a; Ministério do Turismo, 2022b).

O projeto-piloto do Ministério do Turismo busca estabelecer diretrizes e formular uma metodologia desenvolvida baseada no modelo espanhol da SEGITTUR adaptado à realidade brasileira pelo Instituto Argentino Ciudades Del Futuro. Inicialmente pensado a ser implementado em todas as 5 regiões do país e após avaliação de uma Comitativa do MTur e ICF as cidades/destinos escolhidas para integrar o projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes foram: Rio Branco/AC e Palmas/TO (Norte); Recife/PE e Salvador/BA (Nordeste); Campo Grande/MS e Brasília/DF (Centro-Oeste); Florianópolis/SC e Curitiba/PR (Sul); e as duas últimas cidades do Sudeste, sendo escolhidas Angra dos Reis/RJ e Rio de Janeiro/RJ. (Ministério do Turismo, 2021a).

A Figura 1 ilustra o mapa do Brasil com a sinalização de cada uma das cidades escolhidas para integrar o projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes.

Figura 1.

Cidades escolhidas do projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes do MTur.



Fonte: Turismo em Pauta (2021).

Como critério de seleção das cidades foram adotados índices e fatores, tais como: conectividade, empreendedorismo e desenvolvimento humano, entre outros. Atualmente as cidades que integram o projeto do MTur já passaram por etapas de diagnóstico e de elaboração de estratégias e planos para transformação digital e estão no estágio que engloba a validação dos processos. Espera-se que ao final seja elaborado um manual de orientações com as diretrizes para que outras cidades possam iniciar o processo de desenvolvimento de inteligência turística. (Ministério do Turismo, 2022a)

Apesar de Natal não ter sido escolhida como uma das cidades do projeto-piloto na região Nordeste, antes mesmo da iniciativa do governo federal, a cidade já vinha desenvolvendo iniciativas para tornar-se uma cidade e destino inteligente. Neste sentido, em 2015 a cidade de Natal aderiu à Rede Brasileira de Cidades Inteligentes e Humanas, em parceria com o Instituto Metrópole Digital - IMD da UFRN, passando a integrar o círculo das discussões mundiais sobre o futuro das cidades, que estão buscando na tecnologia as respostas aos seus crescentes problemas. Segundo a Prefeitura Municipal do Natal (2015), a

cidade também assinou o termo de Cooperação Técnica para a criação do Programa Natal Cidade Inteligente e Humana. O programa tem por objetivo promover a cooperação no conhecimento e inovação, por meio de ações integradas para o desenvolvimento de soluções urbanas inovadoras, como segurança pública, mobilidade urbana, turismo, saúde, educação, entre outras áreas. (Prefeitura do Natal, 2015).

A Urban Systems, empresa voltada para inteligência de mercado e consultoria em negócios imobiliários, em parceria com a Necta, realizou um estudo denominado Ranking Connected Smart Cities 2020, que mapeia todos os 673 municípios brasileiros com mais de 50 mil habitantes, com o objetivo de definir as cidades com maior potencial de desenvolvimento do Brasil, analisando indicadores que qualificam as cidades mais inteligentes do país. O resultado do estudo apontou a cidade de São Paulo (SP) na primeira colocação, o segundo lugar ficou com Florianópolis (SC), seguida por Curitiba (PR). A cidade de Natal (RN) ocupou a 75ª posição no ranking geral, ficando em 6ª no ranking Nordeste. (Brazil Lab, 2020).

No levantamento realizado pelo MTur que listou os destinos turísticos brasileiros mais procurados para a temporada de verão 2020/2021 que seriam tendências, a cidade de Natal foi apontada como destino mais procurado por pessoas que desejavam viajar. O levantamento foi realizado pela Pesquisa de Sondagem Empresarial do MTur, feito com agências e organizações de viagens com base na procura de pacotes turísticos. (Ministério do Turismo, 2020). Em outra pesquisa, também do MTur, tomando como base os principais sites de pesquisa do setor turístico, listou os 21 Destinos Brasileiros Tendências para 2021 e Natal mais uma vez aparece com um dos destaques da lista. (Ministério do Turismo, 2021).

Segundo a Empresa Potiguar de Promoção Turística do Rio Grande do Norte - EMPROTUR, o destino Natal apareceu na lista do Guia Travel Hacker 2021 – Destinos Possíveis do KAYAK, que se baseia nas buscas dos clientes por pacotes de viagens do metabuscador KAYAK. A lista considera destinos com redução de preço, dicas e ofertas de viagens. Natal aparece ao lado de destinos nacionais como Recife, Fortaleza, Aracaju, como também de destinos Internacionais como Paris (França), Zurique (Suíça) e Punta Cana (República Dominicana). Mossoró também aparece na lista, sendo o Rio Grande do Norte o único estado a ter dois destinos na listagem (EMPROTUR, 2021b).

Ainda em 2021 Natal foi eleito o oitavo destino em alta no mundo pelo Travellers' Choice Awards (Panrotas, 2021a) e em 2022 o destino subiu uma posição no ranking, ficando em sétimo lugar como destino mais em alta no mundo, sendo o primeiro no ranking da América Latina (TripAdvisor, 2022). O Anuário 2021 da Braztoa apontou os destinos

brasileiros que mais receberam turistas em 2020, confirmando Natal como o segundo destino mais escolhido pelos viajantes. (Braztoa, 2021).

No último ranking desenvolvido pela Decolar, o destino Natal ocupa a terceira posição entre os destinos nacionais mais buscados para as férias de verão de 2023. Dentre os 10 mais pesquisados, sete cidades são do Nordeste do Brasil, e Natal está na segunda colocação do Nordeste. Segundo o presidente da EMPROTUR, Bruno Reis, o sucesso do destino Natal se deve ao intenso trabalho que está sendo realizado nos últimos anos em ações voltadas para promoção e apoio à comercialização do Rio Grande do Norte, trabalho este que está sendo realizado com a integração do trade turístico visando a inteligência de dados e experiências dos turistas. (EMPROTUR, 2022).

Portanto, mesmo com cenário de incertezas que a pandemia trouxe nestes dois últimos anos, alguns destinos conseguiram desenvolver ações que desencadearam resultados satisfatórios na atração de turistas, assim como na intenção de viagem futura para aquele destino. Iniciativas estratégicas de organização e posicionamento do destino com suporte das tecnologias de informação e comunicação que possibilitam gerar inovação e competitividade na gestão do destino.

Nesta perspectiva de desenvolvimento de Natal como cidade e destino inteligente, a EMPROTUR, em parceria com o Sistema Fecomércio do RN e o apoio do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC RN e do Governo do Estado, desenvolveu o Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte, conhecido como Sírío, como proposta de gerar eficiência da gestão do turismo, inovar e aumentar a competitividade do destino, bem como oportunizar a troca de informações comerciais sobre o destino. (EMPROTUR, 2021a). Fruto de uma importante parceria público-privada, o Sírío desenvolve-se como uma plataforma tecnológica que possibilita a troca de informações instantânea relacionadas à atividade turística com acesso aos dados que permitam a eficiência para a gestão do destino turístico. Destaca-se que iniciativas como a do Sírío, resultado de parceria público-privada, são ações necessárias para desenvolvimento da inteligência turística nos destinos. (Buhalis & Amaranggana, 2014)

Desta forma, a escolha de Natal para o estudo justifica-se, uma vez que a cidade vem apostando em iniciativas, bem como em estratégias que estão sendo discutidas, planejadas e executadas visando transformar e desenvolver a inteligência da cidade, e consequentemente, do destino turístico. Portanto, a relevância está em estudar e diagnosticar a cidade de Natal/RN como destino turístico inteligente a partir da percepção dos gestores públicos e privados tomando como base baseado o modelo sistêmico teórico proposto por Ivars-Baidal,

Solsona Monzonís e Giner Sánchez (2016).

Destarte, esta pesquisa pretende avançar nas discussões sobre o desenvolvimento de inteligência dos destinos turísticos, contribuindo para o destino Natal em identificar em qual patamar de inteligência o destino se encontra através do diagnóstico realizado baseado no modelo teórico, bem como na percepção captada pelos gestores público e privado, visando apontar os pontos positivos e identificar os pontos de melhoria a ser desenvolvidos.

Lee, Zach e Chung (2021) destacam que embora governos e empresas estejam avançando agressivamente na agenda do turismo inteligente, a pesquisa na área ainda está em sua infância. Assim, este estudo também pretende contribuir para a produção acadêmica acerca do crescimento do tema que está em desenvolvimento, tal como, contribuir com o desenvolvimento das cidades e destinos turísticos, buscando a melhoria dos serviços públicos oferecidos através do uso inovador das tecnologias da informação e comunicação em favor dos desafios enfrentados, visando subsidiar na tomada de decisão dos gestores público e privados, como também, melhorar a qualidade de vida da população e a experiência dos visitantes.

A realização deste trabalho também tem importância em se tratando do ponto de vista de cunho pessoal, uma vez que o pesquisador tem o interesse de se aprofundar na temática e contribuir para a exploração do tema que ainda é recente, pouco difundido e explorado no país em comparação a outros países que tem modelos definidos e em desenvolvimento.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo da Pesquisa

Analisar o destino Natal/RN com base na perspectiva sistêmica de destinos turísticos inteligente de Ivars-Baidal *et al.* (2016) a partir da percepção dos gestores do destino.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a) Verificar a percepção dos gestores sobre DTI;
- b) Identificar as barreiras e oportunidades enfrentadas pelo destino Natal/RN inerentes à transformação em destino inteligente;
- c) Apontar as dimensões da perspectiva sistêmica de DTI presentes no Plano Diretor de Natal.

1.5. Estrutura da Dissertação

Esta pesquisa encontra-se estruturada em 5 capítulos, iniciando pelo capítulo 1 que abrange a Introdução da pesquisa, apresentando a contextualização, problemática, justificativa e os objetivos da pesquisa (principal e específicos) que direcionaram este estudo. O capítulo 2 é composto pela revisão da literatura, constituído pela discussão teórica em quatro seções, a saber: Cidades Inteligentes, Turismo Inteligente, Destinos Turísticos Inteligentes e Modelos de Avaliação de Destinos Turísticos Inteligentes, sendo este último a seção que apresenta o modelo teórico e seus indicadores que formaram o modelo metodológico utilizado na pesquisa para análise de Natal como DTI a partir da percepção dos gestores público-privado.

No capítulo 3 foram expostos os procedimentos metodológicos utilizados no estudo, como a caracterização da pesquisa, o universo e campo de pesquisa, coleta de dados, técnicas de análise dos dados e categorias de análises. No capítulo 4 é apresentado a Análise e Discussão dos Dados. Por conseguinte, no capítulo 5 expõe-se as conclusões do estudo. Por fim, as referências utilizadas na pesquisa, assim como os Apêndices e Anexos que formam os materiais complementares ao texto.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Cidades Inteligentes

O fato do rápido crescimento urbano e o aumento do fluxo de pessoas que passaram a viver em cidades nos últimos anos tem chamado atenção para o termo *Smart Cities* (Cidades Inteligentes). A população mundial está concentrada nas cidades e a estimativa da Organização das Nações Unidas (ONU) é que até 2050 esse número seja de aproximadamente 6 bilhões de habitantes. Entre 2000 e 2012 os grandes centros urbanos passaram de 760 milhões a 863 milhões (crescimento de 13%), e cerca de 200 mil pessoas por dia migram para cidades. (Monzoni & Nicolletti, 2015).

Em grande parte das cidades que ocorre este crescimento, o mesmo acontece de forma desordenada, o que reflete na deficiência no sistema de saúde e ensino, grandes congestionamentos e aumento da criminalidade, problemas estes que vem ocorrendo em vários países em desenvolvimento. Nesse sentido, as chamadas Cidades Inteligentes, cujo conceito mais amplo define o uso das tecnologias para melhorar a eficiência e o modo de vida de seus habitantes, surge com uma nova dimensão da gestão pública para o enfrentamento desses desafios.

Os primeiros estudos que buscaram desenvolver o conceito de cidades inteligentes iniciaram-se na década de 90, e estavam fundamentados na inovação, globalização e no desenvolvimento urbano através da utilização das tecnologias da informação e comunicação (Rizzon, Bertelli, Matte, Graebin & Macke, 2015). Para Cunha, Przybilovicz, Macaya e Santos (2016), uma cidade inteligente é aquela que utiliza a tecnologia para prestar de forma mais eficiente os serviços urbanos, melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e transformar a relação entre entidades locais, empresas e cidadãos, facilitando o modo de viver.

Kanter e Litow (2009) como citado em Weiss *et al.* (2015), dissertam que as cidades inteligentes são aquelas capazes de conectar de forma inovadora as infraestruturas físicas e de tecnologias, de modo eficiente e eficaz, a fim de melhorar as condições de sustentabilidade e de qualidade vida da população. Lemos (2013, p. 48), ressalta que “Inteligente aqui é sinônimo de uma cidade na qual tudo é sensível ao ambiente e produz, consome e distribui um grande número de informações em tempo real”.

Uma cidade pode ser considerada inteligente quando investe em capital humano, para alcançar o crescimento econômico e a qualidade de vida dos residentes, assim como quando há a participação governamental e infraestrutura que apoia a tomada de decisão. (Buhalis &

Amaranggana, 2014). E corroborando com este pensamento, Batty *et al.* (2012), como citado em Rizzon *et al.* (2015) reforçam que uma cidade inteligente mescla as TICs com infraestruturas tradicionais, de modo a integrar e coordenar o uso de novas tecnologias digitais, sendo estes instrumentos para melhoria da competitividade, de tal forma que a comunidade e a qualidade de vida são reforçadas.

O planejamento e desenvolvimento das cidades inteligentes ocorre por meio das TICs, que através delas se propõem em solucionar de maneira inteligente os problemas das cidades, visando a qualidade de vida da população, de forma a integrar a infraestrutura de informação, incentivando o desenvolvimento econômico e a participação da população no planejamento da cidade. (Santos & Inácio, 2018).

Logo, as cidades inteligentes utilizam-se das TICs para coletar, integrar, explorar e gerenciar os dados que permitirão utilizar a infraestrutura física e digital para otimizar a produção e consumo de recursos. (Koo, Gretzel, Hunter & Chung, 2015; Gretzel, Werthner, Koo & Lamsfus, 2015). Assim, quanto mais inteligente a cidade for, mais competitiva será para atrair mão de obra qualificada, empresas, investimentos e gerar capital. Nessa perspectiva, as tecnologias da informação e comunicação apresentam-se como importantes atores de contribuição para a viabilização das cidades inteligentes, uma vez que facilitam a gestão, na medida em que podem fornecer aporte para o gerenciamento e monitoramento dos serviços de infraestrutura urbana e serviços para melhoria da qualidade de vida da população.

A principal ideia das cidades inteligentes é criar ambientes sustentáveis que interajam entre si, com alto grau de conectividade e com grande padrão de qualidade de vida para seus habitantes (Barbosa, Urquiza, Candido & Pugliesi, 2013). A evolução das tecnologias da informação e comunicação favoreceu repensar em novas abordagens para as cidades, tendo como pilar básico o uso da tecnologia. Como o visitante também utiliza da infraestrutura física e tecnológica das cidades, o turismo também se beneficia destas evoluções que vêm sendo desenvolvidas nos últimos anos. (Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu, Femenia-Serra, Perles-Ribes & Giner-Sánchez, 2021).

Neste sentido, as cidades precisam ser pensadas de forma abrangente, inovadora e urgente, com planos reais e efetivos, utilizando os avanços das TICs em seu favor. (Weiss, Bernardes & Consoni, 2017). Deste modo, as cidades inteligentes utilizam o que existe de mais moderno em recursos tecnológicos como resposta aos desafios impostos pelo crescimento da demanda populacional, buscando interligar sistemas e facilitando o acesso às informações para antecipar e gerar resoluções para a tomada de decisão.

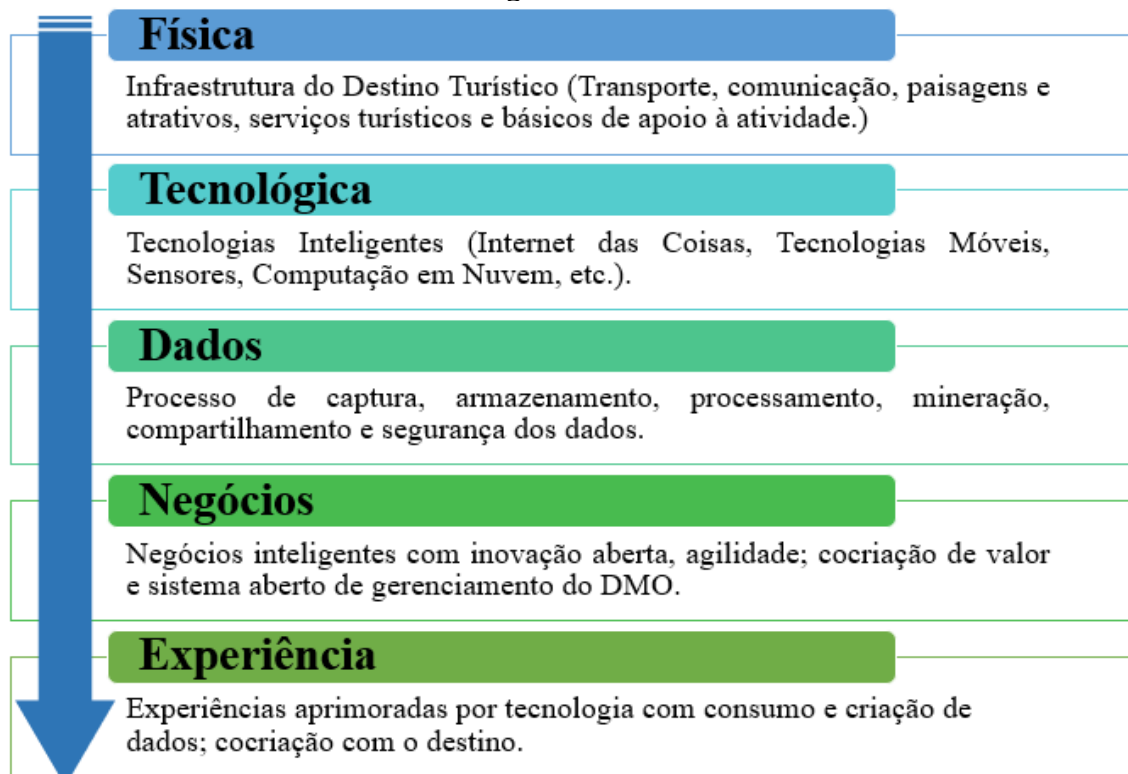
De acordo com Santos e Inácio (2018, p. 288), “as TICs viabilizam o desenvolvimento turístico das cidades inteligentes, que são projetadas a partir da interação entre os setores da economia, da política e da cultura, os quais precisam assumir a responsabilidade no planejamento participativo das cidades.” Neste mesmo entendimento, para Gretzel, Werthner, *et al.* (2015), os conceitos de cidades inteligentes podem ser aplicados ao turismo, que muitas vezes de fato são áreas urbanas. Gretzel, Sigala, Xiang e Koo (2015) afirmam que as iniciativas de turismo inteligente (*Smart Tourism*) nasceram dos projetos das cidades inteligentes, que posteriormente o cenário turístico europeu evoluiu os conceitos e aplicaram aos destinos turísticos.

2.2. Turismo Inteligente

Gretzel (2017) julga que o turismo inteligente é composto por cinco camadas conceituais que devem ser consideradas. A Figura 2 apresenta as camadas conceituais do turismo inteligente na perspectiva de Gretzel (2017).

Figura 2.

Camadas conceituais do Turismo Inteligente.



Fonte: Adaptado de Gretzel, 2017.

Conforme propõe a autora, o turismo inteligente envolve múltiplos componentes e atores, e é composto por múltiplas camadas inteligentes que são sustentadas pelas TICs. O

foco de turismo inteligente é aprimorar os serviços turísticos e para que isso seja possível cada camada tem um papel importante no processo, desde a camada física que envolve a infraestrutura do destino, a camada tecnológica por meio de plataformas digitais inteligentes que possibilitam o pleno funcionamento da camada de dados, que realiza o processo de captura, armazenamento e análise de dados que geram informações que suportam a camada empresarial e por intermédio das Organizações de Marketing de Destinos (DMO's) possibilitam a criação de experiências de valor que são vivenciadas pelos turistas em suas visitas ao destino.

Para Mehraliyev, Chan, Choi, Koseoglu e Law (2020), o entendimento do turismo inteligente é refletido pelo profundo impacto das TICs na transformação das funções convencionais do turismo e consequentemente na experiência turística. Transformações que iniciaram desde a década de 1970 através da revolução de produtos e serviços turísticos com a integração dos Sistemas Computadorizados de Reservas (CRS), os Sistemas Global de Distribuição (GDS) nos anos 1980 e o advento da Internet no final dos anos 1990, definindo a nova era do turismo. (Koo *et al.*, 2015).

Conforme a tecnologia foi sendo utilizada no turismo de forma exponencial, as formas de como as empresas do setor acessam e distribuem informações com seus clientes também passaram por transformações dos negócios e da experiência turística, (Koo, Park & Lee, 2017), gerando impactos significativos no crescimento e no desenvolvimento da indústria do turismo (Lee *et al.*, 2021), havendo a necessidade de conversão dos recursos turísticos em recursos turísticos inteligentes, no qual a inteligência depende da conectividade dos dados de forma inteligente. (Sigala, 2018). O forte vínculo que existe entre as TICs e o planejamento turístico, possibilitou a aplicação do termo “inteligente” no turismo (Mazo, Oliveira, Biancolino e Tomazzoni, 2021). Para Buhalis (2020), o turismo inteligente surgiu a partir do desenvolvimento do e-tourism e da web, possibilitando criar, através da inovação, proposta de valor não só para o turista, mas para todos os stakeholders.

Para Koo, Park e Lee (2017), os benefícios do turismo inteligente não ocorre apenas para o turista, mas também favorece gerar eficiência, produtividade e criatividade para os negócios turístico, por meio de uma rede de empresas que cooperam entre si, através da troca de dados e informações de forma transparente para atingir objetivos mútuos. Como também facilita pensar novas abordagens de gerenciamento de fluxos turísticos. (Lee *et al.*, 2021). Nesta lógica, Sigala (2018) versa sobre os “atores inteligentes” que criam, operam, interagem e trocam informações dentro de um ecossistema de turismo inteligente, com os objetivos de capacitar os fornecedores, otimizar recursos, enriquecer a experiência turística e

a qualidade de vida dos residentes, bem como tomar decisões inteligentes baseadas em dados gerados neste ambiente de inteligência. Assim, os dados são necessários e importantes ferramentas em um ambiente de turismo inteligente.

Tratando-se de dados, conforme defendido por Gretzel, Sigala, *et al.* (2015), o turismo inteligente não se baseia exclusivamente na capacidade de coletar enorme quantidade de dados, mas no armazenamento, processamento e combinação dos dados, utilizando da ferramenta de big data para analisar e auxiliar na tomada de decisão. A experiência de turismo inteligente é rica em significado, os turistas são elementos participantes ativos em sua criação, uma vez que eles não só consomem, mas criam e aprimoram os dados que constituem a base da sua experiência. A “pegada digital” deixada pelo turista inteligente é uma oportunidade de explorar os dados deixados para amparar a tomada de decisão dos atores envolvidos na cadeia produtiva do turismo. (Gretzel, Sigala, *et al.*, 2015).

Trazer inteligência para os destinos turísticos requer uma plataforma tecnológica que ocorra a troca instantânea de informação, bem como a interconexão entre todos que fazem parte da rede. (Buhalis & Amaranggana, 2013). Nesta lógica, o desafio do turismo consiste na integração dos avanços tecnológicos no destino para prover inteligência e possibilitar facilitar a geração de experiências turísticas autênticas para o visitante (López de Ávila & García, 2015; Santos & Inácio, 2018), como também desafiar as atuais abordagens de turismo, que exige mudanças na gestão dos destinos turísticos, bem como nas práticas de governança. (Gretzel, 2021), uma vez que o turismo inteligente não envolve apenas a tecnologia e dados, mas também questões de gestão e governança das organizações e cidades. (Lee *et al.*, 2021).

2.3. Destinos Turísticos Inteligentes

Uma das maiores transformações que o turismo já enfrentou foi o impacto das TICs, que remodelaram completamente não só a forma como toda a indústria funciona, como os destinos operam (Buhalis & Law, 2008), assim como no comportamento do consumidor, nos processos de tomada de decisão e nas experiências turísticas (Sigala, 2018).

Para que a atividade turística possa ser realizada é necessário o envolvimento de diversos atores, desde meios de hospedagens, restaurantes, atrativos e demais participantes desta cadeia. Nesta perspectiva, um dos desafios encontrados no setor do turismo é a presença desses diversos stakeholders, que têm interesses diferentes entre si e planejam suas estratégias de forma singularizada. Para Santos e Gândara (2016), com todas as mudanças

que as TICs trouxeram, é necessário que ocorra uma ruptura aos modelos tradicionais de gestão, direcionando para uma eficiência organizacional com enfoque em destinos inteligentes.

Nos chamados Destinos Turísticos Inteligentes (*Smart Tourism Destinations*), prestadores de serviços turísticos podem fazer uso de uma plataforma de informação centralizada, a fim de tomar melhores decisões de negócios (Buhalis & Amaranggana, 2014), desta forma, as informações unificadas dão embasamento a ações para os diversos atores e gestão da atividade que podem auxiliar no aumento da competitividade do destino.

Guo, Liu e Chai (2014) como citado em Freitas e Mendes Filho (2020) argumentam que os destinos inteligentes fazem parte da construção do sistema de cidades inteligentes, já que dependem da infraestrutura tecnológica da cidade, da utilização de recursos de informação e do desenvolvimento da inteligência de dados, assim como os DTIs fundamentam-se na gestão participativa tendo sua base em aparatos tecnológicos para ampliar a qualidade de vida dos residentes. Enquanto as cidades inteligentes têm foco nos habitantes, os DTIs focam nos turistas e nas suas experiências vivenciadas no destino. (Lima, Mendes Filho, Correa e Mayer, 2021; Pinto, 2018).

O Quadro 1 abaixo apresenta conceitos e definições de Destinos Turísticos Inteligentes:

Quadro 1

Principais conceitos de Destinos Turísticos Inteligentes na literatura.

Autor	Definição
SEGITTUR (2015)	Um Destino Turístico Inteligente (DTI) é um destino turístico inovador, consolidado em uma infraestrutura tecnológica de ponta, que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico, que promove acessibilidade para todos, o que facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente e aumenta a qualidade da sua experiência no destino e melhora a qualidade de vida dos moradores.
INVAT.TUR (2015)	São destinos que buscam envolver atores e ações que influenciam a atividade turística, mediante o processo de gestão eficiente e eficaz, com o propósito de garantir o futuro desses destinos a partir de oito dimensões: Governança, Sustentabilidade, Acessibilidade, Conectividade e Sensorização, Sistema de Informação e Inteligência Turística, Inovação, Informação Turística e Marketing Online.
UNWTO (2015)	Um destino turístico é um espaço físico no qual um visitante pernoita pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos tais como, serviços de suporte, atrações e recursos turísticos a um dia de viagem de regresso com fronteiras físicas e administrativas que definem a sua gestão, e imagens e percepções que definem a sua competitividade no mercado. Os destinos turísticos incorporam vários stakeholders que, geralmente, incluem a comunidade local, e podem ainda, abrigar e formar, uma rede maior de destinos.

Boes, Buhalis e Inversini (2015)	Destinos turísticos inteligentes podem ser percebidos como lugares que utilizam ferramentas tecnológicas e técnicas disponíveis que possibilitam demandas e ofertas para cocriar valor, prazer e experiências para o turista, além de riqueza, lucros, e benefícios para as organizações e destinos turísticos.
Del Chiappa e Baggio (2015)	Um destino baseado no conhecimento que disponibiliza informações a todos os interessados de forma sistemática e eficiente. Iniciativas de dados abertos são uma maneira pela qual isso pode ser alcançado.
Mendes Filho e Silva (2016)	Destino Turístico Inteligente (DTI) ou Smart Destination é um conceito que emerge a partir do conceito de Cidade Inteligente, porém sua ênfase está na melhoria da experiência turística sendo que a tecnologia precisa ser entendida como fonte de diferenciação estratégica e vantagem competitiva.
SEBRAE (2016)	Os destinos turísticos inteligentes são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras.
Kontogianni e Alepi (2020)	Destino Turístico Inteligente é aquele que melhora a experiência, como objetivo principal, tanto dos turistas como dos residentes, através da análise de dados em tempo real, com a qual o aproveitamento tecnológico para a gestão massiva de dados se faz imprescindível.
Femenia-Serra e Ivars-Baidal (2021)	Destinos Inteligentes podem ser caracterizados por algumas características críticas que aumentam sua "inteligência", como sua capacidade de empregar harmonicamente diferentes tipos de TICs para permitir uma maior interconexão entre todas as partes interessadas e uma tomada de decisão mais informada.
Turismo em Pauta (2021)	O Destino Turístico Inteligente é um território comprometido com os fatores ambientais, culturais e socioeconômicos locais, dotado de sistema de inteligência que capta a informação de forma processual, analisa e compreende os acontecimentos em tempo real, com o intuito de facilitar a interação do visitante com o entorno, bem como a tomada de decisão dos gestores do destino.
Ministério do Turismo (2022c)	É um destino turístico que gerencia seus processos e seu território, de forma inovadora e sustentável, comprometido com pilares que impactam positivamente a qualidade de vida dos moradores e a experiência dos turistas.

Apesar de diversas definições, Bulchand-Gidumal (2022) afirma que nenhuma definição de DTI pode ser considerada universal. De acordo com Ivars-Baidal, Monzonís e Sánchez (2016) o interesse nos DTIs coincide com um contexto de mudanças estruturais não turísticas, tais como: impacto das novas tecnologias, novos padrões de consumo e comportamento do consumidor, surgimento de novos modelos de negócios, maior sensibilidade ambiental, etc., o que exige novas abordagens no planejamento e gestão da atividade.

De acordo com o SEBRAE (2017), as principais características dos destinos turísticos inteligentes são:

- I. Possuem espaço turístico inovador.
- II. Dispõem de tecnologia de ponta.

- III. Valorizam o capital humano.
- IV. São focados no desenvolvimento sustentável.
- V. Sabem gerir os recursos de forma eficiente.
- VI. Garantem maior competitividade ao setor.
- VII. Possibilitam experiências de qualidade aos turistas.
- VIII. São integrados e interativos.
- IX. Oferecem acessibilidade.

Nos DTIs as informações são integradas e apoiam a tomada de decisão e as ações para os diversos atores e gestão da atividade, que podem auxiliar no aumento da competitividade do destino. Logo, os DTIs utilizam-se da tecnologia para melhorar a gestão do turismo local de modo que proporciona uma melhor experiência para o viajante, assim como para a população autóctone e os participantes da cadeia produtiva, aproveitando do recurso da tecnologia através da construção de uma estrutura para facilitar múltiplas visualizações em uma direção comum (Koo, Mendes-Filho & Buhalis, 2019).

Para Pereira (2021), as iniciativas de DTIs surgem em diversos países como uma forma alternativa e uma imposição do uso intensivo das tecnologias que estão em constante evolução, porém não apenas a tecnologia é a característica marcante dos DTIs, mas também fatores como sustentabilidade e governança, que não podem ser negligenciados no planejamento estratégico do turismo.

Lima *et al.*, (2021), defendem que os DTIs são caracterizados por uma nova gestão, para tornar os destinos eficientes e proativos, integrando os stakeholders e suas complexidades locais. Essa nova gestão reforça a necessidade de transformar o modelo tradicional de gestão turística em destinos inteligentes. Lamsfus, Martín, Alzua-Sorzabal e Torres-Manzanera (2015, p. 367) asseguram que um destino turístico é dito ser inteligente quando:

se faz uso intensivo da infraestrutura tecnológica proporcionada pela Cidade Inteligente a fim de: melhorar a experiência de turismo dos visitantes, personalizando e tornando-os conscientes de serviços e produtos disponíveis no destino e capacitando organizações de gestão de destino, as instituições locais e empresas de turismo para tomar suas decisões e realizar ações com base nos dados produzidos, administrados e processados por meio da infraestrutura tecnológica no âmbito do destino.

Empresas e organizações do trade turístico têm percebido o desenvolvimento dos DTIs como oportunidade para criar e agregar valor em seus produtos e serviços, melhorando,

assim, a sua oferta. (Freitas & Mendes Filho, 2020). Desta maneira, o verdadeiro sentido dos destinos turísticos inteligentes é focar e oferecer suporte para antecipar necessidades dos turistas (Buhalis & Amaranggana, 2014; Mazo *et al.*, 2021).

A conversão em um DTI pressupõe ter uma estratégia de valoração do destino mediante o melhor aproveitamento dos atrativos naturais e culturais, a criação de recursos inovadores, e a melhoria na eficiência nos processos de produção e distribuição (Guardia & Mendes Filho, 2016). O grande volume de dados que a indústria do turismo gera, são transformados em informação a qual tem importância e valor estratégico (Ramos, Mendes Filho & Lobianco, 2017), de forma que no DTI os dados gerados pelos atores e principalmente pelos turistas são a base de tomada de decisão para modificar a experiência dos visitantes. No DTI, a experiência de turismo é eficiente e rica em significado. Os visitantes participam ativamente da criação dessa rede de dados e informações, uma vez que eles não apenas consomem, mas também criam e aprimoram os dados que constituem a base da experiência. (Gretzel, Werthner, *et al.*, 2015).

