

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

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)

SMART DESTINATION: BUILDING A MODEL OF ASSESSMENT BASED ON INDICATORS FOR PLANNING, MANAGEMENT AND CONTROL IN CULTURAL AND HISTORIC HERITAGE DESTINATION, ANALYZING THE CITY OF SÃO LUÍS (MARANHÃO, BRASIL)

SAULO RIBEIRO DOS SANTOS¹
JOSÉ MANOEL GONÇALVES GÂNDARA²

1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O macro-projeto espanhol³ das Universidades de Alicante, Málaga, Oviedo, Murcia, Complutense de Madrid em parceria com a Universidade Federal do Paraná está embasado em onze indicadores⁴ fundamentais específicos sobre governança, ações de sustentabilidade territorial urbana, sustentabilidade turística, acessibilidade, conectividade e sensorização, sistemas de informação e inteligência turística, informação turística, marketing online, comercialização, inovação e melhoria da experiência (VERA REBOLO, IVARS BAIDAL, 2014). O conjunto de variáveis supracitadas podem ser analisadas em diversos tipos de ambientes turísticos, com o objetivo de coletar informações que viabilizem o planejamento e gestão, conforme observa-se no estudo da geografia do turismo (GARCIA HERNANDEZ, 2003; CÀNOVES et al., 2004; PLAZA GUTIÉRREZ, 2006; LÓPEZ

¹ Professor Adjunto do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão. Doutor em Gestão Urbana pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Doutorando em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. saulosantosma@uol.com.br

² Professor da Universidade Federal do Paraná nos Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Turismo (mestrado) e Geografia (mestrado e doutorado). Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Pós-Doutorados nas Universidades de Málaga, Valência e Las Palmas de Gran Canaria.

³ Este projeto está sendo desenvolvido dentro do Projeto de Pesquisa “Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico: conceptualización, análisis de experiencias y problemas. Definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes” (Projeto CSO2014-59193-R) do Programa Estatal de I+D+I (Pesquisa+Desenvolvimento+Inovação) do Ministério de Economia e Competitividade da Espanha.

⁴ Modelo desenvolvido pelo INVAT-TUR da Comunidade Valenciana em conjunto com o IUIT – Instituto Universitário de Investigaciones Turísticas da Universidade de Alicante/Espanha.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

PALOMEQUE, 2009; RULLAN, 2011; VERA et al., 2011; SANZ-IBÁÑEZ, ANTON CLAVÉ, 2014).

Neste projeto de pesquisa de tese de doutorado em Geografia, utilizar-se-á este modelo espanhol para destino turístico inteligente (DTI) para aplicação dos onze indicadores em um destino turístico histórico-cultural (piloto, enquanto DTI) consolidado, São Luís / Maranhão / Brasil. Dessa forma, o presente estudo pretende avaliar a utilização destas variáveis como um modelo de referência a ser adaptado para outros destinos turísticos inteligentes em sítios histórico-culturais patrimônio da humanidade.

Os onze indicadores (Quadro 1) selecionados apresentam valores mensuráveis que conceituam de forma quantitativa e qualitativa vários aspectos do DTI. Ou seja, cada indicador representa um recurso metodológico captado através da observação do objeto estudado, gerando uma informação útil para posterior avaliação (SANTOS, 2015).

Quadro 1: Conceitos das onze categorias para destino turístico inteligente

| CATEGORIAS | CONCEITOS |
|---|---|
| GOVERNANÇA | Reinvenção da gestão municipal do turismo com o objetivo de evolução do destino turístico inteligente, através de um plano de ação adaptado às necessidades de cada município. |
| AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE TERRITORIAL E URBANA | Este indicador está relacionado a qualificação da categoria urbana dos destinos que requerem em muitos casos uma adaptação ao modelo urbano turístico de cada destino que possa resultar em valores de referência para aplicação geral. |
| 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, pois é um requisito a todos com o desenvolvimento de um turismo acessível tanto físico quanto digital. Tem como objetivo assegurar um ambiente turístico acessível. |
| CONNECTIVIDADE E SENSORIZAÇÃO | A conectividade e sensorização são um dos aspectos mais importantes de um DTI, pois é está relacionado a fácil acesso, destino gratuito, 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 termos de demanda e a conexão empresas de internet principais destino para competir em um ambiente de economia digital. |

