INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

ELIANE AVELINA DE AZEVEDO SAMPAIO

METODOLOGIA PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO COM IMPLEMENTAÇÃO EM UM SOFTWARE

ARACAJU
2019

ELIANE AVELINA DE AZEVEDO SAMPAIO

METODOLOGIA PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO COM IMPLEMENTAÇÃO EM UM SOFTWARE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, processos e inovação (DTPI).

Orientador: Jaime José da Silveira Barros Neto, Prof. Dr.

Orientador: José Augusto Andrade Filho, Prof. Dr.

ARACAJU
2019

Sampaio, Eliane Avelina de Azevedo.
S192m Metodologia para planejamento e gestão municipal do turismo com implementação em um software / Eliane Avelina de Azevedo Sampaio. – Aracaju, 2019.
166 f.

Dissertação (Mestrado) – Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS. Programa de pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo-PPMTUR.
Orientador: Prof. Dr. Jaime José da Silveira Barros Neto.

1. Planejamento turístico 2. Plano municipal de turismo 3. Inovação tecnológica 4. Inovação no turismo 5. Software I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS II. Barros Neto, Jaime José da Silveira III. Andrade Filho, José Augusto VI. Título.

CDU 338.48

ELIANE AVELINA DE AZEVEDO SAMPAIO

METODOLOGIA PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO MUNICIPAL DO TURISMO COM IMPLEMENTAÇÃO EM UM SOFTWARE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Aprovado em _____/_____/_____

_____

Orientador: Prof. Dr. Jaime José da Silveira Barros Neto
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS

_____

Orientador: Prof. Dr. José Augusto Andrade Filho
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe –IFS

_____

Examinador Externo: Profª. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos
Universidade Federal de Sergipe – UFS

_____

Examinador Interno: Prof. Dra. Letícia Bianca Barros de Moraes Lima
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS

Aracaju
Abril/2019

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir cópia dessa dissertação e emprestar ou vender tais cópias. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte dessa dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

_____

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio
Instituto Federal de Sergipe – IFS

AGRADECIMENTOS

A finalização deste ciclo me traz à memória três grandes certezas: comprometer-se com a pesquisa sempre será um caminho imbuído de dúvidas, que nos dará possibilidades e olhares e que aumentará a fé, seja em você mesmo, seja na força divina para nos conduzir por entre os caminhos – por vezes retos, por tantos sinuosos – do ambiente acadêmico. Mas destas, a maior das certezas, para mim, sempre foi a fé de que em Deus tudo posso, e por isso sou grata pela vida e força, e por ser o meu parceiro inseparável durante todo o processo.

Gratidão ao meu bom Deus por me permitir ter uma família. Ter minha mãe Raimunda, ter tido meu pai Enaldo (in memoria), minha avó Avelina, cada um dos meus irmãos e sobrinhos, pois são neles que encontro o aconchego quando há dúvida, o colo na tristeza, a esperança na angústia, e a certeza de nunca estar sozinha.

Ao meu esposo Alan eu agradeço pela contribuição no desenvolvimento dessa pesquisa, ajudando no esboço do protótipo inicial do software e por sempre acreditar e me motivar na concretização desse projeto. Mas, eu agradeço a Alan muito mais pelo amor praticado, e nisso inclui a paciência na turbulência, a compreensão na ausência, a admiração na luta diária e o incentivo nas incertezas; além de trazer consigo muito mais que um sogro, sogra, cunhados e sobrinhos, me deu uma segunda família, pessoas as quais eu também sou grata.

Agradeço aos meus queridos orientadores Drº Jaime Barros e Drº José Augusto pelo incentivo constante, diálogos proveitosos e ricas contribuições para que chegássemos ao desenvolvimento e conclusão deste trabalho. Vocês foram essenciais nesse processo.

Agradeço ao Instituto Federal de Sergipe, que através da PROPEX, me permitiu cursar o mestrado com bolsa acadêmica, além dos incentivos à participação em atividades de extensão, congressos e cursos.

Um agradecimento especial à coordenação do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR), através de Lício Valério que sempre foi um grande incentivador e colaborador em todos as fases da pesquisa dos “seus” mestrandos. Esse agradecimento também se estende à Eunice, que por diversas vezes fez eu me sentir no aconchego de um lar, devido a sua natureza acolhedora e prestativa; e aos professores do PPMTUR com quem tive o privilégio de aprender.

Gratidão às “meninas” do mestrado. Uma turma de onze mulheres disfrutando juntas o prazer das descobertas acadêmicas, regadas de muito café, discussões enriquecedoras e ajuda mútua. Com cada uma de vocês tive um aprendizado e sou grata por ter conhecido tantas fontes.

Um agradecimento especial aos membros do Núcleo de Inovação Tecnológica do IFS, por todo apoio logístico, e para a equipe de desenvolvedores, Herbert e Erick, pela disponibilidade, parceria e empenho.

Agradeço também a Dra. Cristiane Alcântara pelas ricas contribuições na banca de qualificação que permitiram novos olhares e caminhos para essa pesquisa. Além da disposição em ler e contribuir no momento da defesa final. O agradecimento se estende a professora Dra. Letícia Moraes, por ter aceitado o convite em participar da banca, e pelo brilhante ofício da docência.

Enfim, agradeço aos meus amigos de sempre, aos colegas de hoje e a todas as pessoas próximas que tive o privilégio de compartilhar da minha rotina pessoal e profissional. Pessoas essas que contribuíram, torceram e sabem do esforço empreendidos na realização deste trabalho. Ao vivenciar o árduo, e muitas vezes solitário mundo acadêmico, em toda sua profundidade e complexidade, percebe-se que, para um pesquisador ter verdadeiros amigos é essencial.

Eu sei que a jornada ainda continua, que a busca pelo aperfeiçoamento não se limita a este ciclo, ao contrário, abrem-se outras possibilidades e novos percursos, e eu espero ter sempre confiança e fé no olhar de Deus sobre a minha vida e sobre cada uma das minhas escolhas. Gratidão ao senhor por tudo!

“(...) esta fonte é para uso de todos os
sedentos.
Toma a tua parte.
Vem a estas páginas e não entraves seu uso
aos que têm sede”.

Cora Coralina

(Texto extraído do livro “vintém de cobre – meias confissões de Aninha”, Outubro, 1981.)

RESUMO

O planejamento caracteriza-se como uma premissa básica e ferramenta indispensável ao desenvolvimento ordenado dos destinos turísticos. Nesse patamar de importância, assumiu ao longo dos anos enfoques distintos, e sobretudo, metodologias e etapas a serem seguidas sob a ótica de diversos autores. Porém, a incipiente realização do planejamento e, consequentemente, a geração dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico, evidenciaram a necessidade de abordagens metodológicas processuais simplificadas, porém eficientes e dinâmicas, para que as etapas propostas no planejamento sejam estruturadas mediante os novos contextos que tem surgindo no turismo, sobretudo de inovação tecnológica, e tornem-se uma ferramenta de contribuição efetiva para o desenvolvimento do turismo nas distintas regiões. Além disso, a revolução tecnológica percebida nos dias atuais, dá um indicativo da necessidade de instrumentos tecnológicos utilitários que viabilizem e tornem mais ágeis os processos demandados na realização do planejamento. Partindo desse entendimento, o presente estudo foi realizado com o objetivo central de desenvolver no campo da inovação tecnológica aplicada ao turismo, um novo procedimento metodológico de planejamento e gestão de destinos turísticos, implementando-o em um software, a fim de auxiliar no processo de elaboração do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico (PMDT), através de uma estrutura metodológica básica, sequencial e processual, possibilitando alimentar e retroalimentar uma plataforma de dados com as informações que permeiam o processo do planejamento. Para trilhar o percurso proposto nesta pesquisa de natureza aplicada, adotou-se o método indutivo, com abordagem ao problema realizada de modo qualitativo. Quanto aos procedimentos técnicos, foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental, além de uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), dos quais resultaram na confecção de três capítulos de revisão teórica, correlacionados às temáticas: planejamento, inovação e tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Quanto aos resultados, apresenta-se o marco teórico que forneceu subsídios para emoldurar uma análise acerca das temáticas pesquisadas; uma proposta metodológica para o planejamento municipal do turismo, bem como, as especificidades, requisitos, modelagem e percurso de desenvolvimento do software para implementação da metodologia.

Palavras-chave: Planejamento turístico. Plano Municipal de Turismo. Inovação Tecnológica. Inovação no Turismo. Software.

ABSTRACT

Planning is characterized as a basic premise and indispensable tool for the orderly development of tourist destinations. At this level of importance, it has taken over the years, different approaches, and above all, methodologies and steps to be followed from the perspective of several authors. However, the incipient realization of the planning and consequently the generation of the Municipal Plans of Tourism Development, made evident the need for simplified, but efficient and dynamic process methodological approaches, so that the steps proposed in the planning are structured through new contexts that have arisen in the tourism, especially technological innovation, and become an effective contribution to the development of tourism in the different regions. In addition, the technological revolution perceived nowadays, gives an indication of the need for utilitarian technological instruments that make feasible and agile the processes demanded in the accomplishment of the planning. Based on this understanding, the present study was carried out with the main objective of developing in the field of technological innovation applied to tourism, a new methodological procedure of planning and management of tourist destinations, implementing it in a software, in order to assist in the process of elaboration of the Municipal Tourism Development Plan (PMDT), through a basic methodological framework, sequential and procedural, making it possible to feed and feedback a data platform with the information that permeates the planning process. To follow the path proposed in this research of an applied nature, we adopted the inductive method, with a qualitative approach to the problem. As for the technical procedures, bibliographical and documentary researches were carried out, as well as a Systematic Review of Literature (RSL), which resulted in the preparation of three theoretical revision chapters, correlated to the themes: planning, innovation and Information and Communication technologies (ICTs). Regarding the results, we present the theoretical framework that provided subsidies to frame an analysis about the researched topics; a methodological proposal for the municipal planning of tourism, as well as the specificities, requirements, modeling and development path of the software to implement the methodology.

Keywords: Tourist planning. Municipal Plan of Tourism. Technologic innovation. Innovation in Tourism. Software.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Etapas do processo de realização da pesquisa.....31
FIGURA 2- Premissas do planejamento.....33
FIGURA 3- Coordenação da elaboração e gestão de um plano municipal.....56
FIGURA 4- Etapas do Planejamento segundo o Ministério do Turismo.....60
FIGURA 5- Processo Integral do Planejamento por Sérgio Molina (2005) 61
FIGURA 6- Fases e Etapas do Planejamento Contidas em Braga (2007) 63
FIGURA 7- Consulta a base de dados INPI: busca com o termo “turismo”.....92
FIGURA 8- Consulta a base de dados INPI: busca com o termo “turístico”.....92
FIGURA 9- Consulta a base de dados INPI: busca com o termo “planejamento”.....93
FIGURA 10- Consulta a base de dados INPI: busca com o termo “plano”.....94
FIGURA 11- Metodologia de Planejamento Operacional do Turismo.....97
FIGURA 12- Metodologia *Scrum*.....115
FIGURA 13- Requisitos e Funcionalidades do Software.....118
FIGURA 14- Tela de *Login* Spotur.....119
FIGURA 15- Layout Inicial do SPOTUR.....120
FIGURA 16- Tela de Análise Preliminar.....121
FIGURA 17- Tela de Formulário de Demanda.....122
FIGURA 18- Formulário de Inventário Turístico Cat. A (A.1) 123
FIGURA 19- Formulário de Inventário Turístico Cat. B (B.1) 124
FIGURA 20- Formulário de Inventário Turístico Cat. C (C.1) 124
FIGURA 21-Tela do Campo Análises 126
FIGURA 22-Tela para Inserção do Prognósticos.....127
FIGURA 23- Modelo de Apresentação Visual do Plano.....128
FIGURA 24- Processo de Construção da Marca SPOTUR.....133

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- Delineamento do estudo.....23

QUADRO 2- Classificação e Abrangência do Planejamento e Planos.....39

QUADRO 3- Etapas do Planejamento Identificadas na Pesquisa Bibliográfica e Dcumental.....65

QUADRO 4- Tipos de Inovação.....69

QUADRO 5- Conceitos de Competitividade por Autores Internacionais.....76

QUADRO 6- Categorias de Software.....89

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABES - Associação Brasileira de Empresas de Software
BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento
DTI - Destinos Turísticos Inteligentes
EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo
FGV - Fundação Getúlio Vargas
GPS - *Global Positioning System* (Sistema de Posicionamento Global)
INVATTUR - Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas
INVTUR - Inventário da Oferta Turística
IOT - Internet das Coisas
INPI -Instituto Nacional Propriedade Industrial
MTUR -Ministério do Turismo
MVP - *Minimum Viable Product* (Mínimo Produto Viável)
OCDE -Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PDITS -Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PHP - *Personal Home Page*
PMDT -Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico
PNMT -Programa Nacional de Municipalização do turismo
PNT -Plano Nacional de Turismo
PRODETUR -Programa de Desenvolvimento do Turismo
PRT -Programa de Regionalização do Turismo
RA -Realidade Aumentada
RSL -Revisão Sistemática de Literatura
RV -Realidade Virtual
SEGITTUR -Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e tecnologias turísticas
SIG - Sistemas de Informações geográficas
SISTUR -Sistema de Turismo
TI -Tecnologia da Informação
TICs -Tecnologias da Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA 17
1.2 OBJETIVOS 19
1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO ESTUDO 20
1.4 DELINEAMENTO DO ESTUDO 22
1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO 24
2 METODOLOGIA 25
2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 26
2.2 ETAPAS DO PROCESSO DE REALIZAÇÃO DA PESQUISA 30
3 REFERENCIAL TEÓRICO 32
3.1 PLANEJAMENTO DO TURISMO: PRINCÍPIOS, PROCESSOS E INOVAÇÃO . 32
3.2 A INOVAÇÃO COMO UM PROCESSO INDUTOR DE COMPETITIVIDADE NO TURISMO 67
3.3 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADAS AO TURISMO: AVANÇOS E PERSPECTIVAS 81
4 PROCESSO METODOLÓGICO PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO 96
5 SOFTWARE PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO 112
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 133
REFERÊNCIAS 136
ANEXOS 151
APÊNDICES 154

1 INTRODUÇÃO

A atividade do turismo é propulsora de crescimento socioeconômico e desenvolvimento regional. Incorporada como componente da qualidade de vida do ser humano, essa atividade proporciona múltiplas práticas de vivenciar o lazer e o ócio, de aproximação entre os povos, promoção da paz e superação de barreiras raciais e étnicas (DIAS, 2003); (OMT, 2017). Concomitante, quando bem planejada e organizada por seus gestores, gera impactos positivos em seus destinos turísticos, como favorecimento da distribuição de renda, geração de emprego e proteção ao meio ambiente.

O planejamento turístico é uma ferramenta altamente eficaz para os destinos turísticos, servindo como norteador para o ordenamento da atividade, através de processos que visem orientar o desenvolvimento turístico de um empreendimento, de uma localidade, região, municípios, estado ou país, resultando em ações que contribuam com a comunidade, que garanta investimentos públicos e privados e que corrobore com os princípios da sustentabilidade (MOLINA, 2005); (VIGNATI, 2012).

No Brasil, no decorrer do ano de 2004, o Ministério do Turismo, lançou um dos principais eixos estruturantes do Plano Nacional do Turismo 2003-2007, o Programa de Regionalização do Turismo, tendo como intuito descentralizar as ações para o planejamento e gestão da atividade. Este macroprograma, que permanece até os dias de hoje sendo uma ação central do PNT 2018-2020, tem como foco o desenvolvimento regional, dando um maior protagonismo às unidades da federação, instruindo aos destinos elaborarem o Planejamento Estratégico do Turismo e o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (BRASIL, 2013a); (TOMAZIM; BENI, 2017). Embora o foco do programa seja desenvolver o turismo através das regiões, as instruções evidenciam a importância do planejamento a nível local, através da elaboração dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico, para que assim possam ser vislumbrados os resultados efetivos quanto a regionalização.

Nessa perspectiva, a elaboração dos Planos Municipais tem como pressuposto as políticas públicas norteadoras da atividade turística e se implementado, monitorado e avaliado corretamente, são capazes de promover o desenvolvimento social da localidade, através de uma distribuição mais igualitária de renda, bens e serviços; geração de emprego e trabalho; incentivo a educação e a capacitação profissional; e

incentivo ao empreendedorismo e inovação nos distintos campos de aplicação (OTTONI;SCALCO, 2016).

Para tanto, em meio aos múltiplos cenários, muitas vezes complexos do turismo, tem-se visto que a inovação e a oferta de soluções tecnológicas se multiplicaram vertiginosamente ao longo dos anos, tornando-se um fator chave para a competitividade nos destinos. Logo, os desafios que garantem a continuidade do desenvolvimento do turismo em atendimento a era da ubiquidade tecnológica, perpassam pelos novos cenários propostos pela inovação, baseadas nas novas TICs que direcionam a atividade em atendimento aos novos perfis de demanda e oferta, exigindo uma maior atenção ao planejamento turístico do destino.

O Ministério do Turismo corrobora e reconhece a importância da inovação e o uso das TICs na contemporaneidade, e justifica esse fato ao afirmar a necessidade de aplicação de instrumentos tecnológicos para coletar, sistematizar e difundir informações, a fim de proporcionar ao setor mais agilidade, confiabilidade e consequentemente, produtividade, qualidade e competitividade ao destino (BRASIL, 2011a). Afirma também, ser importante fomentar o uso das TICs em todas as ações empreendidas pelos atores do setor, seja na consolidação da rede de gestão em todo o país, no uso de tecnologias e ferramentas inovadoras para a promoção dos destinos, na formatação de meios alternativos de interação e contato com os turistas, seja em pesquisa, produção de conhecimento e compreensão dos comportamentos dos mercados (BRASIL, 2013b).

Para tal, é preciso repensar a articulação entre o planejamento e sua aplicabilidade no turismo, afastando-a de uma visão estática e ultrapassada de gestão, bem como, desenvolver novos procedimentos metodológicos com abordagens sociais e tecnológicas inovadoras e suas aplicabilidades por meios de sistemas e processos informacionais e computacionais. Essa articulação contribui para a celeridade nos processos de planejamento e gestão dos destinos turísticos e, consequentemente, na qualidade da gestão dos espaços turísticos que implicam diretamente na experiência dos turistas nas viagens.

Sob essa perspectiva, na presente dissertação serão apresentados os estudos realizados com a finalidade de desenvolver uma proposta de um procedimento metodológico de planejamento e gestão para destinos turísticos, implementado em uma solução tecnológica (software), no qual resultarão na confecção do documento

técnico: Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico, através de uma estrutura metodológica básica, sequencial e processual, possibilitando alimentar e retroalimentar uma plataforma de dados com as informações que permeiam o processo de planejamento.

