



Artigo

## Modelo INVAT.TUR: Indicadores relevantes para gestão de um destino turístico inteligente

INVAT.TUR Model: Relevant indicators for managing a smart tourism destination

Modelo INVAT.TUR: Indicadores relevantes para la gestión de un destino turístico inteligente

Daene Lima - Universidade Federal do Rio Grande do

Norte

Luiz Mendes Filho- Universidade Federal do Rio Grande

do Norte

---

**Palavras-chave:**

Turismo Inteligente  
Destinos Turísticos Inteligentes  
Tecnologias  
INVAT.TUR.

**Resumo**

Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) podem ser percebidos como locais que utilizam os recursos tecnológicos, ferramentas e técnicas disponíveis para permitir demanda e oferta para co-criar valor, prazer e experiências para o turista e riqueza, lucro e benefícios para as organizações e os destinos. A Espanha tem alcançado resultados significativos na atividade turística, e com intuito de manter o posicionamento no mercado, o país desenvolveu como estratégia competitiva um modelo de DTI. Este estudo analisou os indicadores do modelo espanhol do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (INVAT.TUR): Governança, Sustentabilidade, Conectividade, Sensorização, Sistema de Informação e Inovação. A presente pesquisa caracteriza-se como um ensaio teórico, de caráter exploratório com abordagem qualitativa, realizada através de revisão bibliográfica. Conclui-se que o Modelo INVAT.TUR dispõe de um planejamento pautado em estratégias para o desenvolvimento turístico, onde se destaca a gestão inovadora, infraestrutura tecnológica, desenvolvimento urbano baseado no crescimento da economia e desenvolvimento.

---

**Abstract****Keywords:**

Smart Tourism  
Smart Tourism Destinations  
Technologies  
INVAT.TUR.

Smart Tourism Destinations (STD) can be perceived as places that use the technological resources, tools and techniques available to allow demand and supply to co-create value, pleasure and experiences for the tourist and wealth, profit and benefits for organizations and destinations. Spain has achieved significant results in tourism, and in order to maintain its position in the market, the country has developed a STD project as a competitive strategy. This study analyzed the indicators of the Spanish model of the Valencian Institute of Tourism Technologies (INVAT.TUR): Governance, Sustainability, Connectivity, Sensing, Information and Innovation

System. This research is characterized as a theoretical essay, exploratory with a qualitative approach, carried out through bibliographic review. It is concluded that the INVAT.TUR Model has a planning based on strategies for tourism development, with emphasis on innovative management, technological infrastructure, urban development based on economic growth and development.

#### Resumen

#### Palábras clave:

Turismo inteligente Destinos turísticos inteligentes Tecnologías INVAT.TUR.

Los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) pueden percibirse como lugares que utilizan los recursos tecnológicos, herramientas y técnicas disponibles para permitir que la oferta y la demanda co-creen valor, placer y experiencias para el turista y riqueza, rentabilidad y beneficios para las organizaciones y destinos. España ha obtenido importantes resultados en turismo, y para mantener su posición en el mercado, el país ha desarrollado un modelo DTI como estrategia competitiva. Este estudio analizó los indicadores del modelo español del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR): Gobernanza, Sostenibilidad, Conectividad, Sensibilidad, Sistema de Información e Innovación. Esta investigación se caracteriza por ser un ensayo teórico, exploratorio con enfoque cualitativo, realizado a través de revisión bibliográfica. Se concluye que el Modelo INVAT.TUR cuenta con una planificación basada en estrategias de desarrollo turístico, con énfasis en la gestión innovadora, la infraestructura tecnológica, el desarrollo urbano basado en el crecimiento económico y el desarrollo

Recebido em: 25/11/2020.

Aprovado em: 26/02/2021

Revisado por pares



**Como citar APA:** Lima, D., Mendes Filho, L.. (2021). Modelo INVAT.TUR: Indicadores relevantes para gestão de um destino turístico inteligente. Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território, Brasília, 9 (2), Mai./jun.. 10.26512/revistacenario.v9i2.35322

## Introdução

As novas abordagens de planejamento e gerenciamento são fatores que impulsionam a competitividade dos destinos turísticos. (Bernabeu *et al.*, 2005). O turismo é um dos principais setores, e assim, surgem variáveis para aumentar a vantagem competitiva dos destinos turísticos (Castells, 2003; Montanari & Giraldi, 2013). A vantagem competitiva é um conjunto de características que são agregadas e criam valor nos produtos e serviços, e assim, possibilita a participação como um destino competitivo diante dos demais concorrentes, através do posicionamento estratégico. Desenvolver estratégias competitivas para a atividade turística, contribuí com a divulgação de destinos, tornando-o um destino atrativo (Santos & Ribeiro, 2016).

Cooper *et al.* (2007) afirmam que três pontos são estratégicos para o desenvolvimento da atividade turística: desenvolvimento sustentável, organizações internacionais que apoiam o desenvolvimento do turismo, e a contribuição da tecnologia, através do uso da Internet no processo de organização de viagens, sendo uma ferramenta na busca de informações sobre destinos turísticos. A atividade turística vem se adequando às mudanças tecnológicas, e diante desse cenário, a operacionalização e a utilização da internet abrem espaço para o mundo exterior, do mesmo modo que facilita a interatividade entre as organizações em nível global, por meio da troca de ideias, produtos e serviços (Beni, 2017).

A atividade turística está concentrada no processo de mudanças estruturais decorrentes do advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e do surgimento de novos modelos de negócios. Nessa perspectiva, o turismo surge como atividade pós-moderna, fazendo uso constante da informação e do conhecimento como fonte de vantagem competitiva. Para Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), a informação é o principal elemento do turismo, necessitando ser trabalhado de forma estratégica. O'Connor

(2001) afirma que a informação é uma das principais matérias-primas dos dias atuais, em uma era altamente tecnológica, sendo relevante para o desenvolvimento da atividade turística.

Diante dessa inovação tecnológica, surgem as Cidades Inteligentes (*Smart Cities*), que são compreendidas como cidades que utilizam os Sistemas de Inovação e as TICs (Gretzel, Werthner, Koo, & Lamsfus, 2015; SEGITTUR, 2016). Enquanto as Cidades Inteligentes buscam melhorar a qualidade de vida dos residentes, o Destino Turístico Inteligente (DTI) tem como foco melhorar a experiência do turista, através da integração e utilização dos Sistemas de Inovação e TICs nos destinos turísticos (Gretzel *et al.*, 2015; SEGITTUR, 2016; Mendes Filho, Silva & Silva, 2019). A tecnologia vem contribuindo com a atividade turística, por eixos das tecnologias inteligentes, que auxiliam na gestão das cidades e dos destinos, tornando-os em Cidades Inteligentes e DTIs (INVAT.TUR, 2015).

DTIs podem ser percebidos como locais que utilizam os recursos tecnológicos, ferramentas e técnicas disponíveis para permitir demanda e oferta para co-criar valor, prazer e experiências para o turista e riqueza, lucro e benefícios para as organizações e os destinos. Assim, pode-se citar que as TICs promovem um território de inovação, cooperação e criação de oportunidades. (Boes, Buhalis & Inversini, 2015).

Nessa perspectiva, é importante citar o conceito do Turismo Inteligente, que advém de um sistema global de apoio ao turista, por meio da prestação de serviços de informação, através de uma tecnologia abrangente, em que são disponibilizados serviços de informações aos turistas, durante a estada no destino turístico. (Gretzel *et al.*, 2015). O turismo inteligente é apresentado por Gretzel, Sigala, Xiang e Koo (2015) como uma integração de esforços para um destino turístico, de modo a contribuir com os dados que são resultantes de aspectos como infraestrutura física, conexões sociais, órgãos governamentais, organizações relacionadas com a atividade turística, com a participação de indivíduos em combinação com o uso de tecnologias avançadas, contribuindo assim, em transformar dados em experiências.

A contribuição da tecnologia para o turismo é de grande relevância, partindo do processo do planejamento da viagem, a influência no processo de decisão da escolha do destino, durante a viagem em que o turista manifesta através das mídias sociais a experiência vivenciada durante todo o processo cíclico da viagem. (SEGITTUR, 2016). Portanto, a proposta de um DTI é promover a integração em três etapas: antes, durante e após a viagem, mediante o processo de interação, enriquecendo a experiência vivenciada dos turistas e visitantes durante a estada no destino. (SEBRAE, 2016).