Para Corrêa e Gosling (2020), o DTI gera confiança no viajante antes mesmo da chegada ao destino, através do uso de aplicativos e websites que fornecem informações confiáveis, resenhas e avaliações do destino, gerando assim, expectativas concretas do que o visitante poderá encontrar no destino. Ainda segundo os autores, chegando ao destino os visitantes realizam experiências turísticas com segurança, confiança, independência e bem-estar, como se fosse o próprio cidadão. Esses fatores são possíveis, pois um sistema de inteligência turística é construído com base na confiança, escalabilidade e abertura em relação aos participantes da cadeia turística. (Gretzel, Werthner, *et al.*, 2015).

A compreensão que o turista é o centro das atenções no destino é o valor que afirma um destino turístico como inteligente, através da contribuição de sistemas inteligentes que orientem para uma melhoria da integração e interação com o destino em todas as fases da experiência turística, seja antes, durante e após a viagem, bem como possibilitando criar elementos que facilitem a interpretação dos dados gerados pelos visitantes para auxiliar a tomada de decisão e aumento da oferta de experiências turísticas personalizadas e com maior qualidade (Santos & Inácio, 2018), que ocorre em tempo real por meio de sugestões de experiências para o turista baseadas nos interesses gerados e captados através dos dados. (Femenia-Serra, Perles-Ribes, & Ivars-Baidal, 2019).

Outros contextos mundiais modificam a dinâmica dos destinos, requerendo atenção e adaptação aos novos cenários mundiais. Gretzel *et al.* (2020) como citado em Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu *et al.* (2021) alertam que em tempos de COVID-19, as tecnologias têm

um papel ainda maior no destino turístico, uma vez a necessidade de digitalização dos processos para evitar o contato humano e criar experiências mais individualizadas. Nesta perspectiva, Guardia e Mendes Filho (2016) afirmam que desenvolver um destino turístico inteligente é a oportunidade de se adequar a um novo contexto mundial, é o momento de aproveitar para modificar e ir na direção do futuro, um futuro competitivo e em constante transformação; é ser capaz de reinventar as cidades e o turismo; é escrever novos rumos na história.

Os destinos turísticos passarão a demandar um maior controle e gerenciamento da atividade turística e de todos os atores que formam esta cadeia, assim como o consumidor do turismo tenderá a ser mais exigente. O elo do planejamento integrado e o uso das TICs tornam-se necessários para fazer um destino turístico sustentável e mais inteligente, assim como competitivo com demais destinos que tendem a explorar e buscar os visitantes para o crescimento da atividade turística local. Ivars-Baidal *et al.* (2016) afirmam que, como as cidades inteligentes, os DTIs se transformarão em referência atual de gestão turística.

A gestão de destinos turísticos necessita do uso das TICs para se desenvolver (Gomes, Gândara & Ivars-Baidal, 2017), bem como que as decisões sejam pautadas em informações advinda de diversos atores envolvidos na atividade turística (Nunes, Medaglia & Stadler, 2020). Neste ponto de vista, surge a necessidade de transformar o modelo tradicional de gestão turística em destinos inteligentes, pautado na proatividade, eficiência e integração dos atores, reforçando a necessidade de transformação da gestão turística tradicional. (Lima *et al.*, 2021).

Em um contexto que o turismo tem sido transformado por dinâmicas de mudanças interrelacionadas com as mudanças climáticas, o *overturism* em alguns destinos, e mais recente com os impactos do Covid-19, cada vez mais haverá a necessidade de adaptação dos modelos de planejamento e gestão frente a esses novos desafios aos destinos turísticos. (Soares, Domareski & Ivars Baidal, 2021). Para López de Ávila e García (2015), a intenção em se tornar um DTI envolve a adoção de estratégia de valorização do destino por meio da tecnologia e inovação, possibilitando ao destino o aumento da competitividade e o melhor aproveitamento dos seus recursos. Porém, conforme alertado por Gretzel (2021), essa transformação exige uma mudança no paradigma da gestão do turismo.

2.4. Modelos de avaliação e desenvolvimento de DTIs

O conceito de destinos turísticos inteligentes surgiu em 2012 na região da Catalunha, comunidade autônoma da Espanha (SEBRAE, 2016), a partir de então o país tornou-se

referência no desenvolvimento de iniciativas de desenvolvimento de turismo inteligente e os modelos desenvolvidos serviram de inspiração para vários destinos europeus pudessem investir em desenvolver a inteligência dos destinos (Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu, *et al.*, 2021; Gretzel, Sigala, *et al.*, 2015), e por consequência outros países como Coreia do Sul, Argentina, México, Montevidéu, Brasil e demais outros, estão adotando e adaptando os modelos de desenvolvimento de DTIs às suas realidades.

López de Ávila & García (2015) defendem que para desenvolver um destino turístico inteligente é necessário a concepção de um plano estratégico individualizado para todos os destinos, uma vez que cada destino tem singularidades e necessita de uma série de medidas estratégicas que poderão ajudar a transformar o destino tradicional em DTI. É neste cenário que os modelos de avaliação e desenvolvimento surgem, para dar apoio e embasamento teórico e prático para o desenvolvimento de iniciativas de destinos turísticos inteligentes.

2.4.1. Modelo INVAT.TUR

As transformações globais no cenário econômico, ambiental e social, assim como mudanças demográficas e os avanços tecnológicos, somados às questões presentes na gestão do turismo, como sazonalidade e redistribuição de fluxos, oferecem diversos desafios e oportunidades para os destinos turísticos, levando a necessidade de adaptação e busca por soluções que permita ao destino competir nas melhores condições. (López de Ávila & García, 2015).

Antenados com essas adversidades, desafios e oportunidades para os destinos, a Secretaria de Estado do Turismo do Governo de Espanha criou o projeto Destinos Turísticos Inteligentes, iniciativa que surgiu através do Plano Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, tendo como promotor e gestora deste processo a Sociedade Mercantil Estatal de Gestão de Tecnologias de Inovação e Turismo (SEGITTUR), que atuou na criadora da metodologia e operação do projeto DTI. (López de Ávila & García, 2015).

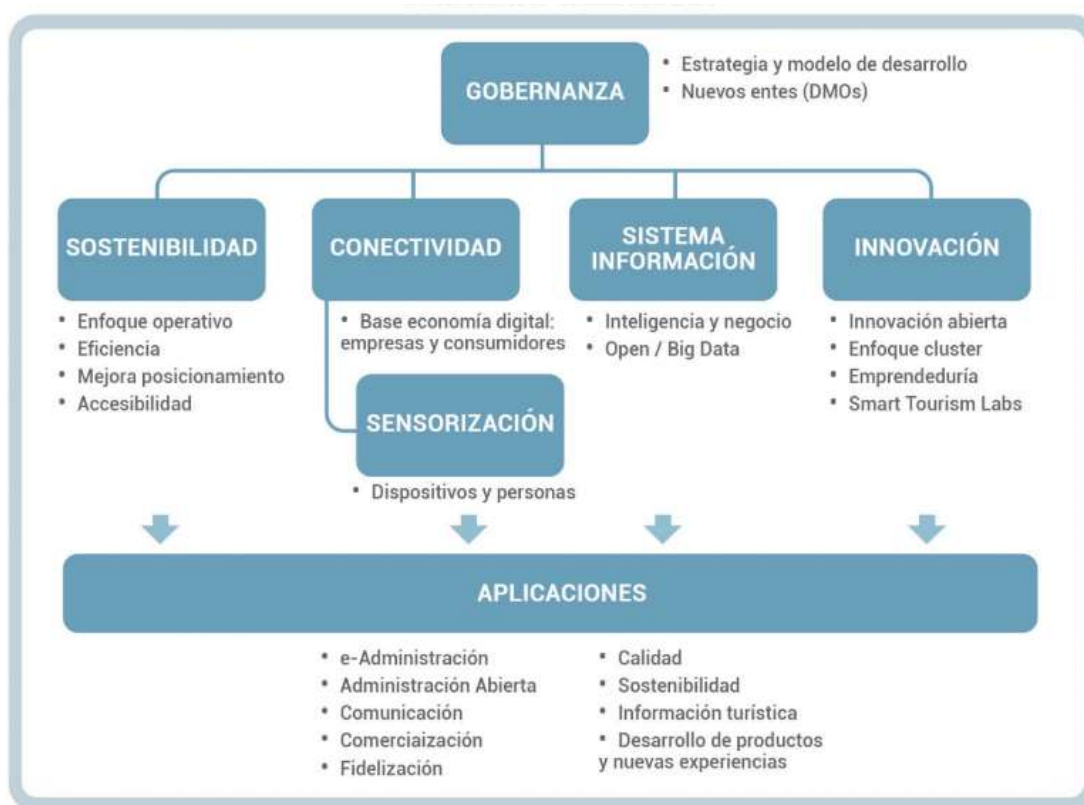
Assim, essa perspectiva de mudanças estruturais para o turismo propuseram um novo modelo de gestão para a atividade, assim como um novo cenário de atuação dos atores envolvidos na atividade turística, necessitando a convergência dos conceitos das cidades inteligentes aplicadas ao turismo (Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas - [INVAT.TUR], 2015) é neste contexto que em 2014 a Agência Valenciana do Turismo por intermédio do INVAT.TUR, idealiza o modelo de gestão intitulado de Projeto Destinos Turísticos Inteligentes da Comunidade Valenciana (DTI - CV), como elemento

metodológico de transformação de destinos tradicionais em destinos turísticos inteligentes, iniciativa que emergiu através do Plano Nacional e Integral de Turismo (PNIT) de 2012-2015 do governo espanhol, incluindo os destinos inteligente entre suas medidas prioritárias, bem como estabelecendo um conjunto de ações associadas coordenadas pela SEGITTUR.

O PNIT 2012-2015 desenvolvido pelo o governo espanhol buscou impulsionar os destinos turísticos através da inovação baseado na metodologia dos DTIs com a finalidade de melhorar a qualidade das experiências turísticas, sustentabilidade e posicionamento do turismo espanhol perante o cenário internacional. (INVAT.TUR, 2015). Visando desenvolver essas iniciativas, o PNIT defendia a necessidade de um modelo de referências que fosse possível orientar a aplicação dos princípios do turismo inteligente adaptado à realidade de cada destino. A partir da definição deste modelo, o projeto propõe algumas estratégias no processo de transformação dos destinos, tais como: a configuração do DTI deve responder às necessidades de cada destino (uma vez que a pura aquisição e aplicação da tecnologia não torna um destino inteligente); estabelecer uma nova estrutura de relacionamento na gestão do turismo local através de uma maior envolvimento e co-responsabilidade do setor privado, não só do setor público; devido o caráter experimental dos DTIs, as iniciativas devem ser testadas através de pilotos para que garantam a viabilidade dos investimentos e a continuidade dos projetos. (INVAT.TUR, 2015).

Neste panorama, a concepção do modelo torna-se primordial para a construção dos conceitos amplos e complexos dos DTIs, bem como na aplicação prática. Através da análise dos modelos teóricos da cidade inteligentes e a adaptação desses modelos à singularidade dos destinos turísticos, a Figura 3 apresenta as dimensões do modelo de transformação de destinos tradicionais em destinos turísticos inteligentes proposto pelo INVAT.TUR.

Figura 3.
Dimensões do modelo de DTI do INVAT.TUR.



Fonte: INVAT.TUR (2015).

O modelo da INVAT.TUR busca elevar o grau de inteligência dos destinos turísticos por meio de alguns eixos, nele a governança do destino promove as outras cinco áreas que são inter relacionadas: Sustentabilidade, Conectividade, Sensorização, Sistema de Informação e Inovação. Para o INVAT.TUR (2015), os destinos inteligentes integram o planejamento turístico do território, a aplicação da sustentabilidade à cadeia de valor, através da incorporação da tecnologia na experiência do turista e na prestação de serviços, gestão e uso eficiente dos recursos e a capacidade de responder às necessidades e comportamentos de turistas.

Para o INVAT.TUR (2015), a governança é um eixo chave e aplicado aos DTIs ela se reforçam mutuamente, por isso há a necessidade de promovê-los de forma conjunta e integrada, contando com a participação social na tomada de decisão, transparência dos processos e ênfase nos serviços públicos e sociais. Nesta perspectiva, o modelo INVAT.TUR supõem diversas contribuições para a governança através da aplicação derivada dos DTIs, aqui destacado algumas delas: a) geração de um novo ambiente de turismo digital que favorece a conectividade da própria administração, empresas e os próprios turistas; maior facilidade de geração e divulgação de informações de interesse para o setor do turismo, bem

como a troca e interação das informações entre os agentes turismo, resultando na maior transparência e melhor conhecimento, suscetível de aplicação à gestão turística; estabelecimento das bases para a melhoria da administração eletrônica, desenvolvimento da administração aberta e a promoção de um cenário de Big Data, em colaboração conjunta público-privada com as empresas turísticas do destino.

O uso de uma plataforma centralizada de informações de dados abertos possibilita nos DTIs a formulação de estratégias a fim de tomar melhores decisões de negócios, porém é necessário ações fruto da parceria público-privada para desenvolvimento da inteligência turística (Buhalis & Amaranggana, 2014), da mesma maneira que exige o desafio da mudança de paradigma dos atuais modelos de gestão dos destinos turísticos nas práticas de governança para que seja possível realizá-los. (Gretzel, 2021).

O desenvolvimento sustentável do destino turístico envolve diversos fatores e atores, para operacionalizar nos DTIs algumas iniciativas podem ser desenvolvidas com foco na sustentabilidade do destino, tais como: proteção e melhoria da paisagem e do meio ambiente urbano; transporte e mobilidade sustentável; gestão sustentável de recursos como praias, espaços de qualidade ambiental, etc.; promoção de alternativas econômicas inovadoras; acessibilidade de cidadãos e turistas (aplicações de planejamento de transporte multimodal que haja a conectividade com aeroportos, rodoviárias, etc.). (AENOR, 2016; INVAT.TUR, 2015).

No tocante à tecnologia, o modelo INVAT.TUR versa que um DTI deve possuir um sistema de informação que permita coletar, processar e analisar os dados de forma inteligente, de modo que não apenas produza uma grande quantidade de dados, mas também permita sua análise conjunta para subsidiar a tomada de decisão (INVAT.TUR, 2015). Neste cenário, a inteligência aproveita a interconectividade e interoperabilidade das tecnologias integradas para remodelar processos e dados, a fim de gerar inovação nos produtos e serviços que maximizem e valorizem ambas as partes envolvidas na experiência turística. (Buhalis, 2020). Logo, as TICs têm sido essenciais nos ecossistemas turísticos para conectar os diversos atores que agregam valor à experiência do turista. (Gretzel, Werthner, *et al.*, 2015).

Como um dos objetivos dos DTIs é oferecer experiências de valor, não só para o visitante, mas para todos que formam a cadeia do setor, assim como gerenciar os dados produzidos no destino por meio de diversas fontes, de forma que possa ser utilizado para tomada de decisão estratégica. Pode-se considerar, baseado no modelo INVAT.TUR (2015), que um destino turístico é mais inteligente quando a tomada de decisão é realizada com base

nos dados que o destino fornece, implicando que:

- I. Os dados de um DTI devem estar disponíveis em um formato adequado para análise conjunta.;
- II. Ferramentas adequadas devem estar disponíveis para analisar os dados de forma que gerem valor para atender aos objetivos do DTI.

Santos e Inácio (2018) corroboram com este pensamento quando afirmam que o poder e a importância dos dados são inquestionáveis e para que o DTI possa realizar o planejamento baseado em informações disponíveis, confiáveis e sustentáveis, o software do Big Data torna-se um grande aliado, permitindo análises rápidas e aprofundadas dos dados nele inseridos.

O Quadro 2 sintetiza os benefícios na adoção da metodologia do INVAT.TUR para desenvolvimento de destinos inteligentes.

Quadro 2

Benefícios do modelo INVAT.TUR aplicado aos destinos.

Dimensão	Benefício Gerado
GOVERNANÇA	→ Incorporar os princípios de governança na gerência de Turismo. → Desenvolver uma gestão turística mais avançada baseada em conhecimento e nova estrutura de relações dos agentes turísticos. → Melhorar a eficiência na gestão de destinos em todas as áreas (marketing, gestão ambiental, mobilidade, etc).
SUSTENTABILIDADE	→ Caminhar para o desenvolvimento do turismo sustentável. → Diferenciar o destino melhorando a qualidade de vida implícita no modelo.
TECNOLOGIA	→ Assumir um papel proativo na aplicação de novas tecnologias de acordo com a singularidade de cada destino. → Aproveitar as oportunidades de adoção rápida de TICs por parte da demanda turística, bem como o nível relativamente alto de uso das TIC nas empresas e serviços turísticos.
ACESSIBILIDADE	→ Criar um destino turístico acessível, tanto do ponto de vista físico como digital.
INOVAÇÃO	→ Promover o empreendedorismo e novos modelos de negócios por meio da associação atividade turística com as TICs. → Promover um ambiente de inovação aberta em destino por meio de novas dinâmicas de colaboração e compartilhamento de conhecimento. → Reforçar a competitividade e melhorar o posicionamento do destino.

Fonte: Adaptado de INVAT.TUR (2015).

Para o INVAT.TUR, o papel da inovação é de grande importância para a

competitividade turística, porém ela contrasta com as dificuldades de inovar e promover os destinos como ambientes inovadores. E neste cenário o desenvolvimento de DTIs atua na potencialização e no fomento da inovação nos destinos, porém requer um processo longo e complexo, que necessita da participação de todos que fazem parte da cadeia. (INVAT.TUR, 2015).

Destarte, a gestão inteligente e inovadora dos destinos é considerada aquela que utiliza das tecnologias para otimizar os recursos, possibilitando o controle maior sobre as informações e dados sobre o destino, em todas as fases da etapa da viagem, antes, durante e depois da chegada dos visitantes. (Nunes, 2020).

2.4.2. Modelo SEGITTUR

Supervisionada pelo Ministério da Indústria, Comércio e Turismo do Governo da Espanha, a SEGITTUR é a empresa responsável, em todas as esferas, por impulsionar o turismo espanhol e fomentar a competitividade do destino, através do gerenciamento tecnológico e inovação, como caminho para melhorar a qualidade e sustentabilidade nos campos ambiental, econômica e social.

Conforme o projeto DTI se expandia, por meio das ações do turismo espanhol baseadas no Plano Nacional e Integral de Turismo (PNIT 2012-2015), percebeu-se a necessidade de um elemento normativo, neste sentido, com o objetivo de criar a padronização e facilitar o processo de desenvolvimento dos DTIs, assim como munir os destinos de ferramentas de melhoria contínua, a Associação Espanhola de Normalização e Certificação – AENOR, elaborou dois padrões para destinos inteligentes, a saber: a norma UNE 178501:2018 que versa sobre requisitos para sistemas de gestão de destinos inteligentes; e a norma UNE 178502:2018, sobre indicadores e ferramentas para destinos turísticos inteligentes. A metodologia baseia-se em normas, manuais e documentos de referência que orientam para o desenvolvimento de um modelo de turismo sustentável a longo prazo e em todas as suas vertentes. (SEGITTUR, 2019).

De acordo com Freitas e Mendes Filho (2020), encomendada pela SEGITTUR, em 2019 a AENOR editou a norma UNE 178501 no tocante à Sistemas de Gestão dos Destinos Turísticos Inteligentes e a partir desta normatização este elemento torna-se um marco norteador para os destinos que pretendem consolidar práticas de turismo inteligente, sendo dos mais completos documentos já elaborados no mundo com este intento. Logo, esses elementos normativos dão suporte ao modelo de Destino Turístico Inteligente e permitem que todos os destinos interessados aprofundem a padronização de alguns aspectos do DTI.

Neste sentido, a Comissão Europeia criou o programa "Capital Europeia do Turismo Inteligente", que reconhece boas práticas de destinos em termos de acessibilidade, sustentabilidade, digitalização e património (SEGITTUR, 2019), em 2019 o mesmo órgão reconheceu a SEGITTUR como referência de iniciativa pública a nível europeu pelo projeto DTI.

Iniciativas como da SEGITTUR têm fomentado e engajado ações e projetos para execução de desenvolvimento de modelos de DTI em toda a Europa e mais recentemente sendo exemplo para aplicação e desenvolvimento de iniciativas em outros continentes. A Figura 4 ilustra as dimensões do modelo de DTI da SEGITTUR, assim como os constructos que formam cada dimensão.

Figura 4.
Dimensões e constructos do modelo de DTI da SEGITTUR.



Fonte: SEGITTUR (2019).

O modelo da SEGITTUR versa que há cinco dimensões a serem desenvolvidas em destinos para que se consolide como DTI, sendo elas: Governança, Inovação, Tecnologia, Sustentabilidade e Acessibilidade. Destaca-se que na concepção original do modelo da SEGITTUR não havia a dimensão Governança, que foi adicionado ao modelo a partir de 2019.

O pilar da Governança tem por objetivo ter uma visão da gestão eficiente, aberta, participativa e responsável, a análise é realizada abrangendo os mecanismos de planeamento e sua implementação, numa perspectiva participativa e com as máximas garantias de

transparência e controle. O pilar de Inovação integra o conceito de inovação em todos os processos do turismo, a fim de garantir e contribuir para o desenvolvimento mais sustentável, atingindo a gestão interna, produtos e serviços turísticos, bem como aplicado ao marketing. O pilar da Tecnologia engloba o estado das TICs aplicadas no destino sob diferentes perspectivas, aplicadas à governança, ao marketing turístico, às infraestruturas tecnológicas e os sistemas de conhecimento turístico. Este pilar avalia a implementação de projetos com tecnologia avançada, a curto e longo prazo. O pilar de acessibilidade prega que é um requisito básico no turismo, devendo ser facilitado o acesso a todo o tipo de produtos e serviços turísticos, culturais, de natureza ou de lazer, independentemente das características, capacidades ou condições do potencial visitante. E por último, o Pilar da Sustentabilidade representa o compromisso do destino com a proteção, garantia, preservação e valorização do ambiente e do patrimônio (natural e cultural) com o apoio à sustentabilidade econômica e social do seu território. (SEGITTUR, 2019).

O modelo de desenvolvimento de DTI proposto pela SEGITTUR considera que esta referência de gestão leva em consideração a transversalidade da atividade turística e as características diferenciadoras de cada destino e a aplicação desta metodologia implica para o destino:

1. Um aumento da competitividade, graças à melhor utilização dos seus recursos turísticos e à identificação e criação de outros.
2. Uma melhoria na eficiência dos processos de produção e comercialização.
3. Um impulso ao desenvolvimento sustentável do destino nas suas três vertentes: ambiental, econômica e sociocultural.
4. Uma melhoria na qualidade de estada dos visitantes e na qualidade de vida dos residentes.
5. Fazer da estratégia turística a base da revitalização económica do território, garantindo os seus efeitos positivos a longo prazo.

No modelo SEGITTUR o processo de conversão do destino passa por dois ciclos, sendo o primeiro ciclo caracterizado pelo Diagnóstico e Planeamento. Neste ciclo há três fases onde há a necessidade da realização de um extenso diagnóstico do destino, para identificação do ponto de partida e posteriormente realizar o desenho do plano de ação que irá definir as estratégias do destino para progressão e transformação em um destino inteligente.

Já o segundo ciclo, de Execução e Acompanhamento, caracterizado por duas fases,

será o momento da concretização das ações necessárias para o destino alcançar a inteligência, e após alcançar tal patamar, o destino entra no processo de melhoria contínua. (SEGITTUR, 2020). Em síntese, a Figura 5 apresenta o processo de conversão em DTI do modelo SEGITTUR.

Figura 5.

Ciclos do processo de conversão - Modelo SEGITTUR.

> CICLO 1: DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN



> CICLO 2: EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO



Fonte: SEGITTUR (2020).

Neste sentido, seguindo a metodologia do modelo da SEGITTUR, o processo de conversão do destino em inteligente inicia pela elaboração do diagnóstico do destino de acordo com o grau de cumprimento dos requisitos contemplados pela metodologia identificados pelos pilares e seus indicadores. A partir do diagnóstico é realizado o planejamento de estratégias e ações para alinhar ao máximo a metodologia dos indicadores. Após a definição das estratégias inicia-se a execução do plano de ação e a concretização deste significa que o destino atingiu o grau de inteligência, e por conseguinte será realizado o acompanhamento das estratégias e ações do DTI para proceder à renovação do título de DTI alcançado.

Assim, o conceito dos destinos inteligentes busca desenvolver um ambiente onde a tecnologia seja integrada em todas as áreas, assim como defende que a governança seja baseada na participação da comunidade, bem como a cooperação público-privada, possibilitando neste ambiente uma infraestrutura (ágil, transparente e responsável) que

permite colaboração, troca de dados, integração de serviços e comunicação e a atração de novos turistas, gerando o desenvolvimento econômico e novos empregos. (SEGITTUR, 2015).

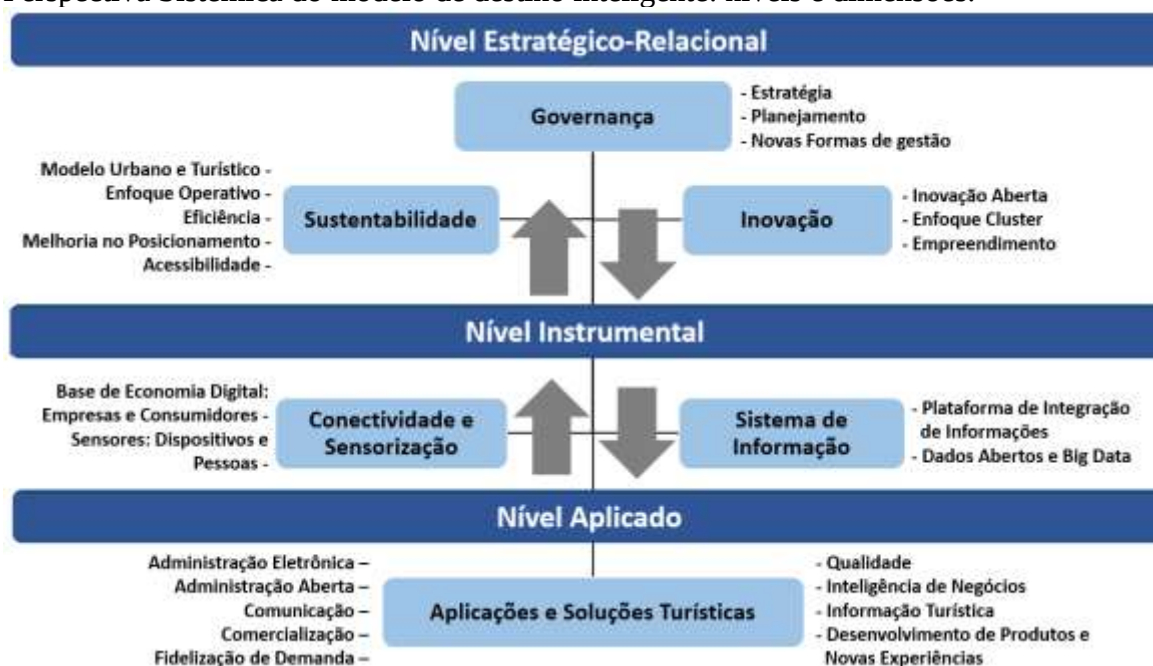
2.4.3. Perspectiva Sistêmica de DTI

Conforme os conceitos de destinos inteligentes foram ganhando força na academia e no mercado e os modelos de desenvolvimento foram aplicados na prática em alguns destinos, principalmente na Espanha (pioneira neste novo modelo de gestão), foi percebendo-se a necessidade de adequação de tais modelos, de acordo com a realidade de cada país e consequentemente, de cada destino.

Como novas possibilidades para a gestão dos destinos turísticos, Ivars-Baidal *et al.* (2016) propõem um novo modelo composto por três níveis, que interrelacionam-se e tem a tecnologia como meta fator, conforme apresentado na Figura 6.

Figura 6.

Perspectiva Sistêmica do modelo de destino inteligente: níveis e dimensões.



Fonte: Baseado em Ivars-Baidal *et al.* (2016).

O primeiro nível é o estratégico relacional, ligado à liderança e colaboração entre os atores para elevar o grau de inteligência do destino; o segundo nível que tem caráter instrumental, voltado para a tecnologia e o terceiro nível expressa a aplicação concreta das soluções inteligentes desenvolvidas pelos demais níveis. (Neiva, Costa & Ruas, 2021). O registo das instâncias públicas e privadas é um fator essencial em todas as áreas do modelo.

2.4.3.1. Nível Estratégico-Relacional

O nível estratégico-relacional engloba os pilares de governança, sustentabilidade e inovação que apresenta um caráter estratégico e relacional, por meio da cooperação público-privada em um ambiente aberto que oportuniza a transformação do destino. (Ivars-Baidal *et al.*, 2016; Ivars-Baidal *et al.*, 2019).

O nível estratégico-relacional define as condições de governança adequada para que seja possível estabelecer as estratégias do destino que incorporam a sustentabilidade do modelo urbano-turístico, a inovação em um sistema aberto e a acessibilidade universal. (Ivars-Baidal *et al.*, 2016). É no nível estratégico-relacional que se encontram as principais barreiras que impedem o desenvolvimento dos destinos inteligentes devido à necessidade da cooperação entre as partes, e é à governança que é atribuída a função do reforço da capacidade inovadora e conhecimento para desenvolver as estratégias eficientes e eficazes dos DTIs. (Ivars-Baidal *et al.*, 2019).

Neste cenário, a percepção da necessidade do novo modelo de gestão é a chave para a mudança dos diferentes níveis do modelo, uma vez que a inteligência do destino vai além da aplicação das tecnologias, exige a mudança de diferentes níveis de processos (colaboração público-privada; posicionamento e estratégia turística; visão de inovação), assim como a necessidade de investir no novo modelo de gestão, visando atingir a garantia da sustentabilidade e qualidade ambiental do destino, o fortalecimento das experiências turísticas e a alta penetração das TICs na produção e consumo de novos serviço. (Ivars-Baidal *et al.*, 2016).

2.4.3.1.1. Governança

A governança no destino turístico inteligente é importante para garantir que se estabeleçam condições para manter o turismo e ela precisa ser inovadora e proativa, utilizando das TICs para fazer parte da infraestrutura, sustentabilidade e governança dos destinos, assim ela permitirá manter a atratividade e competitividade do destino. (Guardia, 2020). O autor ainda reforça que para atingir este grau de competitividade e atratividade, o sucesso da governança dependerá da integração, coesão e maturidade dos stakeholders envolvidos. Ivars-Baidal *et al.* (2019) corroboram quando afirmam que a governança do destino está conectada às estratégias, pois tornar-se um destino inteligente é um processo planejado e não uma transformação da noite para o dia.

Para o INVAT.TUR (2015), a governança em um DTI deve adotar um planejamento estratégico e que envolva as lideranças, a participação social e que ocorra de forma

transparente, da mesma forma que sugere meios que possam medir a governança do destino como o monitoramento e controle permanente da gestão, a integração do plano de DTI com outros planos e políticas e o desenvolvimento de estratégias que possam representar o consenso participativos de todas as entidades envolvidas.

Através do uso das tecnologias a governança de um DTI pode utilizar as informações geradas entre o destino e os visitantes para gerir novos modelos de gestão e fomentar estratégias inovadoras para suprir as expectativas e necessidades dos visitantes de forma eficaz. (Nunes *et al.*, 2020).

2.4.3.1.2. Sustentabilidade

O conceito de desenvolvimento sustentável foi concebido na década de 1990, tendo como referência a Cúpula Rio-92, desde então inúmeras iniciativas surgiram com cunho de conscientizar sobre a importância de um novo modelo de desenvolvimento focado nessa vertente. (Ivars-Baidal, Celdrán Bernabéu & Femenia-Serra, 2017). Para Murphy (2014) como citado em Machado (2016), a sustentabilidade se refere ao equilíbrio entre os pilares fundamentais: ambiental, econômico e social. Ainda segundo Machado, a associação da sustentabilidade ambiental a destinos turísticos tem alavancado a competitividade dos destinos turísticos.

Segundo (Ivars-Baidal, Celdrán Bernabéu & Femenia-Serra, 2017, p. 30), existem algumas vantagens de abordar a sustentabilidade por meio da inteligência nos destinos:

- I. As tecnologias permitem maior eficiência no uso dos recursos e, conseqüentemente, redução de custos.
- II. A conectividade e a sensorização nos destinos permitem uma melhor medição de todos os parâmetros relacionados ao turismo sustentável, mesmo em tempo real.
- III. As possibilidades de armazenamento e exploração de informações são maiores com as técnicas de big data.
- IV. A disseminação da informação e a participação da sociedade local são facilitadas com o uso das novas tecnologias.

Assim, estes e outros objetivos contribuem para o desenvolvimento sustentável não só para o turismo, mas para a sociedade como um todo. Ivars-Baidal, Vera-Rebollo, Perles-Ribes, Femenia-Serra e Celdrán-Bernabeu (2021) afirmam que o destino inteligente requer uma gestão baseada em dados e tecnologia que deve proporcionar avanços na aplicação de indicadores de turismo sustentável.

Para Blanco (2015), o objetivo de praticar a sustentabilidade, confere aos destinos turísticos uma responsabilidade evidente, uma vez que os atores envolvidos estão comprometidos a longo prazo com a proteção dos interesses gerais da cadeia do setor.

Nesta perspectiva, a sustentabilidade nos DTIs não é compreendida somente como a conservação dos recursos naturais, abrange outros fatores já supracitados, como a visão econômica e social, bem como inclui a acessibilidade que não envolve somente fatores relacionados à facilitação do acesso físico, mas também do acesso digital e do quão fácil é disponibilizada a informação sobre o destino. (Ivars-Baidal *et al.*, 2019; Nunes, *et al.*, 2020).

