

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

ESTRATÉGIAS NECESSÁRIAS PARA ESTRUTURAR E DESENVOLVER COM COMPETITIVIDADE NATAL - RN COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

STRATEGIES TO STRUCTURE AND DEVELOP WITH COMPETITIVENESS NATAL- RN AS SMART TOURISM DESTINATION

SÉRGIO RAMIRO RIVERO GUARDIA
LUIZ AUGUSTO MACHADO MENDES FILHO ¹

1. PROBLEMÁTICA

O comportamento dos residentes e dos turistas ao longo dos anos mudou, as pessoas em todo lugar estão conectadas todo tempo e se comunicam o tempo todo. E a superpopulação nas cidades direciona para problemas como: Consumo de energia elétrica e de água potável, tratamento inadequado de resíduos, vias cheias de veículos e falta de estacionamentos, aumento da poluição no ar, necessidade de transporte público eficaz, eficiente e econômico, etc. Frente a esses desafios, soluções vêm sendo estudadas nos governos e na academia.

Para Caragliu, Del Bo e Nijkamp (2011), é necessário criar novas urbes que atendam a estas demandas da população e dos visitantes ou então adequar as cidades a este novo contexto. Assim, cada dia são necessárias cidades mais inteligentes.

Estas cidades começam a se voltar rumo a um novo paradigma, *smart people, smart mobility, smart living, smart environment, smart governance, smart economy* (European Union, 2014 p.11) que formam o alicerce para os destinos turísticos inteligentes. Com relação aos destinos inteligentes, Espanha ocupa o posto de liderança mundial, seguido por China e Coreia do Sul. As iniciativas espanholas iniciaram em 2012, com o plano nacional e integral de turismo cujo projeto piloto compreende 11 cidades, dentre elas Las Palmas de Gran Canária, que vem se destacando fortemente (Delgado & Hernández, 2015). No Brasil, algumas cidades começam a se direcionar rumo às *Smart Cities* ou cidades inteligentes.

¹ Doutor em Administração pela Auckland University of Technology, Nova Zelândia. Professor do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Link de acesso ao Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7785924812425468>. E-mail: luiz.mendesfilho@gmail.com.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Uma dessas cidades é Natal, que formalizou a entrada no circuito das cidades inteligentes no Brasil (UFRN, 2015), aliado a isso há grandes possibilidades de Natal vir a ser um hub aéreo da LATAM o que impulsionará o turismo. Natal pode se tornar também uma Dubai da América do Sul e desenvolver da mesma forma que Dubai o fez, depende apenas das decisões políticas (Ramos, 2015). Natal tem algo essencial, é a posição no corredor Europa/América do Sul, na mesma condição estratégica que tem Dubai nas rotas Europa/Ásia. Ainda segundo Ramos (2015) Dubai, nos anos 1980, era mero ponto de reabastecimento das empresas que faziam a rota EUR/ASIA. Entretanto, nos anos 1990, os aviões de longo alcance tornaram esse reabastecimento desnecessário, Dubai decaiu, mas isso acabou por encarecer as passagens. A partir dos anos 2000, o custo de combustível se tornou crítico para as empresas aéreas e Dubai saiu de mero “posto de querosene de aviação” para se tornar em uma década o sexto mais movimentado aeroporto do planeta, com 70 milhões de passageiros. “Ao meu ver, NAT pode se tornar um novo DXB” afirma Ramos (2015).

Assim e dentro desse contexto, onde Natal pode se tornar um grande destino, surge o seguinte questionamento: Quais estratégias são necessárias para estruturar e desenvolver com competitividade Natal como destino turístico inteligente, a partir da experiência internacional de Las Palmas de Gran Canaria?