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

| | |
|--|---|
| SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E INTELIGÊNCIA TURÍSTICA | Os sistemas de informação e inteligência turística abrem inúmeras possibilidades para melhorias do desenvolvimento turístico, onde a taxa de adoção dessas tecnologias por demanda e as empresas é alta. A utilização destas possibilidades requer mudança de processos e adotar uma abordagem mais ambiciosa para a coleta e uso de informações de interesse para a gestão do turismo. |
| INFORMAÇÃO TURÍSTICA | O DTI deve se concentrar em um sistema de informação turística renovados, adaptados às novas condições de demanda e, em geral, o cenário do turismo atual. Os sistemas de informação tem que se adaptar a uma demanda renovada motivacional, buscando experiências únicas e personalizadas, com o objetivo de melhor satisfazer um turista mais exigente. |
| MARKETING ONLINE | O marketing on-line de um DTI deve oferecer aos turistas serviços turísticos tecnológicos, adaptados às suas necessidades. Pois, numa primeira etapa da viagem, o turista envia informações através de canais alternativos que incluem redes sociais, sites experienciais, aplicativos móveis e vídeos inspiradores. Portanto, o DTI deve desenvolver linhas de ação visando a plena satisfação dos turistas. A web de um DTI deve incluir uma seção dedicada à co-criação de experiências: um espaço virtual onde os visitantes interagem com o destino e outros usuários. |
| COMERCIALIZAÇÃO | A compra de serviços on-line é uma sequência de processos, que tem crescido incontrolavelmente mediante o uso da internet em todas as fases do ciclo da viagem. Portanto, conectar as plataformas dos sites oficiais de turismo, possibilitam a oferta de dados e informações que contribuem para o marketing, criando novas possibilidades para a empresa focar na comercialização |
| INOVAÇÃO | Os DTI enfrentam grandes desafios que é consolidar a inovação como um núcleo de competitividade para evoluir os ambientes verdadeiramente inovadores. 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. |
| MELHORIA DA EXPERIÊNCIA | Experiências autênticas em áreas como diferenciação, inovação e qualidade, ou seja, personalização do turismo. |

Fonte: Adaptado de INVAT-TUR (2015) e Blanco (2015)

Guilarte (2015) afirma que nos destinos turísticos patrimônio da humanidade são necessárias ações adequadas em termos de competitividade e sustentabilidade, mediante ferramentas que permitam uma análise integral do desenvolvimento da atividade turística, sob um monitoramento sistemático de determinados indicadores turísticos para a tomada de decisão.

Um indicador é definido em função de uma ou mais variáveis, que conjuntamente possuem características e atributos sobre o objeto em estudo. Portanto, é relevante para clarificar as

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

relações complexas das variáveis envolvidas num fenômeno específico, “tornando-o visível ou perceptível para comunicar as suas informações contidas, constituindo-se em instrumentos úteis de análise objetiva sobre o fenômeno considerado” (HANAI, 2009, p.177).

Buhalis (2000) e Fyall (2011) acreditam que o destino turístico caracteriza-se como algo amalgama sustentando por produtos e serviços, num complexo sistema de difícil gestão, em que a aplicação de indicadores contribui para a elaboração de um planejamento turístico que promova uma gestão do destino turístico que alcance resultados favoráveis a todos os envolvidos.

Portanto, as onze categorias selecionadas a serem aplicadas no DTI brasileiro contribuirão para a conceituação e referência de um destino turístico inteligente, pois, cada âmbito possui medidas, tanto de ordem quantitativa e qualitativa de forma a organizar e captar informações sobre o objeto pesquisado. Ou seja, o indicador é um recurso metodológico que apresenta resultados sobre a evolução do objeto observado (SANTOS, 2015; VAN BELLEN, 2009).

Justifica-se a realização desta pesquisa, pois,

De igual modo, deben realizarse investigaciones para gestionar los flujos de visitantes, profundizar en el comportamiento de productos turísticos específicos o hacer uso de las tecnologías de la información y la comunicación en beneficio de la investigación turística. [...] proporciona una visión global de la situación turística del destino, que permite a los agentes turísticos una acertada planificación y gestión del mismo (GUILARTE, 2015, p.59-60).