2.4.3.1.3. Inovação

A inovação no turismo pode ser definida como o aprimoramento ou a introdução de novos componentes que proporcionem benefícios à cadeia do turismo e que melhore a experiência turística, aumentando assim, a competitividade e sustentabilidade do turismo. (SEGITTUR, 2020). Nesta perspectiva, a inovação nos destinos inteligentes não deve ser realizada apenas em um momento específico, mas assim como a o planejamento de gestão e estratégias, deve ser promovida de forma contínua compreendendo a inovação como uma transformação permanente no qual necessita dispor de ferramentas e metodologias adequadas e testadas para o destino. (Blanco, 2015).

Para Muñoz e Sanchez (2013) como citado em Santos e Inácio (2018), a intenção em tornar-se um destino inteligente envolve a revalorização do destino através da inovação e da tecnologia permitindo um melhor aproveitamento dos recursos turísticos, como também a melhoria na eficiência dos processos de produção e comercialização. Gretzel *et al.* (2015) corroboram com este pensamento quando afirmam que a inovação tecnológica e os novos modelos que emergem dos sistemas de inteligência turística possibilitam também um ambiente rico para identificar e compreender os novos paradigmas de interação e formas de cocriar valor para as experiências do visitante.

Para López de Ávila e García (2015), em um destino turístico, o desenvolvimento de inovações tecnológicas considera dois aspectos fundamentais: a sensorização e a utilização do próprio quadro territorial como laboratório de interação entre envolvidos. Em um DTI a inovação emerge quando há a utilização de dados e informações gerados em uma plataforma integrada que ocorra a troca destas informações entre os stakeholders com a finalidade de criar experiências turísticas inovadoras. (Boes *et al.*, 2015).

2.4.3.2. Nível Instrumental

Este nível inclui a infraestrutura de conectividade e sensores, que permite desenvolver soluções inteligentes e uma área conectada ao sistema de informação que tem como fonte de dados diversas possibilidades, que se torna essencial para a tomada de decisões nos níveis estratégico e aplicado do modelo. (Ivars-Baidal *et al.*, 2016).

Conforme defendem Soares, Semião, Marques e Conceição (2017), o quesito tecnológico nos DTIs podem contribuir de forma transversal no intercâmbio, divulgação e coordenação das informações entre os atores envolvidos na cadeia. É no nível instrumental que a informação transita entre os demais níveis para possibilitar a troca de informação e criação das estratégias e ações para o destino.

Ao compreender que este nível carrega um viés puramente tecnológico, Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu, Mazón *et al.* (2017), sugerem que ao implementar soluções tecnológicas no destino, estas devem seguir a real necessidade do destino, e não uma estratégia imitativa de outros destinos.

2.4.3.2.1. Conectividade e Sensorização

Para Gomes *et al.* (2017, p. 515), “numa sociedade que se encontra hiperconectada as tecnologias da informação e comunicação facilitam processos, compras e mais recentemente a gestão dos destinos, fornecendo insumos para que o turismo acompanhe o cenário mundial tecnológico.”

O uso de tecnologias móveis possibilitou novas formas de experiências ao turista de maneira instantânea e inovadora (Freitas & Mendes Filho, 2020), e por meio da conectividade de dispositivos móveis e a captação destes através de sensores no destino, a interação que ocorre dos turistas com o espaço gera diversos tipos de dados, possibilitando criar um “ambiente” em que esses dados podem ser encontrados (Gomes *et al.*, 2017), consultados e utilizados para gerar máxima eficiência à gestão do destino, através da consulta de outros atores durante todo o ciclo da viagem, gerando respostas rápidas apoiados nesses dados, aumentando a satisfação do visitante. (Lima, *et al.*, 2021).

Segundo INVAT.TUR (2015), a conectividade é um dos diferenciais mais importantes nos DTIs, e ao oferecer acesso fácil, gratuito e de qualidade à internet, o destino possibilita gerar cinco benefícios inter-relacionados:

- I. Um serviço turístico, muito valorizado pela demanda;
- II. Ampliação das possibilidades de promoção e venda de serviços de destino aos

turistas;

- III. Facilitação da promoção gerada pelo usuário (Conteúdo Gerado pelo Usuário);
- IV. Uma nova fonte de informação sobre o comportamento do turista;
- V. Um sistema que facilita a sensorização do destino. (INVAT.TUR, 2015, p. 111)

Gretzel *et al.* (2015) afirmam que a tecnologia de sensores desempenha um papel crítico no destino inteligente, uma vez que o fornecimento de dados em tempo real para processamento, modelagem, visualização e análise de big data possam ser utilizados para subsidiar as decisões. A sensorização está diretamente ligada à conectividade, o INVAT.TUR destaca que cada vez mais ela vem sendo aplicada aos destinos turísticos, porém sempre associados a serviços específicos, carecendo da visão abrangente que um DTI exige. (INVAT.TUR, 2015).

Em seu manual operacional para configuração de um destino inteligente, o INVAT.TUR apresenta os elementos de um sistema de sensores, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3

Elementos de um sistema de sensores.

Elemento	Definição
A "Nuvem"	É a infraestrutura responsável para fornecer serviços de publicação de dados.
Sensores	Os elementos capazes de coletar informações de qualquer natureza e publicá-los no sistema em nuvem.
Processamento	É o mecanismo responsável para coletar informações do sistema em nuvem, processá-lo e publicar os resultados.
Exploração	São os elementos que recolhem dados publicados no sistema em nuvem, e o usado, por exemplo, para exibi-los ao público em geral, ou usá-los para tomar decisões.

Fonte: Adaptado de INVAT.TUR (2015, p. 56).

Neste sentido, em um DTI os sensores possibilitam coletar dados de grande magnitude, mas precisam da colaboração da conectividade, bem como da gestão inteligente, pois caso contrário, não tem nenhum sentido.

Para Ivars-Baidal *et al.* (2016) a conectividade é essencial para promover a economia digital, ao mesmo tempo que é um requisito essencial para a sensorização. Segundo ainda os autores, é através da instalação de sensores, bem como os dados obtidos pelas pessoas que consomem e produzem informação, que se formam as fontes para alimentação do sistema de informação do destino.

2.4.3.2.2. Sistema de Informação

Para Ramos *et al.* (2017), no turismo a inteligência de dados transformará o modo que os stakeholders prestam serviço ao viajante, através da melhoria dos seus negócios e consequentemente das experiências oferecidas ao visitante. De acordo com o INVAT.TUR (2015), os dados são um recurso fundamental em um DTI, onde se produz uma grande quantidade de dados, de modo que no DTI deve possibilitar a análise conjunta desses dados para a tomada de decisão, logo, um destino pode ser considerado inteligente quando o gerenciamento de dados considera todas as fontes de dados disponíveis.

Para o (INVAT.TUR, 2015, p. 73):

Um DTI deve ter um sistema de informação que permita coletar, processar e analisar os dados de forma inteligente, tendendo a ser "inteligente" para que a informação certa possa ser fornecida no momento certo às pessoas que dela necessitam para que todos os atores envolvidos no DTI (gestores públicos ou promotores privados) possam tomar decisões informadas para melhorar a experiência turística no destino.

Ramos *et al.* (2017) destacam que um grande volume de informação necessita de meios eletrônicos para atualização constante, bem como rápida troca entre fornecedor e consumidor, e tais sistemas de informação devem ser online de modo a oferecer praticidade e tempo hábil para acompanhamento das mudanças.

Para López de Ávila e García, (2015), novos modelos de gestão da informação surgiram, incluindo novas plataformas chamadas de big data, que oferecem solução eficiente para a gestão, manutenção e análise das informações, através da capacidade de obter e gerir conhecimento. No turismo, o uso de big data coleta aspectos fundamentais de dados para conhecer o turista e o destino. (Sanches Salcedo & Postigo Vidal, 2020).

O quadro 4 apresenta as dimensões que caracterizam o conceito de big data.

Quadro 4

Dimensões que caracterizam o conceito de Big Data.

Dimensão	Descrição
Volume (Grande Quantidade)	Dimensão relacionada com tamanho de grandes coleções de dados criadas para diferentes usos e propósitos. Nesse sentido, o maior desafio é o armazenamento de dados.
Variedade (Dados Heterogêneos)	Dimensão que se refere às diferentes estruturas, ou falta de estrutura, que os dados podem ter. O desafio, neste caso, é encontrar um modelo que facilite a integração dos dados independentemente de sua estrutura.

Velocidade (Dados Dinâmicos)	Dimensão relacionada com fluxos de dados desenvolvidos em ambientes cada vez mais distribuídos. A velocidade descreve a velocidade de geração, acesso e análise de dados em seu ambiente operacional.
---------------------------------	--

Fonte: Adaptado de INVAT.TUR (2015, p. 74).

Para Park (2021), na perspectiva dos DTIs, o destino deve ter a capacidade de coletar, armazenar, processar, combinar e analisar big data de forma inteligente com grandes quantidades de dados, assim como interpretar os insights provenientes dos dados para gerenciamento de negócios e inovar.

2.4.3.3. Nível Aplicado

O nível aplicado permite desenvolvimento de soluções inteligentes em diversas áreas que são fundamentais da gestão do turismo local, tais como: administração e governação eletrônica; comunicação e marketing turístico; qualidade integral do destino; acessibilidade; inteligência de destino; fidelização de clientes, ou desenvolvimento de produtos e novas experiências turísticas. (Ivars-Baidal, Celdrán-Bernabeu, Mazón *et al.*, 2017).

2.4.3.3.1. Aplicações e Soluções Turísticas

Para Blanco (2015), os DTIs têm a oportunidade de usar o poder criativo das novas tecnologias para melhorar a qualidade de vida dos moradores do destino, bem como de seus visitantes, através do uso adequado e inteligente que os serviços tecnológicos oferecem. Gretzel, Ham e Koo (2018, p. 3), corrobora quando afirmam que “os serviços e aplicativos criados pela camada de negócios usando dados de turismo inteligentes permitem o aprimoramento da experiência turística e as metas de sustentabilidade”.

Lamsfus *et al.* (2015) destaca que um dos principais desafios dos destinos tradicionais evoluírem para destinos inteligentes é a implantação de turismo móvel que personalize as informações fornecidas de acordo com a necessidade do turista. Para Dorcic, Komsic e Markovic (2019), hoje os turistas estão mais conectados, tecnologicamente sofisticados e interessados na interação com as tecnologias móveis. Por essa ótica, nos DTIs, aplicações voltadas para sanar os desejos, necessidades e novas tendências de consumo tornam-se necessários para que alcance a satisfação do visitante. Ainda segundo Dorcic *et al.* (2019), novas tecnologias como aplicativos de realidade aumentada e virtual, assim como jogos, oferecem benefícios na cocriação da experiência turística.

Por outro lado, também oferece vantagem para o destino, uma vez que são

ferramentas importantes para obter vantagem competitiva no setor de turismo. Oliveira e Correa (2017) defendem que diante dos avanços tecnológicos dos últimos anos, uma associação dos elementos-chave com a alta qualidade podem ser um fator determinante para a tomada de decisão do turista na escolha do destino, sobretudo para a geração mais recentes, que vivem conectadas e buscam vivenciar novas sensações.

Neste sentido, conforme apontado por Ivars-Baidal *et al.* (2016), a partir da estrutura dos três níveis, a eficiência e eficácia do modelo dependerá de grande parte do feedback entre as dimensões. E como exemplo os autores citam o desenvolvimento de um aplicativo móvel deve a partir da estratégia do destino (Nível Estratégico-Relacional) e, uma vez colocado em operação, alimentar o sistema de informações (Nível Instrumental), além de oferecer serviços à demanda turística (Nível Aplicado).

A partir dos três níveis do modelo que se inter-relacionam e seus pilares, Ivars-Baidal *et al.* (2021) colocam que os indicadores deste modelo foram desenvolvidos com base na adaptação dos indicadores existentes na literatura das cidades inteligentes e destinos inteligentes, bem como foram desenvolvidos em colaboração com o INVAT.TUR, incluindo três tipos de indicadores:

- I. Indicadores de destinos sustentáveis e competitivos foram analisados para identificar aqueles que se encaixam no modelo destinos inteligentes;
- II. Alguns indicadores foram derivados de índices de cidades inteligentes e adaptados ao contexto turístico.
- III. Além dos indicadores fundamentados na teoria, outros indicadores foram desenvolvidos por conta própria de acordo com o modelo teórico referencial supracitado na Figura 8. (Ivars-Baidal *et al.*, 2021).

A aplicação do modelo baseia-se no uso de indicadores que são estruturados em 9 áreas derivadas diretamente do modelo, que permitem realizar o diagnóstico e especificar a situação de cada destino, assim como realizar a definição de metas e estratégias para a gestão do turismo e progressão da inteligência do destino. (Ivars-Baidal, Celdrán Bernabéu & Femenia-Serra, 2017). A organização dos indicadores está resumida na Tabela 2.

Tabela 2

Indicadores do modelo sistêmico de DTI.

Áreas	Número de Indicadores
GOVERNANÇA	10
SUSTENTABILIDADE	15

ACESSIBILIDADE	6
INOVAÇÃO	6
CONECTIVIDADE	5
INTELIGÊNCIA	8
INFORMAÇÃO	9
MARKETING ONLINE	8
EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA	5
Total	72

Fonte: Adaptado de Ivars-Baidal, Celdrán Bernabéu e Femenia-Serra (2017)

Neste cenário, conforme destacado por Blanco (2015), o processo de desenvolvimento dos DTIs abre a oportunidade para todos os envolvidos na atividade turística reverem os modelos de gestão, os serviços e produtos que ofertam, bem como os sistemas disponíveis para utilização na operação e gestão de seus empreendimentos, a fim de construir novas capacidades e para adaptar-se à nova realidade dos destinos, como também ao novo perfil do turista. Em outra vertente, o INVAT.TUR (2015) afirma que o conceito de destino inteligente vai além da aplicação de nova tecnologias, ele pode servir como uma verdadeira transformação dos destinos, através da aplicação do verdadeiro modelo de governança, configurada pela gestão mista, bem como a adaptação à economia digital através de melhorias quantitativas e qualitativas na conectividade, sensorização, sistemas de informação ou marketing online.

Destarte, o modelo proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016) foi utilizado como base desta pesquisa para analisar o destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos destinos turísticos inteligentes, através da percepção dos gestores público e privado membros do Conselho Municipal de Turismo - CMTur.

2.4.4. Modelo SEBRAE

Na perspectiva do Brasil, o Sebrae após adaptar o modelo da SEGITTUR iniciou o projeto Destinos Turísticos Inteligentes no país e desde então, através desta iniciativa, busca promover a participação qualificada das lideranças empresarias nas governanças do setor, atuando na melhoria do ambiente de negócios da cadeia de valor do turismo, fomentando o aumento da competitividade, a oferta de experiências turísticas e a sustentabilidade dos destinos. O projeto promove a aproximação dos elos da cadeia de valor, a conectividade, a interatividade e a presença dos empreendimentos turísticos no mundo digital por meio de

soluções tecnológicas para os destinos atuarem com novos modelos de negócios. (SEBRAE, 2019).

Nesta lógica, o SEBRAE considera que a transformação dos destinos envolve quatro pilares, sendo eles: Governança, Tecnologia, Experiência e Sustentabilidade, sendo este último considerado um eixo transversal, responsável direto pelo sucesso dos DTIs, conforme apresentado na Figura 7.

Figura 7.
Eixos de atuação do SEBRAE.



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2019).

Para que seja possível desenvolver iniciativas de turismo inteligente, o SEBRAE defende que ações e estratégias devem ser implantadas, a saber: participação qualificada das lideranças empresariais nas governanças do setor; a existência de um ambiente de negócios favorável aos pequenos negócios de turismo; novos modelos de negócios; desenvolvimento de soluções tecnológicas para os pequenos negócios e para os destinos turísticos; Conectividade e interatividade também para ambos, pequenos negócios e destinos turísticos; Oferta de experiências turísticas que encantem os viajantes. (SEBRAE, 2022).

Partindo da afirmação que o turismo é um grande produtor de sonhos que são materializados através da experiência, e esta ocorre em diversos momentos da viagem, antes mesmo da chegada do turista ao destino, por meio da pesquisa pelo destino, escolha do roteiro e imaginar as paisagens turísticas, sendo tudo isso parte da jornada do turista, contudo agora o turista está conectado. (SEBRAE, 2022). E é neste cenário que o Sebrae atua no projeto de DTI, através da análise do comportamento do turista conectado em todas as fases da viagem, integrando ações que ajudam os micros e pequenos negócios a se adaptarem e

atuarem neste cenário de competitividade.

Assim, a entidade disponibilizou uma cartilha com dicas e práticas de atuação no mercado envolvendo os vários players digitais a partir da visão das etapas da viagem (antes, durante e depois), com diretrizes que mapeia o perfil do turista conectado, o que ocorre com eles nas diversas etapas, as possibilidades que podem ser exploradas para facilitar a experiência do turista naquela fase da viagem, assim como o que o DTI pode fazer para incrementar tal experiência. Nesta circunstância, o Quadro 5 apresenta as ações necessárias aos DTIs defendidas pelo Sebrae sobre a jornada do turista conectado em cada fase da viagem.

Quadro 5

Ações necessárias aos DTIs nas etapas da Jornada do Turista Conectado.

Etapas da Viagem	Etapas da Jornada	Ações que o DTI deve promover
PRÉ-VIAGEM	Sonhando (Inspiração e desejo de viajar)	→ Conhecer os valores e as prioridades de seu público-alvo e suas exigências tecnológicas; → Consultar de forma lúdica as expectativas dos turistas sobre o destino; → Atuar na promoção e no posicionamento do destino, colocando-o em evidência em seus mercados-alvos por meio de mídia digital e tradicional; → Usar gamificação para transmitir o conteúdo; → Identificar embaixadores do destino (youtubers, blogueiros, personalidades) e fechar parcerias para divulgação.
	Planejando (Decisão por uma viagem)	→ Observar as grandes tendências de consumo dos turistas; → Decifrar as novas demandas; → Cocriar a oferta com turistas; → Atrair os visitantes por meio de marketing de conteúdo.
	Agendando (Compra da Viagem)	→ Fomentar o empreendedorismo; → Estimular a ampla concorrência; → Atuar para um ambiente de negócios favorável.
VIAGEM	Chegando (Contato inicial com o destino)	→ Oferecer infraestrutura de telecomunicação e transporte por todo destino; → Disponibilizar wi-fi em locais públicos e meios de carregar dispositivos móveis nos locais de chegada, tais como aeroportos e rodoviárias; → Investir em realidade aumentada nos pontos turísticos.
	Compartilhando (Inspiração para outros viajantes)	→ Disponibilizar wi-fi em locais públicos.

	Vivenciando (Experiência no Destino)	→ Reproduzir o destino digital no real; → Disponibilizar aplicativos lúdicos (gamificação); → Monitorar o fluxo de turistas e moradores da região, procurando sempre dar soluções para mobilidade urbana e segurança pública.
PÓS-VIAGEM	Sonhando (Inspiração e desejo de viajar outra vez)	→ Promover ações de fidelização emocional com o destino.

Fonte: Adaptado de Sebrae (2022).

Assim, o aumento da competitividade que o projeto do Sebrae busca alcançar através da plataforma tecnológica de turismo inteligente pode ajudar os players digitais e o destino a alcançarem a vantagem competitiva sustentável (Sousa *et al.*, 2016), uma vez que segundo o modelo da entidade, o eixo de sustentabilidade perpassa todos os eixos de modo a garantir o sucesso dos DTIs por meio da qualidade da experiência turística, inovação na gestão, otimização de recursos e excelência na prestação de serviço.

2.4.5. Projeto DTI Brasil

O Brasil, seguindo as tendências mundiais e se espelhando em iniciativas de sucesso de transformação dos destinos tradicionais em destinos inteligentes, iniciou através do MTur o projeto de implantação dos DTIs que conta com a participação de 10 cidades-piloto, duas de cada região geográfica do país. Segundo o MTur, a iniciativa visa, entre tantos benefícios, gerar melhorias na promoção da acessibilidade nos atrativos turísticos, a facilidade de acesso à internet gratuita nos locais de visitação, melhor gestão do turismo, entre outros. (Ministério do Turismo, 2021c).

O projeto de transformação dos destinos brasileiro dirigido pelo MTur conta com a parceria do Instituto Argentino Ciudades Del Futuro (ICF) da Fundação Ciudad de la Plata e com a SEGITTUR e foi a partir desta parceria que o Brasil conseguiu definir a metodologia de implantação que atenda bem à realidade brasileira, que se baseou no modelo espanhol da SEGITTUR para formar os pilares do modelo brasileiro. Como ferramenta de apoio no processo de transformação das cidades-piloto do projeto, o MTur lançou em janeiro de 2022 uma cartilha que detalha as etapas deste processo. O material explica os conceitos envolvidos, os eixos metodológicos e alguns casos de sucesso de transformação dos DTIs (Ministério do Turismo, 2022c). Neste sentido, o Quadro 6 apresenta os eixos metodológicos (pilares) do modelo adotado pelo Brasil.

Quadro 6

Eixos metodológicos do modelo brasileiro de transformação dos DTIs.

Eixo	Descrição
GOVERNANÇA	O governo local deve ser capaz de gerar confiança, gerir os bens públicos com legitimidade e governar com a participação efetiva dos atores estratégicos.
INOVAÇÃO	Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.
TECNOLOGIA	De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.
ACESSIBILIDADE	O destino deve trabalhar como um todo integrado, que assegure a qualquer visitante a liberdade de viajar sem problemas ao destino, de escolher a atividade de lazer de seu interesse e aproveitá-la com plena autonomia.
SUSTENTABILIDADE	Proteção da atividade econômica do turismo, respeito ambiental, preservação e valorização do aspecto sociocultural e garantia na qualidade de vida das gerações atuais e futuras.
SEGURANÇA	Identificação e promoção de medidas de controle e mitigação de riscos, além de disponibilização de informações aos turistas acerca das medidas de segurança, preventivas e de autocuidado para uma visita segura.
PROMOÇÃO E MARKETING	Estratégia focada na melhoria do relacionamento entre o destino e o turista, por meio da oferta de experiências de valor e de ações que proporcionem o fortalecimento da imagem do destino e a promoção com o seu público.
MOBILIDADE E TRANSPORTE	Trabalho focado na melhoria da mobilidade e da conectividade aérea e de estradas do e para o destino, identificando a disponibilidade de infraestrutura e de meios de transporte existentes.
CRIATIVIDADE	O destino deve assumir um compromisso com a incorporação da criatividade no desenvolvimento de políticas públicas, visando ao fortalecimento dos ecossistemas criativos e ao desenvolvimento da cultura e do turismo por meio da economia criativa.

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo (2022c).

O modelo adotado pelo Brasil segue alguns pilares do modelo da SEGITTUR e adicionado mais quatro eixos (Segurança, Promoção e Marketing, Mobilidade e Transporte e Criatividade) por entender que o modelo espanhol aplicado à realidade brasileira não seria suficiente para representar a totalidade das especificações do país.

A cartilha do MTur ainda apresenta as etapas de transformação e elevação da inteligência dos destinos. Desta forma, a Figura 8 apresenta as etapas da metodologia do modelo brasileiro.

Figura 8.

Etapas da metodologia do modelo Brasileiro.

**Fonte:** Ministério do Turismo (2022c).

Segundo a cartilha do Ministério do Turismo (2022c, s.n), entre os vários benefícios, as vantagens em se tornar um destino turístico inteligente são:

- I. Maior competitividade com o melhor uso de seus recursos turísticos, inclusive na identificação e criação de novos produtos;
- II. Melhoria na eficiência dos processos de produção e comercialização de produtos turísticos;
- III. Promoção do desenvolvimento sustentável do destino em seus três aspectos: ambiental, econômico e sociocultural;
- IV. Melhoria na qualidade da estada dos visitantes e na de vida dos residentes;
- V. Estratégia turística na base da dinamização econômica do território, garantindo seus efeitos positivos a longo prazo.

Assim, o cenário de desenvolvimento dos destinos turísticos no Brasil é promissor e vem acompanhando as tendências globais. Conforme defendido por Buhalis (2020), iniciativas de turismo inteligente resultam em experiências turísticas mais personalizadas, gerando mais oportunidades para novos serviços como resultado de estruturas mais flexíveis e diferentes perspectivas na criação de valor, assim como possibilitam gerar vantagem competitiva para o destino, que de acordo com Koo *et al.* (2019), reflete na qualidade de vida para o residente e no fornecimento de experiências de alta qualidade para o viajante.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os caminhos metodológicos traçados nesta pesquisa, assim como os elementos de delineamento da pesquisa, tais como: caracterização da pesquisa, universo e campo de pesquisa, coleta de dados, técnicas de análise de dados, bem como as categorias de análises. Tais elementos serão abordados nas próximas seções, mas de forma resumida estão apresentados no Quadro 7.

Quadro 7

Design da pesquisa.

Procedimentos Metodológicos da Pesquisa	
Problema Pesquisa	Qual a percepção dos gestores públicos e privados da cidade de Natal/RN enquanto Destino Turístico Inteligente?
Objetivo Principal	Analisar o destino Natal/RN com base na perspectiva sistêmica de destinos turísticos inteligente de Ivars-Baidal et al. (2016) a partir da percepção dos gestores do destino.
Objetivos Específicos	a) Verificar a percepção dos gestores sobre DTI; b) Identificar as barreiras e oportunidades enfrentadas pelo destino Natal/RN inerentes à transformação em destino inteligente; c) Apontar as dimensões da perspectiva sistêmica de DTI presentes no Plano Diretor de Natal.
Categorias de Análise	Governança Sustentabilidade Inovação Conectividade e Sensorização Sistema de Informação Aplicações e Soluções Turísticas
Modelo Teórico	Ivars-Baidal <i>et al.</i> (2016)
Método Abordagem	Pesquisa Qualitativa
Técnica de coleta de dados	Entrevista e levantamento documental
Técnica de Análise	Análise de Conteúdo (Software Iramuteq, versão 0.7 alpha 2) e Análise documental

3.1. Caracterização da Pesquisa

A presente pesquisa tem como base o modelo teórico de Ivars-Baidal *et al.* (2016) de desenvolvimento e avaliação de destinos turísticos inteligentes. Foi buscado avaliar o destino Natal como um Destino Turístico Inteligente a partir da percepção dos gestores públicos e privados membros do Conselho Municipal de Turismo – CMTur. Para isso, alguns caminhos metodológicos foram traçados, assim, trata-se de uma pesquisa aplicada e desenvolveu o método exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa.

A pesquisa exploratória é desenvolvida visando proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato e é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado (Gil, 2008). Para Oliveira (2016), a pesquisa exploratória tem como objetivo dar uma explicação macro sobre determinado fato, através da delimitação do estudo, levantamento bibliográfico e análise de documentos, sendo este estudo realizado quando o tema escolhido ainda é pouco explorado.

Segundo Oliveira (2016, p. 68) “a pesquisa descritiva é abrangente, permitindo uma análise de problemas de pesquisa em relação aos aspectos sociais, econômicos, políticos, percepções de diferentes grupos, comunidades, entre outros aspectos.” Ainda segundo o mesmo autor, a pesquisa descritiva exige um comprometimento do pesquisador, uma vez a necessidade de um planejamento rigoroso quanto a definição dos métodos e técnica para análise dos dados, uma vez que ela se interessa em descobrir e observar os fenômenos, buscando descrever, classificar e interpretar tais fenômenos. Veal (2011) destaca que este tipo de pesquisa é comum nas áreas de lazer e turismo devido ao caráter incipiente do ramo e sua natureza mutante dos fenômenos estudados.

Esta pesquisa também é caracterizada como pesquisa bibliográfica e documental, uma vez que utilizará fontes documentais para construção da base teórica. Ela tem como finalidade a aproximação do pesquisador com o que já foi pesquisado e produzido sobre o tema. (Pádua, 2012). A pesquisa bibliográfica é a modalidade de estudo que busca estudar e analisar um problema com base nas referências teóricas publicadas em livros, artigos, teses, dentre outras, de domínio científico. (Cervo, Bervian & Silva, 2007; Oliveira, 2016).

Já a pesquisa documental, conforme defendem Lakatos e Marconi (2010), é a coleta de dados em fontes primárias, como documentos escritos ou não, pertencentes a arquivos públicos; arquivos particulares de instituições e domicílios, e fontes estatísticas. A pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica, a diferença está na natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica refere-se às contribuições de diferentes autores sobre o tema, focando em fontes secundárias, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não passaram por tratamento analítico, ou seja, fontes primárias. (Sá-Silva, Almeida & Guindani, 2009).

Neste sentido, foi realizado o levantamento documental em normas e regulamentos do Plano Diretor da Cidade do Natal (Lei Complementar nº 208, de 07 de março de 2022), e das atas das reuniões do CMTur referentes ao biênio 2021/2022. As atas foram consideradas por configurar como registro dos eventos importantes que ocorreram em durante as reuniões.

O Plano Diretor do Município - PDM foi utilizado nesta pesquisa, para via de consulta dos elementos de DTI presente no documento. Conforme afirmam Rezende e Ultramari (2007), o plano diretor é um instrumento de planejamento e gestão dos municípios, considerado o principal marco regulatório da cidade, sendo uma importante e inquestionável base de consulta do planejamento urbano. Ainda segundo os autores, tal instrumento deve ser compatível com regulamentos de ordem superior, como a Constituição Federal, a Lei de Responsabilidade Fiscal e o Estatuto da Cidade. (Rezende & Ultramari, 2007).

O Plano Diretor de Natal passou por reformulações nos últimos anos e entrou em vigência em março de 2022, através da Lei Complementar nº 208, de 07 de março de 2022, que substituiu o então Plano Diretor da cidade de 2007. As atas das reuniões do CMTur também serviram como elemento de base para a análise. Ao total foram analisadas 03 atas disponibilizadas pelo conselho, a saber: as atas das reuniões XXV (2021), XXVII (julho, 2022) e XXVIII (setembro, 2022). Não se teve acesso a ata XXVI de 2021 por ordem de apresentação do conselho.

A pesquisa fundamenta-se na corrente epistemológica positivista (Panosso Netto & Nechar, 2014), como abordagem alternativa, a pesquisa emprega o método indutivo, caracterizado por iniciar com a observação/descrição, segue para a análise e finaliza na explicação do fenômeno (Veal, 2011). Para Oliveira (2016, pp. 50-51), “o método indutivo é uma ferramenta que conduz o pesquisador a observar a realidade para fazer seus experimentos e tirar suas conclusões, sendo por isso um método bastante usado na ciência em geral.”.

Quanto à abordagem, a investigação empregou aporte metodológico de caráter qualitativo. De acordo com Angelo (2012, pp. 164-165) “a pesquisa qualitativa é uma forma de investigação que busca desvendar e compreender fenômenos, partindo da premissa de que a subjetividade da ação social permeia a criação de novas atitudes e perspectivas.”.

A pesquisa qualitativa caracteriza-se pela tentativa de explicar em profundidade o significado e as características do resultado das informações obtidas através de entrevistas, sem mensurar de forma quantitativa suas características ou comportamento; este tipo de abordagem não se preocupa com números e envolve uma coleta de grande quantidade de informações sobre um pequeno número de pessoas (Oliveira, 2016). Como complemento, Acevedo e Nohara, (2013), afirmam que a abordagem qualitativa é recomendada quando se deseja conhecer os fatores que afetam o comportamento humano.

3.2. Universo e Campo de Pesquisa

Para Richardson (1999, p. 157), o universo da pesquisa “é o conjunto de elementos que possuem determinadas características. Usualmente, fala-se de população ao se referir a todos os habitantes de determinado lugar.”. Sampieri, Colado e Lucio (2006) complementam afirmando que o universo é o conjunto de todos os casos que preenchem determinadas especificações. Já a amostra é definida como “subgrupo da população do qual são coletados os dados que devem ser representativos dessa população.” (Sampieri *et al.*, 2006, p. 192).

O universo de estudo deste trabalho foi Natal, a capital do estado do Rio Grande do Norte. Segundo dados do portal de turismo da cidade, Natal, capital do Rio Grande do Norte possui uma área de 170,298 Km e população de aproximadamente 820 mil habitantes, conforme dados do último censo geográfico do IBGE de 2012, e na última estimativa de 2021 do mesmo órgão, havia acima de 896 mil habitantes na cidade. Conhecida pelo clima tropical e belezas naturais, a paisagem da cidade é formada por praias, dunas e lagoas e devido à alta incidência de sol no ano, a cidade ficou conhecida como “Cidade do Sol” ou “Noiva do Sol”. (Visit Natal, 2022).

Segundo dados do Portal Panrotas (2021b) em 2021, Natal atingiu em junho o desempenho geral de 108% da demanda do mercado interno comparado com 2019, sendo o maior percentual entre os destinos brasileiros. A cidade foi eleita o oitavo destino em alta no mundo pelo Travellers' Choice Awards (TripAdvisor, 2021). O Anuário 2021 da Braztoa apontou os destinos brasileiros que mais receberam turistas em 2020, confirmando Natal como o segundo destino mais escolhido pelos viajantes. (Braztoa, 2021).

Em 2010, com a finalidade de apoiar as ações da Secretaria Municipal de Turismo e Desenvolvimento, o Conselho Municipal de Turismo – CMTur, um órgão consultivo, foi instalado na capital norte-rio-grandense. (Panrotas, 2010). Segundo o MTur (2018), em sua cartilha de orientações técnicas para criação de Conselho Municipal de Turismo - CMTur, um CMTur é “um colegiado de entidades representativas da comunidade e do setor público e tem como responsabilidade assessorar na definição e implementação das políticas municipais de turismo.” Neste sentido, o MTur recomenda que o CMTur seja composto por 1/3 dos seus membros seja do poder público, 1/3 da iniciativa privada e 1/3 da sociedade civil organizada, assim como devem contar com lideranças representativas das atividades que integram a cadeia produtiva do turismo e também dos órgãos que atuam em seus segmentos e no seu fomento, a exemplo do SEBRAE, SENAC, etc. (MTur, 2018).