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. DESTINOS TURÍSTICOS

O turismo demanda não apenas receber uma experiência satisfatória e de alta qualidade, mas também que a destinação seja sustentável no futuro isto será mandatório. Este duplo objetivo do turismo será difícil de atingir, especialmente se não forem utilizadas técnicas inovadoras e eficazes. Uma das abordagens é a aplicação das técnicas de gerenciamento de visitantes no turismo (Aires e Fortes, 2011) amplamente usada pela estratégia espanhola de destinos turísticos. Que divide em dois eixos, o primeiro formado por Cigtourne [*sic*], Be Your Guide e Tecnalía cujo foco é tecnologia, inovação, competitividade e *big data*. E o segundo eixo é formado por ITR, Balantia e a Associação de Comerciantes de Barrio das Letras de Madrid cujo foco é sustentabilidade e acessibilidade. Ambos grupos se reúnem frequentemente em fóruns denominados de *Smart Talks* para mostrar os resultados obtidos, as inovações e as novas tecnologias aplicadas ao turismo (Eleconomista, 2015).

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Franchetti e Page (2011) argumentam que, o turismo tem se beneficiado com as inovações ao longo dos anos em todos os setores, o *e-commerce* é um bom exemplo, e que por sua vez tem ajudado no desenvolvimento do turismo moderno. Esta ligação íntima entre turismo e inovação está enquadrada e em consonância com o chamado triângulo do conhecimento do qual a inovação, a educação e a pesquisa formam os três pilares.

Neste sentido fica a pergunta: Quais serão as estratégias utilizadas em Natal para atingir estes objetivos e se manter competitiva no mercado de destinos turísticos? Talvez criar centros de excelência indutores de inovação na gestão das empresas turísticas e de serviços públicos, com o objetivo de organizar e melhorar a cadeia de criação de valor. Assim os visitantes desfrutarão de novas e inesquecíveis experiências porque ao aumentar a inovação, é possível melhorar competitividade e a economia. Esta é uma nova maneira de pensar o turismo.

2.2. CIDADES INTELIGENTES E HUMANAS

O século 21 trouxe novos desafios como fornecer serviços básicos e de infraestrutura para os cidadãos de maneira rápida e eficiente. É necessário ouvir as pessoas e analisar suas demandas e novas necessidades para oferecer serviços mais sustentáveis e eficientes

Graças à tecnologia as pessoas se relacionam cada vez mais pelas redes sociais, não apenas com as outras pessoas, mas também com seu entorno. Neste novo panorama são produzidos milhares de dados e informações diariamente. Diante de um novo cenário de digitalização dos lares, locais de trabalho, fábricas, escolas e espaços públicos, Kylili e Fokaides (2015), indicam que é necessário que surja uma nova cidade, em contínuo desenvolvimento, que se nutre dos dados para o gerenciamento eficiente e de forma mais inteligente buscando melhorar a qualidade de vida dos cidadãos.

Uma cidade inteligente procura abordar questões públicas através de soluções baseadas nas tecnologias da informação e comunicação e fundamentada em parcerias municipais multi-stakeholders (European Union, 2014 p. 11).

2.3. DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

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. De acordo com Ye, Law, Gu, e Chen. (2011) a tecnologia deve ser vista

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

como ferramenta para alcançar os macro objetivos, usar a vocação de conectividade e rapidez para influenciar pessoas com foco na melhoria da qualidade de vida dos residentes e da satisfação e agrado dos turistas.

Atualmente, Espanha é líder mundial em destinos turísticos inteligentes (DTI), impulsionada pelo *Comité Técnico de Normalización*. 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. Mas principalmente é promover o desenvolvimento turístico sustentável (Blanco, 2015).

3. METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

Optou-se pela utilização do método indutivo, este método, parte do particular e coloca a generalização como um produto posterior do trabalho de coleta de dados. A pesquisa se classifica como qualitativa e quantitativa, quanto à forma de abordagem, por ser baseada em dados subjetivos através de *In-depth interview's* aos gestores em Las Palmas de Gran Canaria e Natal. A metodologia utilizada será qualitativa, pois a observação dos fenômenos sociais implica na participação intensiva do pesquisador no local onde ocorre o fenômeno escolhido (Dencker, 1998).

Adotar-se-á o método comparativo, entre os destinos Natal e Las Palmas, a partir de: análise bibliométrica, análise documental, entrevistas abertas *In-depth interview* com gestores na Espanha e em Natal, levantamento de campo (*survey*) pesquisa quantitativa junto aos turistas em Natal para auxiliar na definição das expectativas. Observar as principais estratégias competitivas e inovações adotadas e/ou falhas cometidas em Las Palmas de Gran Canaria. A coleta dos dados será por meio de entrevistas e questionários, e os dados analisados usando estatística descritiva.