Além disso, o DTI escolhido para a realização da pesquisa é um destino patrimônio cultural da humanidade pela UNESCO⁵, no qual até o presente momento⁶ não possui projetos, programas ou plano turístico (nas três esferas) direcionado a temática proposta, assim como políticas públicas que ordene o território urbano e indicadores⁷ numa concepção de *smart destination*.

O sucesso de um destino turístico (RITCHIE ; CROUCH, 2005) está alinhado a indicadores que verificam a importância da relação comunidade-turista, inovação, comunicação, cooperação, **colaboração**, conhecimento, experiência, entre outros, nos âmbitos regional e local.

⁵ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

⁶ Realizou-se *webresearch* nos sites governamentais da prefeitura municipal de São Luís, governo do estado do Maranhão, Ministério do Turismo, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional no mês de setembro de 2016, e não há menção de nenhum projeto, programa ou plano direcionado a destino turístico inteligente para a cidade pesquisada.

⁷ O último documento oficial sobre indicadores do turismo em São Luís foi publicado em 2010 – PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LUÍS. **Indicadores de desempenho do setor turístico de São Luís 2008-2009**: uma contribuição aos investidores. 2010.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Compreender estes aspectos, requer a implantação destes indicadores, ainda mais, tratando-se de destino turístico inteligente, onde:

Smart Tourism Destinations can be perceived as places utilising the available technological tools and techniques to enable demand and supply to co-create value, pleasure, and experiences for the tourist and wealth, profit, and benefits for the organisations and the destination (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2015, p. 394).

O turismo em sítios histórico-culturais patrimônio da humanidade é um segmento que tem crescido na moderna atividade turística e diversos estudos têm sido realizados para identificar aspectos quando a tipologia do turista, segmentação turística, infraestrutura, distribuição geográfica, entre outros. Portanto, a aplicação de um modelo de indicadores em destinos turísticos inteligentes patrimônio da humanidade no Brasil, possibilitará a criação de ferramentas para planejamento e gestão da atividade turística, tanto de ordem pública quanto privada.

Diante do exposto anteriormente, se identifica como principal problema de pesquisa a aplicação dos indicadores propostos pelo INVAT-TUR adaptados ao destino selecionado, tendo como objetivo avaliar, planejar, gerir e controlar destinos turísticos inteligentes de caráter histórico-cultural patrimônio da humanidade.

2. REVISÃO DA LITERATURA

As cidades inteligentes têm proporcionado experiências diferenciadas a seus visitantes (BUHALIS; COSTA, 2006) e moradores através da infraestrutura tecnológica disponível, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e um crescimento econômico sustentável, através de um modelo de gestão governamental participativo (CARAGLIU; DEL BO; NIJKAMP, 2009).

O advento tecnológico constitui-se como um fator de importância que tem promovido a mudança do comportamento do consumidor, adaptando as empresas e os destinos turísticos aos desejos dos turistas, “los cuales difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución tecnológica” (BAIDAL; MONZONÍS; SÁNCHEZ, 2016, p. 329). Desta forma, é necessário que ocorra uma reorganização e/ou ruptura aos modelos tradicionais de gestão, direcionando para uma eficiência organizacional com enfoque em destinos inteligentes, conceito este que reflete o caráter emergente “*de las ciudades como centros de conocimiento, gestión de la información, tecnología e innovación, de modo que éstas pasan a identificarse con un nuevo entorno de innovación, gracias a la confluencia*

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

entre innovación y TIC, motivada fundamentalmente por el desarrollo de Internet” (BAIDAL; MONZONÍS; SÁNCHEZ, 2016, p. 329).

Para Gretzel et al. (2015) *smart* é o novo jargão no turismo, que descreve e integra conceitos sobre tecnologia, economia e desenvolvimento social, alimentados pelas tecnologias da comunicação e informação, que promove conectividade e intercâmbio de informações.

Um dos desafios dos destinos turísticos inteligentes é promover a qualidade da experiência turística, ou seja, a forma de consumo com o turismo (JENSEN, 1999). Esta perspectiva de que pessoas buscam cada vez mais a satisfação dos serviços prestados e das emoções vividas na viagem (produto e serviço), vem criando novas formas de compreender o perfil do consumidor (PINE II; GILMORE, 1999), que podem ser tanto positivas quanto negativas.