O objetivo de um DTI é proporcionar estruturas turísticas por meio do uso de recursos e tecnologias inovadoras. (SEBRAE, 2016). A tendência mercadológica é que as organizações ligadas de forma direta e indireta com a atividade turística, adotem medidas criativas e inovadoras para melhorar as relações dos turistas e visitantes, uma vez que os atores envolvidos no processo, buscam conectividade e experiências em tempo real. (SEBRAE, 2016). Conforme o Ministério do Turismo (MTUR, 2015), a tecnologia tem se destacado como grande motor de inovação, tendo como relevância o surgimento de aplicativos para impulsionar ainda mais as informações sobre viagens, que comparam preços e alertam sobre promoções. Para transformação de um destino turístico tradicional em um DTI, Jurin (2008) apresentou metodologias para impulsionar o desenvolvimento desses destinos. Porém, segundo pesquisa realizada por Sousa *et al.* (2016), ainda não há um modelo de DTI consolidado e validado na literatura acadêmica.

Diante dos aspectos apresentados, foi realizada uma análise descritiva do modelo espanhol do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas, o INVAT.TUR (2015), por meio dos indicadores Governança, Sustentabilidade, Conectividade e Sensorização, Sistema de Informação e Inovação, que foram desenvolvidos para Comunidade Valenciana implementar o destino como um DTI. Cada indicador do modelo é um recurso metodológico para analisar

os aspectos de gerenciamento para impulsionar o desenvolvimento local como um DTI. Portanto, o estudo buscou compreender o seguinte problema de pesquisa: Qual a relevância dos indicadores do Modelo INVAT.TUR para gestão de um destino turístico inteligente?

Com a proposta de contribuir com os estudos brasileiros relacionados ao conceito de destino turístico inteligente, justifica-se a escolha por essa temática. Importante ressaltar que a escolha pelo modelo INVAT.TUR, foi motivada pela abordagem e aplicabilidade do modelo, que de forma interdisciplinar, integra os níveis teórico e operacional, proporcionando assim uma gestão focada em estratégias de inovação.

A presente pesquisa caracteriza-se como um ensaio teórico, de caráter exploratório com abordagem qualitativa, realizada através de revisão bibliográfica e utilização de fontes de dados secundários. Gil (2012) descreve na literatura como o primeiro passo para a aproximação com os temas de qualquer pesquisa. Destarte, o estudo do Modelo INVAT.TUR possibilitou uma compreensão da temática de DTI. As categorias de análise apresentadas na pesquisa são os indicadores descritos no modelo estudado. Indicadores em DTI são importantes porque complementam as informações subjetivas e permite comparações com outros destinos e regiões. (Santos-Júnior *et al.*, 2020).

Para alcançar o objetivo do estudo, realizou-se uma análise exploratória do modelo INVAT.TUR (2015). A pesquisa caracteriza-se como exploratória, por construir com uma nova percepção, e assim fomentando novas ideias a partir do objeto de estudo. Pode ser também considerada bibliográfica, pela estruturação do estudo ter sido fundamentada com base nas referências teóricas publicadas em livros, artigos, e outras fontes secundárias. (Cervo, Bervian e Silva, 2007).

O artigo está estruturado em quatro capítulos. Iniciando no capítulo 1, com a Introdução. O capítulo 2 é composto pelo Referencial Teórico, por meio de um embasamento da literatura sobre Destino Turístico, Cidades Inteligentes, Turismo Inteligente e Destinos Turísticos Inteligentes. No capítulo 3 é apresentado o Modelo espanhol INVAT.TUR (2015), que norteou a pesquisa, assim como são descritos os indicadores do modelo analisado, por meio das seguintes categorias: Governança, Sustentabilidade, Conectividade, Sensorização, Sistema de Informação e Inovação. E por fim, o capítulo 4 discorre as considerações finais da pesquisa.

## Referencial teórico

### ***Destino Turístico***

Destino Turístico é uma temática que está em constante evidência, por meio de inúmeros estudos que vem sendo desenvolvidos por americanos, europeus e latinos. Tradicionalmente, Destino Turístico pode ser considerado uma zona geográfica, uma região, uma ilha ou uma cidade, constituída por bens e serviços para promoção da atividade turística. (Pearce, 2014; Framke, 2002; Saraniemi & Kylänen, 2011; Santos *et al.*, 2016; Vignati, 2012).

Em conformidade com as dimensões estabelecidas, o sucesso de um destino turístico está alinhado a indicadores e a relação dos residentes com os turistas, inovação, comunicação, cooperação, colaboração, conhecimento, experiência, dentre outros âmbitos de caráter regional e local, em que o destino pode ser caracterizado como um fragmento sustentado por produtos e serviços. (Ritchie & Crouch, 2005; Buhalis, 2000; Fyall, 2011; Santos & Gândara, 2016).

A construção e articulação de um produto turístico pode ser caracterizado como uma cadeia de valor, sendo uma oportunidade estratégica para aumentar a vantagem competitiva do mercado de turismo, do mesmo modo que busca qualidade nos produtos e serviços, como também tem como incentivo aproximar os atores envolvidos. Nesse contexto, um exemplo a ser citado, é o modelo de cadeia de valor proposta por Michael Porter (Porter, 1989; 1999), observa-se uma perspectiva de posicionamento, uma vez que esse modelo contribui para

analisar atividades específicas, e possibilita que os atores envolvidos na atividade turística criem valor e vantagem competitiva, por impulsionar o desenvolvimento de processos organizacionais através da implementação dos produtos e serviços que serão oferecidos aos turistas e visitantes, uma vez que essas atividades determinam os custos, bem como afetam os lucros (Rezende, 2015; Santos & Gândara, 2016).

O processo de análise das atividades representativas de Porter (1989), propicia que as atividades de apoio devem contribuir para a realização de atividades primárias. Porter relaciona como atividades primárias, aquelas que estão diretamente relacionadas com o ambiente físico, vendas, manutenção e suporte de produtos e serviços. Essas atividades estão relacionadas ao suporte de implementação do destino, englobando aspectos como logística, em relação aos processos de entrada e saída de turistas e visitantes, Ações, Marketing e Vendas. Essas atividades primárias estão relacionadas com atividades de apoio, como Infraestrutura, Gestão de Recursos Humanos, Desenvolvimento Tecnológico e os processos necessários para o desenvolvimento turístico local. (Rezende, 2015).

Os destinos estão sujeitos a ciclos de crescimento e declínio internos, como também podem sofrer conflitos e forças externas. Enquanto as forças internas são desencadeadas por mudanças que afetam a economia, essas forças podem prejudicar os atrativos do destino. As forças externas podem influenciar diretamente a atratividade do destino, sendo as três principais forças externas caracterizadas como as rápidas mudanças tecnológicas, a concorrência mundial e as transições no poder político. Os fatores externos podem exercer ou não controle, o que causa risco para o destino turístico. (Kotler et al., 2006; Porter, 1999).

O planejamento turístico deve ser uma prioridade no poder público, tendo como proposta incentivar o desenvolvimento do destino por meio de ofertas competitivas. (Vignati, 2012). Nos últimos anos, de acordo com o Ministério do Turismo (2014), os destinos turísticos brasileiros vêm se adequando ao mercado globalizado, por meio de um esforço conjunto com as entidades de fomento do trade turístico, através de diretrizes e estratégias competitivas para o desenvolvimento do destino.

O propósito de se transformar em um DTI resulta em uma estratégia para progressão do destino, com o aumento da competitividade, a melhor utilização dos atrativos naturais, históricos e culturais, da valorização dos recursos existentes, da elaboração de recursos inovadores, que contribuam com o desenvolvimento sustentável, do processo de interatividade do turista e visitante ao destino. (SEGITTUR, 2016). Gretzel, Werthner, Koo & Lamfsufus (2015) definem DTI como um ecossistema inteligente, que é representado por um conjunto de tecnologias e cidades inteligentes, construção de propostas de negócios turísticos, com foco na eficiência, sustentabilidade e experiência vivenciada por atores envolvidos na cadeia turística.

### **Cidades Inteligentes**

O conceito de DTI está relacionado com o conceito de Cidade Inteligente (*Smart City*). A proposta da Cidade Inteligente é focada na gestão urbana, através de estratégias e aplicações de conceitos, que envolve a Competitividade (*Smart Economy*), o Capital Humano e Social (*Smart People*), a Participação (*Smart Governance*), a Mobilidade (*Smart Mobility*), os Recursos Naturais (*Smart Environment*) e a Qualidade de Vida (*Smart Living*) dos residentes. (Miskalo-Cruz & Gândara, 2016; SEGITTUR, 2016; INVAT.TUR, 2015).