A referida proposta tem como princípio norteador a vinculação temática, de ordem teórica e prática, com a linha de pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação, do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, o qual direciona a elaboração dos trabalhos finais voltados às pesquisas que visem a solução de um problema, através da aplicação de ferramentas que possam tornar-se produtos, serviços ou processos no ambiente produtivo do turismo.

Desse modo, através desse estudo, desenvolveu-se em atendimento ao disposto no programa uma tecnologia social no turismo (Procedimento Metodológico para o Planejamento e Gestão do Turismo), uma tecnologia computacional (Software), para a operacionalização do planejamento do turismo e um registro de marca e software no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, apresentados como resultados do processo de concepção da pesquisa.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA

O planejamento turístico, bem como a elaboração dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico, deve gerar ações concretas para o destino turístico. Neste sentido, são de suma importância para os municípios, pois a partir deles, os destinos podem organizar-se e estruturar-se para se desenvolverem e/ou consolidarem-se no turismo. Além de serem instrumentos essenciais para viabilizar investimentos junto aos órgãos fomentadores da atividade turística.

Apesar do reconhecimento da importância do planejamento turístico, percebe-se que este não é comumente realizado. No Estado de Sergipe, por exemplo, dos 58 municípios que fazem parte do mapa do Turismo Brasileiro[1], nenhum deles possui o Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico cadastrado junto ao Ministério de

[1] O Mapa do Turismo Brasileiro é o instrumento de ordenamento que auxilia no desenvolvimento das políticas públicas para o turismo, instituído pela Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013 e suas atualizações no âmbito do PRT, definem o recorte territorial que deve ser trabalhado prioritariamente pelo Ministério (BRASIL, 2017b). Disponível em: http://dados.turismo.gov.br/mapa-do-turismo-brasileiro. Acesso em: 15 dez. 2017.

Turismo (BRASIL, 2018). Essa incipiência também pode ser esclarecida em virtude da pouca orientação específica para a realização do planejamento por parte dos gestores públicos municipais, uma vez que, a estrutura proposta pelo MTur orienta o desenvolvimento das etapas comuns do planejamento estratégico, mas não reorienta a confecção específica dos planos, tornando-se pouco efetiva a realização do mesmo.

Outrossim, a elaboração dos PMDT, embora seja discutida em âmbito governamental, seja em nível federal, estadual ou municipal, e contemple diretrizes para organização da atividade turística, ainda não é uma ferramenta de desenvolvimento obrigatório, e mesmo o MTur orientando a sua confecção, não há uma fiscalização efetiva quanto a sua realização por parte dos municípios.

Essa realidade, permite considerar que, diante da importância do planejamento e da atual conjuntura do mundo globalizado, informatizado e mais tecnológico, é plausível, propor iniciativas que corroborem e facilitem a criação dos PMDT através de uma estrutura metodológica eficaz, implementadas por meio de ferramentas tecnológicas.

Quanto ao desenvolvimento de softwares para suporte no planejamento e gestão pública do turismo, percebe-se que ainda é um campo pouco explorado e carece de iniciativas inovadoras, sobretudo, com orientações advindas do próprio Ministério do Turismo.

Uma interessante iniciativa do MTur ocorreu em 2006, quando através do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil foi lançado o projeto INVTur, o qual consistia em um conjunto de formulários com o objetivo de levantar, identificar e registrar os atrativos, serviços e equipamentos turísticos, as instâncias de governança e a infraestrutura de apoio ao turismo existente no país, como instrumento-base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística, com posterior disponibilização em um sistema de banco de dados, capaz de armazenar, sistematizar, tratar, atualizar e disseminar as informações coletadas durante o processo (BRASIL, 2011a). Porém, o sistema de coleta de informações em campo realizava-se de modo manual e somente após a finalização da coleta os formulários deveriam ser cadastrados no sistema.

Embora a iniciativa do MTur tenha sido positiva, ao invés de atualizado e ampliado, o sistema INVTur foi descontinuado em 2011, passando a ser do município

a responsabilidade sobre a captação e gestão dos dados inventariados (BRASIL,2018).

Este fato corrobora com a importância e real necessidade do desenvolvimento de sistemas aplicativos para a gestão de dados e informações nos municípios, e que estes softwares possam vir a suprir essas lacunas, tornem-se ferramentas mais amplas e ágeis, que sistematizem a etapa de coleta dos dados, já na realização da pesquisa de campo, e que além do inventário possuam outras etapas que auxiliem no planejamento, e consequentemente na geração dos Planos Turísticos.

Diante das questões anteriormente apresentadas, e após reflexões acerca da temática, chegou-se ao entendimento de que o planejamento e a gestão do turismo, em meio à intensidade das mudanças provocadas pela inovação, sobretudo com o avanço das TICs, é um desafio a ser superado.

Logo, a percepção da referida problemática que envolve o objeto, foi o ponto de partida para início do processo de investigação. Este, conforme Severino (2016), é o fator chave que desencadeia a indagação científica, uma vez que os fatos não se explicam por si só. Desse modo, problematiza-se a pesquisa a partir da seguinte questão: De que maneira o planejamento e a gestão pública do turismo tem absorvido as tendências de inovação, sobretudo de inovação tecnológica para o suporte à criação dos Planos Municipais de Desenvolvimento turístico?

A partir da questão inicialmente levantada, foi possível conceber o escopo do estudo e traçar as diretrizes e objetivos a serem cumpridos, com o intuito de chegar aos resultados almejados, objetivando apresentar à sociedade, especialmente aos gestores públicos do turismo, soluções tecnológicas para o planejamento turístico em nível municipal.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

- Desenvolver no campo da inovação tecnológica aplicada ao turismo, um novo procedimento metodológico de planejamento e gestão do turismo, implementando-o em um software, a fim de auxiliar no processo de elaboração do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar as diretrizes e princípios norteadores para o planejamento e gestão do turismo;
- Pesquisar os enfoques do planejamento turístico ao longo dos anos e se estes se aplicam a era da ubiquidade tecnológica.
- Realizar um estudo comparativo entre metodologias de planejamento e gestão do turismo com a finalidade de elaborar as etapas de um novo procedimento;
- Elaborar uma metodologia referencial para o planejamento turístico;
- Descrever a metodologia proposta segundo parâmetros adequados à confecção de Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico;
- Desenvolver um software para implementação da proposta metodológica, que contemple as exigências de um usuário específico, capaz de sistematizar, apresentar e gerir informações contempladas nas etapas do planejamento.

1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO ESTUDO

O desenvolvimento desse estudo, justifica-se pelo interesse em emoldurar uma análise que forneça subsídios teóricos para o desenvolvimento de ações inovadoras para o turismo, ao passo que, possibilite desenvolver produtos com aplicações tecnológicas que auxiliem nas demandas de elaboração do planejamento turístico dos municípios, que se mostrou incipiente. Observa-se também, a falta de instrumentos e ferramentas que orientem e viabilizem a construção especificamente dos PMDT, que deem um suporte mais eficaz ao desenvolvimento de ações e estratégias, e que visem o planejamento turístico dos destinos dentro das diretrizes da inovação.

Desse modo, a principal contribuição do presente trabalho, mediante o desenvolvimento da proposta metodológica e do software, é gerar um processo e um produto com aplicabilidade prática a realidade dos municípios brasileiros, que atendam as variáveis e etapas do processo do planejamento, e que através da

ferramenta computacional gerem benefícios para a gestão do turismo, tais como: redução de custos, diminuição de tempo de operações básicas do planejamento; eliminação de retrabalhos; aumento da eficiência, e consequentemente um diferencial competitivo para o destino.

Enquanto instrumento norteador, a metodologia possibilitará a elaboração do PMDT, auxiliando os gestores a traçar ações específicas para o desenvolvimento social e econômico do destino, possibilitando que a gestão do turismo nos municípios seja realizada de maneira apropriada, contribuindo assim para a maximização dos impactos positivos do turismo.

O software, através da implementação da metodologia, favorecerá na armazenagem de dados e informações relacionadas ao destino planejado. Como explica Geroza et. al. (2016), a elaboração de software deve ter como objetivo resolver uma incerteza científica e tecnológica de uma forma sistemática, para que assim possa ser classificado como pesquisa e desenvolvimento (P&D), e ser resultado de um progresso científico e tecnológico. Desse modo, a elaboração da ferramenta (software) se enquadra na inovação tecnológica para o processo de planejamento turístico que já é existente, embora não informatizado.

A implementação da metodologia, de modo automatizado, tende a minimizar problemas que implicam no planejamento do turismo. São alguns desses problemas: a descontinuidade nas políticas públicas, uma vez que as inconstâncias políticas tornam as diretrizes dinâmicas em um curto espaço de tempo, onde as mudanças geradas implicam em resultados diferentes e com o uso da ferramenta viabiliza traçar novas diretrizes; alta rotatividade dos profissionais encarregados de gerir o turismo, o que acaba dificultando a continuidade das ações de planejamento na transição para um novo gestor; Informação estatística carente de banco de dados para gerir as pesquisas realizadas, que implicam na dificuldade de manter uma série histórica de dados com informações atualizadas; reforma administrativa, que fornece mudanças repentinas ao ambiente organizacional, entre outros fatores.

Acresce que, para o desenvolvimento dos referidos produtos, torna-se necessário uma compilação teórica que retrate o estado atual das pesquisas relacionadas a temática do planejamento, no que abrangem as metodologias, os Planos Municipais de Turismo, a inovação tecnológica como vetor de competitividade e a importância dos softwares para a sistematização e gestão dos dados no turismo.

Assim sendo, a elaboração desse estudo tende a fornecer subsídios teóricos para que outras pesquisas possam ser desenvolvidas, sobretudo, acerca das abordagens metodológicas do planejamento, cuja necessidade de evolução para outros enfoques tem sido necessária, principalmente em virtude das novas tendências de inovação que tem impactado diretamente no desenvolvimento da atividade turística, e tende a provocar um redesenho nas antigas formas de planejamento, para fins de melhor adequação à realidade da chamada era digital.

1.4 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Posterior a definição dos objetivos do trabalho, foi organizado o delineamento do estudo (QUADRO 1), pelo qual perscrutou cada um dos objetivos, bem como os principais métodos e procedimentos adotados, os quais serão substancialmente descritos no delineamento metodológico.

QUADRO 1- DELINEAMENTO DO ESTUDO

OBJETIVOS	QUESTÕES DE PESQUISA	REFERENCIAL TEÓRICO	PROCESSO METODOLÓGICO
- Identificar as diretrizes e princípios norteadores para o planejamento e a gestão do turismo;	-Existem princípios e procedimentos metodológicos para a elaboração do PMDT?	Chiavenato (1987) Hall (2001); Petrocchi (2002); Dias (2003); Braga (2007) Fernandes (2011); - Documentos do Ministério do turismo	-Consulta a literatura especializada;
- Pesquisar os enfoques do planejamento turístico ao longo dos anos e se estes se aplicam a era da ubiquidade tecnológica	- As abordagens para o planejamento turístico abrangem discussões que levam em consideração enfoques na inovação e nas novas TICs?	-Acerenza (1985), Getz (1986,1987), Ruschmann (1997), Hall (2001), Petrocchi (2001; 2002), Baidal (2001), Endres (2012), Vas (2017), Holm et. al. (2017)	- Consulta a literatura especializada;
- Realizar um estudo comparativo entre modelos de planejamento e gestão do turismo com a finalidade de elaborar as etapas do novo procedimento;	-Existem diretrizes norteadoras para o planejamento, indicadas por autores? Quais são esses autores e o que dizem a respeito?	- Chiavenato (1987; 2004), Kotler (1992), Ruschmann (1997), Beni (1998), Petrocchi (2001, 2002), Dias (2003), Molina (2005), Braga (2007) e Brasil (2007).	-Análise de metodologias para o planejamento turístico, a partir de RSL, revisão bibliográfica e documental.
-Elaborar uma metodologia referencial para o planejamento turístico.	- As metodologias de planejamento turístico orientam a confecção dos planos municipais?	-Hall (2001); Petrocchi (2002); Dias (2003); Braga (2007) Fernandes (2011);	- A partir das diretrizes metodológicas identificadas, elaborar o novo processo metodológico.
-Descrever a metodologia proposta, segundo parâmetros adequados à confecção de Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico;	-Existe um processo metodológico, processual e sequencial para a elaboração do planejamento/plano turístico?	- Brasil (2007a;2013b); -Petrocchi (2002); Dias (2003); Braga (2007) Fernandes (2011);	-Consulta de referências bibliográfica e documental.
-Desenvolver um software para implementação da proposta metodológica, que contemple as exigências de um usuário específico.	- Existem ferramentas tecnológicas que facilitem a sistematização dos dados coletados nas etapas do planejamento?	- Pressman (2011); Schwaber e Sutherland (2017) (Manual Scrum).	-Criar um projeto de software, que contemple os requisitos necessários a sistematização das etapas do planejamento. -Codificar; verificar e testar o software.

Fonte: Elaboração própria,2018.

1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Para melhor compreensão dos processos e leitura dinâmica, esta dissertação foi organizada em seis capítulos. O primeiro deles se refere a introdução, que apresenta os apontamentos iniciais a partir da contextualização e problema de pesquisa, justificativa e relevância do estudo, objetivos norteadores e o delineamento do estudo com os principais elementos.

O capítulo dois apresenta os aspectos metodológicos da pesquisa, bem como, todo o percurso do processo investigativo, que identificou a tipologia de estudo, a abrangência da pesquisa e os processos teóricos e práticos utilizados para elucidação dos problemas identificados e dos objetivos norteadores.

O terceiro capítulo, apresenta o recorte teórico da pesquisa. Este, por sua vez, está dividido em três sessões. A primeira delas, intitulada: **Planejamento do Turismo: Princípios, Processos e Inovação** traz uma abordagem acerca do planejamento e gestão do turismo, com foco direcionado aos conceitos, tipos de planejamento e enfoques desenvolvidos ao longo do tempo. Apresenta-se também, um retrato conceitual dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico. A segunda sessão, intitulada: **Inovação Como um Processo Indutor de Competitividade no Turismo**, versará sobre conceitos, fundamentos e importância da inovação para o desenvolvimento do turismo, ressaltando a contribuição para a gestão tanto pública quanto privada. E a terceira sessão intitulada: **Tecnologia da Informação e Comunicação Aplicadas ao Turismo: Avanços e Perspectivas,** trará uma abordagem acerca das transformações e impactos das TICs no turismo, e a importância dos softwares para a atualidade, visando ressaltar a necessidade de novos avanços e aplicações.

Posterior a revisão teórica, o quarto e quinto capítulo trazem os produtos resultados desta pesquisa. No quarto capítulo apresenta-se o desenho da metodologia de planejamento, com suas especificidades e esclarecimentos, e no quinto o processo de desenvolvimento do software para implementação da metodologia, o qual também apresenta a estrutura conceitual do sistema, os objetivos, a aplicabilidade, e os resultados de aplicação esperados. Finalizando as concepções sobre o estudo, o sexto capítulo apresenta a discussão final a partir das principais conclusões.

2 METODOLOGIA

O percurso metodológico, é sem dúvida parte decisiva no processo de concepção de uma pesquisa. É o momento de definir o caminho a ser percorrido e a prática a se exercer na abordagem da realidade, com o propósito de elucidar as questões relativas às dúvidas e problemas levantados. É um percurso importante e necessário, pois como afirma Minayo (2001, p.16) “a metodologia inclui as concepções teóricas de abordagem, o conjunto de técnicas que possibilitem a construção da realidade e o sopro divino do potencial criativo do investigador”, é, pois, a partir desse caminho que se chegará ao destino almejado.

Para que o conhecimento possa ser considerado científico, são necessárias operações mentais e técnicas que possibilitem a verificação dos fatos, determinando prioritariamente o método mais pertinente ao tipo de objeto pelo qual caminhará a pesquisa, e pela classe de proposições a descobrir nesse percurso de busca pela confirmação do conhecimento (GIL, 2008). Estes métodos esclarecem os procedimentos lógicos que deverão ser seguidos na investigação científica e possibilitam ao pesquisador decidir o alcance da sua investigação, as regras de explicação dos fatos e da validade de suas generalizações (GIL, 2008).

Partindo das considerações de Gil (2008), definiu-se a *priori*, o método. Percebeu-se que este teria uma característica indutiva, pois nesse tipo de método, parte-se da observação de fatos ou fenômenos cujas causas se deseja conhecer. A seguir, procura-se compará-los com a finalidade de descobrir as relações existentes entre eles.

Do ponto de vista da natureza da pesquisa, a elaboração desse estudo visa a ter uma aplicabilidade prática, uma vez que, a partir dos conhecimentos gerados, sugere-se o desenvolvimento de um processo e de um produto, com os quais será possível auxiliar na elaboração do planejamento turístico, visando atender uma lacuna no tocante a elaboração dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico.

Para trilhar o desvelamento proposto na pesquisa, adotou-se a abordagem qualitativa, pois como afirmam Prodanov e Freitas (2013), nessa forma de abordagem interpreta-se os fenômenos atribuindo-lhes significados de maneira qualitativa. Nessa perspectiva, se realizará um aporte teórico/conceitual a partir das metodologias do planejamento turístico, da inovação e das tecnologias da informação e comunicação,

com o qual se visa um maior entendimento da problemática, que resultarão no embasamento do desenvolvimento de produtos com aplicabilidade prática.

A pesquisa de natureza aplicada será desenvolvida com sustentação nos conceitos filosóficos da pós-modernidade no turismo, em que se contemple fatores relacionados as tecnologias da informação, o crescimento da competitividade na cadeia do turismo, as premissas de um planejamento participativo e sustentável (URIELY, 1997). Além de uma abordagem transdisciplinar, que contemple a inter-relação de dependência entre as ciências correlacionadas a temática (MORIN, 2010).