Smart tourism involves multiple components and layers of smart that are supported by ICTs. On one hand, it refers to Smart Destinations, which are special cases of smart cities: they apply smart city principles to urban or rural areas and not only consider residents but also tourists in their efforts to support mobility, resource availability and allocation, sustainability and quality of life/visits (GRETZEL et al., 2015, p. 180).

Ao mesclarmos a ideia de uma cidade inteligente com a de um destino turístico que se beneficia de tal vantagem, podemos nos equivocar com certas definições. Muñoz (2015, p. 15) adverte que existem diferenças entre uma *smart city* e *smart destination*. São elas:

O destino inteligente é impulsionado pelo setor do turismo, tanto público quanto privado; o público-alvo é o turista, e não o cidadão; a oferta consiste em experiências de turismo que são vividas em um destino; os destinos turísticos inteligentes estão ligados ao aumento da competitividade da indústria e para a experiência turística melhorar; a interação vai muito além do tempo gasto na cidade⁸.

Nesta concepção, Lopez de Avila (2015, s/p) define destino turístico inteligente como:

An innovative tourist destination, built on an infrastructure of state-of-the-art technology guaranteeing the sustainable development of tourist areas, accessible to everyone, which facilitates the visitor's interaction with and integration into his or her surroundings, increases the quality of the experience at the destination, and improves residents' quality of life.

Deste modo, cidades começaram a incluir o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes (*smart destinations*) ao incorporar sustentabilidade e tecnologia em todas as fases da

⁸ Tradução livre do inglês: “Key differences between a city and a smart tourist destination: the smart tourist destination is driven by the tourism sector, both public and private; the target audience is the tourist, not the citizen; the offer consists of tourism experiences that are lived in a destination; the smart tourist destinations are linked to the increased competitiveness of the industry and to the improving tourist experience; interaction goes far beyond the actual time spent in the city”.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

cadeia de valor como estratégia para aumentar a sua vantagem competitiva no mercado de turismo. *Smart destination* é um território turístico que possui projeto e objetivo definido de criar desenvolvimento sustentável baseado nas limitações e capacidades locais, potencializando a integração da tecnologia em toda a relação criadora de valor do destino, bem como reforçar e incorporar ações entre gestores públicos e privados a fim de promover maior competitividade do destino.

3. METODOLOGIA

Nesta pesquisa justifica-se parte da abordagem quantitativa e qualitativa, que segundo Minayo e Sanches (1993), a quantitativa atua nos níveis de realidade da pesquisa, trazendo dados, indicadores e tendências observáveis. E a qualitativa é empregada para a compreensão dos fenômenos e contribui para a observação de valores, hábitos, atitudes, crenças, representações e opiniões.

É também de natureza exploratória, pois, proporciona maior familiaridade com o objeto de estudo e aprimoramento das ideias, e envolve o levantamento de dados bibliográficos, bem como outros documentos, nos quais conhecimentos produzidos visam ampliar estratégias que proporcionem aplicar um modelo de avaliação para os destinos turísticos inteligentes (GIL, 2006).

Quanto à forma de coleta de dados, a pesquisa é empírica (DEMO, 2000; GIL, 2006), pois busca coletar informações sobre a realidade da cidade de São Luís, em relação ao modelo de indicadores proposto pelo INVAT-TUR.

A pesquisa envolve, ainda, entrevistas com atores sociais que tiveram (ou têm) experiências práticas com o objeto de pesquisa. Os resultados serão coletados sob o enfoque dos indicadores propostos pelo INVAT-TUR. A aplicação dos onze indicadores existentes será realizada no destino piloto do Brasil (São Luís, Maranhão), verificando quais são possíveis de coleta de dados (bibliográficas, documentais e empíricas) e aplicáveis à cidade. O segundo passo será analisar e avaliar por pesquisadores (Brasil e Espanha) e por especialistas dos segmentos nos destinos piloto quais indicadores são pertinentes, quais permanecem, e quais são incluídos. Após esta etapa, realizar-se-á nova aplicação dos indicadores de DTI que não constavam anteriormente e realizar nova coleta de dados (bibliográficas, documentais e empíricas) para **certificação** e **validação**. Desta forma, a análise do destino brasileiro e a comparação com o espanhol (Ávila) com realidade afim, será possível a construção de indicadores para avaliar destinos turísticos histórico-culturais inteligentes.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Para melhor elucidar, tem-se o quadro 2, onde apresenta-se as etapas de desenvolvimento metodológico desta pesquisa de doutorado a ser realizada na cidade de São Luís e Ávila.