As características de uma Cidade Inteligente são divididas em seis grupos, podendo citá-las como Economia, Sociedade, Governança, Mobilidade, Meio Ambiente e Qualidade de Vida, com subdivisão em 31 fatores e 74 indicadores. (Giffinger et al., 2007). A nível internacional, Málaga, localizada no sul da Espanha, posiciona-se como protótipo de Cidade Inteligente e modelo de gestão sustentável. De acordo com o site Málaga Information, o destino turístico é considerado um dos mais importantes da Espanha, e vem com a proposta

de posicionar como a cidade mais inteligente, através da sustentabilidade econômica, social e ambiental. (INVAT.TUR, 2015).

No Brasil, nos últimos anos, vem sendo realizado pela Urban Systems, em parceria com a Sator, um estudo sobre cidades inteligentes do Brasil. Com o objetivo de posicionar as cidades mais inteligentes do Brasil, são analisados 70 indicadores de 11 áreas de gestão pública, como Economia, Educação, Empreendedorismo, Energia, Governança, Meio Ambiente, Mobilidade, Planejamento Urbano, Saúde, Segurança e Tecnologia e Inovação. (Urban Systems, 2018).

Ainda que os estudos de Cidades Inteligentes não sejam centrados na atividade turística, é importante destacar que entre os diversos serviços oferecidos por uma cidade, o turismo é relevante de forma social, por meio da experiência vivenciada pelos visitantes. Portanto, são apresentados no Quadro 1, alguns conceitos de Cidades Inteligentes (*Smart City*), que auxiliará na compreensão deste capítulo.

**Quadro 1:** Conceitos de Cidades Inteligentes

Autor	Ano	Conceito
Hall et al.	2000	São aquelas que monitoram e integram as condições de operações de infraestruturas críticas da cidade, atuando de forma preventiva.
Kanter & Litow	2009	São aquelas capazes de conectar de forma inovadora as infraestruturas físicas e de TICs, de forma eficiente e eficaz, para melhorar as condições de sustentabilidade e de qualidade vida da população.
Toppeta	2010	São aquelas que integram as ferramentas das TICs e da Web 2.0 com os esforços organizacionais, de design e planejamento, para desmaterializar e acelerar os processos burocráticos, ajudando a identificar e implementar soluções inovadoras para o gerenciamento da complexidade das cidades.
Giffinger & Gudrun	2010	São aquelas de visão futurista em relação a vários aspectos, como economia, pessoas, governança, mobilidade, meio ambiente e qualidade de vida, e são construídas sobre a combinação inteligente de atitudes decisivas, independentes e conscientes dos atores envolvidos.
Washburn & Sindhu	2010	São aquelas que usam tecnologias através do uso de computação inteligente para tornar os componentes das infraestruturas e serviços críticos mais inteligentes, interconectados e eficientes.
Dutta	2011	São aquelas que têm foco em um modelo personalizado, com visão moderna do desenvolvimento urbano e que reconhecem a crescente importância das TICs no direcionamento da competitividade econômica, sustentabilidade ambiental e qualidade de vida geral.
Harrison & Donnelly	2011	São aquelas que fazem uso sistemático das TICs para viabilizar a eficiência no planejamento, execução e manutenção dos serviços e infraestruturas urbanos.
Nam & Pardo	2011	São aquelas que têm por objetivo a melhoria na qualidade dos serviços aos cidadãos e que o estabelecimento de sistemas integrados baseados em TICs, através dos serviços disponibilizados e as informações são compartilhadas.

**Fonte:** Adaptado dos autores Weiss, Bernandes e Consoni (2015).

As cidades se tornam mais competitivas e complexas, e com o auxílio da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), muitas atividades e serviços poderão ser coordenadas, como também programadas, possibilitando mais conectividade aos cidadãos, deixando-os mais informados e comprometidos. (Buhalis & Amaranggana, 2014).

## Turismo Inteligente

O termo *Smart* que traduzindo para o português significa inteligente, é uma nova expressão no turismo, que caracteriza e engloba conceitos sobre tecnologia, economia e desenvolvimento social, que são alimentados pelas tecnologias da comunicação e informação, promovendo conectividade e troca de informações. (Gretzel *et al*, 2015).

O conceito Turismo Inteligente é uma tendência que vem sendo consolidada com o desenvolvimento de pesquisas, com a proposta de construir produtos, serviços ou tecnologias complementares e inovadoras. Atualmente, o Centro de Pesquisa de Turismo Inteligente (Smart Tourism Research Center – STRC), vem desenvolvendo pesquisas nessa temática, com a proposta de construir teorias e fornecer tendências globais para o turismo inteligente na Coreia, como também em outros destinos da Europa, Estados Unidos e Austrália (STRC, 2013; Gretzel, 2017).

O STRC, é financiado pela Fundação de Ciências Sociais da Coreia (National Research Foundation of Korea Grant) para promover um novo campo de investigação e uma nova abordagem do turismo, com a perspectiva de expandir o mercado turístico através de uma realidade de competitividade e inovação. Do mesmo modo cria oportunidades para publicações de artigos de periódicos, cooperação na implementação do turismo inteligente, colaborando com a atividade turística, com os destinos, como também com partes interessadas, como o governo, parceiros corporativos e especialistas em Tecnologia da Informação, para apoiar os governos locais e, especialmente, as cidades na construção e implementação de agendas inteligentes de turismo. (STRC, 2013).

Gretzel (2017) definiu o turismo inteligente como um sistema de apoio ao turista, que oferece serviços de informação e tecnologia durante a estada no destino. O turista contemporâneo busca todas as informações disponíveis sobre o destino antes de viajar, sendo um turista mais interativo com as tendências globais, e assim esse turista pesquisa os atrativos turísticos, restaurantes, opções de lazer e entretenimento, entre outras informações que almeja usufruir durante a viagem.

O atual cenário tecnológico e inovador vislumbra iniciativa que estão sendo executadas para manter a competitividade do segmento e preparar os diversos ramos envolvidos no setor, com a proposição de atender de forma criteriosa o perfil desse turista. As mudanças estruturais na atividade turística reforçam a necessidade de novas perspectivas de planejamento e gestão, portanto as tecnologias mudaram o comportamento dos consumidores, aumentaram a transparência de mercado e facilitaram o comércio social. (Gretzel *et. al*, 2015; Gretzel, 2017).

Diante dessa proposta, Gretzel (2017) apresentou cinco camadas conceituais do Turismo Inteligente, que descreve aspectos que um destino turístico precisa atender as expectativas do turista nos dias atuais, que será representada na Figura 1.

**Figura 1:** Camadas Conceituais do Turismo Inteligente



**Fonte:** Adaptado Gretzel (2017)

A temática Turismo Inteligente vem apresentando a predominância de aplicações das TICs como parte essencial do ecossistema turístico, conectando diferentes agentes do ecossistema turístico, com foco na melhoria nos serviços prestados, para fomentar o desenvolvimento regional e gerar novos modelos de negócios. (Gretzel *et. al.*, 2015; Gretzel, 2017). Para melhor compreensão, é apresentado um quadro conceitual (Quadro 2), descrevendo a definição das cinco Camadas Conceituais do Turismo Inteligente de acordo com os estudos da autora, demonstrado na Figura 1.

**Quadro 2:** Camadas Conceituais do Turismo Inteligente

CAMADA	DEFINIÇÃO
FÍSICA	Representa a infraestrutura do destino turístico
TECNOLÓGICA	Envolve as tecnologias inteligentes, podendo exemplificar a Internet das Coisas como um fator de competitividade
DADOS	Todo o processo de captura, armazenamento, processamento, análise e compartilhamento de dados e informações
EMPRESARIAL	Apresenta aspectos como inovação, agilidade, co-criação de valor, participação das Organizações de Marketing de Destinos (DMO's)
EXPERIÊNCIA	O conjunto dessas camadas mencionadas, contribuem para a Camada Experiência, que é aprimorada através do uso da tecnologia.

**Fonte:** Adaptado Gretzel (2017)

A Associação Espanhola de Normalização e Certificação (Asociación Española de Normalización [AENOR], SEGITTUR, 2016), órgão responsável pelo desenvolvimento e difusão das normas técnicas na Espanha, advoga que o mercado turístico encontra-se em um processo competitivo e em constante transformação, e diante desse cenário progressivo, utilizar-se de recursos de inovação, aliados com a sustentabilidade, a acessibilidade e o uso das tecnologias, contribuem para melhoria na competitividade dos destinos turísticos.