2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de atender aos objetivos específicos da pesquisa, e desenvolvê-la segundo os procedimentos técnicos e metodológicos cabíveis, adotou-se tanto processos teóricos quanto práticos em distintas etapas da pesquisa e desenvolvimento do produto tecnológico, conforme a descrição das etapas:

- **Pesquisa bibliográfica**: foram realizadas consultas em livros, dissertações e artigos científicos, a partir dos periódicos virtuais, tais como: Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível superior da Capes e Catálogo de teses e Dissertações, Scopus da Elsevier, Scielo, Directory of Open Access journals, Google Scholar e Open Library. Nessa etapa foram identificados os seguintes autores: Chiavenato (1987;2004), Acerenza (1985), Getz (1986,1987), Ruschmann (1997), Hall (2001), Petrocchi (2001; 2002), Baidal (2001), Endres (2012), Vas (2017), Holm et. al. (2017), com abordagens relacionadas ao conceitos, tipos e enfoques do planejamento. Boullón (2002), Molina (2005); Beni (1998;2019); Dias (2003); Braga (2007), Fernandes (2011); César (2011), com informações pertinentes acerca das estruturas metodológicas para realização do planejamento e plano turístico. Na temática das inovações foram exploradas as considerações de Schumpter (1934), OCDE (2005), Hjalager (2002; 2010; 2012; 2015), Brown; Osborne (2013), González; Sanchez (2014), Ruiz; Chim-Miki; Gândara (2015), INVATTUR (2015), SEGITTUR (2013;2015), García; Mendes Filho; Santos Junior (2017); e sobre as tecnologias da informação e comunicação: O'connor (2001), Anjos (2004), Pressman (2011), Sommerville (2011), Xiang (2017), Sigala (2018).

- **Pesquisa Documental**: foram levantadas informações contidas em bancos de dados oficiais de entidades governamentais nacionais e internacionais, de atuação municipal, estadual e federal, a exemplo de sites do Ministério do Turismo, Ministério da Inovação e Tecnologia, Instituto Brasileiro do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo. Pesquisou-se: o Documento Referencial para Rede de Inteligência para o Mercado do Turismo (BRASIL, 2017), os Planos Nacionais de Turismo (PNT) referentes aos anos 2007 a 2010 (BRASIL, 2006), 2013 a 2016 (BRASIL, 2013a) e 2018 a 2022 (BRASIL, 2018), o Sistemas de Inventariação da Oferta Turística (BRASIL, 2006;2011), o Programa de Regionalização de Turismo e suas respectivas cartilhas (BRASIL, 2004;2007;2013b), Documento Referencial - Turismo no Brasil 2011/2014 (BRASIL, 2011) que orientam as políticas de planejamento e gestão do Turismo.

As etapas de pesquisa bibliográfica e documental, foram de suma importância para a escrita do referencial teórico e serviu como base de sustentação para o desenvolvimento, tanto da tecnologia do turismo, ou seja, a construção do novo modelo de planejamento turístico, quanto da tecnologia computacional, o software para implementação das informações.

Para o desenvolvimento do procedimento metodológico de planejamento e gestão pública municipal de turismo, tornou-se necessário a realização de etapas mais específicas:

a. Levantamento das dimensões de planejamento turístico:

Além da pesquisa aberta, foi realizado um levantamento acerca das metodologias do planejamento turístico que são indicadas por autores de respaldo acadêmico, e que são comumente utilizadas para embasamento de pesquisas científicas. Esta etapa foi desenvolvida com o objetivo de realizar um estudo comparativo entre metodologias de planejamento e gestão do turismo, identificando as principais etapas recorrentes, os critérios comuns para elaboração do planejamento turístico, bem como dissensões e similitudes, com a finalidade de reunir subsídios para elaborar as etapas do novo modelo a ser proposto.

Para realização das buscas e seleção de autores, foi realizada uma Revisão sistemática de Literatura através de pesquisa na Plataforma Sucupira da CAPES, de

revistas científicas na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, selecionando periódicos específicos em português cujo título é relacionado diretamente à subárea “Turismo”, onde chegou-se ao quantitativo de 29 revistas. Dessas, foram escolhidas as revistas avaliadas no estrato A1, A2, B1, B2, B3 pelo Qualis/Capes representando um universo de 54% de todas as revistas da subárea, e 34% da totalidade cadastrada na plataforma (SUCUPIRA, 2018). Posteriormente, levantou-se os artigos científicos publicados nos últimos 3 anos (2015;2016;2017) que continham no título, no mínimo as palavras “planejamento” e “turismo”, e/ou “planejamento turístico” ou ainda “metodologias de planejamento”, as palavras chaves foram definidas mediante teste de aderência. Em seguida, foi realizada a leitura do trabalho completo, registrando os autores mais referenciados ao longo do texto, sobretudo diretamente relacionados ao planejamento turístico e suas respectivas instruções metodológicas. Nessa etapa, os autores mais citados foram: Ruschmann (1997), Petrocchi (2001, 2002), Dias (2003), Molina (2005) e Braga (2007).

Em continuidade, resgatou-se da pesquisa documental e bibliográfica a sequência metodológica do planejamento e suas delimitações, e elaborou-se um quadro com as principais etapas indicadas pelos autores. Posterior ao estudo, foi desenvolvido o desenho metodológico a ser implementado no software.

b. Definição dos requisitos a serem aplicados na metodologia de planejamento de destinos turísticos:

Além do desenho metodológico do planejamento, foi necessário a elaboração de requisitos específicos para inserção de algumas etapas no software.

O primeiro deles foi a edição dos formulários de Inventário Turístico, a partir da metodologia estabelecida pelo MTur em 2007 com atualizações em 2011. O INVTur é composto por três módulos: Módulo A: infraestrutura de apoio ao turismo; módulo B: equipamentos e serviços turísticos; módulo C: atrativos turísticos, que somam 54 questionários (BRASIL, 2007). Contudo, em virtude da desatualização dos questionários, por parte do Ministério do Turismo, tornou-se necessário uma adaptação a partir da inserção de aspectos avaliativos sobre a inovação e as TICs no destino (APÊNDICE A; APÊNDICE B).

Os aspectos elencados foram inseridos a partir do refinamento teórico realizado no Manual de Oslo (2005), que apresenta um amplo estudo acerca de indicadores e

aspectos de inovação. Além desse manual, foram utilizados os materiais produzidos pela SEGITTUR (2013; 2015) e pelo INVATTUR (2015) que fornecem subsídios para indicadores e aspectos de inovação em Destinos Turísticos Inteligentes. Ressalta-se que, mesmo os indicadores sendo direcionados aos DTI compõem aspectos importantes a serem observados e mensurados por destinos turísticos tradicionais.

As perguntas acerca dos aspectos de inovação possibilitarão aos usuários gerar informações dessa natureza, sobretudo, com a implementação no software que a partir da inserção dos dados e cruzamentos destes poderá gerar outras informações mais precisas.

Além dos inventários, foram elaborados também dois questionários de demanda, um para estudo de demanda real e outro para demanda potencial (APÊNDICE C e D). Ambos foram baseados nos questionários da FGV (2018) e em SOUZA (2017), e foram inseridos no software.

- **Percurso metodológico para o desenvolvimento do Software:**

As atividades metodológicas genéricas para desenvolvimento do software, envolveu tanto processos teóricos quanto práticos. Os processos seguidos na estruturação e modelagem do sistema, foram alicerçados através dos estudos de Pressman (2011) e abrangem o conjunto de atividades estruturais indicados pelo autor, que são:

- **Comunicação**, entre as partes interessadas no desenvolvimento do sistema, para realizar o alinhamento entre as necessidades e lacunas a serem supridas com a criação da ferramenta e a definição das funções e características do software. Nesse momento também foi definida a equipe de desenvolvimento da ferramenta, com a atribuição dos papéis a serem realizados por cada integrante da equipe.
- **Planejamento**, através do estabelecimento do percurso, isto é, da criação do plano de projeto do software e da definição das tarefas que serviram como guias na confecção do mesmo. As tarefas foram definidas em cronograma específico.
- **Modelagem**, através da criação do esboço inicial (apresentado na etapa de qualificação do projeto), de modo que se pôde ter uma ideia dos aspectos do

software, em termos de arquitetura, partes constituintes, dentre outras características;

- **Construção**, diz respeito a atividade que combina geração de código do sistema e testes, necessários para revelar erros na codificação;
- **Emprego (teste)**, consiste no momento em que o software é testado e avaliado para resultados e conclusões.

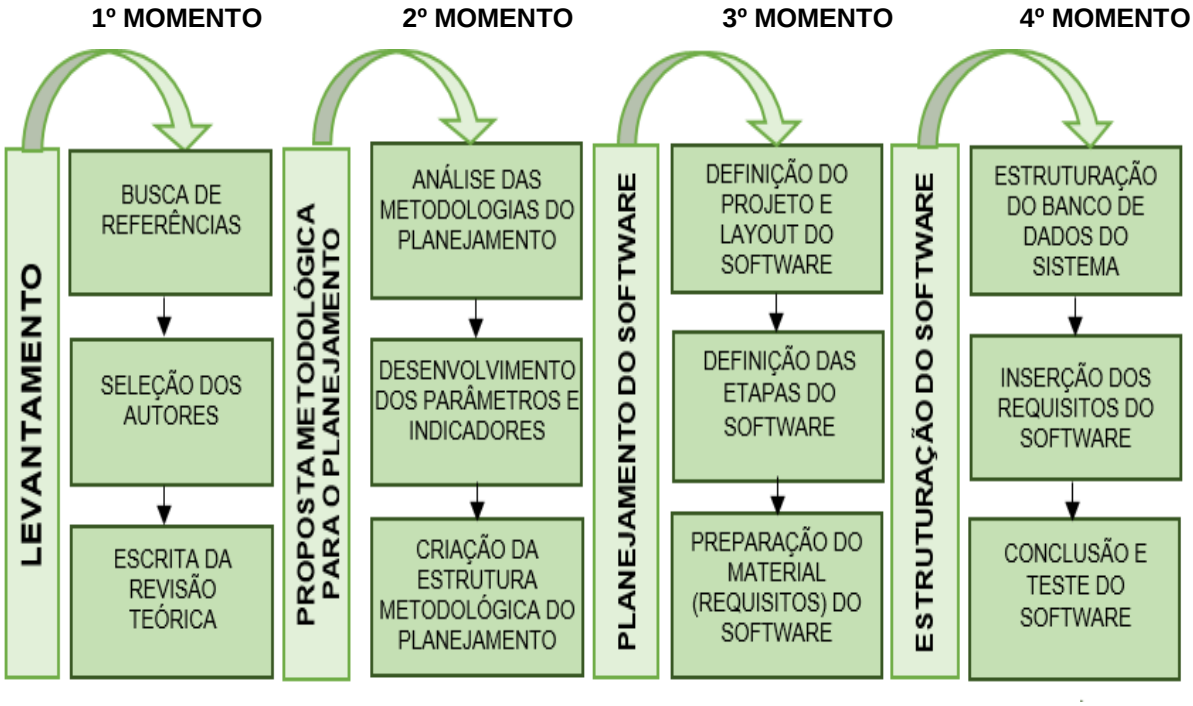
Na concepção metodológica do software, sobretudo, na fase de definição inicial, foram identificadas: as informações a serem processadas, a função e desempenho desejado, as interfaces a serem estabelecidas, as restrições do projeto e os critérios de validação. Embora o percurso descrito não tenha seguido uma prescrição rígida, pois baseou-se em uma abordagem adaptável, que possibilitou selecionar os processos mediante as necessidades que foram surgindo.

Para tanto, objetivando uma melhor compreensão acerca das principais características que envolvem a modelagem e desenvolvimento efetivo do software, com a descrição de seu *framework* estrutural, principais requisitos, aplicabilidade e o conjunto das funcionalidades, foi desenvolvido o Capítulo 5 desse estudo.

2.2 ETAPAS DO PROCESSO DE REALIZAÇÃO DA PESQUISA

Para melhor compreensão do percurso metodológico para realização dos procedimentos teóricos e práticos da pesquisa, foi elaborada a FIGURA 1, que apresenta os momentos sequenciais das operações realizadas:

FIGURA 1- ETAPAS DO PROCESSO DE REALIZAÇÃO DA PESQUISA



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Conforme apresentado (FIGURA 1), o primeiro momento consistiu na estruturação inicial da pesquisa, através do levantamento de informações e busca das referências que foram utilizadas na construção do referencial teórico. O segundo momento consistiu na identificação das etapas metodológicas de planejamento turístico indicadas por autores de respaldo acadêmico, com o intuito de construir os parâmetros para confecção da nova metodologia a ser implementada no software. No terceiro momento foi estruturado o projeto de modelagem do software através do planejamento e preparação dos requisitos para alimentá-lo.

O processo de preparação dos requisitos para alimentação do software consistiu na edição dos inventários turísticos, na criação de questionários de demanda real e potencial e de todos os requisitos que fazem parte da metodologia de planejamento, conformando o material utilizado na criação do banco de dados do sistema. Em um quarto momento o software foi codificado com os requisitos elaborados, foi testado em quatro fases e finalizada uma versão usável do sistema.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico representa as lentes que guiarão o pesquisador em toda a trajetória da investigação, norteando-o para além de uma realidade empírica. É através deste percurso que é possível situar o trabalho dentro da grande área de pesquisa da qual faz parte, contextualizando-o. Além disso “é a base de sustentação da pesquisa para explicar, compreender e atribuir significado aos dados” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.81).

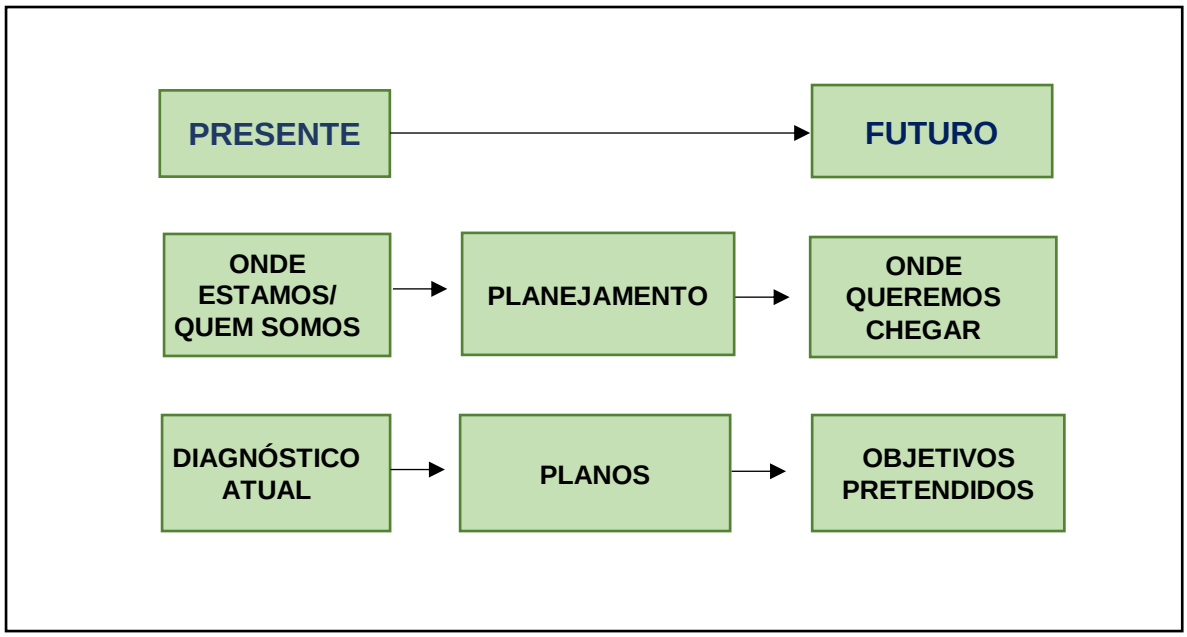
Desse modo, entendendo a revisão teórica como base norteadora aos estudos, serão abordadas nos próximos capítulos, as principais contribuições dos autores, bem como as lacunas teóricas presentes nas temáticas correlacionadas a pesquisa, a fim de apresentar a base de conteúdos que direcionaram de forma elucidativa a confecção dos produtos tecnológicos.

3.1 PLANEJAMENTO DO TURISMO: PRINCÍPIOS, PROCESSOS E INOVAÇÃO

O planejamento é de maneira histórica umas das funções preliminares da administração clássica, e de acordo com Chiavenato (1987; 2004) é parte essencial do ciclo administrativo, o qual envolve os processos de gestão, e que permitem o exercício sistemático da antecipação, da previsão dos acontecimentos e do estabelecimento dos objetivos, para traçar um futuro e alcançá-lo. É uma técnica para absorver as incertezas, determinar as prioridades quanto ao que se deve fazer, e quais os recursos necessários para que os objetivos sejam atingidos de maneira eficiente e efetiva.

O planejamento figura como estratégia essencial para lidar com as situações inerentes ao ambiente, seja ele interno ou externo, tendo em vista o contexto de mudanças em que vivem as distintas regiões, as organizações e sociedade, de um modo geral (CHIAVENATO, 2004). As premissas que fundamentam a sua importância, são apresentadas a partir da Figura 2:

FIGURA 2- PREMISSAS DO PLANEJAMENTO



Fonte: Elaborado a partir de Chiavenato (1987;2004).

Conforme exposto (FIGURA 2), o planejamento parte da observação da situação presente para serem estabelecidos direcionamentos de onde se pretende chegar. Consiste em um processo que permite prever, preparar, ordenar e avaliar um conjunto de decisões e ações a serem colocadas em prática no futuro, servindo como instrumento norteador na tomada de decisão. Sua aplicabilidade é uma condição necessária para guiar os rumos de qualquer segmento de atividade, que vise a maximização dos seus resultados positivos.

Enquanto instrumento, pressupõe certa racionalidade da ação, pois envolve a implementação de várias estratégias, conhecimentos e métodos com a intenção de influenciar o futuro, e de forma mais segura poder alterá-la, sempre partindo de um princípio mais ou menos próximo da lógica da racionalidade (VELASCO, 2016).

Na gestão pública, o planejamento é um processo de decisão político-social que depende de informações precisas, transparência, ética, aceitação de visões diferentes, vontade de buscar soluções de modo sinérgico, que sejam aceitáveis para toda a sociedade e principalmente para as partes envolvidas, e precisa ser visto como um processo e não apenas como um produto técnico que resulte em um documento inviável de ser implementado (SOUZA; FERREIRA, 2011); (ARAÚJO; CÂNDIDO; KROTT, 2018).

Atribui-se ao planejamento uma divisão quanto ao processo intencional, que departamentaliza o planejamento em: Estratégico, Tático e Operacional. Na ótica exposta por Lacombe e Heinlborn (2008), corroborada por Santos, Gomes e Lopes (2017) e Martins e Gustavo (2018), o planejamento estratégico é uma ferramenta de política e gestão que assiste as entidades, sobretudo, as do turismo, seja ela nacional, regional ou local, na coordenação eficiente e na integração dos recursos, produtos e serviços de modo individual ou coletivo.

Uma das principais características do planejamento estratégico é a abrangência do conteúdo que é macro orientado e projetado para um trabalho sistêmico, o qual não se limita a definir objetivos e metas a curto, médio e longo prazo, mas busca estabelecer o percurso em busca destas. Além disso, direciona para os efeitos e impactos futuros decorrentes das decisões tomadas no presente. Consiste na análise e avaliação do destino, formulação de políticas, estratégias e processos de tomada de decisão, cuja finalidade deva ser a maximização e contribuição da atividade para a comunidade local, qualidade ambiental e desenvolvimento turístico integral (MARTINS; GUSTAVO, 2018).