Por sua vez, o Plano Diretor de Natal trata no Capítulo I sobre o sistema de gestão

democrática e planejamento urbano e ambiental do município e aborda na Seção IX sobre o Conselho Municipal de Turismo – CMTur, através do Art. 249 que se discute a criação do conselho, que se deu pela Lei Municipal nº 6.866, de 2018, vinculado diretamente à Secretaria Municipal de Turismo, é um órgão colegiado, de natureza deliberativa, consultiva, fiscalizadora e de controle da Política Municipal de Turismo.

Ainda no Plano Diretor, no Artigo 250 são apontadas as atribuições do conselho, sendo elas:

I - Estabelecer diretrizes básicas para execução da Política Municipal de Turismo; II - Organizar e articular os investimentos públicos e privados para o desenvolvimento do turismo; III - Articular e disseminar a melhoria da infraestrutura turística do Município; IV - Contribuir para a melhoria dos indicadores sociais e de qualidade de vida por meio do estímulo a geração de novas oportunidades de trabalho, emprego e renda no setor turístico; V - Apoiar no aperfeiçoamento e aprimoramento da capacidade de gestão administrativa do Município de Natal, bem como das instâncias de governança, com vistas a aumentar as receitas provenientes da atividade turística. (Prefeitura Municipal de Natal, 2022).

Além das citadas pelo PDM, o MTur destaca as prerrogativas de um Conselho Municipal de Turismo, onde pode destacar-se: Ajudar a coordenar, incentivar, promover e executar ações pertinentes ao desenvolvimento do turismo dentro do município; sugerir e orientar a administração municipal em ações relacionadas ao desenvolvimento e à preservação dos pontos turísticos do município; estabelecer a continuidade das políticas adotadas independentemente da troca de gestores. (MTur, 2018).

Assim, considerando esta pesquisa, o universo foi a cidade do Natal, a seus sujeitos foram os gestores do CMTur (Apêndice I), visto a importância do CMTur para a cadeia produtiva do turismo, bem como por ser configurada como uma importante ferramenta de auxílio à gestão na cidade de Natal/RN. Logo, o público alvo dessa pesquisa foram os gestores públicos e privados, participantes do CMTur de Natal/RN.

3.3. Coleta de Dados

A etapa de coleta de dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa tem por objetivo reunir dados pertinentes ao problema a ser investigado. (Pádua, 2012). Veal, (2011) destaca que entre os métodos utilizados para coletar informações na pesquisa qualitativa, temos a entrevista em profundidade, caracterizada pela sua extensão, profundidade e

estrutura. Corroborando com este pensamento, Oliveira (2016, p. 86) defende que “a entrevista é um excelente instrumento de pesquisa por permitir a interação entre pesquisador e entrevistado e a obtenção de descrições detalhadas sobre o que se está pesquisando”.

Neste sentido, para alcançar o objetivo da pesquisa, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturada (Apêndice II), tendo como base os níveis e dimensões do modelo teórico sistêmico de Ivars-Baidal *et al.* (2016) para desenvolvimento e avaliação de destinos turísticos inteligentes, que foi aplicado com os membros do CMTur de Natal do biênio 2021/2022 (Apêndice I).

Pádua (2012) defende que ao recorrer a entrevista como meio de coleta de dados, sugere-se que, o pesquisador elabore um quadro referencial, com a base dos questionamentos para orientar a coleta de dados, bem como também seja realizado um quadro referencial contendo as principais informações prestadas pelo entrevistador, que serão necessários para a análise do material produzido. Segundo ainda o autor, a partir da análise das informações contidas no quadro, será possível estabelecer as relações entre a teoria e a questão problema de pesquisa. (Apêndice III)

Quanto aos sujeitos da pesquisa, este estudo adotou a amostragem por conveniência, uma vez selecionados os sujeitos disponíveis aptos a responder os questionamentos da pesquisa. Assim, visando alcançar o público-alvo da pesquisa, em agosto de 2022 foi realizado o contato via e-mail com a secretária do CMTur com o objetivo de colher as informações dos membros do conselho, como e-mail institucional ou pessoal, assim como um número de telefone de contato.

Após algumas tentativas sem sucesso de obter a informação, tanto via e-mail quanto via telefone, procedeu com a visita in loco na sede da secretaria do CMTur, localizada na Secretaria de Turismo de Natal, para a segunda tentativa de colher as informações. Após a visita na secretaria e contato com a secretária do conselho, foi possível colher a listagem de membros do conselho referente ao biênio 2021/2022 (Apêndice I), finalizando este processo no mês de setembro de 2022.

De posse da listagem dos membros do conselho, foi elaborada uma carta-convite para ser enviada via e-mail a todos os membros do conselho, titulares e suplentes, solicitando a participação para contribuir com a pesquisa. O envio da carta-convite ocorreu no mês de outubro. Esta etapa foi a mais morosa, impedindo o comprimento do cronograma inicial previsto, pois coincidiu com o processo eleitoral no Brasil. As eleições que buscavam a escolha do chefe de Estado e de governo da República Federativa do Brasil, o Presidente da

República, bem como na escolha dos representantes para Governo, Senado, e Deputados Federais e Estaduais.

Outro fator que dificultou a coleta de dados foram dois importantes eventos, primeiro a Copa do Mundo, evento de magnitude internacional que ocorre a cada quatro anos, organizado pela Federação Internacional de Futebol - FIFA. Tradicionalmente a Copa do Mundo ocorre durante os meses de junho e julho, porém a 22ª edição do evento foi disputada entre 20 novembro a 18 de dezembro de 2022 no Qatar, Médio Oriente. A razão por trás da mudança da data se deu devido às altas temperaturas que o Catar enfrenta no meio do ano.

Já o segundo evento foi o Carnatal, o carnaval fora de época da cidade de Natal, que ocorre desde 1991 sendo realizado anualmente no começo do mês de dezembro. O evento modifica a dinâmica da cidade uma vez que faz parte do calendário dos grandes eventos do país e marca o início da alta temporada no estado. Em 2022 o evento movimentou cerca de R\$ 60,8 milhões na economia potiguar, desse montante, R\$ 41,9 milhões vieram dos turistas. (Fecomércio RN, 2022).

Neste sentido, por não ter obtido retorno satisfatório do convite realizado entre o intervalo dos eventos, foi necessário o reenvio dos e-mails, bem como foi necessário seguir mais uma etapa do convite, referente a tentativa do retorno via ligação ou mensagens via aplicativo Whatsapp.

Diante do exposto, a pesquisa atingiu o total 12 entrevistados, de um total de 26 órgãos, membros do conselho. Deste modo, o Quadro 8 apresenta a descrição dos membros do Conselho Municipal de Turismo que participaram da pesquisa, envolvendo tanto membros representantes da iniciativa pública, quanto entidades representativas do segmento e setor turístico:

Quadro 8
Apresentação dos entrevistados.

Entrevistado	Membros do Conselho Municipal de Turismo
Conselheiro 01	Associação Brasileira dos Agentes de Viagens do RN – ABAV/RN
Conselheiro 02	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do RN – ABRASEL/RN
Conselheiro 03	Banco do Nordeste do Brasil – BNB/RN
Conselheiro 04	Federação do Comércio, Serviços e Turismo do RN - FECOMÉRCIO/RN
Conselheiro 05	Instituições de Ensino Superior do RN – IES/RN
Conselheiro 06	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN/RN
Conselheiro 07	Secretaria de Estado do Turismo – SETUR/RN

Conselheiro 08	Secretaria Municipal de Turismo - SETUR
Conselheiro 09	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do RN – SEBRAE/RN
Conselheiro 10	Sindicato das Empresas de Turismo do RN – SINDETUR/RN
Conselheiro 11	Sindicato dos Bugueiros Profissionais do RN – SINDBUGGY/RN
Conselheiro 12	Sindicato dos Guias de Turismo do RN – SINGTUR/RN

Assim, com a confirmação do convidado a entrevista foi agendada de acordo com a disponibilidade do entrevistado e de acordo com sua preferência, se realizada de modo presencial ou online. Para as entrevistas agendadas de modo presencial, o pesquisador se dirigiu até o local marcado; já as entrevistas online ocorreram por meio da plataforma Google Meet. Como instrumento de suporte à coleta de dados, foi elaborado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice IV), no qual esclarece os objetivos da pesquisa, bem como as técnicas utilizadas para alcançar os objetivos e serve como marco legal que garante a não identificação do participante, bem como as responsabilidades ética da pesquisa e do pesquisador.

Desta forma, foi adotado o modelo proposto pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Pró-reitora de Pesquisa (PROPESQ) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), atendendo aos requisitos da Resolução 510:2016 conforme a ética em pesquisas envolvendo seres humanos. O TCLE é o documento que esclarece as informações da pesquisa (justificativa, objetivos, procedimentos, desconfortos, riscos, benefícios, entre outros aspectos), bem como serve para assegurar os direitos dos participantes. (Comitê de Ética em Pesquisa - UFRN, 2022).

E em complemento a fase de coleta de dados, foi elaborado o Termo de Autorização para Gravação de Voz (Apêndice V) onde foi explanado aos participantes que a gravação intenciona apenas facilitar a transcrição da entrevista para posterior tabulação dos dados, sendo assegurado ao entrevistado que o conteúdo da gravação será utilizado apenas para fins acadêmicos. Por fim, a coleta de dados ocorreu entre novembro de 2022 e meados de janeiro de 2023.

3.4. Técnicas de Análise de Dados

A técnica utilizada para análise de dados foi a análise de conteúdo, que segundo Flick (2013) é um procedimento clássico para analisar materiais de qualquer origem, de produtos da mídia a dados de entrevistas, e o método faz uso das categorias derivadas de modelos

teóricos, com o objetivo de classificar o conteúdo dos textos alocando as declarações, sentenças ou palavras a um sistema de categorias. Bardin (2011) como citado em Câmara (2013) indica que a utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais: pré-análise, exploração do conteúdo, coleta de dados, codificação das respostas, tabulação e interpretação dos dados.

Para dar suporte a análise de conteúdo foi utilizado como auxílio o *software* Iramuteq (versão 0.7 alpha 2) para análise lexicométrica, com a finalidade de sintetizar e interpretar os dados que surgiram a partir das categorias de análise estabelecidas. O software Iramuteq é desenvolvido na linguagem Python utilizando funcionalidades providas pelo software estatístico R para processar suas análises, permitindo fazer análises estatísticas sobre corpus textual, tabelas e palavras. (Camargo & Justo, 2013).

3.5. Categorias de Análises

Para analisar os dados e atingir os objetivos da pesquisa foram utilizadas como categorias de análises os indicadores do modelo teórico de Ivars-Baidal *et al.* (2016), classificados em seis categorias, a saber: Governança; Sustentabilidade; Inovação (Nível Estratégico-Relacional); Conectividade e Sensorização; Sistema de Informação (Nível Instrumental) e Aplicações e Soluções Turísticas (Nível Aplicado); de modo a captar a percepção dos membros do CMTur, bem como identificar os desafios e oportunidades do destino à luz do modelo de destino turístico inteligente.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos dados da pesquisa foi dividida em duas partes, sendo a primeira (item 4.1) focada na captação da percepção dos membros do CMTur a respeito dos conceitos e benefícios de um DTI, bem como na identificação se estes têm conhecimento sobre o plano de transformação dos destinos em DTI que estão sendo desenvolvidas no Brasil.

Enquanto a segunda parte foi realizada a análise e discussão dos dados coletados em fontes primárias, a partir da percepção dos membros do CMTur entrevistados e tendo como base as seis dimensões de DTI modelo teórico proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016); e em paralelo com as fontes secundárias, na identificação das dimensões de DTIs presentes no Plano Diretor Municipal - PDM de Natal, através da leitura do documento para identificar e discutir as dimensões Governança, Sustentabilidade, Inovação do Nível Estratégico-Relacional (item 4.2); Sistemas de Informação, Conectividade e Sensorização do Nível Instrumental (item 4.3); e por fim, Aplicações e Soluções Turísticas do Nível Aplicado (item 4.4) presentes no principal marco regulatório da cidade, bem como a análise das Ata das Reuniões do CMTur, para confronto das informações.

4.1. Percepção dos conselheiros sobre DTIs

Como ponto inicial de investigação, a entrevista com os conselheiros partiu do questionamento da definição do que é um destino turístico inteligente e suas características, com a finalidade de captar a percepção dos conselheiros sobre a temática, bem como conferir o grau de conhecimento do respondente acerca de um DTI.

Neste sentido, quanto a percepção dos conselheiros, todos afirmaram ter conhecimento sobre o que é um DTI, conforme descrição a seguir:

Um Destino Turístico Inteligente é um destino que trata o turista e o turismo com os avanços tecnológicos para facilitar a vida do turista, como característica tem a zona de Wifi, aplicativos, serviços online disponíveis à mão. (Conselheiro 08).

É um destino consolidado sobre uma plataforma tecnológica, que garante a sustentabilidade do destino. (Conselheiro 03).

Acredito que um Destino Turístico Inteligente é um destino onde você tivesse aplicativos com informações, onde você

tivesse acessibilidade, onde você chegasse e tivesse internet disponível para poder acessar essas informações, onde as operadoras funcionassem de uma maneira ok em todas as localidades. (Conselheiro 07).

Percebe-se que a noção do que seja um DTI para os conselheiros citados acima perpassa apenas a dimensão da tecnologia. Apesar da tecnologia ser um pilar que tem mais evidência quando se trata de DTI, as TICs isoladamente não são suficientes para proporcionar inteligência ao destino e às experiências vivenciadas nele (Corrêa & Gosling, 2020), o processo de transformação de um destino tradicional em DTI requer a evolução em paralelo dos demais pilares, como governança, inovação, acessibilidade, sustentabilidade, etc.

Porém, a visão de outros membros do conselho perpassa a dimensão da tecnologia, assim, para compreensão da opinião dos conselheiros, será apresentado trechos da fala destes:

Os Destinos Turísticos Inteligentes são os destinos, primeiro, que estão se moldando às mais diversas realidades, principalmente do ponto de vista digital (Conselheiro 02)

Um Destino Turístico Inteligente, ele é um território que a informação flui muito bem entre todos que ali estão usando aquele território seja o residente, as pessoas que habitam comumente aquele território, e também as pessoas que estão visitando momentaneamente, que é mais a característica do turista e até do excursionista. (Conselheiro 04).

É um destino com aporte tecnológico, para melhorar a experiência do visitante antes, durante e depois de sua viagem, que use a tecnologia para melhorar a experiência do visitante, que tenha a preocupação com a sustentabilidade em suas três dimensões: econômica, social, ambiental. (Conselheiro 09)

Um Destino Turístico Inteligente é um destino bem equipado, com profissionais qualificados, com infraestrutura adequada, com planejamento integrado. (Conselheiro 10).

Como característica, acredito que um Destino Turístico Inteligente deve investir em transporte público, sinalização turística adequada, isso é importante. (Conselheiro 06).

A Figura 9 apresenta a nuvem de palavras com a representação gráfica em função da frequência das palavras que representam os elementos mais citados sobre as características de um DTI apontadas pelos entrevistados.

Figura 9.
Características de um DTI.



Fonte: Iramuteq, dados da pesquisa (2023).

Destinos Inteligentes são áreas de inovação integradas com infraestrutura tecnológica avançada. Um espaço atento aos fatores ambientais, culturais e socioeconômicos, dotado de um sistema de inteligência que colher, processa, analisa e compreende informações de eventos em tempo real para facilitar a interação do visitante com o destino e a tomada de decisões por parte dos gestores de destinos, aumentando a sua eficiência e aprimorando significativamente a qualidade das experiências turísticas. (Ávila Muñoz & Sánchez, 2013).

Dentre os principais benefícios em se tornar um Destino Turístico Inteligente, destacou-se os seguintes trechos das entrevistas com os conselheiros:

A organização, a estruturação, a programação, o desenvolvimento, não só para o trade mas como para o turista. (Conselheiro 01).

Ela pode ajudar desde a segurança pública, até a fluidez no trânsito e de informações turísticas sobre o município, de visitação, de transporte público. (Conselheiro 04).

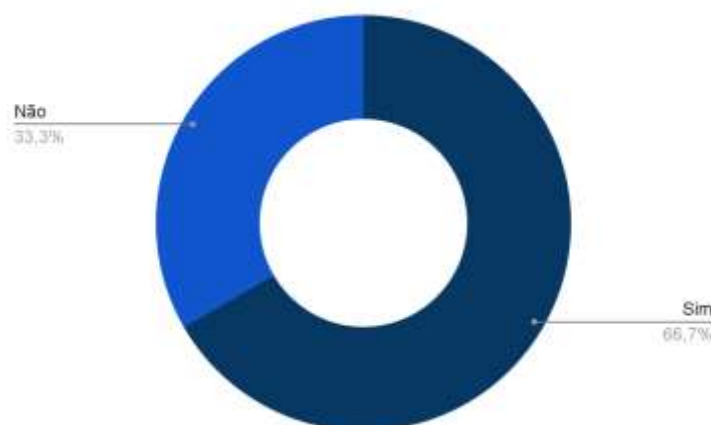
Para o turista, permite-se que ele tenha mais acesso às informações da cidade, saiba se locomover mais a com tempo, e consequentemente ele possa consumir mais o nosso produto turístico. (Conselheiro 05).

Para o destino, se nós tivéssemos um sistema todo integrado de conhecer que é o perfil do turista, de quanto é o gasto médio, onde é que ele fica hospedado, o que é que ele faz, quais são os equipamentos que ele mais visita. São diversas informações que podem ser coletadas e utilizadas para tomada de decisão. (Conselheiro 07).

Como benefício de se desenvolver a inteligência do turismo entre outras coisas, favorece novas formas de gerenciar os fluxos turísticos, melhorar a prestação de serviço, bem como oferecer novos modelos de publicidade turística (Gretzel, Zhong & Koo, 2016), avançar rumo ao desenvolvimento sustentável do turismo, reforçar a competitividade e melhorar o posicionamento do destino e desenvolver uma gestão de turismo mais inovadora baseada no conhecimento. (INVAT.TUR, 2015).

Outro questionamento proferido aos conselheiros foi para identificar se eles têm conhecimento do modelo de desenvolvimento de DTI proposto pelo Ministério de Turismo, visando compreender o grau de familiaridade do respondente em relação ao modelo de DTI adotado pelo Ministério de Turismo que vem sendo desenvolvido e implantado em alguns destinos, visando elevar o grau de inteligência, no qual Natal inicialmente ficou de fora da iniciativa. Assim, a Figura 10 apresenta a estatística das respostas.

Figura 10.
Conhecimento do modelo de DTI do MTur.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Considerando o exposto, percebe-se que o modelo de desenvolvimento de DTI adotado pelo MTur é de conhecimento de grande maioria dos conselheiros, atestando que estes estão antenados as ações desenvolvidas no Brasil a fim de gerar inteligência para os destinos, destacando que alguns dos entrevistados informaram ter conhecimento do modelo através de eventos e editais lançados para esta finalidade. Vale ressaltar o ponto de vista do Conselheiro 05, que critica a iniciativa do MTur em adotar o modelo espanhol da SEGITTUR e junto com o Instituto Argentino Ciudades Del Futuro ter adaptado para o Brasil. Segue trechos da entrevista com os conselheiros:

Um outro exemplo que a gente poderia citar é o Programa Nacional de Municipalização do Turismo, que era um programa de sensibilização turística. Por que ele não se desenvolveu? Porque ele trouxe o modelo francês, tentou aplicar no Brasil e possui suas diversidades. Da mesma forma, fazendo analogia a essa própria ação do Ministério do Turismo, ela tem que considerar que cada cidade tem o seu modo de operar. Eu não posso comparar a infraestrutura de Natal e aí tentar aplicar um modelo de Destino Turístico Inteligente mesmo. E se ele aplicar, por exemplo, no Rio, que tem suas nuances, tem o seu território diferente, a sua cultura diferente, as pessoas são diferentes do ponto de vista cultural. Então tem que ter essa sensibilização. (Conselheiro 05).

Cabe mencionar que a metodologia adotada pelo MTur e a escolha dos destinos turísticos pilotos, conforme defende o Ministério do Turismo (2021d), foram selecionados de forma a garantir que a diversidade de realidades encontradas no Brasil seja observada e contemplada na metodologia do DTI BRASIL em desenvolvimento. Em complemento, os Conselheiros 08 e 09 compartilham da mesma visão, que a discussão com o Ministério do Turismo acerca do desenvolvimento de iniciativas de DTI é mais recente do que a do Sebrae, que iniciou desde 2017 a trabalhar com micro e pequenas empresas com foco em desenvolver a inteligência dos negócios.

Desta forma, percebe-se que os membros do CMTur compreendem os conceitos e benefícios de um DTI, bem como têm conhecimento sobre o plano de transformação dos destinos em DTI que estão sendo desenvolvidas no Brasil através da iniciativa do MTur.

4.2. Nível Estratégico-Relacional

Por meio da cooperação público e privada o nível estratégico-relacional do modelo teórico de DTI proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016) tem um caráter estratégico e relacional, englobando as dimensões de governança, sustentabilidade e inovação que possibilita alavancar o grau de inteligência do destino. Neste sentido, os próximos tópicos irão analisar e discutir os elementos de tais dimensões nos dados coletados, tanto ao que concerne às fontes secundárias (bibliografia e documentos), quanto nos dados primários colhidos em campo ao se realizar as entrevistas.

4.2.1. Governança

No Plano Diretor de Natal observou-se concordância com a dimensão Governança, quando é descrito em seus objetivos o fomento da participação do cidadão no processo de construção da cidade, bem como o estímulo ao setor público e privado na atuação conjunta (Quadro 9).

Quadro 9.

Elementos de Governança apontados no Plano Diretor de Natal.

Governança
TÍTULO I - DA POLÍTICA URBANA E AMBIENTAL CAPÍTULO I - DOS PRINCÍPIOS, OBJETIVOS E DIRETRIZES Art. 4º - Diretrizes para atingir os objetivos do Plano Diretor. XIII – Criação de um sistema de planejamento de modo a tornar participativos, transparentes e democráticos o planejamento, a gestão e a aplicação deste Plano, incentivando o uso da Ciência, Tecnologia e Inovação nas práticas de gestão do solo urbano, em suas políticas setoriais;

TÍTULO IV - DA GESTÃO DEMOCRÁTICA DO PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL E DOS FUNDOS MUNICIPAIS
CAPÍTULO I - DO SISTEMA DE GESTÃO DEMOCRÁTICA E PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL DO MUNICÍPIO

Art. 228º - O Sistema de Planejamento e Gestão Urbana do Município compõe-se, nos termos do que dispõem as normas federais de desenvolvimento urbano e a Lei Orgânica do Município do Natal, de órgãos ou unidades administrativas de planejamento, política urbana e de meio ambiente, trânsito, transporte e mobilidade urbana, habitação de interesse social, saneamento ambiental, ciência e tecnologia, turismo, cultura e defesa civil. Parágrafo único. A participação da população será assegurada por representantes do Poder Público e da sociedade civil organizada, por meio da indicação por seus pares, mediante composição paritária, garantindo os critérios de diversidade, pluralidade e representatividade.

Art. 230º - São atribuições do Órgão Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente.

I - Coordenar a elaboração do Plano Diretor e suas revisões, de forma participativa;

Art. 231. Os órgãos colegiados de política urbana constituem direito da sociedade e fundamentam essencialmente a concretização das funções sociais da cidade e da propriedade, conforme previsto na Lei Federal nº. 10.257, de 10 de julho de 2001. Por meio destes instrumentos, a gestão democrática da cidade será realizada mediante processo permanente, descentralizado e participativo de planejamento, controle e avaliação para a elaboração, revisão, implementação e acompanhamento do Plano Diretor Municipal e demais planos, programas e projetos setoriais, regionais, locais e específicos. A inclusão da participação da população nos organismos gestores é obrigatória e garante, assim, o controle direto de suas atividades e o pleno exercício da cidadania.

§ 1º O Sistema Municipal de Gestão Democrática e Planejamento Urbano e Ambiental será implementado pelos órgãos da Prefeitura, assegurando a participação direta da população em todas as fases de planejamento e gestão democrática da cidade e garantindo as instâncias e os instrumentos necessários para efetivação da participação da sociedade na tomada de decisões, controle e avaliação.

§ 2º A participação dos munícipes em todo processo de planejamento e gestão da cidade será baseada na plena informação, disponibilizada pelo Executivo com a devida antecedência e de pleno acesso público, garantindo a transparência, o acesso à informação, a participação e os preceitos da gestão democrática.

Art. 250º - São atribuições do Conselho Municipal de Turismo.

II - Organizar e articular os investimentos públicos e privados para o desenvolvimento do turismo;

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

Uma das seções do Plano Diretor versa sobre o Conselho Municipal de Turismo. A Seção X em seus artigos 249º e 250º apresenta entre as diversas informações, as atribuições do conselho, que se destaca a necessidade de organização e articulação público e privada para o desenvolvimento do turismo, bem como o aperfeiçoamento e aprimoramento da capacidade de gestão administrativa do município e das instâncias de governança, com objetivo do aumento das receitas provenientes da atividade turística.

Cimbaljević, Stankov e Pavluković (2019) afirmam que a política, o planejamento, o desenvolvimento e a gestão de destinos são essenciais para apoiar os esforços de turismo inteligente, nesta ótica, tratando de governança no destino Natal, em relação ao grau de colaboração público-privado na gestão do destino, dentre as opiniões dos entrevistados, destacaram-se:

Precisa melhorar bastante, discute-se muito, há muitos fóruns para discussões que visem o desenvolvimento do Turismo, mas estas discussões não geram ações concretas. (Conselheiro 03).

Eu acho que eles são bem separados, porque assim, a iniciativa privada acha que o estado tem que investir, o estado acha que tem que fazer uma parceria público/privada, e os empresários não querem investir, o estado também quer ganhar. Então, às vezes, essa luta, essa briga entre eles, e a gente percebe isso nas reuniões do Conselho e outros institutos onde a gente participa, que eles ficam nessa, um pedindo ao Estado, o Estado dizendo que também depende iniciativa privada. (Conselheiro 05).

A gente percebe isso, mas ainda existe muita vontade, mais vontade do que ações. (Conselheiro 06).

Na estratégia de DTI, Buhalis e Amaranggana (2014) reforçam a necessidade de fomentar a parceria público-privada para que se torne possível o desenvolvimento da inteligência turística nos destinos; O INVAT.TUR (2015) afirma que a gestão local de turismo em um DTI ocorre com maior envolvimento e corresponsabilidade quando ambos as esferas então envolvidas, de forma integrada com os processos alinhados com os serviços públicos e sociais, de forma transparente e participativa. Assim, Ivars-Baidal *et al.* (2019) corroboram quando afirmam que a inteligência dos destinos vai além da aplicação da tecnologia, mas com a mudança dos processos e na aplicação do novo modelo de gestão dos destinos.

Mesmo apontando dificuldades na relação público-privado, há um consenso no que diz respeito à necessidade de unir esforços para fomentar o planejamento da atividade turística no destino Natal, conforme pode ser observado nas opiniões destacadas abaixo:

Enquanto não se juntar em um pensamento único, a iniciativa pública e privada, e também os outros atores de turismo, o município de Natal vai continuar padecendo de ter realmente um turismo da forma que deveria ter, na vez que a gente sabe que uma das principais atividades econômicas do município é o turismo. (Conselheiro 05)

Eu sou de acordo que o setor privado participe, porque ele é um dos beneficiados dessa cadeia, mas que ele participe em conjunto e não isoladamente. (Conselheiro 12).

Por outro lado, há quem acredite que apesar dos entraves, a colaboração público-privado existe, mesmo que apresente alguns gargalos, como pode ser observado nos trechos das falas dos conselheiros:

O poder privado participa e o público também, cada um colocando na mesa os seus interesses e isso obviamente causa conflitos e é natural, mas o importante é que ninguém saia da mesa. (Conselheiro 04).

Eu diria que o poder público está entendendo de fato nos últimos anos a importância do turismo para a cidade, que está saindo um pouco discurso para a prática, eu consigo perceber isso porque eu estou aqui desde 2015 e já ocupei vários cargos dentro da secretaria, inclusive de titular da pasta, e eu vejo que está havendo uma evolução que antes o turismo não era nem citado no plano de governo e nem na mensagem do prefeito para a câmara municipal, então nos outros anos a gente já vê essa colocação então é importante a gente tirar o discurso para prática. (Conselheiro 08).

Destarte, compreende-se que a transformação de destinos tradicionais em destino inteligentes perpassa por diversos fatores, pode ser um processo moroso e complexo para a gestão e os atores envolvidos na atividade, atravessando diversos caminhos, enfrentando algumas barreiras e encontrando algumas oportunidades.

Nesta perspectiva, buscando compreender este processo no destino Natal e estimular a reflexão sobre possíveis entraves do planejamento do turismo no destino que podem estar impedindo que Natal se torne um DTI, buscou-se identificar estes aspectos e de forma unânime, todos os entrevistados afirmaram deficiência no planejamento do turismo no destino Natal, dentre os principais desafios e barreiras apresentado nas discussões dos entrevistados destacam-se:

Primeiro a profissionalização. Sem profissionais a gente não tem como fomentar a atividade turística. Outro seria a falta de investimento. Se você pega, por exemplo, a lei de orçamento anual, pega a dotação orçamentária para a secretaria de turismo, dois

dados, aproximadamente um milhão, o que é que você vai fazer com um milhão de reais? Se você pensa em capacitação, desenvolvimento de políticas públicas, infraestrutura de apoio turístico, participação em feiras, acabou o dinheiro. (Conselheiro 05).

Natal tem que rever ainda o trânsito em Ponta Negra onde se tem o maior número de hotéis e pousadas para que os veículos de grande porte possam circular livremente levando os turistas para passeios e ao retornarem sem empecilhos a suas hospedagens. (Conselheiro 10).

Acho que um desafio é infraestrutura, sem a menor sombra de dúvida. Acho que os gestores, todos eles, passarem a entender o turismo como prioridade e terem na Secretaria de Turismo um gestor técnico que tenha a capacidade de fazer. Além de promoção, ações de curto e médio prazo para que a gente possa atrair e manter o turismo de Natal. (Conselheiro 02).

Acredito que o principal empecilho para o desenvolvimento do turismo são as barreiras burocráticas. Em outros Estados como o Ceará, licenças e outras necessidades para o desenvolvimento da atividade foram totalmente desburocratizadas, enquanto no Rio Grande do Norte, a iniciativa privada ainda tem muitas dificuldades no trâmite de propostas. (Conselheiro 03).

A própria dinâmica territorial do destino é moldada por essas relações, inclusive relações com classes. Enfim, eu acho que gestão de um destino turístico, especialmente o Destino Natal, não foge disso. E o que eu acho que esses sistemas inteligentes, de fácil acesso, deveriam auxiliar, principalmente, nesse planejamento participativo, em várias camadas podendo participar ativamente. (Conselheiro 04).

Para Perinotto, Marques, Souza-Neto e Pacheco (2022), o planejamento da atividade turística impõe desafios aos gestores públicos e privados e nesta perspectiva, Gretzel (2021) reconhece que desenvolver a inteligência do destino requer uma quebra de paradigmas, pois desafia as atuais formas de gestão e exige mudanças significativas nas práticas de governança.

Após apontar os desafios e barreiras do destino, os entrevistados identificaram as oportunidades que o destino Natal tem para o planejamento turístico do destino que estão relacionados ao eixo fundamental (planejamento), como pode ser observado nos trechos das falas dos conselheiros:

Nós temos atrativos interessantíssimos, que mesmo com todos os problemas que nós temos ainda, a gente consegue atrair visitantes. Temos uma boa infraestrutura hoteleira, se comparado com outros destinos turísticos do Brasil. Temos profissionais capacitados, embora eles não sejam muitas vezes absorvidos ou não sejam dados da forma que deveria ser dado. Temos instituições de ensino sérias, que podem contribuir para uma série de ações dessas secretarias. (Conselheiro 05).

Natal é um destino muito bom e de ter uma excelente rede hoteleira. Tem uma gastronomia muito boa. Tem a mobilidade para você ir para destinos próximos, fazer próximos a Natal. Isso faz com que realmente seja positivo. (Conselheiro 07).

Natal é uma cidade bela, bonita, mas ela precisa ainda melhorar essa sua orla. Então, a oportunidade de melhorar a orla, isso aí é uma oportunidade, como também é um desafio. Digamos assim, conquistar mais para além da capital, existem muitas outras oportunidades, como turismo em sítios históricos, arqueológicos, por nichos de especialidades. (Conselheiro 06).

Mas possuímos belezas, possuímos atrativos, possuímos uma hospitalidade inegável, todos nós turistas que vêm para cá, isso as próprias pesquisas do Observatório Potiguar de Turismo ele traz isso sempre, a gente tem altos índices de avaliação da nossa hospitalidade. (Conselheiro 05).

Uma das principais oportunidades apontadas pelos entrevistados foi a possibilidade de investir no destino Natal outros segmentos do mercado, como corroboram os conselheiros 05 e 06:

Como oportunidade, eu acho que tem que ir para além do sol, né? Praia e sol e como o pessoal diz aí, nós temos o interior do estado. (Conselheiro 06).

Acho que a gente pode investir, temos potencial para isso, para investir em outros segmentos, menos danosos ao meio ambiente, como o turismo de pesca, o turismo náutico, o turismo de golfe, o turismo LGBTQIA+. (Conselheiro 05).

A participação do CMTur também foi apontada como uma oportunidade para o destino, conforme defende o conselheiro 04:

Eu acho, por exemplo, que o conselho poderia ser melhor aproveitado. Já tem uma participação muito representativa, acho que deveria incluir mais setores, mais estímulos para que as pessoas participassem de conselhos ou de câmaras técnicas vinculadas a esse conselho. (Conselheiro 04).