Quadro 2: Estrutura metodológica das fases da pesquisa

| FASE 1: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | | | | | |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|
| ETAPAS | MÉTODOS | TÉCNICAS | FONTES | DADOS | RESULTADOS ESPERADOS |
| Concepções sobre governança, sustentabilidade territorial e urbana, sustentabilidade turística, acessibilidade, conectividade e sensorização, sistema de informação e inteligência turística, informação turística, marketing online, inovação, experiência turística | Exploratórios | Pesquisas de informações secundárias: bibliográficas e documentais | Livros, artigos científicos, trabalhos acadêmicos, documentos oficiais, legislação e outras fontes bibliográficas e webgráficas | Conceitos e teorias sobre o tema e assuntos relacionados | Conceituação sobre as temáticas |
| Concepções sobre turismo urbano, turismo de sol e praia e turismo histórico-cultural | Exploratórios | Pesquisas de informações secundárias: bibliográficas e documentais | Livros, artigos científicos, trabalhos acadêmicos, documentos oficiais, legislação e outras fontes bibliográficas e webgráficas | Conceitos e teorias sobre o tema e assuntos relacionados | Conceituação sobre as temáticas |
| Caracterização sobre os destinos pilotos | Exploratórios e descritivos | Pesquisas de informações secundárias: bibliográficas e documentais | Instituições públicas – federais, estaduais e municipais – e privadas, relacionadas ao planejamento urbano à gestão do turismo, entre outras | Mapas, planos, legislação, imagens e outros | Caracterização da cidade - São Luís (MA) |

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

| FASE 2: LEVANTAMENTO DE DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|--|---|
| ETAPAS | MÉTODO | TÉCNICA | FONTES | DADOS | RESULTADOS ESPERADOS |
| Aplicação dos indicadores do INVAT-TUR no destino piloto | Exploratórios, explicativos e analíticos | Pesquisa bibliográfica, documental e levantamento de campo | Entrevistados – atores sociais | Respostas dos questionários | Identificação e avaliação dos indicadores para a cidade piloto |
| Avaliação e revisão dos indicadores do INVAT-TUR no destino piloto | Exploratórios, explicativos e analíticos | Pesquisa bibliográfica, documental e levantamento de campo | Pesquisadores do Brasil e Espanha | Respostas dos atores entrevistados e dados empíricos | Delimitação dos indicadores para DTI na cidade piloto |
| Aplicação dos indicadores do INVAT-TUR no destino piloto | Exploratórios, explicativos e analíticos | Pesquisa bibliográfica, documental e levantamento de campo | Anteriores | Anteriores | Avaliação dos indicadores de DTI e levantamento de subsídios para planejamento, gestão e controle |
| Análise comparacional do destino espanhol e brasileiro | Exploratórios, explicativos e analíticos | Análise relacional | Anteriores | Anteriores | Comparação dos âmbitos propostos entre os destinos pilotos |

Fonte: Elaborado com base nos objetivos da pesquisa.

4. RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que a pesquisa contribua no sentido de compreender a funcionalidade de indicadores, como ferramentas capazes de avaliar, planejar, gerir e controlar destinos turísticos inteligentes de caráter histórico-cultural em sítios patrimônio da humanidade e colocá-los no mercado de forma mais competitiva, servindo como base explicativa para novas propostas de desenvolvimento.

A pesquisa pode também apresentar resultados que contribuam para a sustentabilidade dos destinos, tendo presente a qualidade de vida da população local e uma utilização mais adequada das infraestruturas e serviços urbanos, bem como formas de maximizar os impactos positivos e minimizar os impactos negativos, além de subsídios para planejamento, gestão, controle dos setores público e privado.

Esta pesquisa procura desenvolver uma metodologia de análise através dos indicadores apresentados anteriormente que permita facilitar o planejamento, gestão e controle de destinos turísticos inteligentes de patrimônio histórico-cultural. Com a construção de uma nova metodologia

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

tendo como os indicadores já existentes no modelo espanhol, será possível replicá-la em outros destinos. Assim, pretende-se contribuir com a consolidação desta proposta de análise e também, a pesquisa pode contribuir para fomentar a iniciação científica e a publicação na área.