Destarte, há uma maior importância na realização dos prognósticos com relação aos impactos e benefícios, que serão “tanto maiores e mais sustentáveis quanto mais participativos e integradores for o processo de planejamento que o gerou” (SANTOS; GOMES; LOPES, 2017, p.35).

O Planejamento tático, por sua vez, transforma os objetivos gerais em objetivos específicos, as diretrizes e normas em ações no âmbito dos sistemas administrativos, dando suporte a decisões que indicam a direção a seguir, sobretudo, na execução dos programas ou projetos previamente definidos (PETROCCHI, 2001). No que tange o planejamento operacional, este para Petrocchi (2001), ressaltado também por Fernandes (2011), apresenta características voltadas para a execução dos procedimentos, tarefas ou operação, que por sua vez devem estar coerentes entre si e com o planejamento estratégico.

Assim, considera-se que o planejamento no nível estratégico parte da alta gestão, direcionando e orientando a organização como um todo, o qual estabelece as diretrizes a serem executadas no nível tático e operacional do processo.

É importante frisar que, uma gestão necessita conhecer as fronteiras entre os três tipos de planejamento, uma vez que, precisam caminhar de maneira integrada e sinérgica ao exercer um ciclo de continuidade e importância (PETROCCHI, 2002). Ou seja, essa aparente departamentalização não funciona para fins de desagregação, ao contrário, pode-se afirmar que o planejamento só é, de fato eficaz, se considerar as três estruturas e sua igual importância, a medida em que se estabeleça a política, planeje e de igual modo execute.

Considerando a importância do planejamento enquanto ferramenta norteadora para todos os níveis, Dias (2003) enfatiza que o planejamento é o instrumento adequado para procurar amenizar os efeitos do livre jogo do capital, que torna mais fortes aqueles que já o são e ainda mais pobres aqueles que pouco tem. Isso porque propõe a direcionar as ações de investimentos de forma coerente, abrangente e agregativa. Nessa perspectiva, o estado, em todos os níveis, ainda é o único agente capaz de articular amplas forças da sociedade em prol de um planejamento focado nas sinergias, que priorize o diálogo com a comunidade e o desenvolvimento socialmente justo e economicamente viável dos destinos.

Amparado na teoria clássica da Administração, o planejamento tornou-se uma área de estudo de amplo interesse para o turismo. Enquanto ferramenta de gestão, se mostrou necessário ao longo dos anos, mediante o crescimento do interesse pela atividade turística nas regiões, e como forma de minimizar os impactos causados pelo turismo de massa (VAS, 2017). Desse modo, essa nova forma de olhar e pensar o turismo evoluiu para além do imediatismo, estabelecendo as diretrizes para o planejamento, enquanto instrumento essencial para ascensão efetiva e sustentável de um destino.

Cabe frisar, que neste estudo compreende-se os termos sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, como a capacidade em sustentar, manter (SOUZA; FERREIRA, 2011). Ou seja, uma atividade sustentável é aquela que não somente faz uso dos recursos, mas que prioriza as melhores formas de uso, de desenvolvimento e manutenção desses recursos, sem comprometer, agredir ou findá-los.

No tocante a evolução das pesquisas voltadas para o planejamento turístico, bem como, seus enfoques e metodologias específicas, ficou evidente que foi uma temática amplamente estudada por diversos autores – embora carente de atualização –, que ancorados nos princípios da administração, relacionaram essas bases

precursoras a realidade do sistema turístico, norteando o desenvolvimento de diretrizes para a elaboração do planejamento turístico dos destinos. Destacam-se na literatura internacional: Acerenza (1985), Getz (1986, 1987), Hall (1992), Baidal (2001), Boullón (2002), Molina (2005), Vas (2017) e nas publicações nacionais: Petrocchi (2001; 2002), Barretto (1991), Beni (1998, 2019), Ruschmann (1997), Ruschmann; Widmer (2000), Dias (2003), Braga (2007), Fernandes (2011), Ottoni; Scalco (2016), entre outros.

Conforme Petrocchi (2001), Molina (2005), César (2011), Ottoni e Scalco (2016), o planejamento turístico é em um processo flexível e contínuo que implica vincular os aspectos relacionados com a oferta, a demanda e em suma, com o desenvolvimento racional dos subsistemas turísticos, em concordância com as orientações dos demais setores de um país, estado ou município. Estes aspectos incidem na necessidade de utilização do planejamento turístico como instrumento de ordenação e desenvolvimento das suas principais estruturas, buscando evitar a restrição do ciclo de vida da destinação, visando uma aproximação maior com o desenvolvimento sustentável, através de uma articulação direta com a comunidade.

Nessa perspectiva, o planejamento se constitui como uma técnica de uso imprescindível pelas administrações públicas e deve ser entendido como a gestão do espaço turístico, com seus elementos: paisagem, a localidade física, os atores envolvidos e tudo que compõem esse meio, uma vez que o território é o elemento de concretização da atividade (CÉSAR, 2011). É o instrumento adequado para gerar os planos que tornar-se-ão ações determinantes para a competitividade dos destinos. Portanto, o planejamento é uma ação de interesse na gestão de territórios, devido ao valor de determinar o futuro desejado, e cada ação a ser realizada será econômico e socialmente viável se for exequível e devidamente monitorado (VAS, 2017).

Quanto a essa percepção do turismo enquanto atividade transformadora da dinâmica espacial do território, Ottoni e Scalco (2016) salientam que, o planejamento é o instrumento capaz de minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos, e a falta desse instrumento poderá acarretar, a médio e longo prazo: o esgotamento dos atrativos, gerar um processo de degradação ambiental, implicar na perda da autenticidade da cultura local, gerar problemas sociais, dentre outros. De modo que, as transformações possam gerar efeitos negativos para a comunidade, inviabilizar ou

diminuir a capacidade de comercialização dos produtos turísticos, e, consequentemente, diminuir a demanda turística no destino.

Neste sentido, o Ministério do Turismo afirma que o planejamento turístico é uma ferramenta indispensável para as destinações turísticas, e este deve ser um processo contínuo e permanente, dentro de um espaço de tempo definido, utilizando instrumentos dos quais permitirão a escolha e a seleção dos meios adequados para atingir os objetivos propostos (BRASIL, 2007a). E corrobora ao assegurar que “como resultado desse processo se desenvolve o plano com uma forma de atuação específica e definida, que procura combinar as possibilidades da região com a capacidade da instituição ou do grupo social envolvido” (BRASIL, 2007a, p.23).

Em uma perspectiva mais atualizada o Ministério do Turismo evidencia que há várias formas, instrumentos e metodologias para se elaborar um planejamento, mas o que importa é que o processo seja participativo, que os princípios da sustentabilidade sejam respeitados e que se traduza o conjunto de anseios comuns de uma localidade (BRASIL, 2018a).

É inerente ao planejamento muitas variáveis, condições e efeitos que se transformam a depender das distintas realidades. Para Vas (2017), o planejamento enquanto ferramenta de gerenciamento do destino, necessita ter a sua essência situada no consenso dos agentes envolvidos, e serem ancoradas na criatividade, nas ideias, flexibilidade, corresponsabilidades com o desenvolvimento econômico do território e o uso de gerenciamento inteligente e inovador dos destinos. Acrescenta a isso a importância dos planos como organismos vivos, onde as ações e supremacias devam estar em conformidade com os objetivos estabelecidos (VAS, 2017).

O planejamento lida com o conjunto das relações interdependentes ou sistematicamente relacionadas. Nesse sentido, Binfaré et. al. (2016) explicam que a interdependência deve estar enraizada já na composição do conceito de planejamento turístico, de modo a evidenciar que o turismo é de fato um sistema e se desenvolve no contexto das inter-relações dos seus componentes. Além disso, essa interdependência comum a atividade turística “eleva o grau de complexidade do processo de planejamento e faz necessária a inclusão da palavra flexibilidade ao conceito” (BINFARÉ et. al.,2016, p.32).

A flexibilidade é uma condição relevante, frente as mudanças constantes que ocorrem no cenário em que os destinos estão inseridos. Desse modo, Binfaré et. al. (2016) instruem que é ideal privilegiar o respeito às características locais, permitindo adaptar o método em função destas características e não ao contrário. Ou seja, a via flexível do planejamento é determinante para assumir diferentes ações ao longo do percurso, mediante as mudanças de cenários com vistas a potencializar as características endógenas do destino, atrair demandas e tornar-se mais competitivo.

Além da flexibilidade anteriormente citada, Barretto (1991) sugeriu, cinco princípios orientadores ao planejamento turístico dos destinos, que permanecem sendo pertinentes na atualidade. São eles:

- **Inerência**, que diz respeito a obrigatoriedade do planejamento, além do entendimento da importância enquanto instrumento norteador indispensável;
- **Universalidade**, buscando prever todas as variáveis e consequências a partir do pensamento global e integrativo desejado para um planejamento eficiente;
- **Unidade**, através das múltiplas facetas que o processo abrange e das sinergias entre as esferas interligadas de forma direta e indireta;
- **Previsão**, em estabelecer prazos para atingir os objetivos propostos;
- **Participação**, a partir do envolvimento democrático de todas os setores ligados, bem como de todas as partes interessadas no desenvolvimento da atividade.

Pelo exposto, é preciso considerar que os princípios inerentes ao planejamento turístico são bases estruturantes para uma correta exequibilidade e devem enfatizar, sobretudo, o desenvolvimento social para um consequente desenvolvimento econômico e não ao contrário. Em propósito, deve integrar as políticas públicas, onde a tomada de consciência dos fatores, dos entraves, dos impactos e das possibilidades que o fenômeno turístico propicia, possibilite a melhora das relações entre os espaços físicos, os turistas e a comunidade local (SOUZA; BAHL; KUSHANO, 2013).

Destarte, é importante refletir sobre as questões inerentes a discussão sobre o desenvolvimento social para além da visão economicista do turismo. Deve-se ter

como foco o enobrecimento da localidade através da percepção e atuação efetiva em questões como: a preservação da cultura local; identificação e minimização dos efeitos negativos da poluição ambiental, sonora e visual, da exploração sexual advinda do crescimento desordenado e da ausência de políticas públicas efetivas de enfrentamento; dos problemas de trânsito gerado pelo não controle de fluxo; o aumento do custo de vida, dentre tantas outras questões, que são, muitas vezes negligenciadas.

O processo de elaboração de um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico, que requer um detalhamento do destino, pode e deve enfatizar os aspectos supracitados visando traçar planos de ações que possibilitem minimizar os efeitos negativos identificados no destino e estabelecer parâmetros que definem até onde é possível chegar com a atividade turística, sem que haja degradação do meio físico, social, histórico e cultural.

3.1.1 Especificidades do Ato de Planejar: Tipos, Abrangências e Temporalidades

Diversas variáveis determinam e estabelecem diretrizes ao ato de planejar. No turismo, estas variáveis dizem respeito aos tipos, abrangência, características e intenções do planejamento, que subsidiam os principais aspectos inerentes ao direcionamento de todo o processo.As variáveis elencadas, são apresentadas a seguir (QUADRO 2):

QUADRO 2: CLASSIFICAÇÃO E ABRANGÊNCIA PARA PLANEJAMENTO E PLANOS

ASPECTO	CLASSIFICAÇÃO
TEMPORAL	Curto, médio e longo;
GEOGRÁFICO	Mundial, continental, nacional, regional, estadual, municipal, local;
ECONÔMICO	Macro e Microeconômico;
ADMINISTRATIVO	Público e privado;
AGREGATIVO	Global, Setorial, Inter setorial, Econômico, Social, Territorial.
INTENCIONAL	Estratégico, Tático e Operacional;
NÍVEIS	Preventivo, corretivo e misto;
ABORDAGEM	Fomento, Urbanístico, Econômico, Comunitário, Sustentável;
NATUREZA	Indicativo, Autoritário;

Fonte: Elaboração a partir de Braga (2007), Fernandes (2011) e Ottoni; Scalco (2016).

Como se percebe (QUADRO 2), o planejamento e sua consequente materialização em planos abrange diversas classificações. Do ponto de vista da dimensão temporal do planejamento, este pode ser classificado como curto, médio e longo prazo, pois como afirma Fernandes (2011) e corrobora Braga (2007), esse é um critério que varia em função do tempo de duração das diretrizes de ação e consequentemente do período de espera dos resultados do planejamento.

De acordo com Braga (2007), os planos de curto prazo são aqueles que estabelecem propostas para um período de um ou dois anos, e que em geral contemplam ações simples e emergenciais. Os de médio prazo, são os que contém diretrizes de ação para um período entre dois e cinco anos e existem maior esforço de investimento para a implantação. Já os planos de longo prazo são relacionados as diretrizes por um período de cinco anos. Cabe frisar que Dias (2003) corrobora com as considerações acerca do período de curto e médio prazo e diverge no que se refere ao longo período, quando afirma que a duração aproximada é de dez anos ou mais.

No tocante a classificação do tempo, Molina (2005) considera um espaço temporal maior que os autores anteriormente citados. Para o autor, o planejamento a curto prazo compreende um período que normalmente chega até cinco anos ou sete anos. O médio corresponde ao espaço temporal dos cinco ou sete até 15 ou 20 anos e o longo a períodos superiores a 15 ou 20 anos. É abstruso compreender o espaço temporal proposto por Molina (2005), uma vez que as constantes mudanças impostas pela dinâmica do turismo, tornaria inviável realizar um planejamento em um espaço temporal de 15 anos.

Quanto ao aspecto intencional do planejamento, do ponto de vista da administração pública, este abrange o nível estratégico, tático e operacional, como já mencionado no capítulo anterior. De modo aplicado, o nível estratégico é a fase de reflexão, é o momento no qual realiza-se um amplo diagnóstico e tem-se uma percepção do estado atual do destino, além disso, define-se os rumos através da confirmação dos objetivos, visão de futuro, missão, definição das estratégias, entre outros. Posterior a essas definições, é o momento de realizar efetivamente as ações propostas, ou seja, é a fase da aplicação, que enquadra-se no nível tático do planejamento, no qual materializa-se os planos, programas e projetos, que se tornarão executáveis no nível operacional (PETROCCHI, 2002) (BENI, 2019).

No âmbito da abrangência geográfica do planejamento, este, conforme Molina (2005) corroborado por Fernandes (2011) pode ter proporção mundial, continental, regional, estadual, municipal ou local. No caso específico desse estudo, a abrangência diz respeito ao entorno municipal, no que concerne as demandas do planejamento e a materialização do PMDT. As questões relativas a classificação do plano municipal, de acordo com as variáveis, na maioria das vezes são: planejamento a longo prazo, abrangência macroeconômico, público e realiza-se em nível estratégico e operacional. Além disso, o desenvolvimento dos planos deve estar aliado a uma abordagem comunitária, flexível, abrangente, integrada e sustentável do planejamento.

Do ponto de vista das estratégias a serem traçadas, vale as considerações explicitadas em Brasil (2007a, p.24), quando ressalta que,

> dependendo do planejamento, as estratégias empregadas serão diferentes. Quem determina o tipo de planejamento necessário ou mais aconselhável é a variedade de aspectos ou a dificuldade de abordagem do assunto que é objeto do planejamento, assim como, o tempo projetado para seu desenvolvimento, o detalhamento de seu conteúdo e os recursos existentes.

Isto é, o planejamento se torna viável a medida em que são determinadas as características ideais para abordar e identificar os atributos do destino, e determinar as estratégias de potencialização e/ou minimização de impactos na esfera social, econômica, cultural e ambiental. No qual devem estar fundamentados em princípios de exequibilidade e serem devidamente monitoradas para garantir a realização efetiva das ações.

O planejamento, ao qual postula Braga (2007) também envolve níveis, tendo característica preventiva, corretiva ou mista, que se desenvolvem mediante a situação em que a atividade turística se encontra. Como o próprio nome sugere, o planejamento preventivo é realizado para estruturar uma empresa ou localidade, visando desenvolver a atividade turística de forma adequada. Neste sentido, as ações básicas são direcionadas ao reconhecimento da infraestrutura básica, da vocação turística daquele destino, sensibilização da comunidade local, organização dos atrativos turísticos e a implantação das diretrizes de ação visando a captação de investimentos para a aquisição dos equipamentos turísticos (BRAGA, 2007).

O nível corretivo, por sua vez, tem por objetivo “melhorar a situação da atividade turística, otimizando as potencialidades e revertendo os casos de insucesso ou decadência” (BRAGA,2007, p.9). Isto é, pressupõe nesse nível, o melhoramento da

atividade, e como indica Silva e Sonaglio (2013), a correção das falhas e imprevistos, no qual o planejamento possa ser um instrumento para reconduzir às ações em busca da maximização dos aspectos positivos. O nível corretivo do planejamento é indicado para ser utilizado em conjunto com outro tipo de planejamento. Esse fato já pressupõe que o planejamento misto, o qual conjuga ações preventivas e corretivas, é o mais indicado para ser utilizado no planejamento turístico (BRAGA,2007); (SILVA; SONAGLIO, 2013).

Quanto a aplicabilidade do planejamento turístico, César (2011) enfatiza que este pode ser realizado desde uma pequena área de recepção turística a uma região continental e deve-se ter como objeto de análise o espaço, com todos os elementos que o compõem, visando atingir objetivos que criem uma realidade mais satisfatória. E quanto ao estágio de desenvolvimento pode ser aplicado em locais cuja atividade seja relativamente recente, o qual oportunizará conduzir o processo de forma ordenada, ou mesmo para destinos que já são consolidados, o qual poderá subsidiar o redirecionamento das atividades em atendimento a preservação das comunidades, dos espaços, dos ecossistemas e etc.

3.1.2 Trajetória das Abordagens e Metodologias Norteadoras do Planejamento

Nas últimas décadas foi construída uma tradição abrangente e multifacetada para o planejamento, onde foram explorados tipos e formas de abordagens diferenciadas para nortear os caminhos para chegar ao desenvolvimento ordenado dos destinos. Desse modo, é importante o entendimento quanto a evolução dos conceitos, enfoques e conjuntos de análises propostas.

O planejamento turístico alcançou dimensões e enfoques distintos ao longo dos anos. Acerenza (1985), Getz (1986;1987), Hall (2001), Baidal (2001) e Petrocchi (2002) trazem considerações semelhantes acerca dessas bases metodológicas que foram precursoras do planejamento turístico, com os seus respectivos enfoques, e dão conta que, só depois da década de sessenta, motivados pelo envolvimento do governo no fornecimento de infraestruturas turísticas, no uso do turismo como instrumento de desenvolvimento regional, e ,sobretudo, a consolidação progressiva do turismo internacional, é que os modelos específicos para o planejamento turístico foram sendo desenvolvidos (BAIDAL, 2001; PETROCCHI, 2002).