O conselho municipal de turismo é um órgão instituído por lei e deve contribuir para um debate amplo e transparente sobre a necessidade da atividade turística do município, apresentando às administrações municipais propostas pertinentes às realidades locais, com o objetivo de consolidar o turismo como importante motor do desenvolvimento econômico, cultural, social e ambiental. (Ministério do Turismo, 2018).

O Plano Diretor de Natal prevê no Art. 250º as atribuições do Conselho Municipal de Turismo, entre elas: II - Organizar e articular os investimentos públicos e privados para o desenvolvimento do turismo; IV - contribuir para a melhoria dos indicadores sociais e de qualidade de vida por meio do estímulo a geração de novas oportunidades de trabalho, emprego e renda no setor turístico; V - apoiar no aperfeiçoamento e aprimoramento da capacidade de gestão administrativa do Município de Natal, bem como das instâncias de governança, com vistas a aumentar as receitas provenientes da atividade turística. Desta forma, o CMTur tem um importante papel na gestão turística do município e sua função vai além de levantar pautas, deve cooperar no desenvolvimento de alternativas que fomentem o crescimento econômico, social e cultural da atividade turística.

Seguindo nas análises, após apontados os principais desafios, barreiras e oportunidades do planejamento do destino Natal, buscou-se dos respondentes sobre o

desenvolvimento de estratégias que o destino Natal desenvolve para tornar-se um DTI, se é de conhecimento do conselho tais ações.

Cabe ressaltar que o PDM de Natal considera o conceito de cidades inteligentes a partir da ótica que esta utiliza-se de recursos tecnológicos (dados e internet das coisas) para melhorar a qualidade de vida dos seus residentes, bem como para otimizar a gestão com o uso dos recursos e serviços disponibilizados, desenvolvendo soluções de forma criativa e sustentável. (Prefeitura Municipal de Natal - PMN, 2022). Portanto, o marco regulatório da cidade fomenta o desenvolvimento de um espaço que favoreça a inovação, o empreendedorismo, a integração entre os diversos sistemas urbanos e ambientais voltados à qualidade de vida na cidade através do uso de tecnologias inteligentes que irão favorecer a qualidade de vida dos residentes.

Assim, o Quadro 10 apresenta alguns dos pontos que o PDM de Natal aborda sobre iniciativas que visam desenvolver a inteligência da cidade, e consequentemente do destino Natal, uma vez que reflete na qualidade de vida para o residente e no fornecimento de experiências de alta qualidade para o viajante (Koo *et al.*, 2019), princípio fundamental para o desenvolvimento dos destinos inteligentes, como defendido por Pinto (2018), Buhalis e Amaranggana (2014) e Kontogianni e Alepi (2020).

Quadro 10.

Elementos de fomento à inteligência da cidade.

Estratégias que visam gerar a inteligência da cidade
TÍTULO I - DA POLÍTICA URBANA E AMBIENTAL CAPÍTULO I - DOS PRINCÍPIOS, OBJETIVOS E DIRETRIZES Art. 4º - Diretrizes para atingir os objetivos do Plano Diretor. XIX – Harmonização do uso da cidade para obtenção da qualidade de vida de seus habitantes, compatível com o desenvolvimento sustentável, buscando a integração dos sistemas de Planejamento e Gestão com o conceito de meio urbano inteligente;
TÍTULO III - DOS SISTEMAS URBANOS E AMBIENTAIS CAPÍTULO I - DO SISTEMA DE ESPAÇOS LIVRES E ÁREAS VERDE Art. 166º - Os planos e projetos específicos de mobilidade urbana. I – Ao fortalecimento de uma rede de transporte coletivo acessível, de qualidade e ambientalmente sustentável por meio da implantação progressiva de tecnologias não poluentes e universalmente acessíveis, da integração física e tarifária, da melhoria das condições de conforto e segurança nos pontos de parada, da adoção de medidas de incentivo ao uso do sistema de transporte coletivo nos deslocamentos diários e por meio da implantação de soluções inteligentes de tecnologias de informação e comunicação; II – À redução das dificuldades de deslocamentos na cidade, causadas por barreiras físicas naturais, falta de acessibilidade, inclusive na informação, ou na presença de obstáculos arquitetônicos e urbanísticos, mediante infraestrutura de transposição e integração urbana, favorecendo e estimulando o uso de meios inteligentes pelo uso sistemático de tecnologias de informação e comunicação; III – À implantação de princípios e diretrizes que façam referência ao conceito de cidade mais inteligente

e humana, baseada no uso integrado e sustentável de tecnologias urbanas, soluções inovadoras e criativas para uma mobilidade mais ativa, mais acessível e menos dependente de modais motorizados.

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

Nesta perspectiva, em relação ao conhecimento das iniciativas que o destino Natal desenvolve visando tornar-se um DTI, abaixo segue relatos das opiniões dos entrevistados sobre as iniciativas:

Natal fez sua solicitação junto ao MTUR para se tornar um destino inteligente desde 2015. (Conselheiro 03)

O conselheiro 05 aponta que desde 2015 Natal iniciou as tratativas junto ao MTur para desenvolvimento de iniciativas de DTI. Porém, ao realizar a busca de informações sobre esta solicitação do destino junto ao MTur, não foi possível identificar tal ação, porém no mesmo ano, em 2015, a cidade de Natal aderiu à Rede Brasileira de Cidades Inteligentes e Humanas, em parceria com o Instituto Metrópole Digital da UFRN. A Universidade Federal do Rio Grande do Norte e a Prefeitura de Natal assinaram o Convênio de Cooperação Técnica, denominado “Natal, Cidade Inteligente e Humana”, para subsidiar as ações do município visando elevar o grau de inteligência da cidade. (UFRN, 2015).

O programa objetivava promover a cooperação no conhecimento e inovação, por meio de ações integradas para o desenvolvimento de soluções urbanas inovadoras, como segurança pública, mobilidade urbana, turismo, saúde, educação, entre outras áreas. (Prefeitura do Natal, 2015). Assim, conclui-se que há a possibilidade de o conselheiro ter se equivocado em mencionar a iniciativa entre os termos de “cidade inteligente” e “destino inteligente”.

Os conselheiros 05 e 08 também apontaram iniciativas que o destino Natal aderiu para desenvolver estratégias de transformação em DTI:

Conheço algumas ações, inclusive junto com a própria universidade, com o Sebrae, com o Instituto Metrópole Digital, com o próprio Senai, eu conheço, por exemplo, o Agenda 2021 para os candidatos ao último pleito do executivo de Natal. Conheço o trabalho que o Sebrae tem feito, conheço o trabalho, por exemplo, do Projeto “Brasil, essa é a nossa praia”, que agora fez inclusive um BI, um painel de informações de alguns destinos destaques. (Conselheiro 05).

O SEBRAE lançou junto com o BID o edital de Destino Turístico Inteligente e a Secretaria de Turismo do Município se inscreveu para

participar da seleção, estamos tratando junto com a Secretaria de Planejamento. (Conselheiro 08).

Conforme citado pelo conselheiro 05, o projeto “Brasil, essa é nossa praia” é uma iniciativa que surgiu da parceria entre o Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (DETUR/UFRN) e o Ministério do Turismo (MTur), que tem como objetivo geral orientar destinos turísticos quanto à implementação de ações de gestão responsável, incentivando a adoção de boas práticas em sustentabilidade por gestores públicos, comunidade local e turistas. (Portal CCSA | Brasil, Essa é a Nossa Praia, 2013). É uma importante iniciativa para desenvolvimento de fundamentos da sustentabilidade, governança e participação de diversas iniciativas no planejamento da atividade turística, principalmente por envolver a comunidade local no debate.

Já em relação à informação dada pelo conselheiro 08, a iniciativa em conjunto do Sebrae e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) visa apoiar o fortalecimento e a consolidação da estratégia de DTIs no Brasil. O edital foi lançado durante a 49ª ABAV EXPO, considerado o evento mais importante do turismo brasileiro e busca alcançar 10 destinos brasileiro, abarcando todas as regiões brasileira e de variados portes: pequeno (população estimada em até 50 mil habitantes), médio (até 100 mil habitantes) e grande (acima de 100 mil habitantes). Os destinos selecionados receberão o assessoramento para elaborar instrumentos de planejamento e para a implementação de ações-chave para sua consolidação como destinos turísticos inteligentes. Segundo o Sebrae, a metodologia é centrada na gestão de dados, inovação, sustentabilidade e experiência e isso contribuirá para que esses destinos tenham um novo posicionamento no mercado nacional e internacional, em consonância com o perfil dos novos viajantes. (Panrotas, 2022).

Portanto, as ações que o destino está desenvolvendo vão de encontro com o que os modelos de desenvolvimento de DTIs preconizados. É importante apontar que as estratégias de ação devem estar em consonância com as estratégias de governança, pois elevar o grau de inteligência do destino é um processo que deve ser planejado e não uma transformação da noite para o dia. (Ivars-Baidal *et al.*, 2019).

Assim, face ao exposto, a partir da percepção dos membros do CMTur, dos dados contidos nas atas de reuniões do mesmo e no Plano Diretor do município, é possível perceber que apesar de apontar iniciativas que fomentam a gestão participativa e integrada, ainda há barreiras para o desenvolvimento de um modelo consolidado de governança, conforme preconiza o modelo de DTI proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2019), bem como os demais

modelos de avaliação e desenvolvimento de DTI. Neste sentido, sugere-se que assim como consta no PDM, seja elaborado um plano estratégico com objetivos e ações para alcance de tal, visando um ambiente de inovação pautado na integração de dados e que possibilite o acesso a todos.

4.2.2. Sustentabilidade

Para Shafiee, Ghatari, Hasanzadeh e Jahanyan (2019) nos últimos anos o aumento da conscientização sobre os efeitos ambientais, culturais e econômicos do turismo nos destinos estimularam o surgimento de uma abordagem sustentável para a gestão dos destinos turísticos. Ainda segundo os autores, os destinos turísticos inteligentes devem garantir a sustentabilidade do destino por meio de uma gestão responsável, do uso otimizado de recursos e através do incentivo do desenvolvimento econômico regional. (Shafiee, Ghatari, Hasanzadeh & Jahanyan, 2019).

O Plano Diretor de Natal abarca questões do pilar da sustentabilidade, uma vez que trata o documento como instrumento básico da política de desenvolvimento urbano sustentável do município e em seu artigo 2º, o desenvolvimento sustentável é apontado como um princípio que fundamenta o plano, bem como o fomento dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e da Nova Agenda Urbana Mundial. O Quadro 11 apresenta as diretrizes da sustentabilidade defendidas pelo PDM de Natal.

Quadro 11.

Elementos de Sustentabilidade apontados no Plano Diretor de Natal.

Sustentabilidade
TÍTULO I - DA POLÍTICA URBANA E AMBIENTAL CAPÍTULO II - DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO SUSTENTÁVEL Art. 5º São diretrizes da Política de Desenvolvimento Socioeconômico Sustentável: I – Alcançar o crescimento econômico, com foco numa sociedade socialmente mais justa e igualitária, assegurando a redução das desigualdades sociais e regionais e a sustentabilidade ambiental; II – Promover o bem-estar aos cidadãos, com equidade e acessibilidade, tanto no desenvolvimento econômico para uma melhor qualidade de vida, quanto na inclusão social com foco na igualdade de oportunidades e no acesso ao serviço público de qualidade; III – Contribuir para a elevação da renda e da qualidade de vida da população; IV – Desenvolver a governança do Município, com foco no cidadão e na melhoria do ambiente de negócios; V – Promover o uso sustentável dos recursos naturais em consonância com o desenvolvimento econômico e social; VI – Fomentar o desenvolvimento da infraestrutura com foco no ganho de bem-estar social, na melhoria da

qualidade de vida, na acessibilidade e na sustentabilidade ambiental;

VII – Incentivar o Empreendedorismo Tecnológico, com foco em soluções urbanas criativas, acessíveis e inovadoras;

VIII – Apoiar a criação, difusão, apropriação e fomento das tecnologias sociais nas áreas prioritárias para o desenvolvimento do Município do Natal-RN;

IX – Edificar construções com material sustentável, compreendido como aqueles que atenuem os impactos ambientais, desde que esta característica sustentável seja comprovada mediante a apresentação de selo ou certificado;

X – Fazer a adoção de telhado verde, compreendido como a técnica usada em arquitetura, cujo objetivo principal é o plantio de árvores e plantas nas coberturas de residências e edifícios;

XI – Apresentar um plano de arborização e o plantio de árvores nativas de médio ou grande porte;

XII – proporcionar, quando oportuno e conveniente à Administração, incentivos para os cidadãos, empresa e empreendimentos que atendam aos requisitos estabelecidos nesta lei;

XIII – Adotar novas práticas de tecnologias e inovação em consonância com as políticas socioambientais;

XIV – Empreender esforços no sentido de modernizar e agilizar o licenciamento ambiental e urbanístico, objetivando rapidez e redução dos prazos de expedição de documentos;

XV - Propor ações que estimulem o uso sistemático da ciência, tecnologia e inovação, visando ao desenvolvimento social e à acessibilidade, com ênfase na geração de trabalho e renda, melhoria da qualidade de vida e promoção da cultura.

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

O capítulo II do Plano Diretor de Natal versa sobre o Desenvolvimento Socioeconômico Sustentável do município e o Art. 5º elenca as 15 diretrizes da Política de Desenvolvimento Socioeconômico Sustentável, supracitadas no Quadro 11, que vão em consonância com o que é percebido nos modelos de desenvolvimento de DTI, uma vez que tratam do desenvolvimento em seus três eixos: econômico, social e ambiental.

A percepção do destino turístico deve ser compatível com a dos seus residentes e ter padrões de sustentabilidade, ser responsável e respeitoso com a comunidade local, bem como com o próprio meio ambiente. (Cavalheiro, Joia & Cavalheiro, 2020). Neste sentido, ao contemplar as diretrizes de sustentabilidade no PDM, principalmente quando engloba os fatores econômico, social e ambiental, indica um esforço de desenvolvimento voltado com as atuais agendas mundiais, assim como o que preconiza os modelos de desenvolvimento de destinos inteligentes.

Em relação aos problemas urbanos associados à atividade turísticas, houve um consenso entre as opiniões dos conselheiros, apresentando similaridade do discurso. A Figura 11 apresenta a nuvem de palavras que contém os principais problemas urbanos apontados pelos conselheiros.

Figura 11.

Nuvem de Palavras dos problemas urbanos associados ao turismo.



Fonte: Iramuteq, dados da pesquisa (2023).

Neste sentido, dentre os problemas apontados pelos entrevistados, julgou-se importante apresentar as opiniões divididas em temas, a saber: infraestrutura, mobilidade, acessibilidade, segurança e qualificação profissional. No tocante aos problemas relacionados à infraestrutura, os conselheiros citam:

A questão da infraestrutura e eliminação pública ainda é um desafio.
(Conselheiro 02).

A questão urbana eu acho que nossa orla é um grande gargalo. Quando a gente pensa nos nossos estados vizinhos a nossa orla, eu digo não a praia, o mar, que tem um visual bonito e tudo mais, mas eu digo em termos de calçadão, faixa de praia. Ela deixa a desejar. Eu acho que essa questão do enrocamento de Ponta Negra que se arrasta há doze anos, quando a gente olha que fortaleza, que começou depois e já está pronto. (Conselheiro 07).

São quase todos. Vamos começar pela questão da infraestrutura. Acessos, esse é um grande problema. Transporte, segurança, iluminação, a preocupação ambiental. (Conselheiro 05).

O projeto da engorda é um serviço que, certamente, trará melhorias, porque a gente teria uma orla maior. Então, você tem que conduzir algumas ações diferentes, promover esporte, promover algumas coisas, e hoje, pela faixa muito curta de maré, a gente não tem, mas

precisa., como iluminar melhor, calçamento melhor, higiene melhor, uma gestão de lixo melhor, uma gestão de trânsito melhor.
(Conselheiro 02).

Os problemas citados vão desde iluminação pública até o acesso à praia através do calçadão, bem como o pouco espaço da faixa de areia que limita o acesso à praia, principalmente em vias de maré cheia, bem como causa problemas de desmoronamento do calçadão. A Figura 12 apresenta uma foto de 2012, que mostra o acesso à praia em maré cheia.

Figura 12.

Acesso à praia de Ponta Negra em situações de maré cheia.



Fonte: Tribuna do Norte (2012).

Conforme mencionado pelos Conselheiros 02 e 07, os projetos de enrocamento e engorda são apontados como possíveis soluções aos problemas de infraestrutura e acessibilidade em Ponta Negra, principal praia do destino Natal. O projeto de enrocamento visa construir uma parede de blocos de concreto pré-moldados numa faixa de dois quilômetros. Este processo é destinado à proteção contra efeitos erosivos causados pelos fluxos de água. A Figura 13 apresenta a execução da obra de enrocamento em Ponta Negra/RN, que tem previsão de seis a oito meses de obras.

Figura 13.

Obras de enrocamento na praia de Ponta Negra/RN.

**Fonte:** Tribuna do Norte (2022a).

Já o projeto de engorda da praia refere-se à execução de um alargamento na faixa de areia, com até 50 metros na maré cheia e 100 metros na maré seca. Atualmente, em situações de maré cheia, bares, barracas e banhistas ficam impedidos de frequentar a areia, conforme Figura 12 supracitada. (Tribuna do Norte, 2022b). A previsão do início das obras de engorda se dará na sequência da finalização das obras de enrocamento, que tem previsão de 06 a 08 meses para finalização.

Outro ponto citado foi a mobilidade, conforme apontado pelos Conselheiros 05 e 11, detalhados abaixo:

A questão do transporte, o transporte é péssimo, as interligações são horríveis, os horários são ruins, as nossas paradas são ruins. (Conselheiro 05).

Pavimentação das ruas de Ponta Negra é um caso sério, não é só pavimentação, é uma questão do tráfego em si de Ponta Negra, que está travado. Ponta Negra está em uma hora de pico de 8h às 10h da manhã e agora mais ou menos para o final da tarde ele para. (Conselheiro 11).

Ao analisar as atas das reuniões do CMTur foi possível constatar que as obras de enrocamento e de engorda de Ponta Negra são sempre debatidas nas reuniões do conselho, conforme pode ser encontrado nas 3 atas (XXV, XXVII e XXVIII) que o pesquisador teve acesso. Os conselheiros sempre cobrando retorno sobre prazos e reforçando a importância das obras para o pleno funcionamento da atividade. A mobilidade urbana também é um tema que tem sido debatido constantemente, a XXVII Reunião do Conselho de Turismo de Natal

(2022) teve a mobilidade urbana como pauta principal. Os conselheiros debateram sobre os problemas que ocorrem nas principais vias de acesso da praia de Ponta Negra, como falta de sinalização, largura das pistas, estacionamento irregular, bem como os problemas de congestionamentos ocasionados pelos semáforos que não trabalham em sincronização. Percebe-se que os mesmos problemas já haviam sido apontados em outros encontros do conselho, como na XXV Reunião do Conselho de Turismo de Natal de 2021.

Problemas como congestionamento são comuns em grandes cidades, principalmente quando há o crescimento desordenado. Um destino é tido como inteligente quando investe em soluções que visam oferecer infraestrutura de transporte por todo destino (Sebrae, 2022), focado na melhoria da mobilidade e da conectividade aérea e de estradas que levem ao destino, identificando a disponibilidade de infraestrutura e de meios de transporte existentes (Ministério do Turismo, 2022c), focado no planejamento de transporte multimodal que haja a conectividade com aeroportos, rodoviárias e outros meios de transportes (AENOR, 2016; INVAT.TUR, 2015).

Neste sentido, ao analisar o PDM de Natal, foi possível identificar a política de mobilidade urbana contida no marco regulatório, conforme descrito no Quadro 12.

Quadro 12.

Elementos de Mobilidade apontados no Plano Diretor de Natal.

Mobilidade
TÍTULO III - DOS SISTEMAS URBANOS E AMBIENTAIS CAPÍTULO II - DO SISTEMA DE INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS URBANOS Art. 166. Os planos e projetos específicos de mobilidade urbana deverão acatar o Plano Municipal de Mobilidade Urbana (Lei 2.587/2012 e suas alterações posteriores), instrumento básico da Política de Mobilidade Urbana, atendendo: I – ao fortalecimento de uma rede de transporte coletivo acessível, de qualidade e ambientalmente sustentável por meio da implantação progressiva de tecnologias não poluentes e universalmente acessíveis, da integração física e tarifária, da melhoria das condições de conforto e segurança nos pontos de parada, da adoção de medidas de incentivo ao uso do sistema de transporte coletivo nos deslocamentos diários e por meio da implantação de soluções inteligentes de tecnologias de informação e comunicação; II – à redução das dificuldades de deslocamentos na cidade, causadas por barreiras físicas naturais, falta de acessibilidade, inclusive na informação, ou na presença de obstáculos arquitetônicos e urbanísticos, mediante infraestrutura de transposição e integração urbana, favorecendo e estimulando o uso de meios inteligentes pelo uso sistemático de tecnologias de informação e comunicação; III – à implantação de princípios e diretrizes que façam referência ao conceito de cidade mais inteligente e humana, baseada no uso integrado e sustentável de tecnologias urbanas, soluções inovadoras e criativas para uma mobilidade mais ativa, mais acessível e menos dependente de modais motorizados.

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

A segurança também é citada como um problema urbano associado às deficiências turísticas do destino, conforme relato dos Conselheiros 08 e 11.

A infraestrutura da orla como um todo e um pouco de segurança. (Conselheiro 08).

A questão da segurança em si, tem pequenos furtos, principalmente na beira mar, final de tarde é bem complicado. (Conselheiro 11).

Na XXV Reunião do Conselho de 2021 fala-se da segurança da cidade e dos principais pontos turísticos, onde é posto os problemas de segurança, principalmente no tocante a assaltos e pequenos furtos nos pontos turísticos. Os conselheiros discutem a necessidade do investimento na tecnologia para monitoramento com imagens e manutenção da segurança, principalmente nos principais pontos turísticos, visando minimizar a insegurança relatada por alguns turistas.

No tocante à segurança, no modelo de desenvolvimento de DTI, proposto pelo SEGITTUR (2015) prevê que o sucesso do DTI considera a segurança como um serviço essencial para agregar valor à atividade, não só para os turistas, mas para os residentes. Assim, considera o desenvolvimento de sistemas inteligentes que visam melhorar a segurança pública, como o videomonitoramento remoto em áreas inseguras, relatórios policiais eletrônicos ou sensores de localização. Tais sistemas melhoram a percepção tanto dos moradores, quanto dos visitantes em relação a questão de segurança associada ao turismo, tais como crimes, roubos e prostituição. (SEGITTUR, 2015).

Outro fator apontado como problema urbano foi a presença do setor informal na atividade turística.

A gente tem muita informalidade na praia, muitos ambulantes, muita informalidade nas barracas, comida de baixa qualidade, preços exorbitantes para a qualidade da oferta. Muito problema de carros estacionados naquelas vias (Ponta Negra), impedindo o ônibus turístico de passar. (Conselheiro 02).

A questão dos ambulantes dificulta muito no aspecto de organização mesmo, de uma melhor organização de funcionalidade, de prestação de serviço de turista. É muito desagradável. Você está ali, senta numa cadeira ali na praia, você fica mais dizendo “não, obrigada!”, “não, não quero!”, “não, obrigada”, do que usufruindo da beleza natural. Acho que alguns aspectos de limpeza urbana ainda ficam a desejar em algumas áreas da cidade. (Conselheiro 07).

Na ata da XXVII Reunião do Conselho de Turismo de Natal (2022) discute-se a dificuldade com os ambulantes e a organização da orla, principalmente no tocante às avaliações dos turistas em plataformas de compartilhamento de opiniões, como o TripAdvisor, que apontam como principal problema o assédio de ambulantes na orla das praias. O presidente da sessão reitera sobre a última reunião que também discutiram o tema, porém não houve nenhuma mudança significativa desde então, porém cita que com a criação do decreto que visa a regulamentação dos ambulantes, espera que a forma de atuação bem como os problemas de abordagens seja minimizada.

Como ação do projeto de ordenamento da orla de Natal, em julho de 2022, a Prefeitura de Natal por intermédio da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (Semsur) realizou a legalização e emitiu autorização para 204 ambulantes e vendedores atuarem no calçadão e na faixa de areia da praia. (Prefeitura do Natal, 2022a).

Além da informalidade dos ambulantes, outro ponto discutido em todas as reuniões do conselho, que tiveram as atas analisadas, é a presença de prestadores de serviços de forma ilegal, como bugueiros e guias não credenciados, assim como as vendas ilegais de passeios. Em sua maioria os problemas são apontados pelos Sindicatos de Bugueiros e Guias de Turismo, que são os representantes do conselho que estão na linha de frente de atuação e que são os principais afetados com tais problemas e segundo os representantes os problemas ocorrem devido à falta de fiscalização dos órgãos competentes. Há um debate entre o que pode ser feito, mas nada que aprofunde nas negociações, e como sugestão ao problema das vendas ilegais o secretário de turismo sugere o retorno da venda de vouchers eletrônicos e pela construção de um ponto de encontro dos bugueiros para saída dos passeios.

Associado à informalidade, o conselheiro 05 apontou as deficiências em qualificação da mão de obra.

Os nossos serviços ainda são muito deficitários. De atendimento mesmo ao cliente, a gente precisa resolver essas questões.
(Conselheiro 05).

A falta de visão dos nossos empresários em entender que todos fazem parte, desde o dono da farmácia até o dono de uma loja de sapatos, e eles não conseguem ter essa compreensão. Em relação aos nossos gestores, eles precisam de capacitação turística, porque não é achar que você trabalhou cinquenta anos no turismo, que você sabe o que é

turismo, sabe planejar e sabe gerir. Turismo não é assim.
(Conselheiro 05).

A respeito da informalidade, a qualificação é a chave para lidar com o desemprego e a informalidade e conforme defendem Bakici, Almirall e Wareham (2013), os destinos devem investir em capital humano visando fomentar a capacidade de aprendizagem e inovação de um destino, uma vez que profissionais altamente qualificados constituem uma condição essencial para a criação de aplicações turísticas inteligentes.

Dando continuidade à identificação dos problemas urbanos apontados nas entrevistas, os Conselheiros 01 e 09 sinalizam obstáculos no tocante à acessibilidade, conforme relatados abaixo:

Um dos maiores é o da inclusão, da acessibilidade. Eu trabalho muito com clientes com necessidades especiais [...] a maioria dos hotéis, restaurantes, enfim os equipamentos e monumentos turísticos não estão preparados para receber o turista que tem essa necessidade.
(Conselheiro 01).

Como em qualquer cidade de porte maior, acho que a questão de acesso, de acessibilidade, de segurança pública. Eu acho que manutenção e controle dos atrativos, especialmente dos que possuem uma certa fragilidade. (Conselheiro 09).

A pauta da acessibilidade foi discutida na XXV Reunião do Conselho de Turismo de Natal (2021), o representante do Sindicato das Empresas de Turismo do RN põe sobre a mesa os problemas enfrentados pelos turistas, principalmente no embarque e desembarque dos passeios e nos hotéis e a falta de fiscalização pelos órgãos competentes a respeito dos veículos estacionados de forma irregular. Apesar de ser um tema de relevância, principalmente por ser um pilar base dos modelos de desenvolvimento e avaliação de DTI, as discussões sobre o tema não são aprofundadas.

A acessibilidade é um dos princípios que fundamentam o PDM de Natal, o Artº 2 traz nos incisos III e IX os princípios de Acessibilidade, Equidade e Inclusão Social e Territorial; e Acessibilidade como Função Social, respectivamente. O Plano prevê a garantia de acessibilidade para todos os cidadãos, bem como coloca como diretriz para atingir estes objetivos, a utilização de instrumentos urbanísticos e ambientais que respeitem a normativa de acessibilidade e acompanhem a dinâmica da cidade;

Ainda no tocante à acessibilidade, os conselheiros foram questionados sobre o conhecimento de iniciativas desenvolvidas pelo destino que visem promover a acessibilidade.

Para a acessibilidade, no novo plano de engordamento da Praia de Ponta Negra, está contemplado uma parte do projeto para essa questão de acessibilidade, muito embora Natal esteja muito aquém de qualquer outro destino turístico. (Conselheiro 12).

Algumas ações foram conduzidas ano passado para melhorar as calçadas do centro da cidade, no centro histórico, acaba tendo uma relação com o Centro Histórico, mas não era uma ação específica de turismo, que acabou resvalando alguma coisa. (Conselheiro 06)

Nós tínhamos o “Natal Mais Praia”, eu acho que era uma coisa assim, que era justamente a tentativa de trabalhar a questão da acessibilidade para as pessoas com deficiência, mas era assim, uma vez por mês se botava na praia de Ponta Negra, umas cadeiras adaptadas para as pessoas tomarem banho. (Conselheiro 05).

Sim, a gente tem junto a Sociedade Amigos do Deficiente Físico, trabalhamos juntos desde 2017 com o programa “Natal Praia Inclusiva” em Ponta Negra. Programa gratuito todos os finais de semana para quem tem limitação motora e mental. (Conselheiro 08).

A Figura 14 apresenta a placa de sinalização do projeto Natal Praia Inclusive, localizada na Praia de Ponta Negra/RN.

Figura 14.
Projeto Natal Praia Inclusiva.



Fonte: Portal Grande Ponto (2019).

O projeto “Natal Praia Inclusiva”, realizado pela Sociedade Amigos do Deficiente Físico (SadeF-RN), tem como objetivo garantir o acesso ao lazer, através da equiparação de oportunidade entre pessoas com deficiência, idosos e pessoas com baixa mobilidade no lazer; promover banho de mar assistido e a prática esportiva (quadra para prática de vôlei sentado, Stand up paddle, caiaque e futebol adaptado). Todas as atividades são gratuitas e ocorrem todos os finais de semana na praia de Ponta Negra durante as manhãs dos sábados e domingos. (Portal Grande Ponto, 2019). A atividade ainda é praticada atualmente no destino.

Percebe-se que o destino tem poucas ações que visam a acessibilidade, inclusão e sustentabilidade, e é importante frisar que como defendem Neiva *et al.* (2021), a sustentabilidade não é encarada apenas como a conservação de recursos naturais, mas abarca fatores como a visão econômica e social, bem como a acessibilidade, que não se limita apenas a facilidade de acesso físico, mas também digital, com a disponibilização de informações do destino. Logo, estabelecer uma plataforma de turismo sustentável e inteligente é uma oportunidade para os destinos serem mais competitivos. (Shafiee *et al.*, 2019).

4.2.3. Inovação

O Manual Operacional para a configuração de destinos turísticos inteligentes da INVAT.TUR (2015, p. 85) define inovação como “qualquer mudança baseada no conhecimento que gera valor”. No plano de transformação da INVAT.TUR, a inovação é identificada como uma fonte de vantagem competitiva, que permite uma melhor adaptação

ao ambiente e o aproveitamento de novas oportunidades de negócios, sendo um fator chave para a competitividade sendo a tecnologia uma das principais fontes de inovação.

Ainda segundo INVAT.TUR (2015), os destinos turísticos inovadores aumentam sua eficiência, satisfazendo melhor as necessidades da demanda e adaptando-se com mais garantias à evolução do mercado turístico.

Nesta perspectiva, buscou-se colher a opinião dos membros do conselho acerca de iniciativas de inovação que o destino Natal realiza. Os conselheiros 12 e 04 tem a mesma opinião ao apontar a iniciativa de Place Branding como um fator de inovação que o destino Natal está desenvolvendo.

No final do ano passado, foi contratado uma consultoria do Governo de Florianópolis, para fazer um place branding de Natal. Essa ação, sem dúvida, foi uma das ações mais efetivas que eu vi, apesar dela não estar em campo ainda. (Conselheiro 12).

Fizeram trabalho de place branding, mas enfim, eu não vou chamar de inovador, mas vamos dizer que é um trabalho recente que eu achei interessante, trabalhos educacionais eu vejo muito, enfim, mas eu vou te dizer, ele é um destino muito complexo, inovador, tem um trabalho, como eu te falei, tem o projeto Orla, mas eu não sei até que ponto é inovador. (Conselheiro 04).

O conceito de Place Branding pode ser definido como o marketing que valoriza as características de uma determinada localidade, é tido como um processo de potencialização da identidade de um lugar, de acordo com as particularidades da região. A marca está sendo desenvolvida pelo Instituto de Design, Inovação e Tecnologia (IDIT), de Santa Catarina, e está sendo financiada através da parceria da Prefeitura do Natal e Sebrae-RN, conforme mencionado por um dos conselheiros. (Tribuna do Norte, 2022c). Neste sentido, a Figura 15 retrata a apresentação da marca Natal para representantes do setor turístico, comercial e cultural da capital potiguar que ocorreu em dezembro de 2022.

Figura 15.

Apresentação do projeto 'Place Branding' do destino Natal/RN



Fonte: Tribuna do Norte (2022c).

Assim, ao buscar desenvolver o Place Branding de Natal, o destino busca consolidar a identidade do lugar para ser utilizada como estratégia de marketing do destino, visando impulsionar a identidade da cidade e consequentemente do destino.

Como outro fator de inovação apontado, o conselheiro 09 ressalta o interesse da transformação de inteligência do destino.

No momento só posso recordar do interesse da cidade em participar da seleção do edital do Banco Interamericano de Desenvolvimento com o Sebrae Nacional para transformação do destino em Destino Turístico Inteligente através da consultoria e suporte que será dado.
(Conselheiro 09).

Ao consultar o PDM de Natal foi possível identificar alguns elementos presentes no marco regulatório que remetem a ações que visam gerar inovação para a cidade. O Quadro 13 apresenta os elementos de inovação que são compreendidos no plano.

Quadro 13.

Elementos de Inovação apontados no Plano Diretor de Natal.

