

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

ANÁLISE DA TRANSFORMAÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO TRADICIONAL (DTT) EM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI) À LUZ DO MODELO DA SEGITTUR (2013)

ANALYSIS OF TRANSFORMATION OF A TOURIST DESTINATION TRADITIONAL (DTT) IN TOURIST DESTINATION INTELLIGENT (DTI) UNDER THE MODEL SEGITTUR (2013)

TARCITA CABRAL GHIZONI DE SOUSA¹

MARIA JOSÉ BARBOSA DE SOUZA²

CARLOS RICARDO ROSSETTO³

JOSEP ANTONI IVARS BAIDAL⁴

1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O setor de turismo vem sendo considerado um fator chave para o progresso socioeconômico, para exportações, criação de empresas e postos de trabalho, e como incentivo constante ao desenvolvimento e ao aperfeiçoamento de infraestrutura. No ano de 2014, correspondeu a 9% do PIB mundial e movimentou em exportações o equivalente a 6% do comércio internacional e 30% das exportações em serviços, conforme a Organização Mundial do Turismo – ONWTO (2015).

Nesse cenário, Molina, Gómez e Martín-Consuegra (2010) e Dexeus (2012) afirmam que o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) vem se tornando um desafio para a gestão do turismo, por mudar o comportamento dos turistas e facilitar o acesso à diversificação de destinos, o que ocasionou uma crescente concorrência entre as diferentes localidades. Para Muñoz e Sánchez (2013), o desafio do setor de turismo é integrar a evolução das TICs ao destino turístico, isto é, transformar o Destino Turístico em Destino Turístico Inteligente (DTI).

¹ Doutoranda em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí. Pesquisadora convidada pelo Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas da Universidad de Alicante. tarcitags@gmail.com

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora e Pesquisadora da Universidade do Vale do Itajaí – Departamento de Administração. mjbsouza@univali.br

³ Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professor e Pesquisador da Universidade do Vale do Itajaí – Departamento de Administração. rossetto@univali.br

⁴ Doctor en Geografía pela Universidad de Alicante. Profesor titular del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física de la Universidad de Alicante - Miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Josep.ivars@ua.es

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Alguns autores, tais como Jurin (2008) e Sánchez (2014b), propuseram metodologias para transformação de uma localidade turística em DTI. Embora, não tenha sido encontrado na literatura acadêmica nenhum modelo de DTI consolidado e validado cientificamente, este trabalho utilizará o modelo propositivo da Sociedad Estatal Española dedicada a la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas - SEGITTUR (2013). Também não foram encontrados trabalhos que tratem dos fatores que decorrem exclusivamente das práticas de DTI e fatores que são comuns aos dois tipos de destinos. Por essas razões, surge a seguinte questão de pesquisa: que fatores são necessários para transformar um DTT em DTI? Para responder a essa indagação, este projeto tem como objetivo analisar o processo de transformação de um DTT em DTI com base no modelo SEGITTUR (2013).

2. REVISÃO DA LITERATURA

Em 2013, a SEGITTUR apresentou uma proposta de modelo de Destino Turístico Inteligente que evidencia elementos-chave para a conversão de um Destino Turístico Tradicional em Destino Turístico Inteligente. Segundo Muñoz e Sánchez (2013), essa é uma maneira de alcançar vantagens competitivas, e os benefícios do setor turístico impactarem outros setores, aumentando a renda do território.

A estrutura de DTI está fundamentada em dois elementos, denominados pilares: novas Tecnologias de Informação e desenvolvimento turístico sustentável, que contribuem para gerar quatro benefícios, que são: espaço inovador, experiência turística, competitividade e qualidade de vida e melhorar o território turístico.

As novas Tecnologias de Informação, também conhecidas como Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), visam atender às necessidades individuais dos turistas, proporcionar a melhoria da qualidade, a satisfação com os produtos e serviços turísticos, a inovação de gestão do turismo e a otimização dos recursos para fortalecer o turismo e melhorar a competitividade, de acordo com Zhang, Li e Liu (2012) e Jiang (2013). O desenvolvimento do turismo sustentável que busca atender à satisfação das necessidades dos turistas, proteger a região turística e melhorar as oportunidades dos cidadãos, como definido pela SEGITTUR (2013).

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

O espaço inovador é um benefício gerado pelas inovações tecnológicas aplicadas ao território turístico, de acordo com Munõz e Sánchez (2013). O benefício de DTI relacionado à qualidade de vida dos cidadãos é influenciado pelas melhorias da Cidade Inteligente e pela dimensão social da sustentabilidade que leva a dimensão humana a respeitar as normas de comportamento e os valores culturais da comunidade que recebe, conforme o entendimento de Sánchez (2014b).

O benefício de DTI, experiência turística, do ponto de vista tecnológico, segundo Muñoz e Sánchez (2013), requer novos modelos de negócios, serviços completos de viagem, flexibilidade e individualização, o que possibilita às organizações gestoras de destinos acompanhar os visitantes durante o ciclo de vida turístico. O benefício de aumento da competitividade do DTI pode levar os destinos a alcançarem a Vantagem Competitiva Sustentável, ao desenvolver a plataforma tecnológica de turismo inteligente, de acordo com Wang, Li e Li (2013), no sentido de acompanhar a eficácia das ações gerenciais e a possível melhoria de alocação de recursos para o desenvolvimento do turismo sustentável.