Desse modo, o foco e os métodos de planejamento turístico se mantiveram constantes e foram evidentes essa evolução, que teve por propósito chegar ao uso mais sustentável dos recursos. Hall (2001) expõe a evolução e as mudanças nas dimensões alcançadas pelo planejamento turístico, a partir de uma análise preliminar realizada por Getz (1987). O autor afirma que o planejamento atingiu ao longo das décadas cinco tipos de abordagem: fomento, enfoque econômico, físico espacial, enfoque comunitário e a abordagem sustentável.

Outro autor que discutiu a evolução dos enfoques e modelos do planejamento, é Acerenza (1985), ressaltado através dos estudos de Petrocchi (2002). Para o autor, os cinco enfoques determinantes para a adoção da estrutura metodológica foram: enfoque urbanístico, enfoque econômico, enfoque do produto turístico, enfoque de planejamento regional e modelo Participativo. Cabe mencionar, que os enfoques não são excludentes, e nem sequenciais, eles são apresentados nessa ordem com o intuito de caracterização (GARCÍA, 2006). Além disso, eles foram sendo absorvidos mediante as políticas, direcionamentos, e nível de desenvolvimento do turismo vividos por cada país.

A trajetória das dimensões alcançadas pelo planejamento, aqui apresentadas, partem das considerações de Getz (1987), ressaltado por Hall (2001) e Baidal (2001), e de Miguel Acerenza (1985), corroborado por Petrocchi (2001;2002), autores pioneiros nesse tipo de discussão e estudo, sobretudo, acerca dos enfoques alcançados pelo planejamento no decorrer das décadas.

Getz (1986) deu uma importante contribuição nessa temática, identificando a *priori*, 150 tipos mais relevantes de planejamento desenvolvidos entre os anos de 1964 até 1985, chegando a concluir que os modelos de planejamento eram basicamente orientados para desenvolvimento de projetos com foco na resolução de problemas mais comuns, na tomada de decisão racional, embora pontual, e não se pensava a longo prazo.

A primeira abordagem descrita por Getz (1987), reafirmada em Hall (2001) com o nome de Fomento e em Baidal (2001) Desenvolvimento, foi amplamente usada no planejamento turístico desde o surgimento do turismo de massa. Nesse tipo de abordagem, pouca atenção é dada aos impactos econômicos, sociais e ambientais provocados pela atividade. Hall (2001) descreve esse tipo de abordagem como uma forma de não planejamento, uma vez que se trata de iniciativas desenvolvimentistas,

que embora necessárias, não se atenta aos malefícios do turismo. Esse tipo de enfoque transita entre a exploração inicial dos recursos existentes em um destino ainda não consolidado e o modelo focado na previsão de demanda (GETZ,1987; HALL, 2001).

De forma análoga, Acerenza (1985) nomeou as primeiras tentativas de orientação ao planejamento de: abordagem urbanística, e afirma ter sido este o modelo mais aplicado na década de 1960, na Europa, caracterizando-se como marco referencial pelo mundo ocidental contemporâneo, principalmente nos países latinos. Tal enfoque partiu da necessidade de ordenar o território e seus respectivos espaços turísticos em atendimento a crescente demanda, desenvolvendo novas estruturas.

O enfoque econômico foi descrito por Acerenza (1985), que afirma ter sido a partir da década de sessenta (posterior a abordagem urbanística) que se começa a desenvolver em diversos países da Europa o enfoque também da política econômica. A evolução do mercado e as atuações das agências de fomento internacionais, em especial o Banco Mundial e o BID, corroboraram com esse surgimento (ACERENZA, 1985). No enfoque econômico, recorre-se ao emprego de metodologias e de técnicas usadas em outros campos e adaptadas no turismo, partindo do princípio que o turismo pode gerar emprego, captar divisas, superar disparidades econômicas regionais, entre outros (CÉSAR, 2016). Porém, é um tipo de modelo que não contempla a concorrência de maneira mais significativa (HALL, 2001).

No referido modelo de enfoque, os objetivos consistem em alcançar o desenvolvimento econômico para além do desenvolvimento social ou ambiental. É um método no qual destaca-se o valor em potencial do turismo como uma indústria, utiliza-se das diversas estratégias de marketing e divulgação para atrair o tipo de visitante que possa gerar mais divisas. As questões relativas aos malefícios ocasionados pela atividade geralmente não mensurados e/ou discutidos (HALL, 2001).

Outra forma de abordagem utilizada é o método físico-espacial que refere-se ao planejamento como componente essencial para o uso racional do solo, inclusive para fins turísticos. Esse tipo de planejamento, originado através dos trabalhos de Geógrafos, é uma das formas mais antigas de proteção ambiental no tocante ao reordenamento estrutural dos espaços, e de acordo com Hall (2001) é uma tradição que enfatiza a produção de planos de desenvolvimento turístico baseados nos

recursos naturais de uma região, e na capacidade ou limitações para suportar a infraestrutura turística.

É desse tipo de abordagem que advém a criação dos planos de manejo, do controle de visitação em espaços naturais, e das preocupações referentes ao crescimento desordenado do turismo. Neste enfoque, leva-se em consideração as questões relativas a ordem ecológica, a gestão dos ecossistemas, de onde se importa os principais conceitos que são precursores a abordagem do desenvolvimento sustentável.

O advento das discussões sobre os benefícios e malefícios do turismo culminou no desenvolvimento de uma abordagem mais humanizada para o planejamento turístico, ou seja, a medida que o turismo crescia, mediante os impactos indesejáveis que a atividade causava tornava-se necessário, de um ponto de vista ético, o envolvimento da comunidade nas etapas e processos de tomada de decisão (FERNANDES, 2011). O enfoque comunitário prioriza, até os dias de hoje, o desenvolvimento do turismo realizado em concordância com a comunidade, partindo do pressuposto de que, se o turismo é bom para a comunidade receptora, será bom para o turista.

O envolvimento da comunidade nos processos de planejamento é importante para que a mesma entenda e conheça as vantagens do turismo, e se adaptem às mudanças provenientes da atividade, sem que haja conflitos com os turistas e para que possam intervir nas decisões que os afetam. A participação popular nos processos: eleva a dignidade coletiva, porque permite à sociedade civil decidir sobre assuntos que lhe dizem respeito; favorece a igualdade entre todos os membros da comunidade, sejam eles habitantes do campo ou da cidade, trabalhadores ou empresários; contribui para a integração social e fortalece a identidade regional (SECTUR, 2003).

No que tange ao engajamento da população nos processos decisórios, quanto mais democrática for essa participação, maior será a contribuição para o desenvolvimento do turismo no destino. De acordo com Holm et. al. (2017, p.462), “quando uma maior parcela de pessoas se envolve na discussão sobre a viabilidade de implantação da atividade turística, maiores são as chances de perceberem-se as potencialidades e limitações sob um olhar atento e holístico”. Esses múltiplos olhares

dão conformidade ao planejamento turístico, legitima a realidade e dão suporte na operacionalização das atividades.

A expressão “participação comunitária” é sempre utilizada como parte integrante das políticas governamentais, sobretudo, das políticas públicas de turismo, todavia, Endres (2012) faz uma alerta, quando afirma que a abordagem participativa para o planejamento não é algo de fácil execução, considerando a própria natureza política do processo de planejamento “composto por diferentes grupos de interesse, nem sempre convergentes e com recursos e poder diferenciados para se fazerem ouvir dentro das estruturas abertas a participação” (ENDRES, 2012, p.57).

Dias (2003) corrobora tendo apresentado uma visão crítica em relação a participação da comunidade no processo de planejamento, e afirma ser um mito, uma vez que esses problemas já são evidenciados no momento em que se discute a forma em que se dá essa participação. Ele argumentou que, em uma visão tecnocrática do planejamento, a complexidade é tal que muitas vezes impede que a população participe (DIAS, 2003). Ou seja, seria uma utopia acreditar que a participação comunitária pode estar vinculada a todas as etapas e processos, pois na maioria das vezes o ciclo de participação é restrito as principais lideranças comunitárias, ou a participação com vistas a deliberação de ações é nula.

Logo, não se pode negar as dificuldades de realizar o planejamento participativo. Mas, é importante que as dificuldades não inviabilizem este processo e nem se sobressaiam aos benefícios que a participação gera. Tendo em vista que o enfoque comunitário deva ser uma premissa ao planejamento, além de complementar a qualquer outra forma de abordagem que se deseje abranger na construção das diretrizes inerentes ao processo. Deste modo, o envolvimento comunitário deve atender os principais processos e fases de elaboração do planejamento, na melhora da operacionalização da atividade e com autonomia nas decisões de construir os objetivos que se deseja alcançar no destino. É importante a existência de um processo de planejamento com a sua natureza colaborativa, ao contrário do ultrapassado modelo de comando e controle (BRUSADIN, 2005).

Outro enfoque com expressividade, tal qual o enfoque comunitário, é a abordagem sustentável do planejamento. Conforme Hall (2001), embora o planejamento comunitário proporcione a base para o desenvolvimento de uma abordagem mais a longo prazo, ele precisa ser ampliado para incorporar aspectos

coordenativos, interativos, integrativos e estratégicos. Tais aspectos se delinearam em uma abordagem sustentável do planejamento, que tem como objetivo principal, proporcionar uma subsistência duradoura e segura, que minimize o esgotamento de recursos, a degradação ambiental, o rompimento cultural e a instabilidade social, e que priorize a integração dos valores econômicos, ambientais e socioculturais, dentro de uma visão holística.

Vieira, Ferreira e Serra (2016) salientam que a preocupação com a degradação ambiental provocada pelo crescimento econômico desordenado, deu ensejo ao termo desenvolvimento sustentável, que surgiu quando se percebeu que a referida degradação está intimamente relacionada com a queda na qualidade dos recursos. É importante frisar que, esta filosofia de desenvolvimento requer como ponto de partida a reflexão e aceitação das teorias fundamentais da sustentabilidade do turismo. Deste modo, “a sustentabilidade, passou a ser um discurso essencial. Hoje, é inconcebível a um destino pensar o planejamento das atividades sem levar em consideração a dimensão cultural, social e ambiental da sustentabilidade” (AZEVEDO; BARROS NETO, 2017, p.226).

Nessa perspectiva, Endres (2012) contribui ao afirmar que a abordagem sustentável tende a integrar características positivas dos enfoques econômico, físico-espacial e comunitário, com o objetivo de suprir suas lacunas. Desse modo, os enfoques não são excludentes, somam-se em virtude da concretude dos objetivos almejados com o planejamento.

Tendo em vista os aspectos supracitados, percebe-se que, ao longo das últimas décadas, as discussões acerca do desenvolvimento planejado e sustentado dos destinos tem sido altamente relevante e necessária, visto que o caráter ambivalente do turismo pode gerar vantagens em diversos âmbitos, ao passo que também pode ser corrosivo socioculturalmente (SANTOS, 2004). Nesse sentido, lentamente, o fator economicista da atividade tem cedido espaço para a valorização da dimensão social e ecológica, inserindo a questão da sustentabilidade como ponto central no desenvolvimento do turismo (FRITZEN; RUDZEWICZ; CERETTA, 2015).

Em suma, planejar e gerir os destinos turísticos tem sido cada dia mais urgente e necessário, frente as constantes mudanças no cenário mundial e aos efeitos contraditórios que permeiam o entendimento da atividade no que concerne aos benefícios e malefícios provocados por ela.

Tomando como parâmetro a evolução das abordagens e enfoques anteriormente expostos, percebe-se que o planejamento, enquanto instrumento essencial de desenvolvimento turístico, alcançou uma ampla evolução de diretrizes ao longo dos anos. Das preocupações iniciais com a abordagem desenvolvimentista, física-espacial das atrações e da promoção dos serviços turísticos, adotou-se gradativamente um enfoque mais amplo, abrangendo a participação dos componentes da cadeia turística, priorizando o diálogo com a comunidade e visando atender as premissas do desenvolvimento sustentável.

É necessário um adendo, do ponto de vista do desenvolvimento e evolução das pesquisas no que tange a temática. Vas (2017) ressalta que, mesmo o planejamento tendo sido uma ferramenta importante ao longo dos anos, existe uma escassez de novas estruturas, métodos e conteúdo, uma vez que não foram substancialmente modificados, permanecendo os mesmos nos últimos anos. César (2011), corrobora ao indagar a necessidade de desenvolvimento de novos modelos e estruturas de planejamento, justificando a importância de desenvolver uma matriz de análise para as abordagens já existentes.

Um fato a ser considerado, é que os métodos e enfoques evoluíram para atender as exigências apresentadas no setor de turismo, muito embora, para a atualidade, é perceptível que essas formas de abordagem não atendem, em sua totalidade, as demandas urgentes do contexto contemporâneo, especificamente da era digital, pois além da convergência dos aspectos primordiais desses modelos, precisa tratar de maneira mais significativa a inovação e os desdobramentos a partir das TICs, que tem redesenhado a natureza dos produtos e serviços para atender aos novos perfis de turistas e possibilitando um suporte mais ágil e dinâmico para o planejamento.

Nesse sentido, García, Mendes Filho e Santos Junior (2017, p.23), afirmam que

> baseando-se nesse contexto, é imprescindível a adoção de novas ideias e novos modelos de desenvolvimento do turismo, de modo que os destinos turísticos se convertam em espaços inteligentes, desde a perspectiva da sustentabilidade e inovação, garantindo dessa forma a satisfação dos visitantes e melhoria da qualidade de vida dos residentes. Por isso, nos últimos anos, é perceptível o surgimento de novos conceitos, tais como: *Smart Cities* (Cidades Inteligentes) e *Smart Tourism Destination* (Destinos Turísticos Inteligentes).

As *Smart Cities*, são consideradas cidades que se desenvolvem mediante soluções tecnológicas na vertente da economia inteligente, mobilidade inteligente,

ambiente inteligente, pessoas inteligentes, vida inteligente e governança inteligente (EUROPEAN UNION, 2014). Já os destinos turísticos inteligentes, São os destinos turísticos considerados inovadores, consolidados sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território (SEGITTUR, 2013).

Conforme apresentado por García, Mendes Filho e Santos Junior (2017), tais conceitos podem ser apresentados como modelos inovadores, em virtude da abrangência alcançada, pois como indicam, os novos modelos de planejamento precisam viabilizar a inter-relação dos enfoques sustentável, econômico e prioritariamente o enfoque comunitário. Isto é, devem acompanhar as mudanças de paradigmas alcançadas pelo turismo em toda sua trajetória.

Quanto a sua efetiva realização, é importante frisar que, uma das problemáticas do planejamento e gestão de destinos turísticos é que muitas vezes a atividade tem sido organizada e conduzida de maneira independente dos distintos setores da sociedade, o que implica em propostas desarticuladas. Além disso, é também um obstáculo, sobretudo, em países que estão em via de desenvolvimento, a falta de complementaridade dos serviços que são essenciais à prática turística, uma vez que o destino é visto como parte primordial no processo, mas normalmente os equipamentos e serviços que o compõem não são geridos como um todo (SANTOS, 2017). Este fato consolida a importância de um planejamento cada vez mais participativo, que englobe todas as esferas, sejam elas de caráter administrativo ou infraestruturais.

3.1.3 Os Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico: da concepção à implementação

O município é um protagonista essencial no ordenamento da atividade turística dentro da sua delimitação territorial. Embora isso não invalide as esferas estaduais, federais, nem, tampouco, as organizações privadas de somarem-se em prol de uma melhor estruturação dos distintos setores. Sob esse prisma, o município assume um papel fundamental no planejamento e gestão do turismo através da articulação, coordenação, organização e estruturação das políticas setoriais que regem a gestão municipal. Dada a sua importância, deve exercer um papel orientador da atividade

turística local, e através da articulação com demais setores da sociedade, direcionar ao desenvolvimento efetivo do destino (DIAS, 2003).

No tocante ao planejamento turístico, a esfera Municipal, no Brasil, ganhou amplo destaque a partir do Programa Nacional de Municipalização do Turismo, criado na década de 90 pela EMBRATUR. O referido programa esteve em vigor de 1995 a 2001, tendo como principal objetivo o processo de descentralização administrativa do turismo com ênfase no recorte territorial local. A organização do turismo prevista no PNMT, perpassava aos interesses em dotar os municípios brasileiros com potencial turístico, descentralizar as ações de planejamento turístico, motivando os municípios a elaborarem o Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico (ENDRES, 2012).

O delinear da implantação do PNMT se deu com o desenvolvimento de oficinas de capacitação voltados para os agentes multiplicadores, indicados pelas instituições parceiras que integravam os comitês municipais, e também para as comunidades locais, objetivando o reconhecimento do turismo como atividade de importante fator econômico e como fonte geradora de emprego e renda, visando à qualidade de vida e a preservação dos recursos locais. As referidas oficinas foram divididas em Fase (1) de conscientização, (2) fase de capacitação e a (3) fase de planejamento. Ao final do processo, assim que os agentes fossem devidamente qualificados nas três fases tornar-se-iam Facilitadores em Planejamento Estratégico no Enfoque Participativo, e estariam aptos a realizarem o Plano Municipal de Turismo (ENDRES, 2012).

Para os processos de sensibilização, capacitação e estímulo ao desenvolvimento do turismo nos municípios diretamente envolvidos, o programa utilizava uma metodologia de planejamento com enfoque participativo, formulada a partir da fusão da técnica Metaplan (técnicas de cooperação com ênfase no moderador) e do método ZOOP (Planejamento de Projetos Orientado por Objetivos), ambos desenvolvidos pela Sociedade Alemã de Cooperação Técnica, entre as décadas de 70 e 80 (BRUSADIN, 2005).

No tocante aos principais investimentos para implementação do PNMT, estes foram advindos de um outro programa vigente no mesmo período, o PRODETUR, o qual redistribuiu os recursos em obras de desenvolvimento turístico, sobretudo, para as capitais do Nordeste, desde 1994 até 1999, sendo privilegiadas na fase I: a infraestrutura de saneamento básico (água e esgoto) e de suporte ao turismo, instalação ou ampliação de aeroportos, urbanização de áreas turísticas, centro de

convenções, recuperação do patrimônio histórico, bem como um aquecimento da economia das localidades turísticas (SILVA, 2017).