Inovação
TÍTULO I - DA POLÍTICA URBANA E AMBIENTAL CAPÍTULO I - DOS PRINCÍPIOS, OBJETIVOS E DIRETRIZES Art. 4º - Diretrizes para atingir os objetivos do Plano Diretor. XIII – Criação de um sistema de planejamento de modo a tornar participativos, transparentes e democráticos o planejamento, a gestão e a aplicação deste Plano, incentivando o uso da Ciência, Tecnologia e Inovação nas práticas de gestão do solo urbano, em suas políticas setoriais;
CAPÍTULO II - DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO SUSTENTÁVEL

Art. 5º São diretrizes da Política de Desenvolvimento Socioeconômico Sustentável:

XIII – adotar novas práticas de tecnologias e inovação em consonância com as políticas socioambientais;

XV - Propor ações que estimulem o uso sistemático da ciência, tecnologia e inovação, visando ao desenvolvimento social e à acessibilidade, com ênfase na geração de trabalho e renda, melhoria da qualidade de vida e promoção da cultura.

TÍTULO IV - DA GESTÃO DEMOCRÁTICA DO PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL E DOS FUNDOS MUNICIPAIS**CAPÍTULO I - DO SISTEMA DE GESTÃO DEMOCRÁTICA E PLANEJAMENTO URBANO E AMBIENTAL DO MUNICÍPIO****Art. 228. O Sistema de Planejamento e Gestão Urbana do Município**

Parágrafo único. A participação da população será assegurada por representantes do Poder Público e da sociedade civil organizada, por meio da indicação por seus pares, mediante composição paritária, garantindo os critérios de diversidade, pluralidade e representatividade

Art. 230. São atribuições do Órgão Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente, além daquelas que lhe competem pela legislação aplicável:

I - Coordenar a elaboração do Plano Diretor e suas revisões, de forma participativa;

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

Com viés de inovação e seguindo as diretrizes do PDM de Natal, em 2021 a Prefeitura do Natal, por intermédio da Secretaria Municipal de Planejamento inseriu Natal à Rede Nacional de Governo Digital passando a integrar a diversas outras cidades e estados do país que desejam avançar na prestação de serviços digitais. Para a Prefeitura do Natal (2021), esta ação é um marco na luta pela inovação da capital, que passa a ofertar serviços públicos digitais e a simplificar o atendimento aos usuários desses serviços.

Para Cavalheiro *et al.* (2020) o objetivo global de um DTI é o desenvolvimento de uma plataforma de informação turística integrada e cooperativa, que suporte toda a experiência turística e todas as fases do negócio, gerando assim inovação e competitividade para o destino.

4.3. Nível Instrumental

Gretzel (2022) defende que o turismo inteligente constitui uma mudança de paradigma na compreensão do papel da tecnologia no turismo, na conceituação dos dados do turismo, no pensamento sobre a (co)criação de valor entre várias partes interessadas da atividade, na valorização da importância da governança do destino e no mapeamento de caminhos de desenvolvimento futuros para os destinos.

O Nível Instrumental do modelo de (Ivars-Baidal *et al.*, 2016) engloba os eixos de sistema de informação e conectividade e sensores, pilares essenciais para desenvolver soluções inteligentes que possibilitem gerar dados que auxiliem a tomada de decisões nos níveis estratégico e aplicado do modelo. Com a estratégia do destino turístico alinhada entre cidadãos, organizações e governo, uma infraestrutura de TIC inteligente é capaz de aliviar alguns desafios, como a comunicação e coordenação entre os múltiplos stakeholders espalhados pela cadeia produtiva do destino (Cavalheiro *et al.*, 2020), assim como favorecer a personalização de serviços aos turistas (Lee, 2017).

4.3.1. Sistema de Informação

Para Corrêa e Gosling (2020), as TICs correspondem à infraestrutura tecnológica necessária às experiências inteligentes. Portanto, ela reúne recursos da tecnologia disruptiva que faz os destinos inteligentes serem inovadores, tecnologias como Internet aberta, IoT, Big Data, aplicativos para dispositivos móveis. Cavalheiro *et al.* (2020) corroboram com este pensamento e afirmam que o uso de sistemas de informação possibilita aumentar a competitividade dos destinos através de uma melhor utilização dos seus recursos dotados, bem como da identificação e criação de outros.

Ao analisar o marco regulatório da cidade, o Plano Diretor, foi possível identificar elementos de sistemas de informação presentes no plano. O Quadro 14 apresenta os principais pontos identificados.

Quadro 14.

Elementos de Sistema de Informação apontados no Plano Diretor de Natal.

Sistema de Informação
TÍTULO III - DOS SISTEMAS URBANOS E AMBIENTAIS CAPÍTULO VI - DO SISTEMA DE INFORMAÇÕES URBANAS E AMBIENTAIS Art. 224. O Sistema de Informações Urbanas e Ambientais visa a organizar, integrar, compartilhar e disponibilizar informações sobre os Sistemas Urbanos e Ambientais e está interligado ao Sistema Nacional de Informação sobre Meio Ambiente – SINIMA. Art. 225. O Sistema de Informações Urbanas e Ambientais manterá dados sobre o meio físico, biológico e antrópico do Município, além de dados de quaisquer atividades que tenham relação com a gestão urbana e ambiental. Art. 226. O sistema eletrônico de planejamento integra o sistema objeto deste Capítulo e deve unificar o envio e a publicação de informações relativas à leitura da cidade, devendo conter, no mínimo, dados de licenciamento, de acessibilidade, de uso dos instrumentos, de arborização e de fundos, de equipamentos, de solicitação de cessão de terrenos, e ser disponibilizado em portal acessível na internet. Art. 227. O sistema eletrônico de planejamento deverá ser integrado entre todas as Secretarias do Município e permitir a transparência com os dados de leitura da cidade, configurando-se como instrumento essencial de planejamento.

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022).

É possível perceber que há o fomento da criação e uso de ferramentas de gestão com suporte de sistemas de informação para apoiar o planejamento, bem como possibilitar a transparência, unificação e integração dos dados. Como apontam Borges-Tiago, Veríssimo & Tiago (2021), a tecnologia é uma infraestrutura básica que dá suporte à criação de valor para destinos inteligentes. O uso crescente da tecnologia no turismo alterou a forma como empresas deste segmento acessam as informações e se comunicam com os clientes, bem como transformou a experiência turística. (Koo *et al.*, 2017).

De acordo com Neiva *et al.* (2021), nos destinos inteligentes, a gestão volta-se para à otimização dos recursos por meio do uso de tecnologias aplicadas, que possibilitam um controle maior do destino sobre a atividade em todas as fases da viagem, seja antes, durante e depois da chegada do turista.

Nesta perspectiva, buscou-se captar a percepção dos membros do CMTur sobre a importância das tecnologias da informação e comunicação para o desenvolvimento do destino turístico. Desta forma, para compreender a opinião dos conselheiros, será apresentado trechos da fala das entrevistas:

O mundo hoje ele caminha para essa questão da informática, da questão eletrônica. Eu acho que isso é o principal meio de divulgação, além dele ser bom, prático e é rápido. Então você atinge muito rápido o propósito ao qual você procura. (Conselheiro 12).

Acredito que auxilia sobre segurança, sobre a gestão, transporte, e a respeito da informação, o estado, nesse sentido, sai com uma ferramenta que é óbvio que é trabalhada conosco, que é o Sírío, então lá eu tenho um trabalho de estatística inferencial, algoritmos avançados, já pra buscar perfil, mas é do estado. (Conselheiro 04).

Temos um mundo conectado, uma geração que cada vez mais tem acesso a novas tecnologias, temos que nos adaptar e sermos cada vez mais tecnológicos, assim considero de suma importância que o destino aposte na tecnologia. (Conselheiro 03).

As tecnologias de informação são importantes porque sem informação não há turismo. E o turista hoje, ele muda a sua postura antes de conhecer o destino e logo, ele pesquisa, ele dá uma de Hauser, que

são aqueles turistas virtuais. Ele não chega mais no destino sem saber nada sobre ele, como a gente antigamente chegava, que vivia comprando aquelas revistas de viagem, ou pegava aqueles mapas turísticos e ia desbravar. [...] Mas as tecnologias de informação não são só isso, não são apenas a internet. Elas podem ser utilizadas também nos próprios restaurantes, nas próprias cozinhas, nos próprios hotéis, nas próprias agências. Os seus softwares de inteligência, de gestão, também estão inclusos nessa questão. (Conselheiro 05).

Foi unânime a opinião entre os conselheiros sobre a importância das TICs para o planejamento e desenvolvimento do destino, bem como para elevar o grau de inteligência dele. Assim, ainda sobre a tecnologia, os conselheiros foram questionados sobre iniciativas voltadas para o fomento de ações que tenha foco em busca de informações sobre o destino, bem como ações de dados abertos ou big data desenvolvidas pelo destino para dar suporte a gestão do destino, destacou-se os seguintes trechos das entrevistas com os conselheiros:

O Sírrio como falei, é uma iniciativa de dados abertos que todos podem ter acesso. A plataforma reúne informações de diversas fontes e foi desenvolvida pela EMPROTUR e Fecomércio/RN em parceria. (Conselheiro 02).

Conheço o Sírrio, e conheço também o trabalho que foi feito do Sebrae de levantamento, né, mas viu e tem, você vai ter dado de Natal, né, como eu te falei, é meio que um rebate desse trabalho que o Estado já está fazendo. (Conselheiro 04).

Temos o Sírrio, apesar de não ser propriamente de Natal, mas o destino se beneficia, até por ser a capital e principal portão de entrada do turismo potiguar. Temos o observatório de turismo, porém também não é iniciativa do destino, mas que bebe dessa fonte. (Conselheiro 05).

Dos 12 entrevistados, apenas 2 não citaram o Sírrio como iniciativa de sistemas de informação. Neste sentido, faz-se necessário apresentar a iniciativa.

Figura 16.

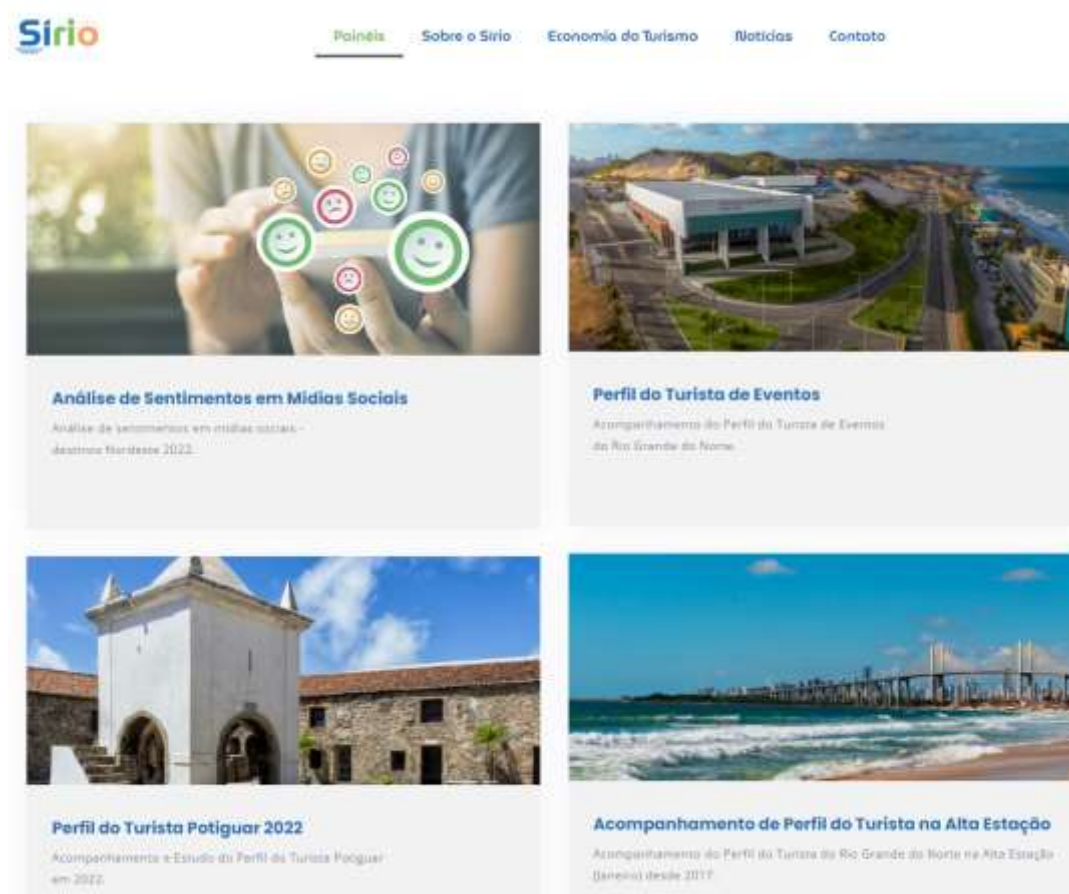
Sírío – Sistema de Inteligência Turística do RN.

**Fonte:** EMPROTUR. (2021a).

O Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte, conhecido como Sírío, é uma plataforma pública, com dados relacionados ao turismo potiguar e nasceu fruto da parceria entre o Sistema Fecomércio RN, com a participação do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos da Federação e do Senac RN, com o Governo do Estado, por meio da Empresa Potiguar de Promoção Turística. As informações no Sírío são disponibilizadas na plataforma por meio de dashboards interativos de Business Intelligence (BI) com uma interface com painéis e relatórios próprios. (EMPROTUR, 2021a).

Em seu lançamento em 2021, o Sírío contava com quatro painéis, contudo após a fase inicial de implantação outros painéis foram desenvolvidos e atualmente é composto por nove área de análises de dados, sendo elas: Análise de Sentimentos em Mídias Sociais; Perfil do Turista de Eventos; Perfil do Turista Potiguar; Acompanhamento de Perfil do Turista na Alta Estação (Figura 17); Perfil de Demanda Turísticas 2021; DEL Turismo; Perfil e Demanda Turística 2021; ANAC (Figura 18) e o painel Prestadores de Serviços Turísticos (Figura 19).

Figura 17.
Sírio – Painéis do Sírio - 1º bloco.



Fonte: EMPROTUR. (2021a).

O painel “Análise de Sentimento em Mídias Sociais” realiza uma análise feita a partir da avaliação de menções e comentários em mídias sociais (Facebook, Instagram e Twitter) bem como pelo Youtube e no TripAdvisor que envolvam os destinos do Nordeste. É possível, a partir do painel, realizar um olhar 360° sobre a reputação do destino.

Entre outras vantagens, essa estratégia pode auxiliar o destino a melhorar o relacionamento com os visitantes, bem como facilitar a gestão de crises de imagem de Natal como destino turístico. Para a gestão do destino, a análise de sentimento pode auxiliar a identificar pontos fracos, tomar decisões mais efetivas e solucionar cenários negativos apontados pelo visitante. Logo, o painel configura-se como uma importante ferramenta para auxiliar na gestão, voltado para inteligência dos dados que serve como base de consulta para os diversos atores da cadeia produtiva do turismo.

O segundo painel do Sírio chamado de “Perfil do Turista de Eventos” realiza o acompanhamento do perfil de turistas do segmento de eventos do Rio Grande do Norte, onde é possível acessar dados de identificação do público deste segmento, tais como: gênero, faixa

etária, gasto médio com serviços de hospedagem, alimentação, transporte e compras, tipo de serviços utilizados (hotelaria, alimentação, meios de transportes, etc), além de dados sobre avaliação realizada pelos serviços utilizados durante a estadia no destino.

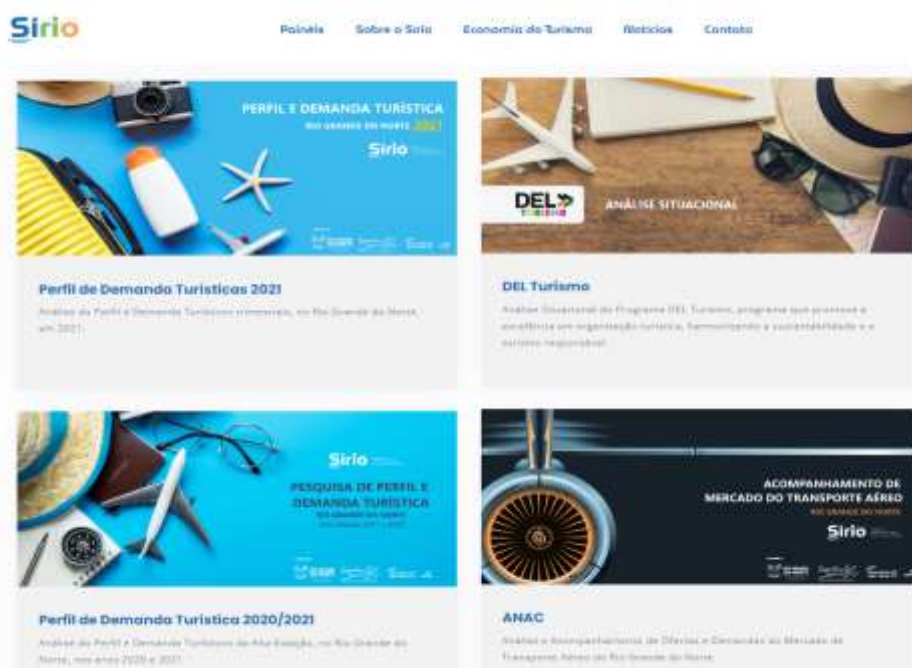
O painel “Perfil do Turista Potiguar 2022” tem foco em análises voltadas para o perfil dos visitantes do Rio Grande do Norte. O painel pauta-se em análises baseada em três momento da viagem: antes, durante e depois da visita, com elementos que identificam os motivos da escolha do destino; antecedência de decisão de viajar para o destino; quais canais de informação buscou para escolher o destino; quais meios de transporte utilizou para chegar e pretende utilizar para se locomover; meios de hospedagem utilizados; pretensão de gasto na viagem; E para análise do pós-viagem, elementos voltados para o feedback do visitante.

Já o painel “Acompanhamento do Perfil do Turista na Alta Estação”, como o nome sugere, realiza o acompanhamento do perfil do turista do Rio Grande do Norte na temporada da alta estação e vem sendo realizado desde 2017. Cabe ressaltar que o Sírío só foi lançado em 2021, porém a análise já era realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do RN - Fecomércio/RN e com o lançamento do Sírío, esta análise passou a ser um painel de do sistema de inteligência turística.

A Figura 18 apresenta mais quatro painéis do Sírío, sendo eles: Perfil de Demanda Turísticas 2021; DEL Turismo; Perfil e Demanda Turística 2020/2021 e ANAC.

Figura 18.

Sírío – Painéis do Sírío - 2º bloco.



Fonte: EMPROTUR. (2021a).

turismo, logo, por ser alimentado com dados do Cadastur, o painel é uma fonte confiável para o turista, bem como outros prestadores de serviço.

Portanto, como defende Xiang (2018), devido aos avanços tecnológicos dos últimos anos, agora existem possibilidade de acessar uma variedade de dados em tempo real, em maior quantidade e de diversos formatos, sendo possível conectar todos os atores que formam o complexo sistema de turismo. Nesta ótica, o SÍRIO se encaixa como um sistema de informação que apresenta ferramentas, de forma aberta, dados que podem auxiliar a gestão do destino no planejamento de ações.

Ainda sobre o SÍRIO, o conselheiro 02 destaca a importância da plataforma:

Acho que hoje a ferramenta criada pela EMPROTUR e Fecomércio, o SÍRIO, é o ponto partida para qualquer gestor público que queira fazer propaganda ou promoção turística, ele já nos dá um norte considerável, não tem todas as informações, que é um sistema muito novo e carece também de que as entidades abasteçam o sistema com dados. (Conselheiro 02).

Vale salientar, que conforme apontado por alguns conselheiros, o SÍRIO não é uma iniciativa exclusiva do destino Natal, mas do Governo do Estado. Porém, por ser a capital e um dos principais destinos do estado, acaba recebendo maiores dados.

Destarte, conforme defendem Albuquerque *et al.* (2022), a partir das definições e orientações sobre os sistemas de gerenciamento de informações e tecnologias dos modelos de desenvolvimento de DTI propostos pelo INVAT.TUR e SEGITTUR, o SÍRIO é uma ação de destaque para o Rio Grande do Norte na consolidação do destino como um Destino Turístico Inteligente. Ainda segundo os autores, os dados do SÍRIO são importantes para a gestão do destino e os atores envolvidos na cadeia turística, uma vez que possibilita a partir da extração e análise dos dados, compreender o perfil do visitante do estado de modo a auxiliar na tomada de decisão. (Albuquerque *et al.*, 2022).

Como versa o Plano Diretor de Natal, fomentar iniciativas de sistemas de informação que integrem e sejam transparentes, envolvendo a participação de diversos atores é um princípio fundamental para o desenvolvimento da cidade. Desta forma, o sistema de inteligência desenvolvido, apesar de não ser uma iniciativa da cidade, é uma plataforma que pode proporcionar algum grau de inteligência para o destino, uma vez que sua base é formada por diversas fontes externas que auxiliam no fluxo das informações, e corroboram com o que preconizam os modelos de avaliação e desenvolvimento de destinos inteligentes.

Dando continuidade na dimensão de sistemas de informação, o conselheiro 03 citou o aplicativo voltado para demandas da população natalense.

Natal tem um projeto chamado “Natal Digital”, mas não disponho de informações suficientes para comentar. (Conselheiro 03).

O aplicativo “Natal Digital”, disponível para os sistemas Android e IOS, está em atividade desde fevereiro de 2020 e tem a finalidade de melhorar e ampliar a comunicação da administração pública municipal com a população natalense. A Secretaria Municipal de Planejamento - Sempla é o órgão que cuida da área de tecnologia na gestão municipal e responsável pelo aplicativo. A Figura 20 apresenta o aplicativo “Natal Digital”.

Figura 20.
Aplicativo Natal Digital.



Fonte: Prefeitura do Natal (2022b).

Segundo a Prefeitura de Natal (2022b), em julho de 2022 o aplicativo Natal Digital atingiu a marca de 100 mil downloads, que segundo a prefeitura, demonstra que o público usuário vem aprovando essa forma de acessar os serviços oferecidos pela Prefeitura do Natal. Além de notícias, no aplicativo o usuário tem acesso ao agendamento do Cadastro Único, atendimento na STTU, solicitação de serviços de iluminação, Cartão do Artesão, acionamento da Defesa Civil, mapa de pontos de Wi-Fi gratuito, solicitação de serviços de tapa-buraco e outros. (Prefeitura do Natal, 2022b). O aplicativo é voltado para os residentes, com serviços oferecidos pela prefeitura, porém é possível obter informações sobre os principais pontos turísticos da cidade, bem como informações sobre acesso ao transporte público como linhas de ônibus e horários.

Nesta perspectiva, a iniciativa do aplicativo voltado para população é salutar, uma vez que possibilita acesso a informações e serviços de forma gratuita, online e a qualquer

momento, assim como pode ser utilizado por turistas para obter informações sobre o destino, como também informações pertinentes ao uso de transportes públicos, ambos os envolvidos sendo beneficiados.

Esta visão também é compartilhada pelos membros do conselho, conforme opinião do conselheiro 09, destaca abaixo:

Todo e qualquer desenvolvimento tem que chegar primeiro para a população para que na sequência tenha êxito para o turista. Uma cidade pronta para a população o turista chega junto. (Conselheiro 10).

É fundamental ter dados para que você possa analisar e tomar decisões, então, é importante, acho que para qualquer destino que exista uma ferramenta de gestão dos dados, que você possa poder gerir melhor os atrativos, poder direcionar de repente um determinado fluxo para um atrativo que naquele período esteja mais cheio para outro que não tenha estado movendo poder extrair ali informações importantes do perfil do público que visita, e a partir daí você conseguir definir estratégias de comunicação para poder conseguir alcançar um determinado público alvo que se queira trazer para o destino. Então acho que a importância está na relação da tecnologia da em gerenciar, analisar e tomar decisões. (Conselheiro 09).

Logo, de acordo com Neiva *et al.* (2021), “a governança é ligada fundamentalmente ao planejamento e à gestão orientada por dados; à formação de alianças com instituições públicas e privadas e à facilitação do acesso às informações estratégicas de modo eficiente”. Assim, iniciativas como o Sírío e o Aplicativo Natal Digital fomentam uma gestão mais inteligente.

4.3.2. Conectividade e Sensorização

Para Soares, Albuquerque e Mendes Filho (2022), o avanço das TICs possibilitou o desenvolvimento de diversas ferramentas, dispositivos e soluções tecnológicas que passaram a fazer parte do dia a dia de todos os indivíduos. Cavalheiro *et al.* (2020) defendem que os aplicativos de turismo inteligente permitem que os turistas colaborem na cocriação de suas

próprias experiências, bem como oferecem ao destino a possibilidade de rastreamento de comportamento, suporte à decisão, controle automatizado e consumo otimizado de recursos.

Nesta perspectiva, os entrevistados avaliaram ser importante o destino dispor de um aplicativo que possibilite impulsionar a atividade turística do destino, bem como ser uma fonte de informação para os turistas.

Com o mundo globalizado, a cada dia precisamos de mais ferramentas tecnológicas que possam divulgar nosso turismo. Então acho importante o destino investir em um aplicativo, porém ele precisa estar atualizado constantemente, uma vez que a informação é a base de uso de tais soluções tecnológicas. (Conselheiro 03).

Com tantas possibilidades que temos hoje na internet e o próprio Google que você consegue colher todas as informações sem a necessidade de baixar um aplicativo, acredito que o destino pode ter um aplicativo desde que ele seja atualizado constantemente e receba o feedback dos usuários, para que possa ser melhorado sempre. (Conselheiro 04).

Considero relevante, pois é uma oportunidade de divulgar os produtos e serviços do destino, porém é necessário que seja atualizado, que seja atrativo para o turista e que principalmente seja divulgado e realizado a análise de uso e aceitação, pois não adianta criar um aplicativo que não tenha usabilidade. Hoje com a internet e a facilidade de busca de informações, o aplicativo só se justificaria se tivesse uma função a mais, como cupons de desconto ou até mesmo um jogo que pontue e possa ser feito a troca por experiências no destino. (Conselheiro 05).

Então, é de suma importância. Só que eu acho que esse aplicativo, ele deveria ser um aplicativo que instigasse o potiguar também. (Conselheiro 01).

Eu acho que é importantíssimo. Não é importante, ele é essencial. Porém, para que você tenha um aplicativo eficiente, você tem que de alguma forma divulgar o aplicativo. O aplicativo existe, mas ele precisa que as pessoas saibam que aplicativo é esse, onde encontrá-lo,

porque ele não chega de qualquer forma nas pessoas. (Conselheiro 12).

Conforme pode ser observado, os conselheiros concordam com a existência de um aplicativo para o destino, mas todos ressaltam a necessidade de atualização do aplicativo, bem como sua usabilidade.

O novo perfil do turista é um tipo de turista que tem acesso mais fácil às tecnologias de informação e comunicação e as utiliza de forma mais ativa, faz melhor uso do seu tempo e dinheiro e dá mais ênfase à personalização e segurança nas atividades turísticas. Estas alterações no novo perfil turístico obrigaram a indústria do turismo e os destinos turísticos a adaptarem-se à mudança. (Sari Gök & Şalvarci, 2022).

Neste cenário, os conselheiros foram questionados sobre o conhecimento de algum aplicativo que o destino tenha desenvolvido voltado para impulsionar a atividade turística e seja uma fonte de informação para os visitantes. Entre as respostas, destacam-se:

Sim, tem o Viva Natal. Não sei como é que está, se ele está em operacionalização. E temos, a UFRN também desenvolveu um aplicativo específico para isso. Acho que foi o professor Luiz Mendes Filho, se não me falha a memória, alguma coisa também nessa área de apps. No caso da UERN, o professor Alberto Signoretti, ele também desenvolveu um aplicativo justamente para esse negócio, essa questão táxi, restaurante, em Natal, né, especificamente. Onde comer, onde se hospedar, o que conhecer. (Conselheiro 05).

Aplicativo eu já ouvi falar em alguns, mas eu não uso. Tinha o Visit Natal, mas a gente não usa mais. Público não tem, de iniciativa privada, eu não conheço. Conheço alguns sites, mas nada de aplicativo. (Conselheiro 08).

Do aplicativo, eu vou te falar de todos que eu mais gostei, eu já vi alguns, mas vou falar o que eu mais gostei, que foi o trabalho que foi desenvolvido com o Sebrae, que é aquele jogo de Natal, que era o Juca, Play_Natal, era o nome do aplicativo, que era um jogo e que você ia somando pontos, depois você trocava por descontos em alguns pontos turísticos, isso eu achei algo sensacional, que andou por um bom tempo, mas infelizmente depois parou, mas por exemplo, isso eu

achei que era uma coisa sensacional, um jogo que vinculasse Natal, que divulgasse pontos turísticos, cada fase era uma cena de Natal e tinha o caju que você pulava. (Conselheiro 02).

A Figura 21 apresenta as telas do aplicativo Play Natal, citado pelo conselheiro 02, onde é possível observar na tela à esquerda o cenário que retrata o Morro do Careca, cartão postal de Natal/RN, e na tela da direita o que retrata a Fortaleza dos Reis Magos, outro importante ponto turístico histórico do destino Natal.

Figura 21.
Aplicativo Play Natal.



Fonte: Blog Brechando (2017).

Segundo o Blog Brechando (2017), o aplicativo Play Natal, desenvolvido pela BTB Mobile, foi o primeiro jogo voltado para o turismo do Brasil. Tratava-se de um jogo mobile disponível para os sistemas Android e IOS, onde tinha como foco a divulgação turística da cidade Natal/RN. O objetivo do jogo era, junto com o Juca, personagem principal do jogo, conhecer os pontos turísticos, pegar os CajusCoins para acumular pontos e ter cuidado para não se atrapalhar com os obstáculos. Com os CajusCoins recolhidos era possível trocar por benefícios cadastrados dentro do jogo. (Blog Brechando, 2017). Contudo, conforme mencionado pelo conselheiro 10, o aplicativo não está mais disponível.

Outro aplicativo citado por alguns conselheiros foi o Visit Natal. O Visit Natal funcionava sem necessidade do uso da internet móvel, era bilíngue (português e inglês) e estava disponível para os sistemas Android e IOS. A Figura 22 apresenta o aplicativo.

Figura 22.
Aplicativo Visit Natal.



Fonte: Portal G1 (2017).

O aplicativo contava com informações sobre pontos turísticos da cidade, hotéis, linhas de ônibus, opções de bares e restaurantes e outras diversas informações sobre o município. Visava auxiliar o turista e o cidadão a potencializar a experiência do usuário. (Portal G1, 2017). Ainda segundo o Portal G1 (2017), o aplicativo foi desenvolvido por dois anos pelo Programa Natal Cidade Inteligente e Humana, desenvolvido em parceria entre a Prefeitura e a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), por intermédio do Instituto Metrópole Digital.

Cabe salientar que o aplicativo Visit Natal teve uma versão anterior, disponível apenas para Android, conhecido como Find Natal, iniciativa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN em 2015. A primeira versão também continha informações referentes aos serviços turísticos do destino, com possibilidade de verificar e realizar avaliação dos serviços. Porém o aplicativo não está mais disponível, conforme relatos dos conselheiros.

Além do Visit Natal, nenhum. E eu acho que o problema é que não está sendo abastecido, até o meu ver. Até tinha o app do meu celular, acho que ele não está mais sendo abastecido. Ele começa errado porque tem o nome em inglês, mas a iniciativa era bacana. Eu acho que ele não prosperou. Não conheço outro. (Conselheiro 02).

Um dos motivos do nosso (Find Natal ou Visit Natal) não ter dado certo foi isso, que apesar de ele ter algumas funcionalidades, ele não se justificava baixar um aplicativo se o que tinha nele tivesse em outras formas mais rápidas sem a necessidade de baixar o aplicativo. (Conselheiro 08).

Cabe reforçar a opinião de alguns conselheiros sobre a disponibilidade de um aplicativo do destino turístico, conforme observado nas opiniões destacadas:

Eu não acho que o destino necessariamente precise ter um aplicativo, pois para ele existir precisa manter informações atualizadas e acredito que as pesquisas estão apontando que as quando a pessoa faz algum tipo de pesquisa, de busca de informação, elas tendem mais a ir na web, ver tipo o TripAdvisor, comentar junto, ou se for meio de hospedagem, ir lá nas agências online, ou diversos outros que tem essa finalidade como Booking, AirBnb, então esses são alguns aplicativos não desenvolvidos pelo Destino, mas que dão suporte ao Destino. (Conselheiro 09).

Acho desafiador porque é difícil fazer o cara baixar, mas é preciso ter informação turística para o turista. Hoje a gente não me recorda em nenhum ponto de informação turística que a gente tem em nenhum grande centro. Fazer o aplicativo ser baixado hoje é um grande desafio, normalmente só é impulsionado se você ofertar, der, ou se esconda alguma coisa. Isso é difícil de gerir, principalmente tendo pouco poder. (Conselheiro 02).

Na perspectiva do uso de aplicativos, o conselheiro 11 defende que é necessário a integração de informações na plataforma:

Pra mim é o ponto principal desenvolver essa tecnologia, mas com integração, entendeu? Não adianta você ter uma Secretaria de Turismo toda digitalizada, mas o turista chega em Natal e não sabe como é que se comunica, por exemplo, para fazer uma reclamação, ou para saber uma informação. Como é que eu contrato um parceiro de

buggy? Como é que eu contrato? Ele fica sempre na mão de vendedores que estão em frente de hotéis. (Conselheiro 11).

Além dos aplicativos citados, também foram mencionados o site e o Instagram da Secretaria de Turismo do município como fonte de consulta e disponibilidade de informações do destino Natal.

Temos o Site da Secretaria de Turismo, o visit.natal.br e o Instagram que é @vivanataloficial, que é pouca coisa, sabemos, mas é o que temos. (Conselheiro 08).