No Brasil, o SEBRAE vem desenvolvendo o programa Turismo Inteligente. A coordenadora Nacional do Turismo do SEBRAE, Grazielle Villela, afirmou que a finalidade do programa é desenvolver o segmento no Brasil por meio de parcerias entre empresas privadas e governo, com o objetivo que o país acompanhe as tendências e mudanças do segmento turístico, como também possibilitando soluções integradas que envolvam tecnologia, sustentabilidade, aperfeiçoamento da experiência turística, capacitação e governança (SEBRAE, 2016).

### ***Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)***

O conceito de DTI tem como parâmetro de formulação e metodologia, as categorias e os pilares construídos, desenvolvidos e implementados em cidades europeias. Nos últimos anos, a Espanha tem alcançado resultados significativos na atividade turística, e com intuito de manter o posicionamento no mercado, o país desenvolveu como estratégia competitiva o projeto DTI, que tem como propósito, satisfazer as necessidades atuais e futuras do mercado, dos turistas e dos visitantes, e assim, por meio da expansão tecnológica, possibilitando que os turistas vivenciem uma experiência enriquecedora em tempo real. (INVAT.TUR, 2015; SEBRAE, 2017; Muñoz, 2016).

O projeto despertou a atenção de outros países, que vêm adaptando modelos existentes, à realidade do destino, desenvolvendo estratégias de transformação de um Destino Turístico Tradicional em um DTI. Essa transformação do Destino Turístico, promove e impulsiona a competitividade por meio de competência inovadora, que tem um impacto na melhoria da percepção do destino, gerando qualidade de vida aos residentes. A nova proposta de inovação de um destino turístico, deve partir da intervenção do destino, através de ações integradas de gestão colaborativas e participava dos agentes locais. A partir da



decisão de tornar o destino competitivo, incorpora-se os eixos da inovação, acessibilidade universal, tecnologia e sustentabilidade em todas as áreas da concorrência em relação ao turismo (SEGITTUR, 2016).

A proposta DTI iniciou-se em março de 2013, através da Sociedade Mercantil Estatal de Tecnologias de Inovação e Turismo (SEGITTUR, 2016), um órgão espanhol, que integra o Ministério da Energia, Turismo e Agenda Digital, vinculada a Secretária Estadual de Turismo, que tem como finalidade executar a promoção da inovação no setor turístico espanhol. Para melhor compreensão será apresentado um quadro conceitual, com a categorização e conceitos para um Destino Turístico Inteligente, apresentado no Quadro 3.

**Quadro 3:** Categorização e Conceitos para um Destino Turístico Inteligente

CATEGORIAS	CONCEITOS
GOVERNANÇA	Reinvenção da gestão municipal do turismo com o objetivo de evolução do Destino Turístico Inteligente, com um plano de ação adaptado às necessidades de cada município.
SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA	A sustentabilidade reforça o modelo de DTI, pois as ações nesta área são limitadas e às vezes associados a uma fraca sustentabilidade e a falta de uma gestão holística necessária para o desenvolvimento sustentável que não é suficientemente projetado para o mercado com o objetivo de tornar-se uma diferenciação para o destino.
ACESSIBILIDADE	Acessibilidade é uma exigência para o DTI, para o desenvolvimento de um turismo acessível tanto físico quanto digital, sendo um ambiente turístico acessível.
CONNECTIVIDADE / SENSORIZAÇÃO	São aspectos mais importantes de um DTI, relacionados a qualidade da internet disponibilizada, serviço turístico de qualidade, promoção e venda do destino turístico, comportamento do turista. A conectividade é uma prioridade do ponto de vista da gestão do turismo, tanto em termos de demanda, como para as empresas que utilizam a internet para competir em um ambiente de economia digital.
SISTEMA DE INFORMAÇÃO E INTELIGÊNCIA TURÍSTICA	O DTI deve se concentrar em um sistema de informação turística renovado, adaptado às novas condições de demanda e, em geral, o cenário do turismo atual. Os sistemas de informação têm que se adaptar a uma demanda renovada motivacional, buscando experiências únicas e personalizadas, com o objetivo de melhor satisfazer um turista mais exigente.
INOVAÇÃO	Os DTIs enfrentam grandes desafios para consolidar a inovação como um núcleo de competitividade. O modelo de DTI serve como impulso para que destinos promovam ambientes de inovação abertos que auxiliam clusters territoriais em municípios com mais experiências que possuem produtos similares.

**Fonte:** Adaptado INVAT.TUR (2015); SEGITTUR (2016); Santos e Gândara (2016).

O destino turístico é inovador, quando é consolidado nos aspectos de infraestrutura tecnológica, que assegure o desenvolvimento sustentável do território turístico, que seja acessível a todos, facilitando a interação e integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino. (SEGITTUR, 2013).

Os pilares de desenvolvimento estão baseados nas novas tecnologias de informação e no desenvolvimento turístico sustentável. O desenvolvimento deve estar associado com características que estão relacionadas com acessibilidade, competitividade do setor turístico, desenvolvimento sustentável, espaço turístico inovador, gestão eficiente dos recursos, interação e integração, qualidade da experiência turística e tecnologia avançada. (SEGITTUR, 2016).

Diante do atual cenário de expansão turística, torna-se necessário desenvolver estratégias competitivas para atrair novos turistas e visitantes aos destinos. Segundo Mendes Filho, Silva & Silva (2019), a tecnologia contribui como uma fonte de inovação, diferenciação estratégica e vantagem competitiva para a co-criação de experiências no futuro, sendo a tecnologia um instrumento-chave na co-criação de múltiplos espaços de experiência, múltiplos níveis de engajamento e redes de interação, possibilitando experiências e valor para o turista.

O método para desenvolvimento dos destinos, estimulou a formulação e definição de pilares para a implementação dos Destinos Turísticos Inteligentes e os requisitos necessários de um sistema de gestão dos DTIs, foi inicialmente elaborado pela SEGITTUR. Os padrões eram diretamente relacionados com quatro pilares: inovação, tecnologia, acessibilidade e sustentabilidade, por meio do desenvolvimento e implementação de uma política de gestão para o destino turístico e estabelecer objetivos, metas e planos de ação. (SEGITTUR, 2016).

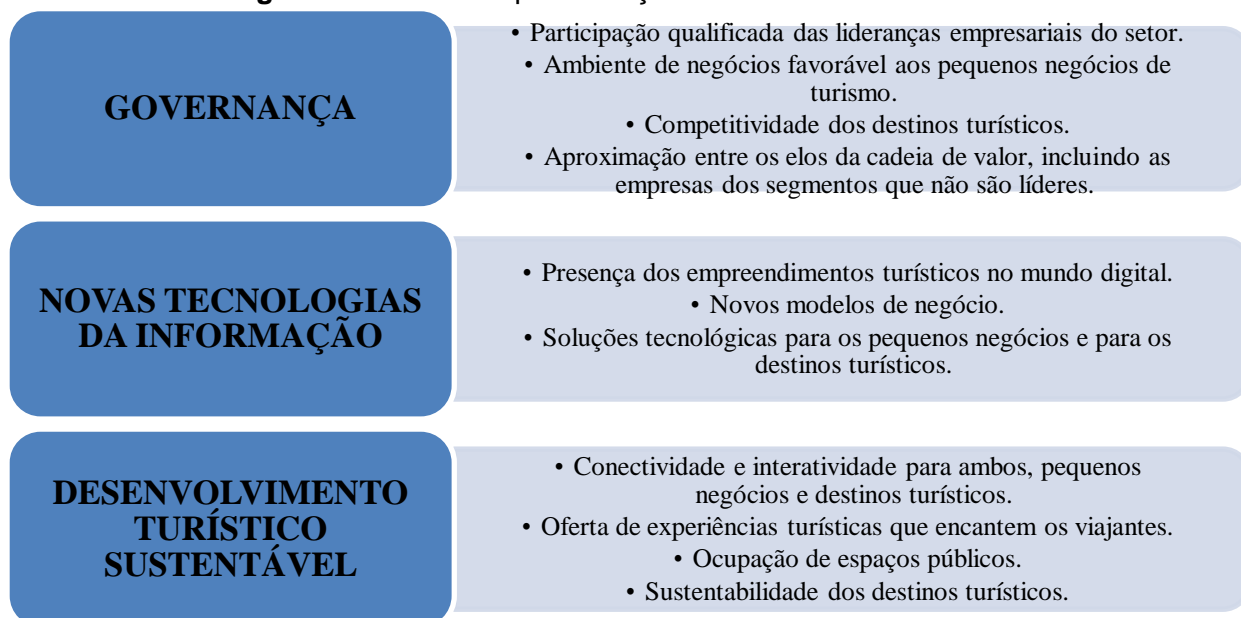
No Brasil, o SEBRAE Nacional vem desenvolvendo o projeto Destinos Turísticos Inteligentes. No Rio Grande do Norte, o projeto tem apoio e desenvolvimento tecnológico do Instituto Metr pole Digital (IMD), que   um órgão vinculado a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em parceria com a Prefeitura Municipal de Natal (Rio Grande do Norte), onde foi lançado um aplicativo de guia turístico que se tornou o app oficial de turismo da cidade (Cacho *et al.*, 2017). Os projetos são desenvolvidos inicialmente no período de dois anos, com a implementa o de a o es e estratégias para transforma-los em destinos turísticos inteligentes. Nessa etapa, organiza o es públicas e privadas se unem com o objetivo de posicionar o destino inteligente (Freitas & Mendes Filho, 2020; SEBRAE, 2017).