Brusadin (2005) assegura que o PNMT foi um caso de sucesso na aplicação corajosa da premissa não paternalista entre o governo federal e o município, isto porque não ofereceu dinheiro, mas sim um grande estímulo, atenção as respostas locais, apoio às iniciativas, conceitos apropriados, metodologias eficazes, provocando a busca, criação e recuperação da autoestima local, cultural e pessoal. O referido programa deixou heranças consolidadas, no tocante a obrigatoriedade de desenvolvimento dos planos, e a correlação com o enfoque participativo nas decisões sobre o planejamento, que foi fortemente evidenciado nesse período (BRUSADIN, 2005); (ENDRES, 2012).

Apesar dos resultados positivos alcançados a partir do PNMT, sobretudo, acerca da importância do turismo enquanto vetor de desenvolvimento econômico e da necessidade de realização do planejamento ordenado, sustentável e participativo para o destino, Endres (2012) afirmou que, o grande gargalo do programa residiu na ausência de recursos técnicos e humanos para trabalhar o planejamento turístico no município de acordo com as premissas dadas pela OMT. Silva (2017) faz um adendo, ao alegar que, muitos municípios, considerados turísticos, não apresentaram a adequação institucional necessária para a efetiva articulação do programa, além de ingerência na elaboração dos planos e projetos, e da falta de recursos disponíveis para aplicação deste, o que gerou desmotivação e desmobilização a população diante de outras necessidades mais prementes (BRUSADIN, 2005); (ENDRES, 2012) ;(SILVA, 2017).

Embora o PNMT tenha alcançado objetivos significativos no seu período de vigência, foi substituído em 2004 pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, macroprograma vigente até os dias atuais, cujo objetivo é descentralizar as decisões e ações, no âmbito estadual, regional e municipal, induzindo a um planejamento de forma integrada entre as regiões (BRASIL, 2004).

O PRT tem sido o programa carro-chefe do Governo Federal, representado pelo MTur, que formatou a gestão pública do setor de forma decentralizada, inaugurada no PNT (2003-2007) e ratificado nas demais edições dos planos nacionais de turismo. Deste modo, a concepção centrada em apenas um município, modificou-se para incorporar a região, o que implicou conduzir de forma específica o turismo

brasileiro (LIMA, 2017). Para tal articulação, concebeu-se para a categoria “região turística” maiores possibilidades para promover a integração, articulação intersetorial e uma cooperação entre os agentes do turismo (LIMA, 2017).

Apesar das diretrizes de fomento ao turismo, a partir do PRT, terem evoluído da escala da localidade para a de região, o papel do município foi fortalecido, e o Ministério do Turismo em Brasil (2007b, p.14) sinaliza que,

> por um lado, esse fortalecimento é percebido com o aumento das perspectivas de resultados positivos, e, por outro lado, verifica-se que as responsabilidades e a cooperação são ampliadas ao se conduzir os processos locais entre os municípios da região. Nesse sentido, enfatiza-se o papel do município como ente articulador e indutor da promoção do turismo, na localidade e na região.

Destaca-se que, no contexto das atuais ações do PRT, o plano municipal se apresenta enquanto premissa consolidadora da dimensão intermunicipal da regionalização do turismo, sendo um instrumento para apresentar, bem como, estabelecer as sinergias entre os municípios de interesse turístico, e, estrategicamente dar início ao processo de roteirização, que enquanto política pública significa olhar além do município, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada (SANTOS; TEIXEIRA, 2009).

Em consonância, o PNT 2013-2016, e mais recentemente o PNT 2018-2022 apresenta como um dos principais objetivos do plano, promover a interlocução através das unidades federadas, com as regiões e municípios, proporcionando aproximações que solidifiquem a prática da gestão descentralizada, de forma consensual e coletiva (BRASIL, 2018). Em virtude disso, uma das ações prioritárias é o apoio a elaboração e implementação do PMDT, tendo como finalidade promover a estruturação dos municípios de forma a qualificar a oferta turística nacional, promovendo o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda (BRASIL,2013a).

Embora os planos e programas de governo apresentem um nítido interesse em que os municípios realizem os seus Planos Municipais de Turismo, como forma de subsidiar a organização das regiões turísticas, a realização destes ainda é bastante incipiente, e não há fiscalização efetiva quanto ao desenvolvimento nos municípios.

Com a execução dos programas PNMT, PRT e do próprio PNT, grandes foram os avanços acerca do entendimento, por parte dos gestores e comunidade local, da importância da atividade turística e da realização e execução do planejamento. Em consonância, no âmbito acadêmico, os pressupostos teóricos foram debatidos por

distintos autores em busca de definições, premissas norteadoras e objetivos quanto a criação dos Planos Municipais de Desenvolvimento turístico.

Ruschmann (1997) trouxe ricas contribuições ao afirmar que o PMDT é entendido como o conjunto de medidas, tarefas e atividades por meio das quais se pretende atingir metas que gerem um melhor aproveitamento das áreas com potencialidades turísticas, sendo um instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade, permitindo determinar suas dimensões ideais. Destarte, as considerações de Molina (2005), complementam ao afirmar que, o plano configura-se como um documento no qual se reúnem a filosofia e as orientações básicas para o crescimento e desenvolvimento do objeto planejado. É um guia que se enquadra e organiza as forças e os recursos de um grupo social, e que encaminha para a obtenção de uma situação desejada (MOLINA, 2005).

De acordo com Fernandes (2011), o plano é um documento técnico e político, no qual são expressos todos os estudos, pesquisas, avaliações, objetivos, metas, estratégias, e demais itens decorrentes da atividade do planejamento, que por sua vez, pode ser entendido como uma forma de levantar dados e avaliar a realidade atual do destino, reconhecer os problemas a serem solucionados e prever ações para modificar a realidade de acordo com objetivos preestabelecidos.

Apesar de conceitos parecidos, o planejamento turístico é, na realidade, a atividade que gerará os Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico. Este por sua vez é um documento mais generalista e menos complexo, e apresenta uma filosofia geral que contempla prioridades, diretrizes, programas, objetivos gerais a serem alcançados em períodos de tempo mais longos.

Ottoni e Scalco (2016, p. 63) fizeram abordagens pertinentes e pontuam que,

> um plano, geralmente, se refere ao sistema como um todo, ou seja, o sistema turístico com todos os elementos que interferem no seu desenvolvimento. Esses elementos envolvem aspectos econômicos, culturais, sociais e ambientais que interferem no desenvolvimento do turismo. Além disso, é preciso conhecer a qualidade e a quantidade dos elementos que formam a oferta turística, com seus atrativos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura. É preciso, ainda, analisar as empresas de turismo, os órgãos do governo, as leis e as normas para o desenvolvimento do turismo. O plano, desta forma, abrange todas as variáveis que influenciam no desenvolvimento do turismo em uma localidade ou em uma empresa.

Desse modo, por sua ampla abrangência, requer o detalhamento das ações a serem desenvolvidas, e esse detalhamento é feito a partir do estabelecimento de programas e projetos. Cabe frisar, que embora visto pelos gestores como um processo formal e burocrático, o que muitas vezes invalida a sua realização, os planos se constituem em documentos estratégicos a serem operacionalizados, e só surtem efeito, de fato, se forem implementados a partir do alinhamento dos objetivos com as diretrizes de ação. Isto é, cada diretriz traçada deve estar alinhada com o objetivo, as políticas, programas e projetos para que de forma macro possa contribuir para o desenvolvimento competitivo da região.

O plano, é uma das ferramentas básicas de gerenciamento estratégico e se baseia no conhecimento preliminar da região. Procura um desenvolvimento equilibrado para o destino, através das diretrizes específicas de ação a serem focadas em campos específicos. Por esse motivo, o plano municipal, dentro das problemáticas inerentes ao planejamento, consiste em um nível determinado de abordagem, que deve relacionar-se aos demais níveis de planejamento na medida em que o município não se coloca como realidade isolada, mas integra-se em uma região com suas particularidades próprias (BISSOLI,1999); (REHOR,2015).

Alguns aspectos são bastante relevantes e devem ser considerados para a elaboração do PMDT. Ottoni e Scalco (2016) instruem que, este de forma geral deve conter: a situação atual da localidade em relação ao turismo; a estratégia de desenvolvimento do turismo no local; as ações a serem executadas; e as etapas de implantação do plano. É, portanto, uma ferramenta indispensável para traçar ações significativas de otimização e avanços para a atividade turística.

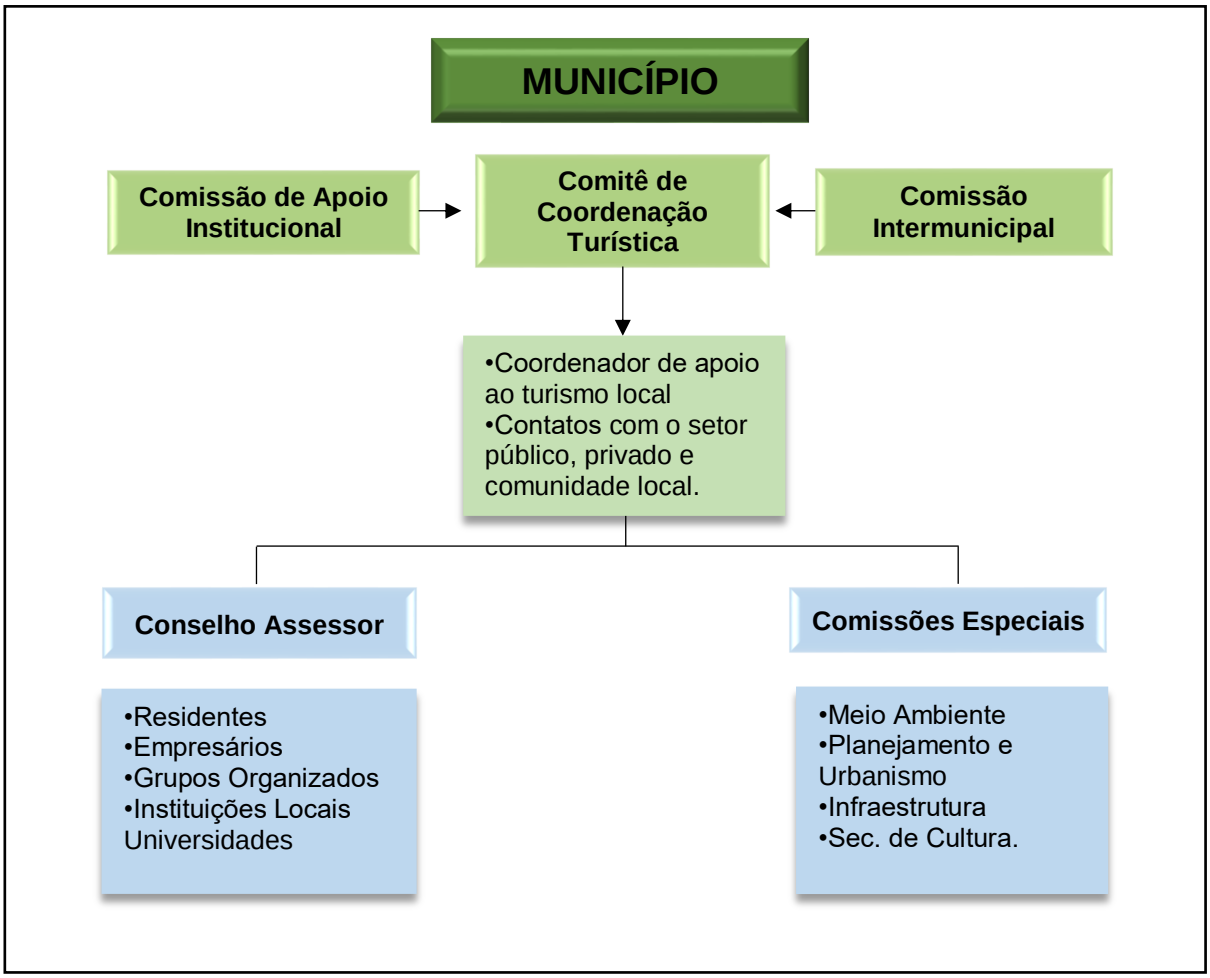
O manual de orientação para gestão municipal do turismo, criado pelo Governo do Estado do Paraná (2017) exemplifica alguns desses aspectos relevantes. São eles: a importância política, social, econômica, cultura e ambiental da atividade turística no município, visando um efetivo desenvolvimento da atividade; o conhecimento da realidade local através da identificação dos problemas, dos entraves e das potencialidades; Interação entre os dirigentes municipais e lideranças comunitárias para detectar receptividade e conhecimento da atividade turística; a realização do inventário turístico municipal com levantamentos da situação atual e os aspectos sociais, econômicos, culturais, urbanísticos, ambientais do município, além das suas diretrizes.

Além disso, para estruturar e desenvolver o turismo em âmbito municipal, os municípios devem elaborar os PMDT com o apoio de quem conhece e investe na atividade turística local. Para tal, o sistema de turismo municipal deve dispor de um organismo oficial de turismo (seja de administração centralizada, como Secretaria, Superintendência, Departamento e Coordenadoria Municipal de Turismo; ou da administração decentralizada, como empresas/companhias e outras autarquias como institutos, fundações e Agências Municipais de Turismo), de um Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e um Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), além de trazer as entidades representativas do trade turístico, assim como indica o Ministério do Turismo (BRASIL, 2018)[2]. Essa rede de organização formal, possibilita o desenvolvimento de políticas públicas mais democráticas e mais diretamente articuladas com as necessidades e características do setor turístico local e regional, para um melhor desenvolvimento (FRATUCCI; SCHWANTES; MAIA, 2014).

Nessa perspectiva, a SECTUR (2003) instrui que o desenvolvimento turístico no município requer a adaptação da organização municipal interna ao desafio de executar e gerenciar as ações planejadas. Para tanto, deve-se ter uma estrutura municipal aberta às mudanças que se pretende gerar, que dialogue com os partícipes do processo de forma coordenativa, e que tenha um comitê de coordenação turística específica para isso, conforme apresentado (FIGURA 3).

[2] Informações coletadas no curso Gestor de Turismo do Ministério do Turismo em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ, 2018. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/assuntos/11538-curso-gestor-de-turismo.html. Acesso em 03 ago. 2018.

FIGURA 3- COORDENAÇÃO DA ELABORAÇÃO E GESTÃO DE UM PLANO MUNICIPAL



Fonte: Adaptado de SECTUR (2003).

As diretrizes apresentadas (FIGURA 3), ilustram um organograma de como o sistema de turismo deve dispor das instâncias de governança para realização do processo. Deste modo, propõe-se que tenha um eixo para dirigir as ações do turismo, coordenado por um setor específico, e que este direcione as etapas e ações específicas. Indica também, que haja um Conselho Assessor/Consultivo que se constitua como um fórum de participação dos principais agentes envolvidos, onde possam expressar suas contribuições, demandas, reclamações ou dúvidas. É composto por membros do próprio município, associações e entidades de classe, onde através deles, possam ser realizadas as consultas populares necessárias em todo o processo de planejamento do turismo (SECTUR, 2003). Indica também as comissões especiais, as quais possam acompanhar os problemas específicos em diferentes áreas correlacionadas ao turismo (SECTUR, 2003).

A propósito, é mister considerar que o município deva liderar o processo de desenvolvimento do turismo, por meio das suas instâncias de governança, buscando a cooperação dos agentes sociais através das parcerias entre o público, o privado e o terceiro setor. Para tanto, a única possibilidade de configurar um triângulo, símbolo de estabilidade e solidez, cujos pilares são o município, o turismo e a comunidade, é ter, de fato, um sistema de gestão descentralizado, cujo eixo seja o de fortalecimento da administração local (SECTUR, 2003).

Assim sendo, os PMDT devem ser produtos do consenso e da ação e atuação convergente dos agentes sociais envolvidos, a fim de que o processo do planejamento contemple as distintas opiniões e reflita numa visão única e compartilhada da situação atual e propostas futuras, possibilitando uma melhor gestão dos interesses de todos os envolvidos com vistas a resultados mais expressivos no turismo. Entretanto, conforme mencionam Fratucci, Schwantes e Maia (2014), para que esses processos tenham sucesso, cada município, enquanto unidade político-administrativa formal, precisa ter a sua supraestrutura turística local articulada e em funcionamento harmônico.

Para uma gestão eficaz desde o processo de consecução à implementação do plano, é necessário que o município monitore de perto cada uma das fases do processo de planejamento, tenha em mente a visão da realidade municipal, em que o turismo não é um evento isolado, depende de um marco legal, econômico, socioambiental e territorial e alcance a participação e o acordo da comunidade, nas diferentes fases do processo de planejar.

Os Planos Municipais são os principais instrumentos para mensuração da capacidade turística de um destino, por este compor uma ferramenta que viabiliza o entendimento da dinâmica turística da localidade, no que abrange toda infraestrutura disponível, motivações das principais demandas, análise do destino concorrente, bem como dos potenciais turísticos, que a partir de um planejamento pode vir a se tornar atrativos e/ou produtos.

Para o percurso de realização do plano, deve-se ter em mente que este buscará sempre: **formular** objetivos, que respondam o que o destino quer ser, e onde se pretende chegar; **elaborar** um diagnóstico que apresente a realidade atual do município; **desenvolver** estratégias que mostre como chegar aos objetivos; **definir** as

formas de atuação e **realizar** a implementação através de uma gestão decentralizada e participativa (SECTUR, 2003).

Logo, a criação do plano é basilar ao desenvolvimento do turismo, principalmente para os destinos que estão em estágio inicial e que necessitam criar um instrumento que reúna informações, e a partir delas possam ser traçados os objetivos e ações a curto, médio e longo prazo. Através da realização do planejamento é possível visualizar os pontos positivos e negativos e fornecer melhorias em virtude da implementação e consolidação dos planos, do estabelecimento de programas e projetos, bem como da captação de recursos para as distintas finalidades. Desse modo, credita-se ao plano a plena importância enquanto instrumento na determinação e seleção das prioridades no turismo.

3.1.4 Etapas Metodológicas para o Planejamento Turístico e para Efetivação dos Planos Municipais

As etapas metodológicas que compõem o processo de planejamento turístico, pressupõem, em sua essência, o profundo conhecimento da realidade do objeto de estudo em questão. A análise desta realidade, por sua vez, se delineará em ações prioritárias a serem implementadas, as quais consistem na conclusão da primeira parte do processo de planejamento turístico que é a elaboração do documento físico, ou seja, do plano que contém os resultados provenientes da execução das etapas anteriores (BINFARÉ et. al., 2016). Muito embora, nem todos os autores sistematizem as suas etapas para uma real efetivação dos Planos Municipais.

Nessa perspectiva, Brusadin (2005, p.91) salientou que,

> a decisão sobre a metodologia a ser adotada em um processo de planejamento é, talvez, o passo mais importante de qualquer processo de planejamento, pois a mesma influi nos resultados. Todo planejamento implica mudança, desenvolvimento de novas perspectivas e atitudes, resultando em um processo gradativo de aprendizagem por parte dos envolvidos.