Figura 23.

Site da Secretaria de Turismo de Natal.



Fonte: Portal de Turismo - Viva Natal (2023).

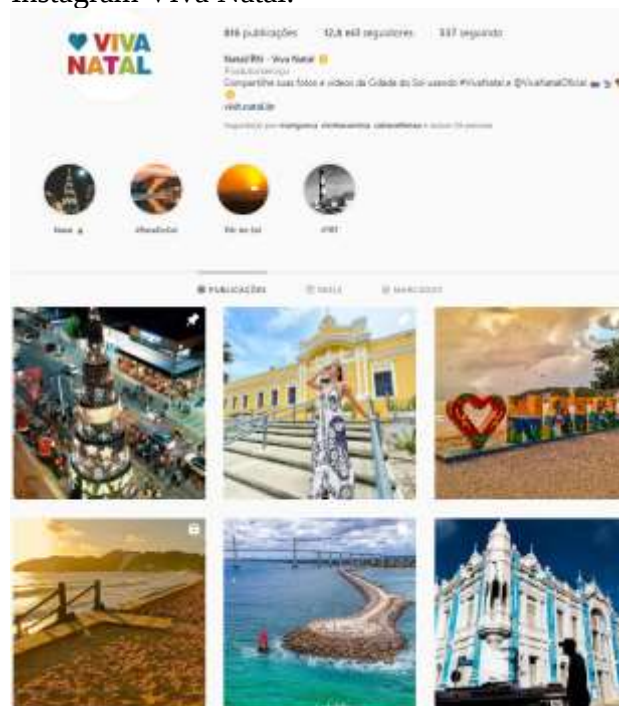
O site apresenta informações básicas sobre o destino, como história da cidade, o que fazer, onde comer e onde ficar, bem como informações sobre os atrativos turísticos, tais como praias, cultura e arte, parques e gastronomia. O site oferece a opção de acesso em português, inglês, espanhol, francês, italiano e alemão. Na seção "O Que Fazer", o visitante encontra roteiros, praias, cultura e arte, parques, compras, gastronomia, opções na grande natal e arredores, além de vídeos e fotos institucionais.

Pelo site é possível programar a visita no destino baseado em dias de permanência, com opções para quem vai ficar de 3, 4 ou 7 dias. Também é possível ter acesso a informações sobre serviços úteis, sobre o aeroporto, tábuas de marés, hospitais, locadoras,

meios de locomoção, rodoviária, agências de turismo, telefones úteis e os setores governamentais. (Portal de Turismo - Viva Natal, 2023).

Assim como o site, o Instagram da secretaria municipal de turismo também foi mencionado.

Figura 24.
Instagram Viva Natal.



Fonte: Instagram (2023).

Portanto, percebe-se que atualmente o destino não dispõe de um aplicativo voltado para o turista, como fonte de informação de dados sobre o destino, fato de importância como defendem os modelos de desenvolvimento de DTI.

Um DTI deve reunir condições necessárias para deixar o viajante confiante desde antes da sua viagem, que por intermédio do acesso a aplicativos e websites com informações, comentários e avaliações compartilhadas, o viajante forma uma expectativa mais concreta do que ele pode encontrar em sua viagem, de modo a sentir mais segurança das informações no DTI. (Corrêa & Gosling, 2020).

4.4. Nível Aplicado

Através da camada de aplicações turísticas, a inovação e a tecnologia promovem a identificação dos turistas e a melhor utilização dos recursos do destino turístico, bem como a criação de novos produtos e serviços (Cavalheiro *et al.*, 2020). Para Sari Gök, e Şalvarci

(2022), o desenvolvimento do turismo inteligente baseia-se na coleta, troca e processamento de dados produzidos em diferentes componentes do sistema, que inclui o visitante, os estabelecimentos turísticos e o destino como um todo. Ao implantar um sistema de informação integrada, surge a possibilidade de novas aplicações que podem inovar e melhorar a qualidade das experiências turísticas bem como a eficiência da sua oferta. (Cavalheiro, Joia & Cavalheiro, 2020).

4.4.1. Aplicações e Soluções Turísticas

Para Ivars Baidal *et al.* (2016), as TICs possibilitaram novos serviços e a reorganização das formas tradicionais de gestão em uma conjuntura socioeconômica que possibilita maior eficiência na gestão dos recursos públicos. Ainda segundo os autores, os efeitos das crises econômicas e o contexto de mudança que vem ocorrendo nos últimos anos modificaram as fórmulas tradicionais de gestão turística local e estratégias organizacionais mais inovadoras evoluíram dando possibilidades para a metodologia dos destinos inteligentes contribuir para promover este processo.

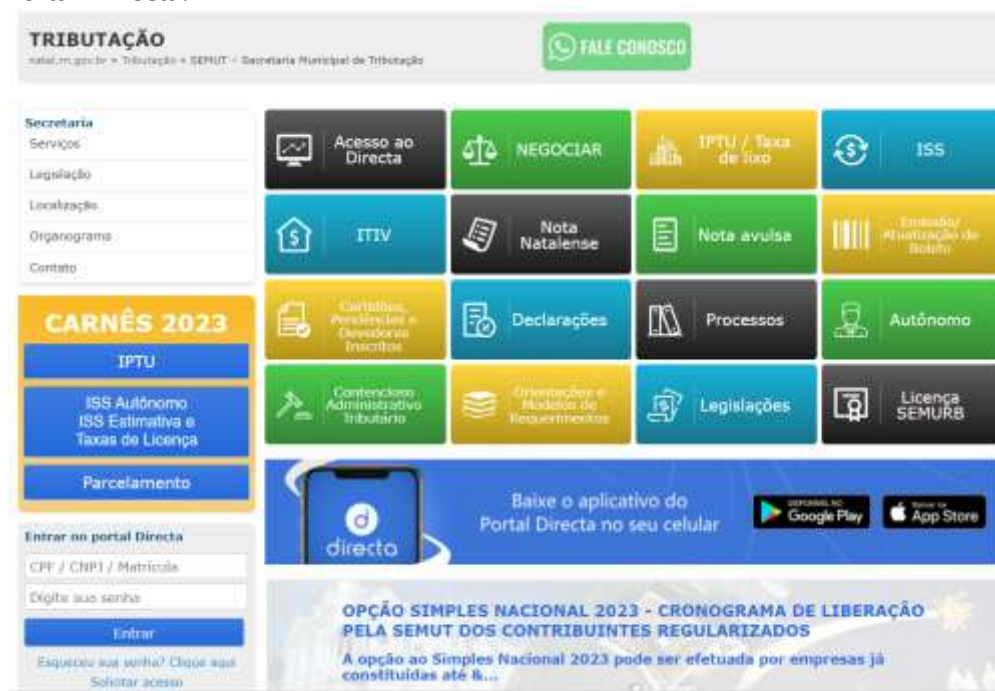
Nesta ótica, voltado para iniciativas de sistemas de informação para troca de informações e disponibilização de dados da administração pública os respondentes destacam:

A gente tem nosso site, a prefeitura tem o portal com as informações da prefeitura. E temos o sistema chamado Directa, que é da secretaria da tributação, mas que todas as secretarias acessam onde tem os processos que abrimos, todos nesse sistema. E Natal tem um aplicativo voltado para serviços gerais, chamado Natal Digital, onde é possível abrir demandas com a prefeitura e tem algumas informações, inclusive de pontos turísticos. (Conselheiro 08).

O Portal Directa, assim como o aplicativo possui suporte completo às funcionalidades fundamentais de tramitação de processos eletrônicos, com possibilidade de anexação e download de arquivos, registro de ciência, consultar IPTU, Nota Natalense, realizar negociação de dívidas, emissões de boletos, solicitações de licenças, visualização e acompanhamento de processos de diversos órgãos da Prefeitura Municipal do Natal que são integrados ao portal Directa. O Portal também é utilizado pela administração pública para as diversas solicitações entre as secretarias.

As Figuras 25 e 26 apresentam o Portal Directa e o aplicativo do Portal Directa, respectivamente.

Figura 25.
Portal Directa.



Fonte: Prefeitura do Natal (2023).

Figura 26.
Aplicativo Directa Natal.



Fonte: App Store (2023).

O conselheiro 07 pontuou que iniciativas como o Portal Directa permitem contribuir com os serviços públicos, como também podem integrar informações turísticas, principalmente para entender as receitas e divisas que são gerados pela atividade turística, porém ainda é possível encontrar uma resistência no uso.

Os sistemas podem contribuir para isso, porém precisaria ter uma maior integração, uma maior comunicação entre todos os atores que

trabalham com o turismo. E aí eu digo, tanto o serviço público como o setor privado, ter essa maior comunicação, porque uma coisa que a gente percebe é que ainda existe um preconceito com relação à integração de informações do setor privado em relação ao setor público. E isso é de uma forma meio que velada, de uma forma explícita. Ah, disponibilizar todas as informações, o poder público vai querer cobrar mais imposto. (Conselheiro 07).

Em complemento, iniciativas como essa são vistas como relevantes para o turismo, uma vez que podem ser uma base de consulta para ações do destino. O PDM prevê sistemas de planejamento que sejam integrados entre as secretarias. A Iniciativa do Portal Directa, apesar de não ser exclusivamente voltado para o turismo, tem características de sistema de integração de dados, uma vez que opera com diversas secretarias (tributação, planejamento, serviços urbanos, etc.).

Assim, os conselheiros opinaram sobre a incorporação de novas tecnologias para auxiliar no gerenciamento do destino. Dentre as opiniões, destacam-se:

Fundamental, uma vez que a tendência é o aumento do uso da tecnologia e ela auxilia, como o caso do Sírio, a entender quem é o turista que está visitando o destino e pode gerar insights para a gestão. (Conselheiro 02).

É importante para que o destino possa gerenciar seus recursos, gerenciar também o fluxo ali de visitantes para se referir, ou a partir daí, analisar aí e analisar os dados que se gerar, né, e tomar decisões, sejam decisões de política, de marketing, né, de promoção, de investimento público e de tecnologia na área para melhorar a estrutura ou melhorar a infraestrutura e consequentemente a experiência do visitante. (Conselheiro 09).

Acredito ser necessário, principalmente se falando em Destino Turístico Inteligente que versa sobre essa vertente de dar possibilidades para o turista gerar e colher informações no destino, que podem auxiliar a gestão do destino a se basear nessas informações dos visitantes para tomar decisões mais assertivas. (Conselheiro 04).

Brandão, Joia e Teles (2016) defendem que a incorporação de tecnologias móveis, como sensores, etiquetas, códigos e sistemas ao destino turístico tem o potencial de enriquecer a experiência turística dos visitantes e melhorar a competitividade do destino. Neste sentido, promover iniciativas que possibilitem dar opções para o visitante ter canais de busca e troca de informações do destino é essencial para elevar o grau de inteligência do destino.

Por este ponto de vista, buscou-se compreender como os respondentes percebem a importância das TICs para o desenvolvimento de novos produtos, serviços e fomento das experiências turísticas no destino Natal.

Importante, pois pode ajudar não só o destino, mas os turistas a conhecer mais o destino, compartilhar as experiências, e pode servir até como uma propaganda gratuita para a cidade. (Conselheiro 02).

Hoje o turista está conectado e utiliza smartphones, aplicativos e outras tecnologias para vivenciar o turismo antes mesmo de chegar ao destino. Então quanto mais tecnológico o destino for, mais irá oferecer experiências ao visitante. (Conselheiro 03).

Hoje o turista busca praticidade, logo, o que ele encontrar no destino que facilite e possibilite gerar experiências diferenciadas, com certeza será bem vista. Iniciativas que já vêm sendo feitas como o uso de Qr Code e outras tecnologias valorizam e podem interagir com o turista. (Conselheiro 04).

A tecnologia no turismo traz novas possibilidades, ela possibilita o turista visitar o local antes mesmo da visita física, além da praticidade de vivenciar as experiências no destino, através de tecnologias como Qr Code, realidade aumentada, realidade virtual, que podem incrementar a experiência do turista no destino. (Conselheiro 05).

Logo, é unânime entre os conselheiros que as TICs favorecem o destino a desenvolver novas experiências, bem como podem auxiliar a desenvolver novas alternativas que potencializam a experiência turística, como também possibilita gerar dados que servem para a tomada de decisões.

O conselheiro 07 apontou a iniciativa que a secretaria de turismo do município vem desenvolvendo para divulgação e fomento da experiência turística, através do uso de novas tecnologias:

Acho a tecnologia importantíssima, pois agrega muito, por exemplo temos a tecnologia da realidade aumentada com Cascudo e alguns personagens da Segunda Guerra, quando levamos para os eventos, faz muito sucesso. Essa questão lúdica da tecnologia é muito importante e o turista gosta. Temos Qr Code em alguns pontos da cidade como prédios históricos, e estamos na fase de implantação em alguns pontos da cidade, temos cinco implantados com Qr Code, onde tem um texto e áudio que também terá acessibilidade em braile. (Conselheiro 07).

A iniciativa citada pelo conselheiro 07 está retratada na Figura 25.

Figura 27.

Cascudo em Realidade Aumentada.



Fonte: Instagram (2023).

Localizada na Avenida Câmara Cascudo, Centro de Natal/RN, a casa onde o historiador Luís da Câmara Cascudo viveu grande parte de sua vida, sempre foi um endereço de referência da cultura de Natal. A casa foi aberta à visitação pública em 2010, abrigando o LUDOVICUS – Instituto Câmara Cascudo, possibilitando a todos os interessados conhecer mais sobre a história de Cascudo.

Desde 2022, ao visitar o instituto é possível vivenciar a experiência em Realidade Aumentada (RA), desenvolvida pela @mobbyapps, que possibilita tirar fotos com Câmara

Cascudo em sua própria casa. A iniciativa funciona através do filtro do Stories do Instagram do instituto. (LUDOVICUS, 2023). A Secretaria de Turismo de Natal realizou parceria com o Instituto Câmara Cascudo para levar a iniciativa para os eventos e feiras que visam a promoção do destino.

Com a estratégia do destino turístico alinhada entre cidadãos, organizações e governo, uma infraestrutura de TIC inteligente é capaz de aliviar alguns desafios, como a comunicação e coordenação entre os múltiplos stakeholders espalhados pela cadeia produtiva do destino favorecendo ofertar experiências turísticas de valor. (Cavalheiro *et al.*, 2020).

5. CONCLUSÕES

O objetivo deste capítulo é expor as conclusões baseadas no que foi abordado nos capítulos anteriores. Este capítulo estrutura-se em quatro seções a iniciar pela análise crítica do trabalho, seguido pela segunda seção que aborda as contribuições teórico-práticas da pesquisa; a terceira consiste nas limitações encontradas na realização da pesquisa e recomendações para futuros estudos, e por fim a seção dedicada às considerações finais.

5.1. Análise crítica do trabalho

A presente pesquisa se propôs a analisar o destino Natal/RN com base na perspectiva sistêmica de destinos turísticos inteligente de Ivars-Baidal *et al.* (2016) a partir da percepção dos gestores do destino, utilizando como modelo teórico a proposta de Ivars-Baidal *et al.* (2016). Desta maneira, os caminhos percorridos consistiram no levantamento da problemática que envolve a metodologia de desenvolvimento de inteligência dos destinos. Outros objetivos foram traçados, como verificar a percepção dos gestores sobre DTI; Identificar as barreiras e oportunidades enfrentadas pelo destino Natal/RN inerentes à transformação em destino inteligente; e por último, apontar as dimensões da perspectiva sistêmica de DTI presentes no Plano Diretor de Natal.

Deste modo, para alcançar o objetivo do presente estudo foram realizadas entrevistas com 12 membros do Conselho Municipal de Turismo do município, envolvendo representantes tanto da iniciativa pública, quanto entidades representativas do segmento e setor turístico. Também foi realizada a triangulação dos dados com documentos oficiais, como as atas das reuniões do conselho e o Plano Diretor do Município de Natal, considerado o marco regulatório da cidade.

A partir da revisão dos modelos teóricos de DTI, pode-se aferir que a metodologia de DTI possibilita oferecer ao visitante do destino experiências de valor, bem como favorece ao destino diferencial competitivo através da aproximação das instâncias de governanças, que atuam de forma participativa, integrada e transparente. Ao fomentar iniciativas que busquem elevar o grau de inteligência, o destino investe em ferramentas tecnológicas e aplicações turísticas, e preocupa-se com fatores de acessibilidade, inovação, e sustentabilidade em seus três pilares (ambiental, econômico e social).

No que concerne à análise documental, foi possível identificar que o Plano Diretor de Natal engloba elementos de DTI presentes nos três níveis do modelo teórico proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016): Nível Estratégico-Relacional, Nível Instrumental e Nível

Aplicado. No Nível Estratégico-Relacional, que engloba as dimensões de governança, sustentabilidade e inovação, foi possível perceber que o marco regulatório de Natal apresenta importantes diretrizes, como a criação de um sistema de planejamento democrático, transparente e participativo, assegurando a participação da população, do poder público e da sociedade civil organizada. Tais ações são apontadas, no modelo teórico proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016), como essenciais para desenvolver a inteligência do destino, uma vez que uma governança forte que suporta a tomada de decisão, bem como garante a plena gestão do destino inteligente.

O PDM também orienta a criação dos conselhos municipais, sendo um deles o conselho de turismo que tem como um dos objetivos apoiar no aperfeiçoamento e aprimoramento da capacidade de gestão administrativa e das instâncias de governança, com vistas a aumentar as receitas provenientes da atividade turística. Percebe-se, através das análises das entrevistas e das atas de reunião do conselho, que na prática o órgão poderia ser melhor aproveitado, bem como poderia contar com a participação de mais representantes que fortaleçam o discurso do turismo, bem como a representatividade do órgão.

Por outro lado, é possível afirmar que a governança no destino Natal é presente e participativa, uma vez a representatividade de participação dos membros nas reuniões e discussões das pautas propostas, sendo possível constatar ao consultar a lista de presença das atas das reuniões. Assim, configurando como ação essencial para apoiar os esforços de desenvolver a inteligência do destino Natal.

Ainda sobre o Nível Estratégico-Relacional, a dimensão da sustentabilidade também é abarcada nas diretrizes do plano diretor. O documento prevê o fomento da sustentabilidade em seus três eixos, em diretrizes como: promoção o uso sustentável dos recursos naturais em consonância com o desenvolvimento econômico e social (eixo ambiental); em contribuir para a elevação da renda e da qualidade de vida da população e promover o bem-estar aos cidadãos, com equidade e acessibilidade, tanto no desenvolvimento econômico, quanto na inclusão social com foco na igualdade de oportunidades e no acesso ao serviço público de qualidade (eixo social); e buscar o alcance crescimento econômico (eixo econômico). Neste sentido, percebe-se que o marco regulatório da cidade inclui ações voltadas para a dimensão da sustentabilidade.

Quanto à dimensão da inovação, é possível perceber como iniciativa considerada inovadora o planejamento voltado para desenvolver a cidade pautada na premissa das cidades inteligentes e humanas que o PDM defende. Os membros do conselho também apontaram algumas ações, porém nenhuma configurada como inovadora de acordo com o

que indica o modelo teórico de Ivars-Baidal *et al.* (2016). Cabe ressaltar que o Sírío, ferramenta de gestão de dados aberto e fonte mista, foi apontado como iniciativa inovadora, porém não foi considerada como ação do destino em análise uma vez que o desenvolvimento dela não foi e não é de exclusividade do destino Natal, mas compreende todo o estado do Rio Grande do Norte.

Os resultados da análise de conteúdo das entrevistas, demonstram resultados que permitem concluir que o destino Natal enfrenta algumas dificuldades na dimensão sustentabilidade, principalmente no tocante aos eixos de acessibilidade, mobilidade urbana, infraestrutura e segurança, o que demonstra a necessidade de esforços para melhoria da dimensão. Destarte, é possível afirmar que apesar de apresentar dificuldade nos eixos, tais temas são pautas frequentes em discussão nas reuniões do conselho, principalmente sendo levantadas pelas entidades representativas do segmento que fiscalizam e cobram iniciativas do poder público.

No Nível Instrumental que compreende as dimensões de sistemas de informação e a dimensão de conectividade e sensorização, o PDM dispõe de diretrizes que abarcam o eixo de plataforma de integração de dados, uma vez que requer que a cidade disponha de um sistema eletrônico de planejamento que seja integrado entre todas as Secretarias do município e permitir a transparência com os dados de leitura da cidade, configurando-se como instrumento essencial de planejamento. Como resultado às entrevistas, identificou-se algumas iniciativas que compreendem alguns eixos como o Sistema de Inteligência Turística do RN, como importante fonte de dados abertos e integração de informações, já que é alimentado por diversas fontes e visa gerar inteligência de informações para a tomada de decisão, mesmo que o sistema não seja desenvolvido propriamente para o destino Natal, por ser a capital do estado o destino tira maior vantagem, uma vez que a gama de informações são voltadas para Natal.

Quanto a dimensão de conectividade e sensorização o PDM não dispõe de nenhuma prerrogativa a respeito da temática, porém o resultado das entrevistas apontou iniciativas que o destino tinha para ofertar na busca de informações pelos turistas, porém tais iniciativas não estão mais em pleno funcionamento, demonstrando uma fraqueza na dimensão supracitada.

Por fim, o Nível Aplicado, que concentra a dimensão de aplicações e soluções turísticas e é focado na aplicação concreta das soluções inteligentes desenvolvidas pelos demais níveis (Estratégico-Relacional e Instrumental). Algumas iniciativas como aplicativos, sistemas de inteligência, administração aberta e eletrônica, foi possível perceber com o resultado das entrevistas, porém não contemplados no plano diretor.

Nesta perspectiva, pode-se constatar que as principais barreiras enfrentadas no destino Natal na perspectiva de um DTI são referentes a infraestrutura, acessibilidade, segurança, conectividade e sensorização. Como pontos fortes destaca-se o papel da governança que é atuante no destino, e que já tem conhecimento da metodologia dos destinos inteligentes, bem como o papel do plano diretor, uma vez que contempla diretrizes que visam elevar o grau de inteligência da cidade e consequentemente, do destino. Assim como cabe destacar o posicionamento do destino frente a outros, visto que Natal vem sendo referência de visitação e um dos destinos mais procurados nos últimos anos, mesmo com o histórico da pandemia de COVID-19, como apontam dados das pesquisas supracitadas neste trabalho.

Diante dos objetivos propostos e com os resultados da pesquisa, foi possível captar a percepção que os membros do Conselho Municipal de Turismo de Natal têm sobre o destino à luz do conceito de destino turístico inteligente, bem como avaliar o destino Natal, através da análise bibliográfica, documental e segundo o modelo sistêmico baseado nas dimensões e eixos de DTI abordadas pelo modelo teórico proposto por Ivars-Baidal *et al.* (2016) que suportam a Governança, Sustentabilidade, Inovação no seu Nível Estratégico-Relacional; bem como a Conectividade e Inovação, Sistema de Informação no Nível Instrumental e Aplicações e Soluções Turísticas no Nível Aplicado.

5.2. Contribuições

A partir da pesquisa realizada nesta dissertação, é possível apontar algumas contribuições, tanto para a literatura do turismo (teórico), quanto para o trade turístico (prática). Em primeiro lugar, destaca-se a atualização da literatura nacional e internacional sobre a temática dos destinos turísticos inteligentes, uma vez realizada a revisão dos principais modelos de desenvolvimento e avaliação de DTI, tanto a nível nacional, quanto internacional, sobretudo por abranger modelos pouco discutidos em publicações da área, como exemplo o Projeto DTI Brasil, modelo brasileiro recém-lançado.

Nesta perspectiva, espera-se com esta pesquisa, contribuir na formação teórica relevante para a temática dos destinos turísticos inteligentes e sua aplicação no desenvolvimento dos destinos elevando ao grau de inteligência turística, principalmente na realidade de brasileira, mais especificamente para a cidade de Natal/RN que vem sendo apontado com destino em alta, necessitando inovar no planejamento e gestão, sendo a

metodologia dos destinos inteligentes uma alternativa para inovar e gerar ainda mais competitividade para o destino.

Espera-se também que o estudo possa contribuir de forma prática para que o destino possa compreender suas fragilidades e a partir de então possa estabelecer metas e ações de desenvolvimento das dimensões e eixo apontados como deficientes, uma vez realizado o diagnóstico preliminar neste estudo, servindo como documento norteador para tais decisões, não só para o conselho de turismo, mas todos os gestores e atores da cadeia do turismo.

Desta forma, espera-se que este estudo possa contribuir para cobrir as lacunas existentes da produção científica, através do confronto da teoria com os resultados obtidos, de modo a produzir conhecimento que ajudem a sanar tais lacunas, principalmente no tocante ao desenvolvimento dos destinos turísticos inteligentes pautados nas iniciativas governamentais e do destino.

5.3. Limitações e direções da pesquisa

O presente estudo atingiu os objetivos propostos, alcançando assim, os resultados. Contudo apresenta algumas limitações, inerentes a toda pesquisa, que se sugere alguns direcionamentos. Entre as limitações encontradas na pesquisa, destaca-se o foco nos membros do Conselho Municipal de Turismo da cidade de Natal/RN. Como recomendação para estudos futuros, sugere-se ampliar os participantes para captar a percepção de outros gestores, especialmente abrangendo gestores da esfera estadual e federal, para identificar quais são as principais barreiras, desafios e oportunidades no planejamento dos destinos.

Sugere-se também ampliar o olhar para os próprios moradores e turistas, uma vez que a metodologia dos destinos inteligentes está sendo promovida pelo MTur como motor de desenvolvimento do turismo, assim, buscando identificar diferentes percepções sobre o desenvolvimento de inteligência dos destinos, aplicado a quem de fato são os atores que usufruem da qualidade de vida e das experiências que preconizam os modelos.

Uma outra sugestão é a realização de estudos de natureza quantitativa para efeitos de comparação com os resultados qualitativos deste estudo. Do mesmo modo que se recomenda explorar temáticas específicas em relação aos modelos de desenvolvimento e avaliação de destinos inteligentes, sendo analisado por eixos temáticos dos pilares que formam um DTI.

5.4. Considerações finais.

A sociedade está mudando em função da tecnologia, e esta tem alterando todos os elementos da nossa prática social, bem como os vários aspectos comportamentais da nossa

vida em sociedade (Castells, 1999), e o turismo, como fenômeno social também está sendo influenciado pelo desenvolvimento dessas novas tecnologias.

Nesta ótica, considerando que o setor de turismo vem sofrendo contínuas transformações, principalmente após a pandemia de COVID-19 que trouxe outros olhares para a gestão dos destinos, e visando acompanhar os avanços tecnológicos e surgimentos de novos dispositivos e meios de comunicação; como também a mudança do perfil do consumidor, torna-se necessário cada vez mais os destinos investirem em iniciativas que corroboram como o desenvolvimento sustentável, criativo e inovador para alcançar a competitividade, principalmente no que concerne ao uso de tecnologia para solucionar problemas urbano com maior eficiência, favorecendo a qualidade de vida dos residentes e como cadeia, o turismo também se beneficia uma vez que a experiência vivenciada pelos turistas se torna mais completa e enriquecedora.

REFERÊNCIAS

- Acevedo, C. R. & Nohara, J. J. (2013). *Como fazer monografias: TCC, dissertações, teses*. 4. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Atlas.
- Aenor (2016). Sistemas de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos. UNE 178501, abril de 2016. Madrid: AENOR. <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma?c=N0056506>
- Albuquerque, T. V., Soares, R., & Mendes Filho, L. (2022). Turismo e big data: um olhar para o sítio à luz das teorias de destinos turísticos inteligentes. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 866-891. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p891>
- Angelo, E. R. B. (2012). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ.
- Ávila Muñoz, AL, & Sánchez, SG (2013). Destinos turísticos inteligentes: Antonio López De Ávila, Presidente de SEGITTUR. *Harvard Deusto Business Review*, 224, 58-67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4248506>
- Bakici, T., Almirall, E. & Wareham, J. (2013). A Smart City Initiative: the Case of Barcelona. *J Knowl Econ* 4, 135–148. <https://doi.org/10.1007/s13132-012-0084-9>
- Barbosa, G. B., Urquiza, M. F., Cândido, M. B., & Pugliesi, J. B. (2013). Tecnologia integrada às áreas para o desenvolvimento de cidades inteligentes. *Revista eletrônica de Sistemas de Informação e Gestão tecnológica*, 3(1). <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/resiget/article/view/584>
- Blanco, J. (2015). Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes: estrategias y soluciones para fomentar a innovación en el turismo digital. Madrid: Biblioteca Altran, 2015. <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/libro-blanco-destinos-turisticos-inteligentes/>
- Blog Brechando. (2017). Primeiro Game voltado para turismo no Brasil, usando Natal como cenário, é lançado. Recuperado em: <https://brechando.com/2017/03/13/primeiro-game-voltado-para-turismo-no-brasil-usando-natal-como-cenario-e-lancado/>
- Boes, K., Buhalis, D. & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In: Tussyadiah, I. and Inversini, A. (eds.). *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Cham: Springer International Publishing, 391-403. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_29
- Borges-Tiago, T. ., Veríssimo, J. ., & Tiago, F. (2021). Smart tourism: a scientometric review (2008-2020). *European Journal of Tourism Research*, 30, 3006. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2593>
- Brandão, M., Joia, L. A., & Teles, A. (2016). Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. *Anais do Seminário da ANPTUR*. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/451.pdf>
- Brazil Lab. (2020). Ranking Connected Smart Cities 2020 aponta São Paulo como a cidade mais inteligente do País. 2020. Recuperado em: <https://brazillab.org.br/noticias/ranking-connected-smart-cities-2020-aponta-sao-paulo-como-a-cidade-mais-inteligente-do-pais#>
- Braztoa - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo. (2021). Anuário Braztoa 2021. São Paulo - SP. Recuperado em: <https://www.braztoa.com.br/>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. In: Xiang, Z., Tussyadiah, I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Buhalis, D. (2020), "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article", *Tourism Review*, Vol. 75 No. 1, pp. 267-272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>

Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet-the state of eTourism research. *Tourism Management*, Vol. 29 No. 4, pp. 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28

Bulchand-Gidumal, J. (2022). Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100689. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100689>

Cacho, A., Mendes-Filho, L., Estaregue, D., Moura, B., Cacho, N., Lopes, F. & Alves, C. (2016), "Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 No. 2, pp. 164-183. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0030>

Câmara, R. H.. (2013). Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia*, 6(2), 179-191. Recuperado em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202013000200003&lng=pt&tlng=pt.

Camargo B. V.; Justo, A. M. (2013). Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ. Universidade Federal de Santa Catarina [Internet]. Recuperado em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>

Castello, V. (2020). Desafios y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de política exterior argentina*, (131), 115-118. <https://doi.org/10.35305/cc.vi131.85>

Cavalheiro, M. B., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. M. D. C. (2020). Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 237-259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597763>

Cervo, A. L.; Bervian, P. A.; Silva, R. (2007). *Metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

Cimbaljević, M., Stankov, U., & Pavluković, V. (2019). Going beyond the traditional destination competitiveness—reflections on a smart destination in the current research. *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2472-2477. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1529149>

Colabora. (2022). Brasil tem 85% da sua população vivendo em grandes centros urbanos. Colabora. Recuperado em: <https://projetcocolabora.com.br/ods11/brasil-tem-85-da-sua-populacao-vivendo-em-grandes-centros-urbanos/>

Comitê de Ética em Pesquisa - UFRN. (2022). Comitê de Ética em Pesquisa: Recomendações Gerais TCLE. Recuperado em: <https://cep.propesq.ufrn.br/documentos/modelos-novos/348931691>

Committee for the Coordination of Statistical Activities. 2020. How COVID-19 is Changing the World: A Statistical Perspective. Committee for the Coordination of Statistical Activities. *Committee for the Coordination of Statistical Activities*. Recuperado em: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33773>

Corrêa, S. C. H.; Gosling, M. S. (2020). Destinos turísticos inteligentes na avaliação de pesquisadores e de profissionais do turismo nos setores público e privado. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, volume 17, n.02, p. 71-94. <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n2.005>

CMTur Natal. (2021). CMTur Natal XXV Reunião do Conselho de Turismo de Natal

2022 [Atas].

CMTur Natal. (2022, julho). CMTur Natal XXVII Reunião do Conselho de Turismo de Natal 2022 [Atas].

CMTur Natal. (2022, setembro). CMTur Natal XXVIII Reunião do Conselho de Turismo de Natal 2022 [Atas].

Cruz, M. M., & Gândara, J. M. (2016). Indicadores para monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 4-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6231696>

Cunha, M. A., Przybilovicz, E., Macaya, J. F. M., & Santos, F. B. P. D. (2016). Smart cities: transformação digital de cidades. Recuperado em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18386>

Del Chiappa, G. & Baggio, R., (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), pp. 145-150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>

Doricic, J., Komsic, J. and Markovic, S. (2019), "Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 1, pp. 82-103. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2017-0121>

Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR. (2021a). Sírío: Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte. 2021. Recuperado em: <https://sirio.tur.br>.

Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR. (2021a). RN é o único estado do país a ter dois destinos em alta na lista da KAYAK. Recuperado em: <http://emprotur.setur.rn.gov.br/pages/noticias/noticias-emprotur.php?idex=80>

Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR. (2022). Natal está em 3º lugar como destino mais procurado para as férias de verão. Recuperado em: <https://emprotur.setur.rn.gov.br/pages/noticias/noticias-emprotur.php?idex=300>

Fecomércio RN. (2022) Carnatal 2022 movimenta R\$ 60,8 milhões na economia potiguar. Recuperado em: <https://fecomerciorn.com.br/noticias/carnatal-2022-movimenta-r-608-milhoes-na-economia-potiguar/>

Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J.F. and Ivars-Baidal, J.A. (2019), "Smart destinations and tech-savvy millennial tourists: hype versus reality", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 1, pp. 63-81. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0018>

Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365-384. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1561478>

Flick, U. (2013). *Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes*. Porto Alegre: Penso, 2013. 256 p.