As principais características dos Destinos Turísticos Inteligentes, são fundamentadas com base na inova o, competitividade e posicionamento do destino, definidas como Espaço Turístico Inovador, Tecnologia de Ponta, Valoriza o do Capital Humano, Desenvolvimento Sustentável, Gerenciamento Eficiente dos Recursos, Competitividade no Setor, Experiências de Qualidade aos Turistas, Integralidade, Interatividade e Acessibilidade. (SEBRAE, 2017; SEGITTUR, 2016; INVAT.TUR, 2015).

Os pilares do projeto Sebrae, adaptado do modelo da Sociedade Estadual de Gestão de Inova o e Tecnologias Turismo - SEGITTUR (2013), são baseados nas Novas Tecnologias da Informa o e Desenvolvimento Turístico Sustentável. O projeto tem como finalidade gerar para os destinos envolvidos, Espaço Inovador, Experiência Turística, Competitividade e Qualidade de Vida.

A proposta do SEBRAE Nacional   baseada na inova o e nas implementa o es fundamentais para o desenvolvimento do destino turístico. Kotler (2003) cita que as empresas precisam inovar para não falecer as atividades organizacionais. O autor complementa a ideia, quando cita que a inova o deve ser administrada através do “desenvolvimento e triagem de ideias, desenvolvimento e teste de conceitos, análise do negócio, desenvolvimento e teste de protótipos, marketing de teses e comercializa o”.

Para o desenvolvimento dos Destinos Turísticos Inteligentes, o SEBRAE (2017) definiu três pilares para implementa o do projeto, definidos como Governança, Tecnologia e Desenvolvimento Sustentável. Para melhor compreensão do projeto em desenvolvimento, será apresentado um quadro com a descri o dos pilares e implementa o es desenvolvidas pelo SEBRAE, conforme apresentado na Figura 2.

**Figura 2: Pilares e Implementações do SEBRAE Nacional**

Fonte: Adaptado do SEBRAE (2017)

Diante do contexto, os DTIs são considerados destinos competitivos, pelo envolvimento das empresas do segmento turístico, com a incorporação da cadeia de valor (Koo, Mendes-Filho & Buhalis, 2019). Os empreendimentos turísticos estão cada vez mais inseridos no mundo digital, o que propicia o surgimento de modelos de negócio, bem como soluções tecnológicas para as empresas e para os destinos turísticos. A experiência desse processo tecnológico é apresentada por meio da conectividade e interatividade dos empreendimentos com os turistas (SEBRAE, 2017).

A Espanha foi um país pioneiro na gestão de Cidades Inteligentes e Destinos Turísticos. (Miskalo-Cruz & Gândara, 2016). Partindo dessa vertente, desenvolveu um sistema de indicadores para padronizar, medir e unificar critérios para implementação de DTIs. Dentre esses sistemas, surgiu o modelo da INVAT.TUR (2015).

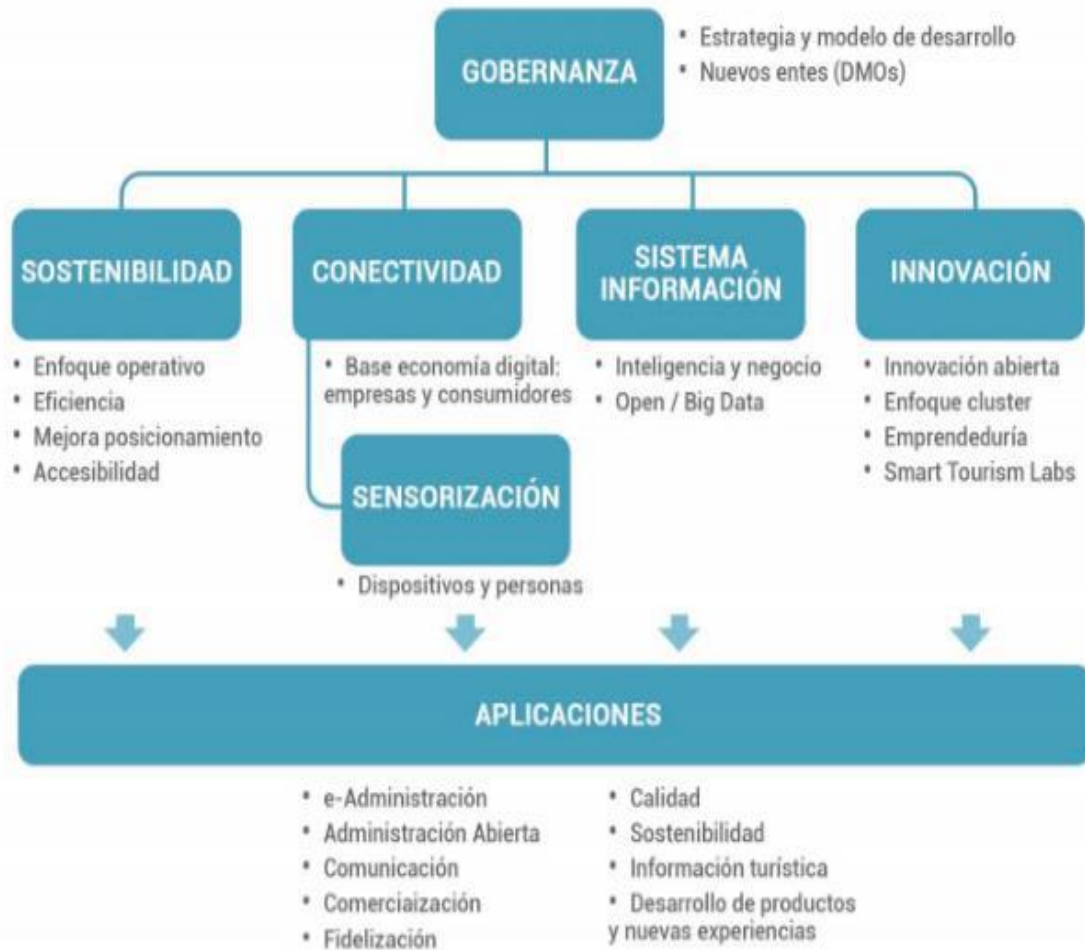
## Modelo INVAT.TUR e os indicadores

A Agência Valenciana do Turismo (*La Agència Valenciana del Turisme*), do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas, INVAT.TUR, propôs um modelo de gestão para transformação de destinos turísticos em DTI's. Com a perspectiva de planejamento e gestão, o projeto "Destinos Turísticos Inteligente da Comunidade Valenciana (DTI - CV)", iniciou em 2014, com a proposta de melhorar a competitividade dos destinos turísticos de Alicante, Castellon e Valência compõem a Comunidade Valenciana (Comunidad Valenciana), através do desenvolvimento de processos, produtos e serviços, tendo como objetivo melhorar a satisfação dos turistas que visitam o destino. (INVAT.TUR, 2015).

Os destinos turísticos da Comunidade Valenciana 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. O estudo engloba as seguintes áreas: Governança, Sustentabilidade, Acessibilidade, Conectividade e Sensorização, Sistema de Informação e Inovação. (INVAT.TUR, 2015).