Desse modo, é importante compreender as etapas metodológicas no tocante a sua estrutura, visando uma melhor adequação e aplicabilidade a realidade do destino. Para tanto, é relevante a observação dos parâmetros fundamentados nos pressupostos conceituais da administração que foram estabelecidos por autores como Chiavenato (1987; 2004), Kotler (1992), e de forma aplicada a realidade dos destinos turísticos, as etapas metodológicas contidas em autores como Ruschmann (1997),

Beni (1998), Petrocchi (2001, 2002), Dias (2003), Molina (2005), Braga (2007), que direcionam seus estudos e instrui ao planejamento e organização do turismo, servindo como campo de orientação para a temática, sobretudo, para um planejamento turístico que melhor se aplique a realidade do Brasil.

Assim sendo, a presente análise instiga ao reconhecimento dos critérios comuns estabelecidos pelos referidos autores, visando atender de forma abrangente, processual e funcional, as questões que conferem as especificidades do diagnóstico, dos prognósticos e do desenvolvimento dos planos, bem como suas divergências, dificuldades e facilidades quanto a assimilação.

Mediante as instruções de Petrocchi (2002), há diversos modelos e abordagens do planejamento e da gestão, e é o estudioso do turismo quem desenvolverá, face ao desafio que lhe é colocado, a capacidade crítica necessária para a escolha do percurso metodológico mais adequado. Acrescenta-se a isso a importância de os gestores do turismo também conhecerem esses percursos.

Dentro da abordagem acerca das metodologias para o planejamento, os autores Chiavenato (1987;2004) e Kotler (1992) deram contribuições efetivas para o entendimento da temática voltados para a administração. As etapas básicas para o planejamento, apresentados pelos referidos autores consistem em: etapas de diagnósticos e etapas de prognósticos, com as quais é possível identificar e definir: a missão, a formulação de objetivos, definição dos planos para alcançá-los e a programação das atividades, dentre outros indicativos que podem ser inseridos nas etapas do diagnóstico e prognóstico. Em virtude de serem pesquisadores da administração, ambos propõem uma metodologia enxuta, com foco no planejamento empresarial. Dessa perspectiva, deve ser ressaltado o feedback que é uma ferramenta imprescindível para avaliação contínua do tipo de planejamento que está sendo realizado e dos resultados obtidos, ou não, através dele.

Em concordância com os princípios básicos do planejamento, o documento técnico do MTur contido em Brasil (2007a), estabelece duas etapas primordiais para o planejamento estratégico do turismo (FIGURA 4), que são: etapas de diagnóstico e etapas de prognóstico, visando indicar o que pode ser feito para atender o desenvolvimento de um município ou região turística (Brasil, 2007a).

FIGURA 4- ETAPAS DO PLANEJAMENTO SEGUNDO O MINISTÉRIO DO TURISMO

Fonte: Brasil, 2007a.

Na primeira etapa da metodologia supracitada, estão contidas as variáveis de diagnóstico que podem ser cumpridas através da elaboração ou recuperação do inventário, dimensionamento da demanda, levantamento de informações acerca do produto turístico, levantamento dos pontos fortes e fracos, das oportunidades e ameaças, e demais informações relevantes para o destino. Já no prognóstico instrui a definição dos objetivos,ações, metas e estratégias a serem atingidas.

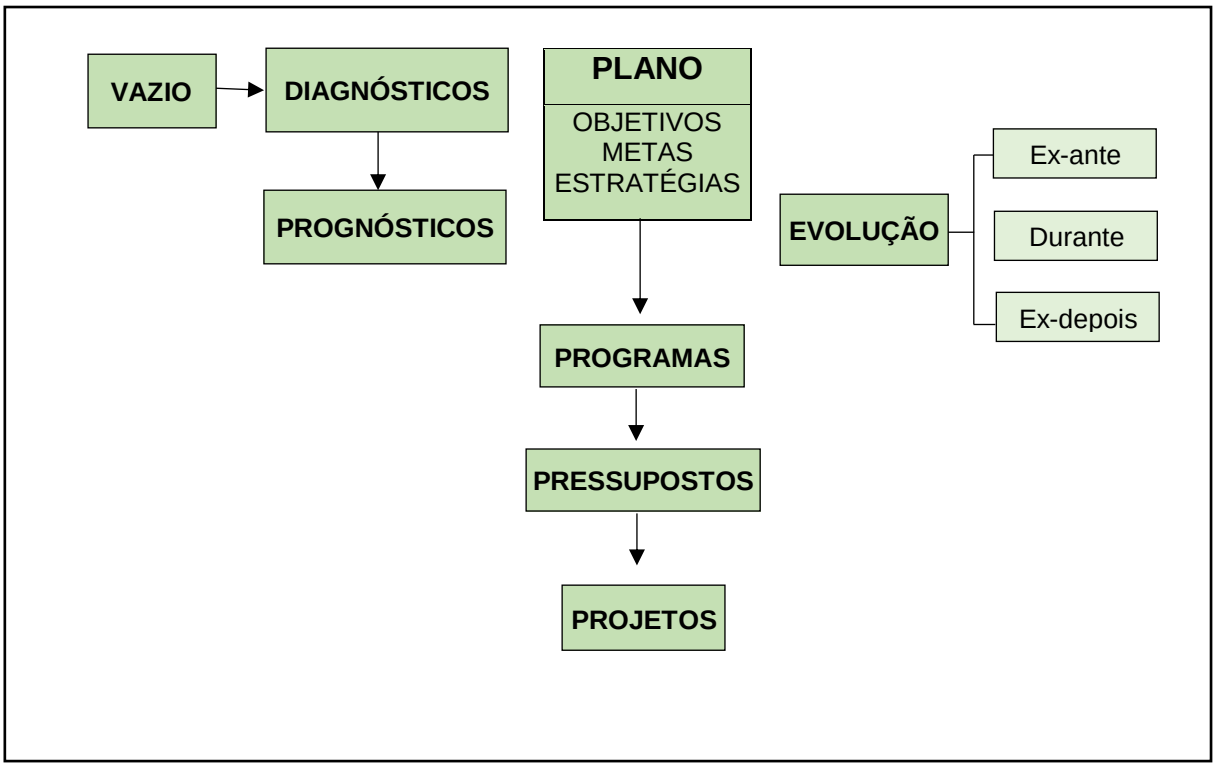
Santos, Gomes e Lopes (2017, p.35), destacaram que o planejamento “deve considerar, em primeiro plano, a noção de planejamento estratégico adotada pelo Ministério do Turismo”, pois como indica, é um documento que evidencia a necessidade de valorização das especificidades locais, o respeito à diversidade de opiniões, as necessidades, temores e as expectativas de cada região e grupo social.

Todavia, está evidente, que na estrutura proposta pelo Ministério do Turismo em Brasil (2007a) não estão explícitas as questões relativas à criação do documento físico que se pretende alcançar com o planejamento, ou seja, os planos, nem tampouco essa metodologia instrui ao desenvolvimento de projetos e programas.Desse modo, percebe-se que são etapas que sugerem um planejamento

estratégico preliminar do destino, mas não orienta de maneira processual e sequencial a elaboração das outras etapas.

Com relativa proximidade às etapas e variáveis estabelecidas pelo MTur (2007), Molina (2005) instrui a quatro fases e o intitula processo integral do planejamento, conforme pode ser visualizado (FIGURA 5):

FIGURA 5- PROCESSO INTEGRAL DO PLANEJAMENTO POR SÉRGIO MOLINA, 2005.



Fonte: Sérgio Molina, 2005.

Na metodologia proposta Molina (2005), as fases consistem em: vazio, diagnóstico, prognóstico, plano e evolução.O desenvolvimento inicial das etapas partem do vazio, o qual ele não informa em que consiste, mas subentende-se que o vazio signifique a realidade ainda não planejada do objeto, sem objetivos e nem caminhos a serem percorridos. Posteriormente, instrui a realização dos diagnósticos e prognósticos, onde orienta o levantamento de informações acerca da análise geral do setor, análise da oferta, análise da demanda, análise da superestrutura, que ele informa serem as variáveis mais importantes na identificação dos aspectos turísticos do destino. Com relação aos prognósticos,o autor considera que estes consistem na projeção das variáveis identificadas no diagnóstico, com a qual será possível traçar objetivos, imagem-objetivo, metas, estratégias, programas, projetos que já seria, na

ótica do autor, o desenvolvimento efetivo do plano (MOLINA, 2005). Ou seja, o autor afirma que o prognóstico gera o plano que por sua vez gera programas, pressupostos e projetos.

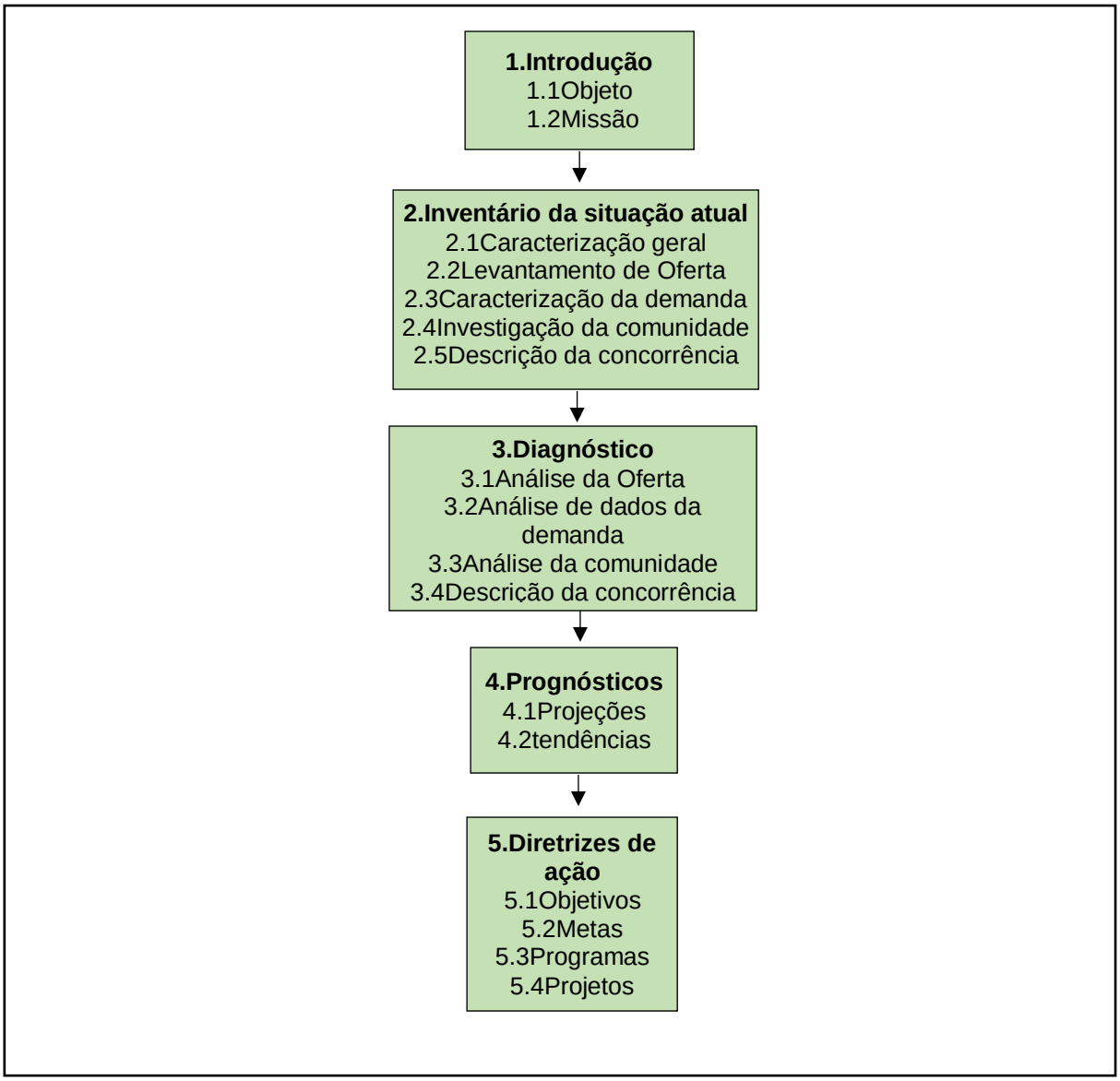
Para Molina (2005), como já evidenciado, o plano é o principal produto do planejamento e este reúne as informações obtidas através dos diagnósticos e prognósticos. Posterior a sua realização o autor instrui a chamada etapa de evolução à qual consiste na avaliação que investiga os resultados já alcançados, antes, durante e depois da implementação do processo.

De forma análoga, Dias (2003) considera que o processo de planejamento está dividido em três fases genéricas: a decisão de planejar, o conteúdo do plano e a implementação do plano. Para efeito metodológico divide as etapas em: diagnóstico, a ser realizado através do levantamento da situação atual, coleta de dados, identificação dos problemas e estabelecimento de tendências atuais; análise do que será planejado,procurando identificar as alternativas possíveis, formulando hipóteses e indicando o modelo ideal para o enfoque do planejamento; e elaboração do plano onde estarão os critérios e diretrizes gerais, os programas e projetos; e por fim, a implantação do plano, no qual não estão explícitos os critérios para atingir essa fase.

Quanto ao modelo de Dias (2003), Silva e Sonaglio (2013) afirmam que como ponto negativo, a estrutura do autor não expõe detalhadamente e nem sequencialmente em imagens as ações que devem ser realizadas durante cada uma das três etapas propostas, dificultando assim, a utilização de modo correto, uma vez que não há possibilidade de realizar as ações sem que estas estejam expostas nas respectivas etapas do modelo.

Diferente de Dias (2003), Braga (2007) expõe uma estrutura mais ampla e detalhada, com cinco fases e etapas a serem cumpridas no processo de planejamento. O processo, conforme apresentado (FIGURA 6), se encadeia de forma sequencial e complementar, porém interdependentes. As fases as quais intrui a autora partem da definição inicial da missão do planejamento, por parte dos pesquisadores, em que alega que é imporante traçar o caminho a partir de um objetivo macro, seja ele um desenvolvimento sustentável, econômico, social, entre outros.

FIGURA 6- FASES E ETAPAS DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO CONTIDOS EM BRAGA (2007).



Fonte: Adaptada de Braga (2007).

Posteriormente Braga (2007) indica a realização do inventário da situação atual no qual estão contidas questões referentes aos aspectos gerais, a oferta e demanda, e a descrição da concorrência, de modo a reconhecê-los. Na etapa do diagnóstico, a autora sugere a análise dos mesmos aspectos demandados na etapa anterior. Ambas as etapas poderiam estar contidas em apenas uma fase, pois ao caracterizar uma demanda, por exemplo, já podem ser realizadas as suas respectivas análises.

Nas duas etapas finais, a autora indica a realização dos prognósticos, que inclui as projeções e tendências, e nas diretrizes de ação a criação dos objetivos, metas,

programas e projetos. Em nenhuma momento Braga (2007) cita a realização do plano municipal, mesmo as diretrizes de ação culminando na possível geração de um plano.

Ruschmann (1997) traz considerações interessantes acerca da metodologia e orientações voltadas especificamente para o planejamento sustentável do turismo. As etapas metodológicas, para a referida autora, consistem em uma ampla quantidade de variáveis, com o propósito de que sejam gerados os Planos de Desenvolvimento Turístico. A estrutura está descrita em quinze etapas que vão da caracterização da situação turística atual da localidade, a partir de dados históricos, administrativos e socioeconômicos, até os prognósticos que projetem os fenômenos turísticos, e balizem as diretrizes de ação dentro de prazos bem definidos.

O referido modelo apresenta-se dentro de uma perspectiva sistêmica, ou seja, Ruschmann (1997) instrui a um planejamamento que leve em consideração o SISTUR, que é uma modelo referencial para o entendimento das interelações estabelecidas no âmbito do objeto de estudo, criado em 1997 pelo autor Mario Carlos Beni, ou seja, propõe a análise do conjunto das relações ambientais (RA), o conjunto da organização estrutural (OE) e o conjunto das ações operacionais (AO).

De acordo com Silva e Sonaglio (2013) o modelo do Plano de Desenvolvimento Turístico proposto por Ruschmann (1997), tem como ponto forte a exposição de forma ampla de uma série de etapas, porém as etapas carecem de uma maior clareza quanto a sua função ou execução, pois da forma como é proposto acaba se tornando uma metodologia complexa. Dessa maneira, os autores apontam oportunidades e buscas pelo aperfeiçoamento do modelo, para que o planejamento seja de fato realizado, tal qual propõe a sua metodologia. Além disso embora Ruschman (2007) tenha descrito de forma ampla, uma gama de variáveis, a autora não criou uma referência visual para as etapas, similar ao que propôs Molina (2005) e Braga (2007), o que muitas vezes inviabiliza a leitura integral do processo.

Petrocchi (2001;2002) apresenta na sua obra um caráter mais abrangente para o planejamento e a gestão do turismo, ao expor análises de metodologias e estudos de caso proposto por diferentes autores. A partir dessa compreensão, o autor propõe cinco etapas que devem ser desenvolvidas para chegar na sexta etapa que consiste na elaboração específica dos planos, os quais ele intitula de planos setoriais. Diferentemente das metodologias até aqui citadas, a de Petrocchi (2001;2002) não tem sua divisão pautada em Diagnósticos e Prognósticos. São diretrizes amplas que

subtende a realização de um planejamento a nível federal, logo, não aparenta ser uma metodologia de fácil aplicação a uma realidade estritamente municipal.

Com base nessa etapa de levantamento das dimensões e etapas do processo de planejamento turístico, as quais os autores citados instruem, foi elaborado o QUADRO 3, com a síntese dos passos indicados pelos autores pesquisados.