REFERÊNCIAS

BLANCO, Javier. **Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes: estrategias y soluciones para fomentar la innovación em el turismo digital**. Madrid: LID Editorial Empresarial, 2015.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**. v. 21, p. 97–116, 2000.

BUHALIS, D.; COSTA, C. (orgs.). **Tourism management dynamics**. Butterworth: Heinemann, 2006.

CÀNOVES, G., VILLARINO, M. y BLANCO ROMERO, A. (orgs.). **Turismo de Interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia**. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2014.

CARAGLIU, Andrea; DEL BO, Chiara F.; NIJKAMP, Peter. **Smart cities in Europe**. Amsterdam: University Amsterdam (Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics), Serie Research Memoranda, 2009

FYALL, A. Destination management: challenges and opportunities. In: WANG, Y.; PIZAM, A. (Orgs.). **Destination marketing and management: theories and implications**. Wallingford: Cabi, 2011, p. 340-358.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M. **Turismo y conjuntos monumentales: capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GUILARTE, YAMILÉ PÉREZ. Diseño de um sistema integral de análisis del turismo (SIAT) em destinos patrimoniales. **Investigaciones turísticas**. n. 10, jul-dec., 2015, p. 57-75.

HANAI, Frederico Yuri. **Sistema de indicadores de sustentabilidade: uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do turismo na região de Bueno Brandão, estado de Minas Gerais, Brasil**. 2009. 412f. Tese (Doutorado em Engenharia Ambiental) – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2009.

IVARS BAIDAL, Josep A.; SOLSONA MONZONÍS, F. Javier; GINER Sánchez, David. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'Anàlisi Geogràfica**, v. 62, n. 2, p. 327-346, 2016.

EDIÇÃO ESPECIAL: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

JENSEN, R. **The dreamsociety**: how the coming shift from information to imagination will transform your business. New York: McGraw-Hill, 1999.

MUÑOZ, Antonio López de Ávila. **Creating a smart destination**. Disponível em: <<http://www.morocco-forum.com/downloads/presentations/Antonio-lopez-de-Avila-Munoz-Creating-a-Smart-Destination.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

PINE II, B.J.; GILMORE, J.H. **The experience economy**: work is theatre & every business a stage. Massachusetts: Harvard Business School Press, 1999.

PLAZA GUTIÉRREZ, J. Territorio, geografía rural y políticas públicas. Desarrollo y sustentabilidad en las áreas rurales. **Boletín de la A.G.E.**, n. 41, 2006, p. 69-95.

Lopez de Avila, A. Smart destinations: XXI century tourism. **ENTER 2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism**. Lugano, Switzerland, fev. 4-6, 2015.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. The explosion of urban tourism: the european cities visitors. Dijon, **European Cities Marketing**, 2009, p. 25-28.

MINAYO, Maria Cecília de S. ; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**. v. 9, n. 3, jul./set., 1993.

RITCHIE, J. R., ; CROUCH, G. I. **A model of destination competitiveness. Competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Wallingford: Cabi, 2005, p.60-78.

RULLÁN, O. La regulación del crecimiento urbanístico en el litoral mediterráneo español. **Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales**, v. XLIII, n. 168, 2011, p. 279-297.

SANTOS, Saulo Ribeiro dos. **Paisagem solidária**: indicadores de sustentabilidade urbana em área turística funcional do centro histórico de São Luís, Maranhão. 2015. 582f. Tese (Doutorado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná-PUCPR, Curitiba, 2015.

SANZ-IBÁÑEZ, C.; ANTON CLAVÉ, S. **The evolution of destinations**: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies*, 2014.

VAN BELLEN, Hans Michael. **Indicadores de sustentabilidade**: uma análise comparativa. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2006.

VERA, J.F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. y ANTÓN, S. (orgs.). **Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2011.

VERA REBOLO, José Fernando; IVARS BAIDAL, Josep Antoni. **Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico**: conceptualización, análisis de experiencias y problemas. Definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes. Proyectos de I+D Excelencia y Proyectos de I+D+I Retos Investigación. Gobierno de España. Ministerio de Economía y Competitividad. 2014.