4. RESULTADOS ESPERADOS

- 1) Baseados na pesquisa junto aos turistas em Natal. Interpretar as demandas de turistas quanto a seus requerimentos de informação turística, conectividade e expectativas no destino Natal.
- 2) Baseados nas observações e entrevistas aos gestores de turismo espanhóis. Conhecer as estratégias necessárias para revalorizar, estruturar e desenvolver com competitividade mediante melhoria no aproveitamento dos atrativos naturais, culturais e a criação de recursos inovadores.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

- 3) Baseados nas interações com os gestores de turismo em Natal. Esboçar um modelo de gestão a partir da experiência espanhola que aproxime Natal de um destino turístico inteligente que foque na melhoria e na eficiência dos processos de produção e distribuição turística.
- 4) Para transformar Natal em destino inteligente. Esboçar um sistema de inteligência turística que inclua uso de sensores, transporte de dados e gestão inteligente da informação turística. “A Tecnologia da Informação e comunicação (TIC) é o fator essencial para as cidades abordarem estes desafios de uma forma inteligente” (European Union, 2014 p. 9).

5. REFERÊNCIAS

- Aires J. & Fortes L. (2011) *O modelo irridex de doxey: breves considerações acerca de sua aplicação em ponta negra (Natal-RN)* Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, vol. 1, n. 1., p. 23-33, 2011. ISSN 2236-6040 <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>
- Blanco J. (2015) *Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes. Estrategias y soluciones para fomentar la innovacion em el turismo digital*. 1ª Ed. Editora Altran. Madri. Espanha. e-book disponível em: <http://www.altran.es/innovacion/biblioteca-altran/ultimo-volumen.html#.V87G91srLcs>
- Buhalis D. & Law R. (2010). *Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research*. Tourism Management, Vol 31. Ed 3. P. 297-313.
- Caragliu A. Del Bo C. & Nijkamp P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18(2), p. 65-82.
- Delgado J. & Hernández T. (2015) *Gran Canaria: Laboratorio de Destinos Turísticos Inteligentes*. Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria. Espanha.
- Dencker A. de F. M. (1998). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. 4ª ed. Editora: Futura. São Paulo.
- Caragliu A. Del Bo C. & Nijkamp P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18(2), p. 65-82.
- Eleconomista (2015) *España lider en “Smart Destination”*. Último acesso em 19/10/2015. Disponível em: <http://www.eleconomista.es/turismo-viajes/noticias/6393085/01/15/espana-lider-en-smart-destination.html>
- European Union (2014). Directorate General for Internal Policies. Policy Department A: Economic and scientific policy. *Mapping Smart cities in the EU*. Último acesso em: 6/set/2016.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Disponível

em:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET\(2014\)507480_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/507480/IPOL-ITRE_ET(2014)507480_EN.pdf)

- Franchetti J & Page S. (2011). *Empreendedorismo e inovação em turismo: experiências do setor público na atividade inovadora em turismo na Escandinávia e na Escócia*. In: Atalajevic J, Page S. J & Almeida M V(orgs.) *Turismo e Empreendedorismo*; Coleção Eduardo Zonivics de turismo. Editora: Elsevier. Rio de Janeiro – RJ.
- Kylili A. & Fokaides P. A. (2015) *European smart cities: The role of zero energy buildings*. Sustainable Cities and Society. Volume 15, July 2015, Pages 86–95.
- Ramos R. (2015) *Por que o hub será no Rio Grande do Norte*. Acesso em: 19/10/2015. Disponível em: <http://www.viacertanatal.com/2015/09/por-que-o-hub-sera-no-rio-grande-do.html>
- UFRN (2015). Boletim Diário da UFRN. Natal – RN, 29/setembro/2015 – nº 182 – ano XV.
- Ye, Q., Law, R., Gu, B., & Chen, W. (2011). *The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings*. Computers in Human Behavior, 27(2), 634-639. DOI: 10.1016/j.chb.2010.04.014