Freitas, H. B. B. & Mendes Filho, L. (2020). Iniciativas de destinos turísticos inteligentes na cidade de Natal-RN: uma abordagem qualitativa. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(4), 997-1016. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i4p997>

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. Ed. São Paulo: Atlas.

Gomes, E. L., Gândara, J. M., & Ivars-Baidal, J. A. (2017). É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do Estado do Paraná. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 503-536. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1318>

Guardia, S. R. R. (2020). Proposta de Framework para classificação de níveis de governança em destinos turísticos inteligentes. 277f. Tese (Doutorado em Turismo) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/29042>

Guardia, S. R. R. & Mendes Filho, L. A. M. (2016). Estratégias necessárias para estruturar e desenvolver com competitividade Natal - RN como destino turístico inteligente.

CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, v. 10, p. 80-85. Recuperado em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1611>

Gretzel, U. (2017). Smart Destination Research: state of the art. In: *Conference Smart Tourism Destinations: New Horizons in Tourism Research and Management STDRM2017*. University of Alicante, Spain, out. 2017. Recuperado em: https://www.researchgate.net/publication/320624748_Smart_Destination_Research_State_of_the_Art

Gretzel, U. . (2021). The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3002. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2589>

Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., ... & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 187-203. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>

Gretzel, U., Ham, J., Koo, C. (2018). Creating the City Destination of the Future: The Case of Smart Seoul. In: Wang, Y., Shakeela, A., Kwek, A., Khoo-Lattimore, C. (eds) *Managing Asian Destinations. Perspectives on Asian Tourism*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8426-3_12

Gretzel, U. , Sigala, M. , Xiang, Z. , & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>

Gretzel, U., Zhong, L. and Koo, C. (2016), "Application of smart tourism to cities", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 No. 2. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2016-0007>

INVAT.TUR - Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. (2015). Manual Operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes. Recuperado em: <https://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>

Ivars-Baidal, J., Celdrán Bernabéu, M. A., & Femenia-Serra, F. (2017). Guía de implantación de destinos turísticos inteligentes de la comunitat Valenciana. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/74386>

Ivars-Baidal, J. A., Solsona Monzonís, F. J., & Giner Sánchez, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 62(2), 0327-346. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.285>

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Giner-Sánchez, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100531>

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2017). Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management?. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

Ivars-Baidal, J. A., Vera-Rebollo, J. F., Perles-Ribes, J., Femenia-Serra, F., & Celdrán-Bernabeu, M. A. (2021). Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach?. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1876075>

Kontogianni, A., & Alepis, E. (2020). Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years. *Array*, 6, 100020. <https://doi.org/10.1016/j.array.2020.100020>.

Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). Editorial : The Role of IT in Tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. Korea Society of Management Information Systems. <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.099>

Koo, C., Mendes-Filho, L. and Buhalis, D. (2019), "Guest editorial", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 1, pp. 1-4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>

Koo, C., Park, J., & Lee, J. N. (2017). Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives. *Information and Management*, 54(6), 683-686. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.04.005>

Lakatos, E. M.; Marconi, M. A. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 297 p.

Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., & Torres-Manzanera, E. (2015). Smart tourism destinations: An extended conception of smart cities focusing on human mobility. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 363-375). Springer, Cham. Recuperado em: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14343-9_27

Lee, S.J. A review of audio guides in the era of smart tourism. *Inf Syst Front* 19, 705–715 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10796-016-9666-6>

Lee, P., Zach, F. J., & Chung, N. (2021). Progress in Smart Tourism 2010-2017: A Systematic Literature Review. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.52255/SMARTTOURISM.2021.1.1.4>

Lemos, A. (2013). Cidades inteligentes. *GV EXECUTIVO*, 12(2), 46-49. Recuperado em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/20720>

Lima, D. S. M. (2019). Análise das dimensões de um destino turístico inteligente: um estudo em Natal/RN (Brasil). 122f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/27672>

Lima, D. S. M., Mendes Filho, L., Correa, C., & Mayer, V. F. (2021). Análise da cidade de Natal/RN como Destino Turístico Inteligente a partir do modelo INVAT.TUR. *Marketing & Tourism Review*, 6(1). <https://doi.org/10.29149/mtr.v6i1.6413>

López de Ávila, A., & García, S. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Economía Industrial*, 395: 261-69. <https://bityli.com/nMfgfV>

Ludovicus. (2023). Instituto Câmara Cascudo. Recuperado em: www.cascudo.org.br/biblioteca/

Machado, L. A. N. (2020). Destinos turísticos inteligentes e desenvolvimento sustentável: uma revisão sistemática da literatura científica. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 14(1), 137-154. <https://doi.org/10.36113/cultur.v14i01.2725>

Mazo, A., Oliveira, R. K. D., Biancolino, C. A., & Tomazzoni, E. L. (2021). Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre “cidades inteligentes”, “turismo” e “competitividade”. *Turismo: Visão e Ação*, 23, 148-168. <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p148-168>

Mehraliyev, F., Chan, I. C. C., Choi, Y., Koseoglu, M. A., & Law, R. (2020). A state-of-the-art review of smart tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 78-91. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1712309>

Mendes Filho, L., Silva, J. C., & Silva, D. S. (2019). Percepções e perspectivas de destino turístico inteligente: um estudo de caso com a secretaria municipal de turismo em Natal/RN. *Revista Turismo: estudos e práticas*, 8(1). <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/187>

Mendes Filho, L., Mayer, V. F., & Corrêa, C. H. W. (2022). Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 2332-2332. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2332>

Ministério do Turismo. (2015). Orientação para criação e funcionamento dos

Conselhos Municipais de Turismo. Recuperado em: <http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/cartilhafinal.pdf>

Ministério do Turismo. (2018). Orientações técnicas para criação de Conselho Municipal de Turismo - CMTur. Recuperado em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/CARTILHA_CONSELHOS_MUNICIPAIS_REVISADA_05_10_18.pdf

Ministério do Turismo. (2020). Natal é o destino mais procurado para o verão, segundo pesquisa do Ministério do Turismo. Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/natal-e-o-destino-mais-procurado-para-o-verao-segundo-ministerio-do-turismo>

Ministério do Turismo. (2021a). MTur anuncia cidades que vão integrar o projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes. Governo Federal. Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-anuncia-cidades-que-vaio-integrar-o-projeto-piloto-destinos-turisticos-inteligentes>

Ministério do Turismo. (2021b). Ministério do Turismo apresenta destinos tendência para 2021. Governo Federal. Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/natal-e-o-destino-mais-procurado-para-o-verao-segundo-ministerio-do-turismo>

Ministério do Turismo. (2021c). Relatório de impacto da pandemia de covid-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil. Recuperado em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins.html>

Ministério do Turismo. (2021d). Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/destinos-turisticos-inteligentes-dti>

Ministério do Turismo. (2022a). MTur apresenta na Espanha estratégia de criação de Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-apresenta-na-espanha-estrategia-de-criacao-de-destinos-turisticos-inteligentes>

Ministério do Turismo. (2022b). MTur divulga destinos turísticos inteligentes em live promovida pela Smart Tour. Governo Federal. Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-divulga-destinos-turisticos-inteligentes-em-live-promovida-pela-smart-tour>

Ministério do Turismo (2022c). Processo de Transformação de Destinos em Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Recuperado em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/destinos-turisticos-inteligentes/CartilhaDTIBrasil20x15.pdf>

Monzoni, M., & Nicolletti, M. (2015). A Cidade Para os Cidadãos: Mobilidade, Energia e Agricultura Urbana. Recuperado em: https://conhecimento.fgv.br/sites/default/files/cadernos_fgvprojetos_smart_cities_bilingue-final-web.pdf

Neiva, D. N., Costa, H., & Ruas, R. (2021). Destinos turísticos inteligentes (DTI): a visão de atores chaves do turismo em Brasília (DF, Brasil). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 451-464. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9167>

Nunes, R. F., Medaglia, J., & Stadler, A. (2020). Destinos turísticos inteligentes e gestão do conhecimento: possíveis convergências. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, 9(1), 61-73. <http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v9i1.71613>

Oliveira, M. M. (2016). *Como fazer pesquisa qualitativa*. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2016. 244 p.

Oliveira, R. K., & Correa, C. H. (2017). Virtual Reality como estratégia para o marketing turístico. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 10(23), 22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7911070>

Panasso Netto, A., & Nechar, M. C. (2014). Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 120-144. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v8i1.719>

Pádua, E. M. M. (2012). *Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática*. 17. ed. Campinas, SP: Papirus, 127p.

Panrotas. (2010). Conselho de Turismo é instituído em Natal (RN). Recuperado em: https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/politica/2010/06/conselho-de-turismo-e-instituido-em-natal-rn_58660.html

Panrotas. (2021a). Natal e Campos do Jordão estão entre os destinos em alta de 2021. Recuperado em: https://www.panrotas.com.br/destinos/pesquisas-e-estatisticas/2021/01/natal-e-campos-do-jordao-estao-entre-os-destinos-em-alta-de-2021_179324.html

Panrotas. (2021b). Natal é o destino doméstico com maior demanda para o 2º semestre. Recuperado em: https://www.panrotas.com.br/destinos/pesquisas-e-estatisticas/2021/07/natal-e-destino-domestico-com-maior-demanda-para-o-2o-semester_182919.html

Panrotas. (2022). Sebrae e BID apoiarão 10 municípios para se tornarem destinos inteligentes. Recuperado de: https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2022/09/sebrae-e-bid-apoiarao-10-municipios-para-se-tornarem-destinos-inteligentes_191934.html

Park, S. (2021). Big Data in Smart Tourism: A Perspective Article. *Journal of Smart Tourism*, 1(3), 3–5. <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.3.2>

Pereira, L. D. C. (2021). A governança do turismo na região do extremo sul catarinense sob a ótica dos destinos turísticos inteligentes. 224p. *Dissertação (Mestrado)* - Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Araranguá, Programa de Pós Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação, Araranguá. Recuperado em: <https://tede.ufsc.br/teses/PTIC0117-D.pdf>

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V. & Pacheco, L. (2022). Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 573-595. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

Pinto, M. J. A. (2018). Destinos turísticos inteligentes: o caso de Curitiba/PR (Brasil). *Turismo e Sociedade*, 10(3). <http://dx.doi.org/10.5380/tes.v10i3.55274>

Portal CCSA | Brasil, essa é a nossa praia. (2013). UFRN.BR. Recuperado de: https://ccsa.ufrn.br/portal/?page_id=13633

Portal G1. (2017). Prefeitura de Natal lança aplicativo que facilita a vida de turistas. Recuperado em: <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/especial-publicitario/prefeitura-do-natal/natal-a-nossa-cidade/noticia/prefeitura-de-natal-lanca-aplicativo-que-facilita-a-vida-de-turistas.ghtml>

Portal Grande Ponto. (2019). Natal Praia Inclusiva celebra segundo aniversário e renova parceria com Adapte. Recuperado em: <https://www.grandeponto.com.br/noticia/natal-praia-inclusiva-celebra-segundo-aniversario-e-renova-parceria-com-adapte>

Prefeitura do Natal. (2015). Prefeitura assina parceria com a UFRN no programa Natal Cidade Inteligente e Humana. 2015. Recuperado em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post/22475>

Prefeitura Municipal de Natal - PMN (2022). Plano Diretor de Natal. Lei Complementar n. 208, de 07 de março de 2022. Natal: PMN, 467-525. <https://bityli.com/HVUI5>

Prefeitura do Natal. (2021). Natal faz adesão à Rede Nacional de Governo Digital. Recuperado em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post2/36007>

Prefeitura do Natal. (2022a). Semsur legaliza ambulantes de Ponta Negra com entrega de crachás e coletes. Recuperado em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post2/37100>

Prefeitura do Natal. (2022b). Natal Digital é aprovado por usuários e já alcança 100 mil downloads. Recuperado em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post2/37209>

Prefeitura do Natal. (2023) Portal Directa. Recuperado em: <https://directa.natal.rn.gov.br/open.do?sys=DIR&a=wqf45tfes>

Rezende, D. A., & Ultramari, C. (2007). Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual. *Revista de Administração Pública*, 41, 255-271. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122007000200005>

Richardson, R. J.. (1999). Pesquisa social: métodos e técnicas. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 334 p.

Rizzon, F., Bertelli, J., Matte, J., Graebin, R. E., & Macke, J. (2017). Smart City: um conceito em construção. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade* (ISSN 2318-3233), 7(3), 123–142. <http://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/1378>

Ramos, A. S. M., Mendes Filho, L. A. M., & Lobianco, M. M. L. (2017). *Sistemas e tecnologia da informação no turismo: um enfoque gerencial*. Curitiba: Primas.

Sampieri, R. H.; Colado, C. F.; & Lucio, P. B.. (2006). Metodologia de Pesquisa. 3. ed. São Paulo: Mc-Graw-Hill.

Sánchez Salcedo, G., & Postigo Vidal, R. (2020). El Big Data Turístico y los Observatorios turísticos. *Información y conocimiento para destinos inteligentes*. Recuperado em: <https://zaguan.unizar.es/record/106482#>

Santos, S. R., & Gândara, J. M. (2016). Destino turístico inteligente: construção de um modelo de avaliação com base em indicadores para planejamento, gestão e controle de destinos histórico-culturais patrimônio da humanidade, analisando o caso de São Luís (Maranhão, Brasil). *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 69-79. Link: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6231704>

Santos, G. N. C., & Inácio, J. B. (2018). Observatório do turismo e big data: a importância da informação e da tecnologia no desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e sustentáveis. *Revista Caminhos de Geografia*, Uberlândia, 19(65), 286-299. <http://dx.doi.org/10.14393/RCG196521>

Sá-Silva, J. R., Almeida, C. D. de, & Guindani, J. F. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 1(1). Recuperado de <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>

Sari Gök, H., & Şalvarci, S. (2022). Smart Destination applications according to Cohen's Smart City Wheel: the example of İzmir, Turkey. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 780-807. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p807>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2022). A jornada do turista conectado. Recuperado em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-jornada-do-turista-conectado,959400b8b9e31810VgnVCM100000d701210aRCRD>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2019). Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado em: <https://www.youtube.com/watch?v=8jaVYsGtKnE>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2016). Destinos Turísticos Inteligentes. Tecnologias de informação e desenvolvimento sustentável. Recuperado em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos%20Tur%C3%ADsticos%20Inteligentes.pdf

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2017). Projeto de desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ce/sebraeaz/projeto-de-desenvolvimento-de-destinos-turisticos-inteligentes,2895b2a9ee31d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

SEGITTUR - Sociedad Estatal Para La Gestión de La Innovación y Las Tecnologías Turísticas (2020). Guía para acelerar la reactivación de En el contexto del #COVID19 Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado em: <https://www.destinosinteligentes.es/formacion/guia-para-acelerar-la-reactivacion-en-el-contexto-del-covid19-destinos-turisticos-inteligentes/>

SEGITTUR - Sociedad Estatal Para La Gestión de La Innovación y Las Tecnologías Turísticas. (2019). Normalización Destinos Turísticos Inteligentes. Espanha. Recuperado em: <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/>

SEGITTUR - Sociedad Estatal Para La Gestión de La Innovación y Las Tecnologías Turísticas. (2015). Smart Destinations Report: building the Future, Segittur. Recuperado em: http://www.millennium-destinations.com/uploads/4/1/9/7/41979675/smart-destination_segittur.pdf

Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>

Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism management perspectives*, 25, 151-155. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.003>

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>

Silva, J., & Mendes Filho, L. A. (2016). A influência das tecnologias de informação e comunicação nos destinos turísticos inteligentes. *Anais XXI Seminário de Pesquisa do CCSA*. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2016. Recuperado em: <https://seminario2016.ccsa.ufrn.br/anais>

Silveira Santos, L. (2020). Dilemas morais que circundam a gestão pública brasileira no enfrentamento da pandemia do novo coronavírus. *Revista de Administração Pública*. 54. 1-14. <https://doi.org/10.1590/0034-761220200219>

Soares, J. C., Domareski Ruiz, T. C., & Ivars Baidal, J. A. (2021). Smart destinations: a new planning and management approach?. *Current Issues in Tourism*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1991897>

Soares, J. C.; Semião, V. M. R.; Marques, S. F. L.; Conceição, R. B. (2017). A governança do turismo em um município do nordeste brasileiro: uma análise em base ao conceito de Destinos Turísticos Inteligentes. In: Seminário Internacional “Destinos Turísticos Inteligentes (Dti): Nuevos Horizontes en la Investigación y Gestión del Turismo #STDRM2017, 2017. Alicante. P. 407-423. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/70154/5/Actas-Seminario-Destinos-Turisticos-Inteligentes_19.pdf

Soares, R.; Albuquerque, T. V.; Mendes Filho, L. (2021). Inovação no planejamento e gestão de destinos turísticos: um olhar sobre o Sítio - Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte. In: *IX Fórum Científico de Gastronomia, Turismo e Hotelaria, 2021, Itajaí. Turismo de Proximidade: Cenário atual e perspectivas*. Itajaí: Ed. da Univali. v. 9. p. 7-9. <https://www.univali.br/escolas/escola-de-artes-comunicacao-e-hospitalidade/forum-cientifico-de-gastronomia-turismo-e-hotelaria/anais/Paginas/default.aspx>

Soares, R. A. M. da C., Albuquerque, T. V. de, Mendes-Filho, L., & Alexandre, M. L. (2022). Revisão sistemática da produção científica brasileira sobre turismo e tecnologia da informação e comunicação (TIC). *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 16, 2629.

<https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2629>

Sousa, T. C. G., Souza, M. J. B., Rossetto, C. R. & Ivars-Baidal, J. A. (2016). Análise da transformação de um Destino Turístico Tradicional (DTT) em Destino Turístico Inteligente (DTI) à luz do modelo da SEGITTUR (2013). *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 86-91. <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1612>

TripAdvisor. (2022), “Travelers choice – 2022”. Recuperado em: <https://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Destinations>

Turismo em Pauta. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. – n. 01, out. 2010-. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2021. Recuperado em: [https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2021/10/472021.pdf?utm_campaign=turismo em pauta - ed 47&utm_medium=email&utm_source=RD+Station](https://portal-bucket.azureedge.net/wp-content/2021/10/472021.pdf?utm_campaign=turismo%20em%20pauta%20-%20ed%2047&utm_medium=email&utm_source=RD+Station)

Tribuna do Norte. (2012). Maré alta não traz grandes transtornos a Ponta Negra. Recuperado em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/mare-alta-nao-traz-grandes-transtornos-a-ponta-negra/227773>

Tribuna do Norte. (2022a). Enrocamento de Ponta Negra tem licença emitida pelo Idema. Recuperado em: www.tribunadonorte.com.br/noticia/enrocamento-de-ponta-negra-tem-licenca-a-emitida-pelo-idema/549067

Tribuna do Norte. (2022b). Estudo sobre engorda e drenagem da praia de Ponta Negra é apresentado em audiência pública. Recuperado em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/estudo-sobre-engorda-e-drenagem-da-praia-de-ponta-negra-a-apresentado-em-audiencia-publica/551636>

Tribuna do Norte. (2022c). Natal terá marca da cidade finalizada até dezembro deste ano. Recuperado em: www.tribunadonorte.com.br/noticia/natal-tera-marca-da-cidade-finalizada-ata-dezembro-deste-ano/551037

UFRN (2015). Boletim Diário da UFRN. Natal –RN, 29/setembro/2015 –nº 182 –ano XV. Recuperado em: <https://www.ct.ufrn.br/ufrn-e-prefeitura-buscam-integrar-natal-a-rede-de-cidades-inteligentes/>

UNWTO - World Tourism Organization (2015). Tourism definitions. Madrid: UNWTO, 2015. Recuperado em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>.

Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph, 352p.

Xiang, Z. (2018). From Digitization to the Age of Acceleration: On Information Technology and Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, p. 147–50. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.023>

Weiss, M. C., Bernardes, R. C., & Consoni, F. L. (2015). Cidades inteligentes como nova prática para o gerenciamento dos serviços e infraestruturas urbanas: a experiência da cidade de Porto Alegre. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 7, 310-324. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.007.003.AO01>

Weiss, M. C., Bernardes, R. C., & Consoni, F. L. (2017). Cidades inteligentes: casos e perspectivas para as cidades brasileiras. http://www.fatec.edu.br/revista_ojs/index.php/RTecFatecAM/article/view/137/115

WTTC (2021). “Economic impact”, Recuperado em: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

WTTC (2022). “Economic impact”, Recuperado em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>

APÊNDICES

APÊNDICE I - LISTA DOS MEMBROS DO CNTUR - BIÊNIO 2021/2022



Lista dos Membros do Conselho Municipal de Turismo – BIÊNIO 2021/2022

REPRESENTANDO O PODER PÚBLICO
Secretaria Municipal de Turismo - SETUR
Secretaria Municipal de Cultura – SECULT
Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA
Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo – SEMURB
Secretaria Municipal de Serviços Urbanos – SEMSUR
Secretaria Municipal de Trabalho e Assistência Social – SEMTAS
Secretaria Municipal de Segurança Pública e Defesa Social – SEMDES
Câmara Municipal de Natal – CMN
Secretaria de Estado do Turismo – SETUR/RN
Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico – SEDEC/RN
Banco do Nordeste do Brasil – BNB/RN
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN/RN
Superintendência do Patrimônio da União – SPU/RN
ENTIDADES REPRESENTATIVAS DO SEGMENTO E SETOR TURÍSTICO
Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do RN – ABIH/RN
Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do RN – ABRASEL/RN
Associação Brasileira dos Agentes de Viagens do RN – ABAV/RN
Associação Brasileira dos Jornalistas e Escritores de Turismo do RN – ABRAJET/RN
Natal Convention & Visitor Bureau – Natal CVB/RN
Federação do Comércio, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte – FECOMÉRCIO/RN
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/RN
Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do RN – SHRBS/RN
Sindicato dos Bugueiros Profissionais do RN – SINDBUGGY/RN
Sindicato dos Guias de Turismo do RN - SINGTUR/RN
Sindicato das Empresas de Turismo do RN – SINDETUR/RN
Sindicato dos Condutores Autônomos de Veículos Rodoviários do RN – SCAVR/RN
Instituições de Ensino Superior do RN – IES/RN

APÊNDICE II - ROTEIRO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Elaborado pelo mestrando Ralyson Adyson Marques da Costa Soares, do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como instrumento metodológico para coleta de dados da dissertação de mestrado, como pré-requisito para obtenção do grau de Mestre em Turismo, sob a orientação do Professor Dr. Luiz Augusto Machado Mendes Filho.

Este roteiro de entrevista baseia-se no modelo teórico sistêmico proposto pelos autores Ivars-Baidal, Solsona Monzonís e Giner Sánchez (2016). O instrumento de coleta compõe a pesquisa intitulada “Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos Destinos Turísticos Inteligentes”, de cunho qualitativo. A entrevista tem o objetivo, analisar a percepção dos gestores que fazem parte do Conselho Municipal de Turismo (CMTur) de Natal/RN sobre os aspectos do destino turístico como um Destino Turístico Inteligente (DTI).

O questionário é composto de 16 perguntas abertas, aplicadas aos respondentes selecionados de acordo com o grau de relevância para a pesquisa. Os agentes desta pesquisa são os gestores públicos e gestores privados que fazem parte do CMTur e que estão diretamente relacionados com a atividade turística do destino Natal/RN.

Para fins desse estudo a amostra será considerada através da realização de entrevista semiestruturada, o que possibilita que o pesquisador ao longo da entrevista possa fazer outras perguntas que não constam no roteiro, com a finalidade de alcançar melhor confiabilidade aos dados coletados e os objetivos do estudo.

ASPECTOS GERAIS DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

1. Na sua opinião, **o que é** um Destino Turístico Inteligente e quais suas **características**?
2. Na sua opinião, quais são os **benefícios** de um destino turístico inteligente para o turista e para o destino?
3. O(a) senhor(a) tem **conhecimento** do modelo de desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes que o MTur vem desenvolvendo no Brasil?

(NÍVEL ESTRATÉGICO-RELACIONAL)

CATEGORIA DE ANÁLISE: GOVERNANÇA

4. O(a) senhor(a) tem conhecimento do desenvolvimento de **estratégias** para tornar Natal/RN um destino turístico inteligente?
5. Quais são os principais desafios, barreiras e oportunidades no **planejamento da atividade** turística do destino Natal/RN?
6. Qual a sua avaliação do grau de **colaboração público-privada** na gestão do destino Natal/RN?

(NÍVEL ESTRATÉGICO-RELACIONAL)

CATEGORIA DE ANÁLISE: SUSTENTABILIDADE

7. Na sua opinião, quais os principais **problemas urbanos** associados às deficiências turísticas na cidade de Natal?
8. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que o destino Natal desenvolveu ou desenvolve para promover maior **acessibilidade**? Exemplifique.

(NÍVEL ESTRATÉGICO-RELACIONAL)

CATEGORIA DE ANÁLISE: INOVAÇÃO

9. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que vem sendo desenvolvido no destino Natal/RN, que na sua opinião é considerado **inovador**? Quais?

(NÍVEL INSTRUMENTAL)**CATEGORIA DE ANÁLISE: SISTEMA DE INFORMAÇÃO**

10. Na sua opinião, qual a importância da **Tecnologia da Informação e Comunicação** para o desenvolvimento turístico do destino Natal/RN?
11. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que o destino Natal/RN desenvolveu ou desenvolve sobre **dados abertos e/ou big data**? Exemplifique.

(NÍVEL INSTRUMENTAL)**CATEGORIA DE ANÁLISE: CONECTIVIDADE E SENSORIZAÇÃO**

12. O(a) senhor(a) tem conhecimento de algum **aplicativo** desenvolvido para impulsionar a **atividade turística** do destino turístico Natal/RN? Qual (is)?
13. O(a) senhor(a) considera importante um **aplicativo** do destino Natal/RN com **foco no turista**? Por que?

(NÍVEL APLICADO)**CATEGORIA DE ANÁLISE: APLICAÇÕES E SOLUÇÕES TURÍSTICAS**

14. O(a) senhor(a) tem conhecimento de alguma iniciativa de **sistemas de informação** como página da web, aplicativo ou outros canais de troca de **informações da administração pública**? Qual (is)?
15. Como você avalia a incorporação de **novas tecnologias para gerenciamento** do destino turístico Natal?
16. Qual sua avaliação para a importância da Tecnologia da Informação e Comunicação para o desenvolvimento de **novos produtos e fomentar experiências turísticas** de valor no destino Natal/RN?

APÊNDICE III - QUADRO REFERENCIAL - EIXOS E DIMENSÕES DE DTI
QUADRO REFERENCIAL - EIXOS E DIMENSÕES DO MODELO

Nível	Dimensão	Eixo	Questões
–	–	Aspectos Gerais	1. Na sua opinião, o que é um Destino Turístico Inteligente e quais suas características? 2. Quais são os benefícios de um destino turístico inteligente para o turista? 3. O(a) senhor(a) tem conhecimento do modelo de Destino Turístico Inteligente que o MTur vem desenvolvendo no Brasil? Se sim, como o(a) senhor(a) analisa esse conceito para o destino do Natal/RN?
Nível	Dimensão	Eixo	Questões
Estratégico-Relacional	Governança	Estratégia	4. O(a) senhor(a) tem conhecimento do desenvolvimento de estratégias para tornar Natal/RN um destino turístico inteligente?
		Planejamento	5. Quais são os principais desafios, barreiras e oportunidades no planejamento da atividade turística do destino Natal/RN?
		Novas formas de gestão	6. Qual a sua avaliação do grau de colaboração público-privada na gestão do destino Natal/RN?
	Sustentabilidade	Modelo urbano e turístico	7. Na sua opinião, quais os principais problemas urbanos associados às deficiências turísticas na cidade de Natal?
		Enfoque operativo Eficiência Melhoria no posicionamento	Sem questão abrangendo referidos eixos.
		Acessibilidade	8. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que o destino Natal desenvolveu ou desenvolve para promover maior acessibilidade? Exemplifique.
	Inovação	Inovação aberta	9. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que vem sendo desenvolvido no destino Natal/RN, que na sua opinião é considerado inovador? Quais?
		Enfoque Cluster Empreendimento	Sem questão abrangendo referidos eixos.
Instrumental	Sistema de Informação	Plataforma de integração de informações	10. Na sua opinião, qual a importância da Tecnologia da Informação e Comunicação para o desenvolvimento turístico do destino Natal/RN?
		Open data e Big data	11. O(a) senhor(a) tem conhecimento de ações/programas e/ou projetos turísticos que o destino Natal/RN desenvolveu ou desenvolve sobre dados abertos e/ou big data? Exemplifique.

	Conectividade e Sensorização	Base de economia digital: empresas e consumidores	Sem questão abrangendo referido eixo.
		Sensores: dispositivos e pessoas	12. O(a) senhor(a) tem conhecimento de algum aplicativo desenvolvido para impulsionar a atividade turística do destino turístico Natal/RN? Qual (is)? 13. O(a) senhor(a) considera importante um aplicativo do destino Natal/RN com foco no turista? Por que?
Aplicado	Aplicações e soluções turísticas	Administração eletrônica	14. O(a) senhor(a) tem conhecimento de alguma iniciativa de sistemas de informação como página da web, aplicativo ou outros canais de troca de informações da administração pública? Qual (is)?
		Administração aberta Comunicação Comercialização Fidelização de demanda Qualidade	Sem questão abrangendo referidos eixos.
		Inteligência de negócios	15. Como você avalia a incorporação de novas tecnologias para gerenciamento do destino turístico Natal?
		Informação turística	Sem questão abrangendo referido eixo.
		Desenvolvimento de produtos e novas experiências	16. Qual sua avaliação para a importância da Tecnologia da Informação e Comunicação para o desenvolvimento de novos produtos e fomentar experiências turísticas de valor no destino Natal/RN?

APÊNDICE IV - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Este é um convite para participação da pesquisa intitulada “**Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos Destinos Turísticos Inteligentes**”, que tem como pesquisador responsável **Ralyson Adyson Marques da Costa Soares**, do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como instrumento metodológico para coleta de dados da dissertação de mestrado, sob a orientação do **Professor Doutor Luiz Augusto Machado Mendes Filho**.

A referida pesquisa pretende analisar os aspectos de um Destino Turístico Inteligente, tendo como estudo de caso o destino turístico Natal (Rio Grande do Norte, Brasil). A sua participação é de grande importância para a pesquisa, porém, o(a) senhor(a) tem o direito de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem que haja prejuízo para o respondente. A entrevista tem o objetivo, analisar a percepção dos gestores que fazem parte do Conselho Municipal de Turismo (CMTur) de Natal/RN sobre os aspectos do destino turístico como um Destino Turístico Inteligente (DTI). O questionário é composto de 16 perguntas abertas, aplicadas aos respondentes selecionados de acordo com o grau de relevância para a pesquisa.

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Após ter sido esclarecido sobre os objetivos, importância e o modo como os dados serão coletados nessa pesquisa, além de conhecer os riscos, desconfortos e benefícios que ela trará para mim e ter ficado ciente de todos os meus direitos, concordo em participar da pesquisa “**Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos Destinos Turísticos Inteligentes**”, e autorizo a divulgação das informações por mim fornecidas em congressos e/ou publicações científicas desde que nenhum dado possa me identificar.

Assinatura do participante da pesquisa

DECLARAÇÃO DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL

Como pesquisador responsável pelo estudo “**Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos Destinos Turísticos Inteligentes**”, declaro que assumo a inteira responsabilidade de cumprir fielmente os procedimentos metodologicamente e direitos que foram esclarecidos e assegurados ao participante desse estudo, assim como manter sigilo e confidencialidade sobre a identidade do mesmo.

Declaro ainda estar ciente que na inobservância do compromisso ora assumido estarei infringindo as normas e diretrizes propostas pela Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde – CNS, que regulamenta as pesquisas envolvendo o ser humano.

Ralyson Soares

Mestrando em Turismo - PPGTUR/UFRN

APÊNDICE V - TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE VOZ

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA GRAVAÇÃO DE VOZ

Depois de entender os benefícios que a pesquisa intitulada “**Análise do destino Natal/RN na perspectiva sistêmica dos Destinos Turísticos Inteligentes**”, que tem como pesquisador responsável **Ralyson Adyson Marques da Costa Soares**, do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) sob a orientação do **Professor Doutor Luiz Augusto Machado Mendes Filho**, e ciente que os métodos que serão usados para a coleta de dados, como a necessidade da gravação de minha entrevista, AUTORIZO, por meio deste termo a realizar a gravação de minha entrevista sem custos financeiros a nenhuma parte.

Essa AUTORIZAÇÃO foi concedida mediante o compromisso do pesquisador em garantir-me os seguintes direitos:

1. Poderei ler a transcrição da minha gravação;
2. Os dados coletados serão usados exclusivamente para gerar informações para a pesquisa aqui relatada e outras publicações dela decorrentes, quais sejam: revistas científicas, jornais, congressos entre outros eventos dessa natureza;
3. Minha identificação não será revelada em nenhuma das vias de publicação das informações geradas;
4. Qualquer outra forma de utilização dessas informações somente poderá ser feita mediante minha autorização;
5. Os dados coletados serão guardados por 6 meses, sob responsabilidade do pesquisador, e após esse período serão destruídos.

6. Serei livre para interromper minha participação na pesquisa a qualquer momento e/ou solicitar a posse da gravação e transcrição de minha entrevista.

Ademais, tais compromissos estão em conformidade com as normas e diretrizes propostas pela Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde – CNS, que regulamenta as pesquisas envolvendo o ser humano.

Natal/RN _____de _____de _____.

Assinatura do participante da pesquisa

Ralyson Soares
Mestrando em Turismo - PPGTUR/UFRN