Dentre os indicadores, como pilar estratégico está a governança, intendente pelo desenvolvimento do modelo, como também pela participação das Organizações de Marketing de Destino (*Destination Management Organization - DMO's*). A partir dessa estrutura organizacional, deriva os pilares da Sustentabilidade e Conectividade, e assim, originam-se os outros pilares, como à Sensorização, o Sistema de Informação e a Inovação. (INVAT.TUR, 2015). A Figura 3 apresenta o Modelo Sistêmico de Gestão do DTI-CV, descrevendo os três níveis que são aplicados no modelo: Estratégico, Instrumental e Aplicado, e seus respectivos indicadores.

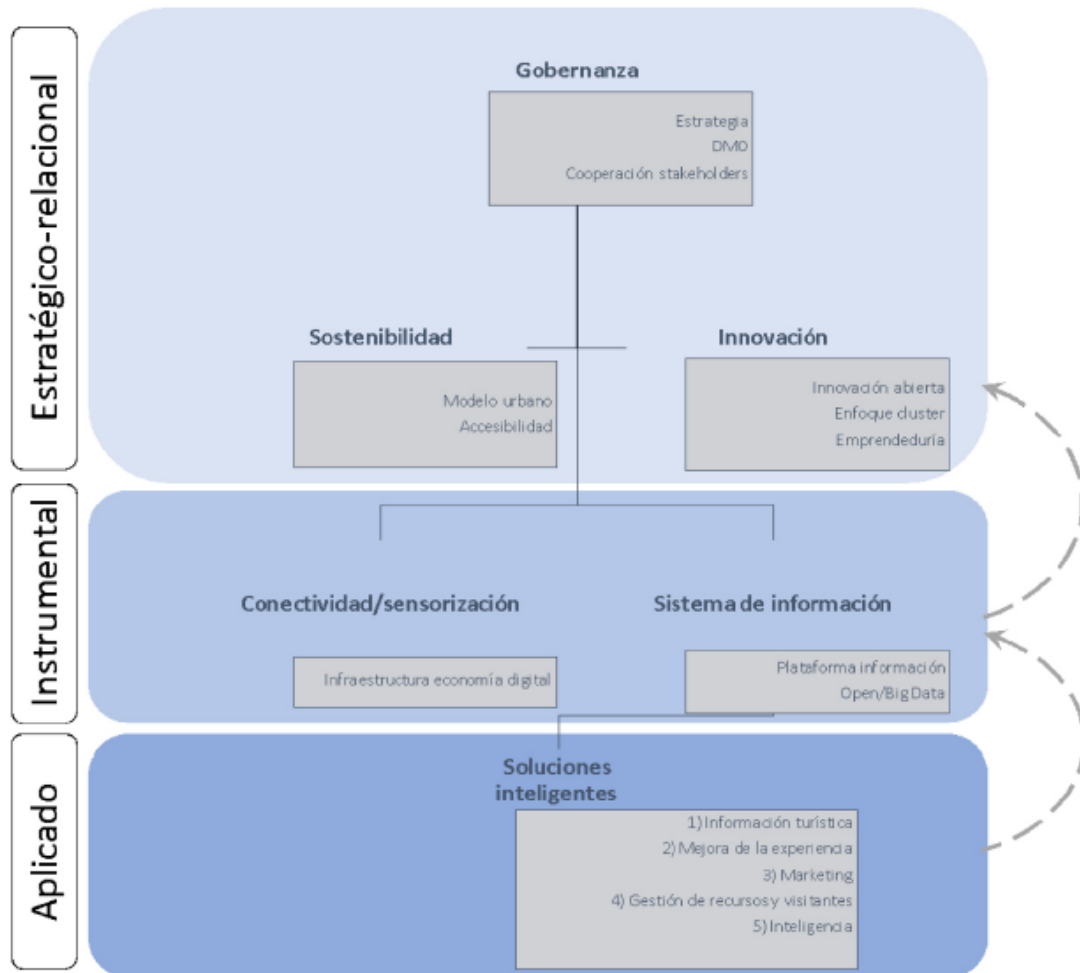
**Figura 3:** Modelo Sistêmico de Gestão de DTI-CV



**Fonte:** INVAT.TUR (2015)

Para melhor compreensão é apresentado o Modelo INVAT.TUR na Figura 4. E a seguir são detalhados cada um dos indicadores que formam a estrutura do modelo e auxiliam no autodiagnostico dos destinos, podendo citá-los como governança, sustentabilidade, conectividade e sensorização, sistemas de informação e inovação.

**Figura 4: Modelo INVAT.TUR**

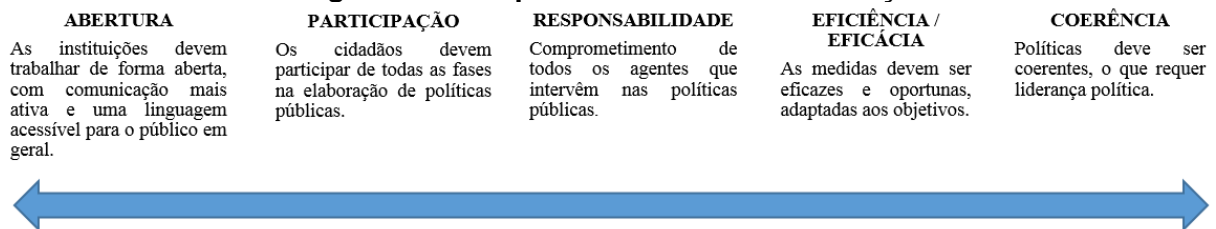


Fonte: INVAT.TUR (2015).

**- Governança**

A governança está presente tanto no desenvolvimento das Cidades inteligentes, como também para impulsionar o DTI, com a elaboração de políticas públicas e gestão do turismo. Blanco (2015) apresenta cinco princípios básicos de governança, que segundo o autor, podem ser aplicadas em todos os níveis do governo, como apresentado no Figura 5.

**Figura 5: Princípios básicos da Governança**

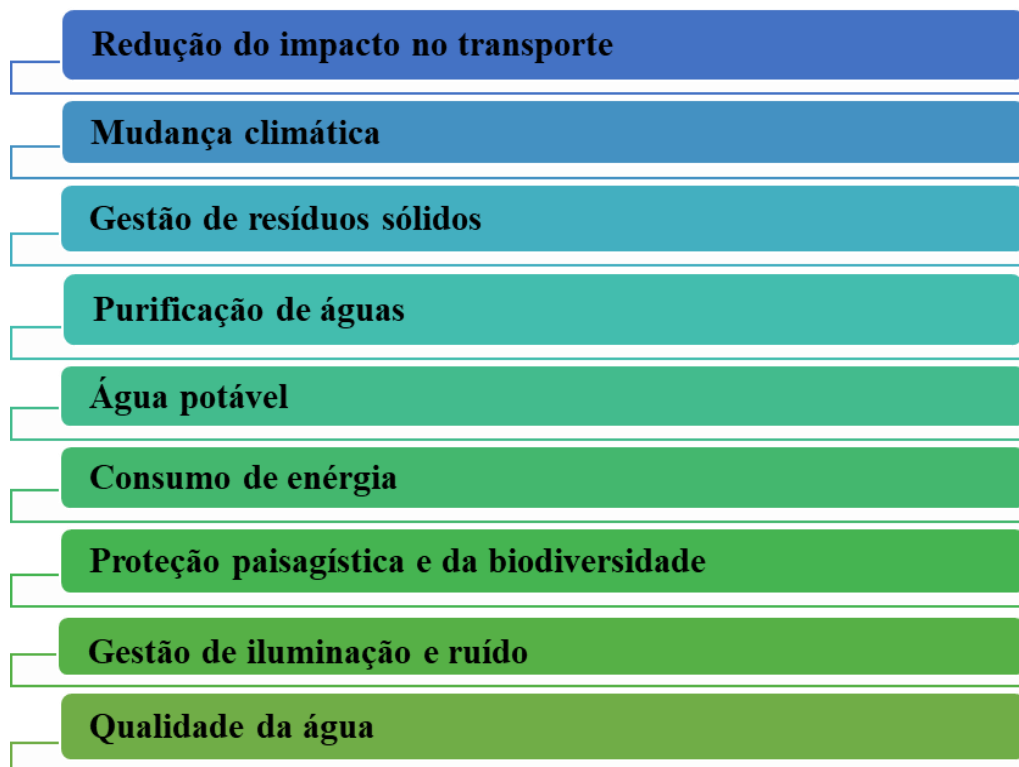


Fonte: Adaptado de Blanco (2015).

## - Sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável do turismo depende de muitos fatores relacionados ao destino urbano e turístico, que são caracterizados pela evolução urbana, o desenvolvimento imobiliário, plano diretor do município, como também os instrumentos que o regulamentaram, em geral, o planejamento urbano, através da compreensão de aspectos como proteção e melhoria da paisagem e do meio ambiente urbano, como também analisar a situação em que se encontra a gestão sustentável de recursos públicos disponíveis para o desenvolvimento da atividade turística. Os indicadores dos impactos ambientais apresentados no Manual Operacional para a Configuração de DTI (INVAT.TUR.2015), são apresentados na Figura 6.

**Figura 6: Indicadores para Impactos Ambientais**



**Fonte:** Adaptado do INVAT.TUR (2015).

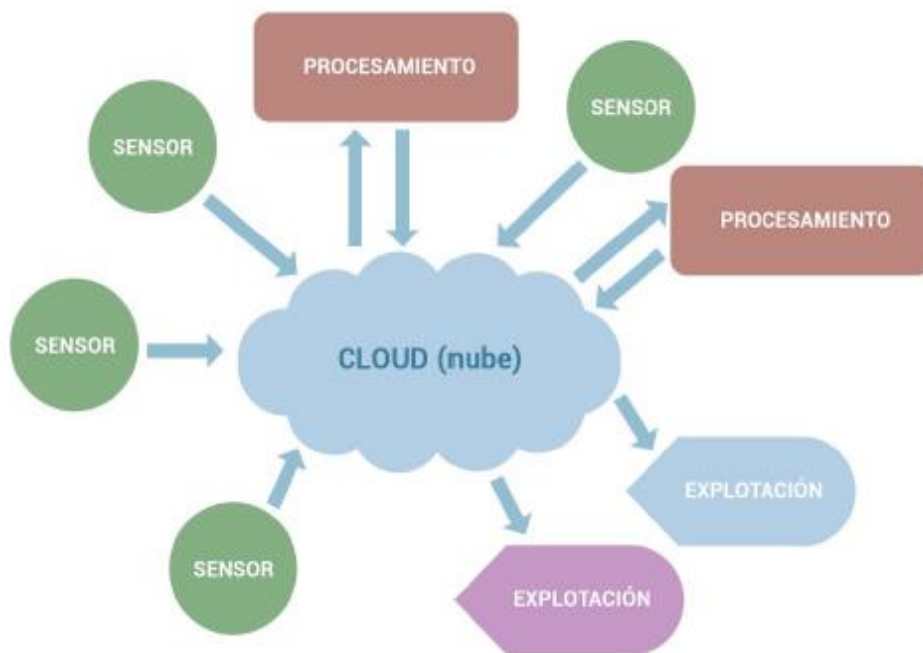
## - Conectividade

A conectividade é considerada um pilar fundamental para o sucesso de um Destino Turístico Inteligente, pela disponibilidade universal de acesso à Internet. Segundo INVAT.TUR (2015), dois propósitos possibilitam o desenvolvimento desse indicador, que possibilita para turistas e residentes acessar os serviços do DTI através dos dispositivos móveis, como *smartphones*, *tablets*, e para o destino turístico, fornece suporte aos serviços técnicos implantados no território, como sensores ambientais, serviços inteligentes e interativos.

## - Sensorização

A sensorização consiste em coletar dados de uma magnitude objetivamente mensurável, sendo uma ampliação da Conectividade. Enquanto na conectividade se caracteriza pelo acesso à Internet, a sensorização tem como indicadores o uso de dispositivos utilização pelos visitantes. A eficiência da sensorização se relaciona com a conectividade e o gerenciamento inteligente de informações. Os elementos de um sistema de sensorização informados anteriormente são apresentados na Figura 7.

**Figura 7:** Sistema de Sensorização



**Fonte:** INVAT.TUR (2015).

## - Sistema de Informação

Sendo o turismo uma atividade de informação intensiva, por envolver várias áreas, como operadoras de turismo, agências de viagens, companhias aéreas, hotelaria, alimentos e bebidas, lazer e entretenimento, guiamento turístico, locadoras de veículos, área de transporte, a tendência é impulsionar ainda mais a adesão da tecnologia da informação e comunicação nas organizações, sendo os Sistemas de Informação (SI) indispensável para a expansão da atividade turística (Ramos, Mendes Filho & Lobianco, 2017).

O uso dos SIs tem como objetivo auxiliar na eficiência e qualidade da informação, e vem possibilitando um processamento mais rápido dos dados, informações e conhecimento (Ramos, Mendes Filho e Lobianco, 2017). Advoga Beni (2017) que a utilização dos SIs e TICs no Turismo pode ser ampliada e estendida, uma vez que a informação é primordial para as operações do cotidiano e para gestão estratégica das organizações.

## - Inovação

A importância da inovação para a competitividade do destino turístico é relevante para fortalecer destinos turísticos que se posicionam como ambientes inovadores. Ao longo desse processo, surgem modelos de negócios inovadores que forçam a evolução do tradicional, e impulsionam o desenvolvimento de agências de viagens online (*Online Travel Agencies – OTA's*), como também empresas como o *Tripadvisor*, o *Airbnb*, que podem afetar as diretrizes do comportamento dos turistas e, conseqüentemente, projetar um impacto sobre a oferta turística.

A seguir apresenta-se as estratégias de DTI da Rede Comunidade Valenciana (CV) – DTI, Gabinete de Assistência Técnica CV – DTI e Praias e Espaços Naturais Inteligentes, elaboradas também dentro do modelo em estudo. (INVAT.TUR, 2015).

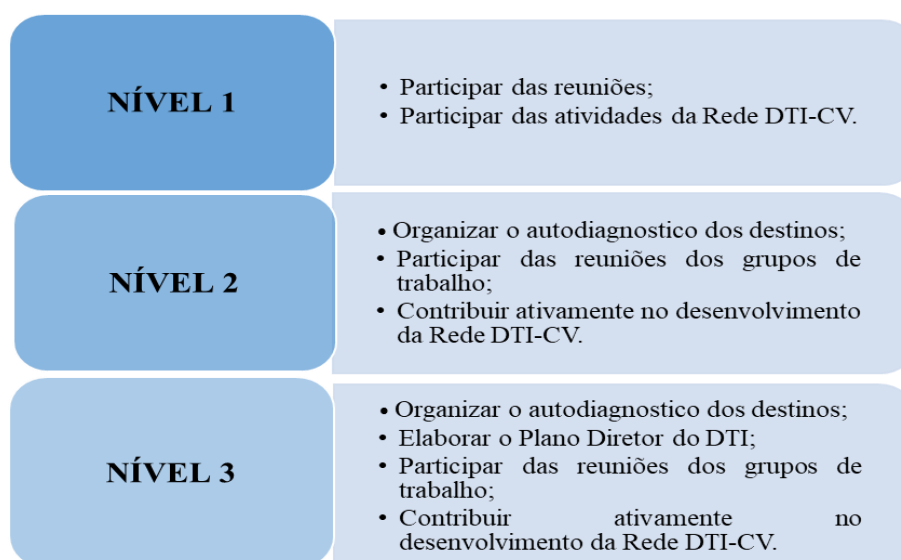
### **Estratégias do Projeto DTI da Comunidade Valenciana**

Com a finalidade de impulsionar o desenvolvimento dos destinos na Espanha (INVAT.TUR, 2015), elaborou-se estratégias como: Rede Comunidade Valenciana (CV) – DTI, Gabinete de Assistência Técnica CV – DTI e Praias e Espaços Naturais Inteligentes, que são apresentados a seguir.

### **-Rede de Destinos Turísticos Inteligentes da Comunidade Valenciana (CV)**

A rede é constituída por membros Titulares (Comunidades, Associações Municipais e Conselhos Provinciais), Colaboradores (Empresas e Associações Comerciais e Federais) e Acadêmicos (Instituições, Centros de Investigação e Universidades), coordenado pela INVAT.TUR. O objetivo da Rede CV – DTI é criar um ambiente sinérgico, de aprendizagem colaborativa, com estratégias de planejamento e gestão de destinos turísticos, convertendo assim, o território turístico em uma economia inteligente. O programa contribui com entidades locais, como uma iniciativa enquadrada na estratégia de DTI-CV. Os destinos turísticos participantes da Rede DTI-CV são divididos em três níveis, sendo distribuídos com responsabilidades e obrigações dentro da cadeia, que são apresentados na Figura 8.