3. METODOLOGIA

A fim de alcançar os objetivos propostos, será realizada uma pesquisa do tipo exploratório-descritiva, com abordagem multimétodos que inclui a pesquisa qualitativa e a quantitativa. Na pesquisa qualitativa, serão utilizadas as estratégias de análise documental dos planos e projetos de implantação de DTI e DTT nos destinos selecionados e entrevistas semiestruturadas com os responsáveis pela implementação desses planos e observações da pesquisadora. Na pesquisa quantitativa, será utilizado o levantamento (*survey*) para turistas residentes pertencentes aos dois destinos. A estratégia a ser utilizada é estudo de casos múltiplos ou multicaso.

A cidade de Alicante (Espanha) e a cidade de Florianópolis (Brasil) serão consideradas o ambiente da pesquisa. Alicante, foi selecionada em razão de ser considerada Destino Turístico Inteligente, e a Espanha por ser um dos países líderes do turismo mundial e por ser o primeiro país a formalizar o modelo de Destino Turístico Inteligente, de acordo com Sánchez (2014a) e Medina (2014). Florianópolis foi escolhida por se tratar de um Destino Turístico Tradicional, se caracterizar como um dos 65 municípios indutores do turismo, ter sido premiada por atingir a maior evolução nas

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

condições de acesso, se destacar em infraestrutura geral, políticas públicas e no Índice de Competitividade de Turismo Nacional, apresentado pelo Ministério do Turismo – Mtur (2014).

Para a coleta de dados documentais será utilizado um roteiro sobre os elementos do modelo DTI da SEGITTUR (2013), implementados em cada destino e os resultados dessa implantação. Além disso, serão realizadas entrevistas, utilizando roteiro semiestruturado, com os principais atores representantes de órgãos relacionados ao turismo, descritos como sujeitos sociais da pesquisa. Também serão realizadas observações *in loco* pela pesquisadora com base em instrumento de observação (*check list*).

O levantamento (*survey*) será realizado com aplicação de questionários fechados para uma amostra de 200 turistas e 200 residentes, em cada cidade, considerados como sujeitos sociais da pesquisa, conforme indicação de Hair et al. (2005), selecionados de maneira aleatória nos dois destinos.

A fim de analisar a pesquisa qualitativa, serão codificados os dados resultantes da análise documental, das entrevistas semiestruturadas e das observações. Em seguida, será realizada a análise das descrições, dos textos e imagens por meio da categorização, e, posteriormente, os resultados serão confrontados com os fatores constantes do modelo de DTI da SEGITTUR (2013). O procedimento de análise das informações obtidas será a análise de conteúdo de Bardin (1977). Por último, será realizada a triangulação dos dados para comparar os resultados e validar a pesquisa proposta.

4. RESULTADOS ESPERADOS

Os resultados esperados que se pretende alcançar ao concluir este projeto de pesquisa, consistem em: Estender as discussões teóricas a respeito do conceito DTI, como forma de contribuição para a literatura de turismo.

Reduzir a carência de fatores específicos relativos aos elementos do modelo de DTI da SEGITTUR, que ainda não foram apresentados e formalizados, até o momento da pesquisa. Identificar os fatores que precisam ser implantados ou desenvolvidos para se atingir os benefícios esperados pelo DTI

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Por fim, contribuir para a gestão pública de destinos turísticos ao identificar fatores que transformam um Destino Turístico Tradicional em Inteligente.

5. REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (1977). Tradução de Luis Antero Neto e Augusto Pinheiro. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições.
- Dexeus, C. D. R. (2012). Los Destinos Turísticos Inteligentes. *Revista de la Red de Expertos em Turismo*, 10(1), 7-8.
- Jiang, H. (2013). The Research Review of Intelligent Tourism. *Journal of Management and Strategy*, 4(4), 65-67. URL: <http://dx.doi.org/10.5430/jms.v4n4p65>
- Jurin, E. (2008). “Smart” Tourism Destinations: a framework for the elaboration of an implementation model. *Acta Turistica Nova*, 2(1), 123-143. Disponível em: <<http://hrcak.srce.hr/file/62289>>
- Medina, M. J. P. (2014). Inteligencia territorial aplicada a los destinos turísticos: estado de la cuestión. Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, Universidad de Málaga, 1-95.
- Mtur (Ministério do Turismo). (2014). Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Relatório Brasil 2014. Brasília, DF: SEBRAE.
- Molina, A., Gomez, M., Martín-Consuegra, D. (2010). Tourism marketing information and destination image management. *African Journal of Business Management*, 4(5), 722-728. Disponível em: <<http://www.academicjournals.org/AJBM>>
- Muñoz, A. L. Á, Sánchez, S. G. (2013). Destino Turístico Inteligente. *Harvard Deusto Business Review*. 224, 58-67. Disponível em: <<http://www.harvard-deusto.com>>
- ONWTO (Organização Mundial do Turismo). (2015). Panorama OMT do turismo internacional. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org>>
- Sánchez, A. V. (2014a) Una Nueva Teoría de la Estrategia para el Siglo XXI (También para el Turismo); Lección Inaugural 2014-2015 - Curso Académico, Universidad de Huelva, 1-118.
- Sánchez, A. V. (2014b). Investigación Científica em Turismo: La experiencia Ibérica, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 20, 21-29.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

SEGITTUR (Sociedad Estatal Española dedicada a la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas). (2013). Destinos Turísticos Inteligentes. Gobierno de España. Ministerio de Indústria, Energia y Turismo. Secretaria de Estado de Turismo.

Zhang, L. Y., Li, N., Liu, M. (2012). On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system, *Tourism Tribune*, 27(5), 66-73.

Wang, D., Li, X., Li, Y. (2013). China's smart tourism destination initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(2), 59–61.