**Figura 8:** Níveis da Rede DTI-CV



**Fonte:** INVAT.TUR (2015).



## - Gabinete de Assistência Técnica: DTI – CV

Para impulsionar o desenvolvimento dos destinos, criou-se o Gabinete de Assistência Técnica aos Destinos Turísticos da Comunidade Valenciana, sendo um apoio técnico para a adaptação dos destinos, onde o INVAT.TUR é responsável pela gestão, controle e coordenação da implementação do projeto DTI – CV (INVAT.TUR, 2015).

## - Praias e Espaços Naturais Inteligentes

“Praias e Espaços Naturais Inteligentes” é um projeto focado para analisar, descrever e planejar os serviços e ferramentas tecnológicas necessários para que uma praia ou outro espaço natural esteja adequado dentro do o modelo de planejamento e gestão inteligente. A Figura 9 apresenta algumas características de uma Praia Inteligente, localizada na Peníscola:

**Figura 9:** Peníscola - Praia Inteligente



**Fonte:** INE (2018)

O destino turístico da Peníscola (*Peñíscola*) está localizado na província de Castellon (Castelló), e está integrado ao plano de desenvolvimento do projeto das Praias Inteligentes da região valenciana. Para que haja uma padronização, elaborou-se um Ebook, denominado “O modelo de praias inteligentes na Comunidade Valenciana”. (INVAT.TUR, 2015).

## Considerações finais

Conclui-se que o Modelo INVAT.TUR dispõe de um planejamento pautado em estratégias para desenvolvimento turístico, apresentando características do conceito Cidade Inteligente, como conectividade, por meio de uma rede de infraestrutura que melhore a eficiência econômica e política; desenvolvimento integrador e socialmente inclusivo; desenvolvimento urbano baseado no crescimento da economia e empresas; papel crucial para empresas de alta tecnologia e inovação; e desenvolvimento sustentável nas dimensões ambiental, econômica e sociocultural (INVAT.TUR, 2015).

Em termos de contribuição, espera-se que este trabalho contribua com futuras pesquisas, fomentando o aperfeiçoamento da governança, por meio da consolidação de práticas participativas e de criação de um ambiente propício à inovação, com acessibilidade, sustentabilidade e avanços tecnológicos. Nessa pesquisa observou-se escassez de estudos utilizando modelos de DTI aplicados a realidade brasileira. Sugere-se como pesquisa futura uma análise comparativa do modelo espanhol dentro de um recorte espaço-temporal, permitindo assim traçar um panorama dinâmico da realidade brasileira.

## Referências

- Beni, M. C. (2017). *Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada. A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de Turismo: e-Tourism*. São Paulo: ANPTUR.
- Bernabeu, M. A. C et al. (2005). *Projeto de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)*. Grupo de Pesquisa.
- Blanco, J. (2015). Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes: estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital. LID Editorial, Biblioteca ALTRAN.
- Boes, K.; Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising smart tourism destination dimensions. In I. Tussyadiah and A. Inversini (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. (pp. 391-403). Switzerland: Springer.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destinations. In: Xiang Z., Tussyadiah I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Switzerland: Springer.
- 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*, 2(2), 164–183
- Castells, M. (2003). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. (7a ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Cervo, A. L.; Bervian, P. A.; Silva, R. (2007). *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *Turismo: princípios e práticas*. (3a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Framke, W. (2002). The Destination as a Concept: a Discussion of the businessr elated Perspective versus the Social - Cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108.

- Freitas, H. B. B. de, & 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.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovic, N., & Meijers, E. (2007). *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities*. Vienna, Austria: Centre of Regional Science (SRF), Vienna University of Technology.
- Gil, A. C. (2012). *Metodologia do ensino superior*. 4.ed. São Paulo: Atlas.
- Gretzel, U. (2017). *Keynote at Smart Tourism Destinations: New Horizons in Tourism Research and Management*. Smart Destination Research. University of Alicante, Spain.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. e Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50(1), 558-563.
- Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas - INVAT.TUR (2015). Destino Turístico Inteligente: Manual Operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes. Universidad de Alicante: Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Recuperado em 15 de fevereiro de 2019 de <http://invattur.gva.es/estudio/manual-operativo-para-la-configuracion-de-destinos-turisticos-inteligentes/>
- Jurin, E. (2008). Smart Tourism Destinations: a framework for the elaboration of an implementation model. *Acta Turistica Nova*, 2(1), 123-143.
- Koo, C., Mendes-Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders. *Tourism Review*, 74, 1–4.
- Kotler, P. (1931). *Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber*. Tradução de Serra, A. C. C. (2003). Rio de Janeiro: Campus.
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. (4a ed.). Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- 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. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*. 8(1), 98-124.
- Ministério do Turismo (2015). Turismo Acessível. Recuperado em: <http://www.turismo.gov.br/assuntos/5054-turismo-acessivel.html>. Muñoz, 2016.
- Ministério do Turismo (2020). Número de turistas em viagem pelo Brasil cresce em 2019. <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13305-n%C3%BAmero-de-turistas-em-viagem-pelo-brasil-cresce-em-2019.html>.
- Ministério do Turismo. (2014). Plano estratégico de marketing turístico do Brasil. Recuperado em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/Contrato\\_BID\\_2229\\_UCP/Plano\\_de\\_Marketing/Plano\\_de\\_Marketing\\_Experiencias\\_do\\_Brasil.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/Contrato_BID_2229_UCP/Plano_de_Marketing/Plano_de_Marketing_Experiencias_do_Brasil.pdf)
- Ministério do Turismo. (2018). O futuro do setor está na inovação e sustentabilidade. Recuperado em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11873-o-futuro-do-turismo-est%>
- Miskalo-Cruz, M., & Gândara, J. M. (2016). Indicadores para monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 3-22.

- Montanari, M. G., & Giraldi, J. M. E. (2013). Competitividade no turismo: uma comparação entre Brasil e Suíça. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 7(1), 92-113.
- O'Connor, P. (2001). *Distribuição da Informação Eletrônica em turismo e hotelaria*. Porto Alegre: Bookman. Pearce, 2014.
- Porter, M. E. (1989). *Vantagem competitiva*. (15a ed.). Rio de Janeiro: Campus.
- Porter, M. E. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais*. (6a ed.). Rio de Janeiro: Campus.
- Ramos, A. S. M., Mendes Filho, L. A. M., & Lobianco, M. L. (2017). *Sistemas e tecnologia da informação no turismo: um enfoque gerencial*. Curitiba: Prismas.
- Rezende, F. (2015). O modelo de cadeia de valor de Michael Porter. Recuperado em: <http://www.gestaoporprocessos.com.br/o-modelo-de-cadeia-de-valor-de-michael-porter/>
- Santos-Júnior, A, Almeida-García, F., Morgado, P. & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' Quality of Life in Smart Tourism Destinations: A Theoretical Approach. *Sustainability*, 12, 1-24.
- Santos, S. R., & Gândara, J. M. G. (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.
- Santos, S. R., Souza Neto, V. R., Pereira, L. R. S., Gândara, J. M. G., & Silva, S. R. X. (2016). Destino Turístico Inteligente: Acessibilidade no Centro Histórico de São Luís – Maranhão, um estudo sobre a reputação Online no TripAdvisor. *Marketing & Tourism Review*, 1(2), 1-27.
- Saraniemi, S., & Mika, K. (2011). Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133-143.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2016). Destinos Turísticos Inteligentes. Tecnologias de informação e desenvolvimento sustentável.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2017). Destinos turísticos inteligentes: Saiba o que são os destinos turísticos inteligentes e conheça como o Sebrae atua no setor.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2017). Turistech: Atitude empreendedora.
- Silva, E. L. & Menezes, E. M. (2001). *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação*. (3a ed). Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC.
- Smart Tourism Research Center (2013). Recuperado em: <http://strc.khu.ac.kr/> Urban Systems.
- Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas - SEGITTUR. (2016). *Norma UNE 178501 - Sistema de gestions de los destinos turísticos inteligentes*. Recuperado em: <https://www.destinosinteligentes.es/normas-une/>
- Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. (2013). Recuperado em: <http://www.segittur.es/es/DTI/>
- Vignati, F. (2012). *Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para polos, cidades e países*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro.

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(3), 310-324.