QUADRO 3 - ETAPAS DO PLANEJAMENTO IDENTIFICADAS NA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA E DOCUMENTAL

AUTOR	ETAPAS	DELIMITAÇÃO DAS ETAPAS
CHIAVENATTO (2004) KOTLER (1992;2006)	**-DIAGNÓSTICOS**	- Análise do ambiente e análise da situação atual.
	-PROGNÓSTICOS	-Determinação dos objetivos; Condução da análise SWOT; Desenvolvimento de hipóteses e cenários; Controle; medição e feedback.
MINISTÉRIO DO TURISMO (2007)	**-DIAGNÓSTICO**	-Elaboração ou recuperação do inventário; Dimensionamento da demanda;Levantamento de informações acerca do produto turístico; Levantamento dos pontos fortes e fracos; das oportunidades e ameaças.
	-PROGNÓSTICO	-Definição dos objetivos; estabelecimento de metas e estratégias; Definir para cada objetivo uma estratégia; Avaliar a melhor maneira de realizar a estratégia proposta.
MOLINA (2005)	**-DIAGNÓSTICOS**	-Diagnóstico geral do setor; análise da oferta; análise da demanda; análise da superestrutura.
	-PROGNÓSTICOS	-Construção de possíveis cenários futuros.
	- PLANOS	-Objetivos, metas, estratégias, programas, pressupostos, projetos.
	-AVALIAÇÃO	-Avaliação de todas as etapas: ex Ante, durante e ex post.
DIAS (2003)	**-DIAGNÓSTICO**	-Coleta de dados; análise de informações acerca da situação atual; identificação dos problemas; estabelecimento de tendências atuais.
	-ANÁLISE DO QUE SERÁ PLANEJADO	-Identificar alternativas possíveis;formulação de hipóteses;proposição de modelos de desenvolimento.
	- ELABORAÇÃO DO PLANO	-Estabelecer critérios gerais; Diretrizes gerais de desenvolvimento; Definição dos programas e projetos.
	-IMPLANTAÇÃO DO PLANO	-Não direciona etapas.
BRAGA (2007)	**-INTRODUÇÃO**	-Objeto -Missão
	INVENTÁRIO DA SITUAÇÃO ATUAL	- Caracterização geral; Levantamento da oferta; Caracterização da demanda;Investigação da comunidade; Descrição da concorrência.
	-DIAGNÓSTICO	- Análises da oferta; Análise da demanda; Análise da comunidade; Análise da concorrência.
	-PROGNÓSTICO	-Projeções e Tendências.
	-DIRETRIZES DE AÇÃO	-Estabelecimento dos objetivos, metas, programas e projetos.
	-IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA	-Definição de meta final e objetivos;

AUTOR	ETAPAS	DELIMITAÇÃO DAS ETAPAS
RUSCHMANN (1997)	**-CARACTERIZAÇÃO GERAL**	-Delimitação da área de estudo;aspectos históricos e da administração geral; aspectos socioeconômicos.
	-ASPECTOS TURÍSTICOS	-Condições naturais e atrativos socioculturais.
	-INFRAESTRUTURA	-Hospedagem; alimentos e bebidas; entretenimentos; condicionamento físico e saúde; agenciamento e outros recursos.
	-TURISMO RECEPTIVO	-Caracterização da demanda, da vocação e do tipo de turismo.
	-TURISMO EMISSIVO	-Não faz nenhum tipo de instrução.
	-ANÁLISE E AVALIAÇÃO	-Da oferta e demanda; da imagem; vocação turística da destinação; consideração dos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades.
	-DIAGNÓSTICO	-Descrição da situação atual da destinação com base em fatos estatísticos, histórico; realização de inventários.
	-PROGNÓSTICO	-Informa o que é, mas não delimita ações.
	-DIRETRIZES BÁSICAS PARA O DESENVOLVIMENTO	-Indicação de rumos a tomar a partir dos objetivos; determinação de linhas-guia para determinar prazos, instrumentos e responsabilidades.
	-PRAZOS	-Determinar prioridades para implementação de cada ação a curto, médio e longo prazo.
	-RESPONSABILIDADES	-Determinar qual setor estará envolvido na implantação de cada ação.
	-INSTRUMENTOS	-Determinar os instrumentos para viabilizar as diretrizes propostas.
	-PROGRAMAS DE AÇÃO	-Estabelecer programas específicos que serão constituintes dos projetos;
	-PROJETOS	-Desenvolver projetos.
PETROCCHI (2001)	**-ANÁLISE DO MACROAMBIENTE**	-Realizar análise interna e externa; Estudo profundo do mercado (real e Potencial); Inventário; Matriz Swot.
	-DIAGNÓSTICO	-Sumário da situação analisada no item anterior
	-OBJETIVOS POSSÍVEIS	-Traçar Objetivos
	-ESTRATÉGIAS DE MARKETING	-Estratégia de conceituação do produto; estratégia de produto/mercado; estratégia de segmentação.
	-ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO	- Criar estratégias para otimizar a promoção e as vendas do produto.
	-PLANOS SETORIAIS	- Orienta a criação de programas alinhados com os planos setoriais, e de projetos alinhados aos programas.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Conforme exposto, não existe uma metodologia única, nem tampouco certa ou errada, haja vista a quantidade de metodologias e suas inúmeras variáveis de etapas. Destarte, dentro das referidas estruturas, de certo modo, padronizadas, as similitudes são aparentes quanto aos critérios básicos propostos pelos autores, estando divididos na sua maioria, em: diagnósticos e prognósticos, e para elaboração do plano, as diretrizes de ação, na qual se diferenciam apenas no delineamento das variáveis

elencadas por cada um deles. Cabe frisar que, as variáveis ou requisitos para o diagnóstico, são inseridas conforme a natureza do planejamento, os enfoques defendidos pelos autores, a abrangência quanto ao tempo de realização das metas e estratégias, e uma série de outras variáveis, que deverão estar alinhadas com o objetivo do planejamento do destino.

Binfaré et. al. (2016), em pesquisa realizada acerca do Planejamento turístico e a forma como é tratada pelos autores Barretto (1991), Ruschmann (1997), Beni (1998) e Dias (2003), argumentam que, mesmo o planejamento turístico já pertencendo à sequência aparentemente lógica, a etapa de prognóstico, da forma como é concebida pelos referidos autores, deveria passar por uma revisão. “Uma vez que ela é baseada no conhecimento da realidade de um local, mas que esta realidade faz parte de um contexto que é dinâmico, e assim passível de muitas mudanças” (BINFARÉ et. al.,2016). Frente a essas constatações, são plausíveis pesquisas que indiquem uma nova orientação para que os destinos considerem os cenários de mudanças no momento do planejamento.

A metodologia a ser proposta nesse estudo seguirá essas etapas básicas, na qual serão elencadas variáveis de fácil aplicação, que tornem o planejamento possível de ser realizado, através de um delineamento holístico e operacional.Cabe frisar que, além da importância da instrução facilitada, a eficácia da aplicação de cada uma das etapas depende da equipe que está realizando o planejamento e dos objetivos do plano, e sua ênfase é que determinará se ele está sendo desenvolvido para um destino consolidado, para um destino de pouco interesse turístico, destinos que apresentem condições ambientais ou sociais mais sensíveis que outros, e etc.

3.2 A INOVAÇÃO COMO UM PROCESSO INDUTOR DE COMPETITIVIDADE NO TURISMO

3.2.1 Definição, classificação e tipos de inovação

O esclarecimento sobre o que vem a ser a inovação, vai ter sua edificação a partir da teoria clássica estabelecida, a *priori*, por Joseph Schumpter (1934), que descreveu em sua obra intitulada *The Theory of Economic Development* a inovação com o olhar baseado nos fundamentos e princípios da economia. Assim, o autor

desenvolveu conceitos correlatos a inovação, tornando-se parâmetro e precursor da temática em diversos segmentos de estudo.

Para Schumpter (1934), a inovação é um conjunto de funções evolutivas que alteram os meios de produção, criando novas formas de organização do trabalho, sendo essas funções o ato de fazer algo diferente, tais como a introdução de um novo bem ou uma nova qualidade de um bem, um novo método de produção e/ou organização da indústria, um novo mercado e por fim, uma nova fonte de fornecimento (matéria-prima) os quais repercutem em novos resultados.

Algumas considerações com ampla relevância no que diz respeito a inovação, estão contidas no Manual de Oslo (2005), editado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. No referido manual, a inovação está definida como a "implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, no que se refere às suas características ou usos previstos, novos processos, novos métodos de marketing ou um novo método de organização nas práticas da empresa, organização do local de trabalho ou relações externas" (OCDE, 2005, p.55).Em suma, as atividades inovadoras podem ser científicas, tecnológicas, organizacionais, financeiras e comerciais, incluindo os processos tecnologicamente novos ou melhorados.

Baseando-se em Schumpter (1934) para nortear os seus estudos, a pesquisadora Hjalager (2002) pontua que o autor faz distinção entre invenções e inovações, uma vez que, as invenções estão ligadas à pesquisa científica ou tecnológica básica, e o termo é usado para definir avanços genuínos. Além disso, elas não visam o uso industrial específico. Já as Inovações, por outro lado, são desenvolvimentos adicionais às invenções, ou apenas ideias para torná-las em produtos úteis. A inovação é também um termo pragmático, que pode incluir pequenas adaptações de produtos e serviços existentes.

Tendo em vista as considerações da OCDE (2005), a inovação, para ser reconhecida como tal, necessita atender a três critérios essenciais: a novidade no contexto em que é introduzida, ser implementada, não ser apenas uma ideia e gerar melhores resultados, como eficiência, eficácia ou satisfação do usuário. A inovação, é, portanto, a geração e implementação de novas ideias com vistas a criar valor para a sociedade, sejam elas com foco interno ou externo à administração pública, na forma de novos conhecimentos, uma nova organização e/ou nova habilidade de gestão ou

processual, sendo resultantes da aplicação da criatividade (WILLIAMS; SHAW, 2011); (BROWN; OSBORNE, 2013).

O manual de Oslo (2005) expõe a definição de quatro tipos de inovação conforme pode ser visualizado (QUADRO 4).

QUADRO 4 - TIPOS DE INOVAÇÕES DE ACORDO COM O MANUAL DE OSLO (2005).

TIPOS DE INOVAÇÃO	DEFINIÇÃO
Inovação de Produto	Envolvem mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes;
Inovação de Processo	Representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição;
Inovação Organizacional	Referem-se à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa.
Inovação de Marketing	Envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no design do produto e na embalagem, na promoção do produto e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços.

Fonte: Elaboração própria, 2018, a partir do Manual de Oslo (2005).

Mediante o exposto, fica evidente que a inovação, independentemente de onde ocorra, está diretamente ligada às mudanças. Portanto, quanto a sua classificação, ela pode abranger duas dimensões: a radical ou disrruptiva e a incremental. As inovações radicais são aquelas que entram no mercado a partir do desenvolvimento e/ou introdução de um novo produto, processo ou forma de organização da produção inteiramente nova, podendo representar uma ruptura estrutural com o padrão anterior. Já a inovação incremental consiste nas melhorias sucessivas em produtos e/ou processos que já estão sendo desenvolvidos e à disposição das pessoas (LEMOS, 2000).

Corroborando esse entendimento, González e Sanchez (2014, p.3), no artigo intitulado: *"Innovación en la política turística Española: Análises desde una perspectiva histórica"* confirmam que

> Las innovaciones radicales son aquellas que producen cambios fundamentales en las actividades de una organización o industria y representan claras desviaciones respecto a las prácticas existentes. Según la teoría de la destrucción creativa de Schumpeter algunas innovaciones tenían la capacidad de romper, destruir y convertir en obsoleta la competencia establecida. Por el contrario, las innovaciones incrementales únicamente suponen una mera desviación marginal de las prácticas existentes y un refuerzo de las capacidades empresariales en práctica. Se trataría de pequeños cambios que, individualmente considerados, pueden resultar insignificantes pero que, en conjunto, pueden alcanzar mayor relevancia.

Desse modo, Perez (2010) complementa esse entendimento ao afirmar que "as inovações radicais são geralmente introduzidas em uma versão relativamente primitiva e, uma vez aceitas pelo mercado, estão sujeitas a uma série de inovações incrementais que seguem o ritmo alternativo de uma curva de logística" (PEREZ, 2010, p.05).

Baseando-se nos parâmetros supracitados, relacionando-os aos avanços tecnológicos e a rapidez com que os processos têm acontecido, a inovação, seja ela radical ou incremental, tem sido no atual contexto uma condição necessária para o avanço dos processos no mundo globalizado, onde quanto mais se inova, mais se renova as dinâmicas da sociedade em todas as esferas.

Assim sendo, vale uma reflexão exposta por Toivonen e Tuominem (2009) quando reforça que, é preciso sempre lembrar que a inovação não é necessariamente um termo técnico, é um termo econômico social. Seus critérios não se valem, apenas, da ciência ou da tecnologia, mas, sobretudo, das mudanças no cenário econômico e social, no comportamento das pessoas, como consumidoras ou produtoras (TOIVONEN; TUOMINEM,2009). Logo, a inovação tem um papel crucial, pois são os principais fatores de dinamização de uma organização ou destino.

3.2.2 A Inovação no Contexto do Turismo

A busca pela inovação tem sido o principal desafio para todos os segmentos de atividades, especialmente do turismo, que tem alcançado grandes transformações na dinâmica inerente as práticas de vivenciar o lazer e o ócio. Isso tem impactado sobremaneira no novo perfil de demanda, de oferta, e, sobretudo, nas novas formas

de ordenamento turístico que precisam antes de tudo serem planejadas de forma inovadora, com vistas ao destino tornar-se mais competitivo, face a outros mercados.

Ao longo das últimas décadas foi construída uma tradição abrangente e multifacetada de pesquisa no campo da inovação industrial, todavia, as pesquisas relacionadas a inovação no turismo ainda são incipientes, e o arcabouço teórico disponível tem sido em grande parte conceitual ou prescritivo, provenientes de outras áreas do conhecimento e com relativamente pouca evidência empírica sobre os resultados e eficácia (HJALAGER, 2010); (BENI, 2011); (RODRIGUEZ; HALL; WILLIAMS, 2014).

Corrobora com esse entendimento os autores Carvalho e Costa (2011, p. 2) ao afirmarem que “o estudo da inovação nos serviços ainda está em sua infância, visto que estes só apareceram no final da década de 1990 e é difícil encontrar um quadro teórico robusto para o estudo da inovação neste referido setor”. Santos Junior et.al. (2017) constataram que os muitos estudos realizados se concentram basicamente no uso das TIC como recurso de inovação ou inteligência turística. No entanto, os autores verificam que há uma escassez de outras investigações que expliquem o fenômeno de forma sistêmica ou integrada.

Hall e Williams (2008), Hjalager (2010; 2012; 2015), Rodriguez, Hall e Williams (2014), também apresentaram algumas considerações sobre inovação e seus impactos no turismo. As revisões existentes, propostas pelos referidos autores, sobre as políticas de inovação do turismo destacaram uma produção altamente desigual em relação a outros segmentos, notadamente da indústria, e ressaltam a necessidade de mais pesquisas na área.

Confirmando as proposições anteriormente expostas, Mazaro e Panosso Netto (2012, p. 374), afirmam que,

> a inovação tem sido tema de diferentes estudos e, nesse momento, é beneficiada pela intensa publicação de ensaios e pesquisas sobre seus fundamentos, processos e implicações. Notadamente o enfoque predominante nos estudos sobre inovação é o organizacional ou de negócios, que entende-se, ser a unidade última de efetivação da inovação, ou seja, quando a ideia se concretiza em um produto ou serviço. (MAZARO; PANOSSO NETTO, 2012, p. 374).

As distintas pesquisas relatam a falta de robustez com à qual a temática é tratada na área, mas é inegável a importância das inovações, e o quão estas tem

fornecido subsídios e ampliado os estudos progressivamente, com vista à aplicação no turismo.

Existe uma ligação íntima entre turismo e inovação, e essa, de acordo com Vieira (2012), está enquadrada e em consonância com o chamado triângulo do conhecimento do qual a inovação é, juntamente com os seus pré-requisitos, a educação e a investigação, um dos três pilares. Esta afirmação implica na importância de criar “uma sociedade baseada no conhecimento, que seja competitiva e inovadora, com o reforço do investimento nos domínios da investigação, desenvolvimento e inovação, da educação e das tecnologias da informação e da comunicação” (VIEIRA, 2012 p.135).

No tocante ao principal viés de desenvolvimento das inovações no turismo, González e Sanchez (2014) afirmam que essas têm se refletido fundamentalmente no ambiente de mercado, e que embora essas atividades tenham alcançado muitas mudanças de cunho inovador, estas tendem a passarem despercebidas, pois são difíceis de serem mensuradas com os indicadores tradicionais de medição (investimentos em pesquisa (P&D), requerimento de patentes e etc.). Além disso, a simultaneidade entre produção e consumo podem dificultar a distinção entre inovação de produto, processo e organizacional, o que torna o turismo mais intensivo em inovações híbridas (CAMISÓN; MONFORT-MIR, 2012).

Além da incipiência notada, é possível enxergar uma lacuna quando o assunto são as inovações tecnológicas e as possibilidades de incremento à atividade turística a partir delas, especialmente se relacionar inovações tecnológicas e gestão pública do turismo. Vale salientar que “a inovação é também, importante para o setor público. Todavia, pouco se sabe sobre o processo de inovação em setores não orientados ao mercado” (OCDE, 2005, p. 22).

Ainda nessa perspectiva, García, Mendes Filho e Santos Junior (2017, p.25) identificaram que no âmbito das políticas públicas, “a inovação nem sempre surge de forma radical senão que é uma herança da reflexão e conhecimento prévio em um renovado cenário institucional”. Além disso, é um ponto focal das políticas econômicas por sua contribuição percebida para a competitividade. As inovações radicais, por sua vez, são consideradas como fornecedores de vantagens competitivas significativas e tornaram-se um foco das intervenções políticas estaduais (RODRIGUEZ; WILLIAM; HALL,2014).

Nesse contexto, o Ministério do Turismo, ao traçar suas políticas públicas para o turismo no Brasil, através do PNT 2018-2022, identifica a inovação e a criatividade como ferramentas vitais para melhorar a qualidade de vida no turismo e consolidar destinos turísticos, e que essas transformações positivas só serão possíveis com o fortalecimento das empresas de base tecnológica, ao identificarem problemas e buscarem soluções (BRASIL, 2018).

Para fins de elucidação da inovação no turismo, Hjalager (2002;2010) apresenta uma extensa revisão das pesquisas com considerações inspiradas, principalmente, em Schumpter (1934), mas adaptadas para refletir a realidade moderna do setor de serviços, sobretudo, do turismo. A autora faz saber que, a inovação pode ocorrer em uma, ou na combinação entre mais de uma das categorias apresentadas por Schumpter (1934), além disso, acrescenta as inovações de logísticas e inovações institucionais, como tentativas de considerar as particularidades da inovação no turismo e atendê-las no âmbito da pesquisa.

Na ótica de hjalager (2002;2010), as inovações aplicadas ao turismo dividem-se em:

- ***Inovações de produtos***

Consistem em serviços ou produtos alterados ou totalmente novos que são desenvolvidos para o estágio de comercialização, e cuja novidade deve ser evidente para produtores, consumidores, fornecedores ou concorrentes. Exemplos de novos produtos turísticos desenvolvidos nos últimos anos são: programas de fidelidade, instalações de alojamento ambientalmente sustentáveis, eventos baseados em tradições locais e etc., (HJALAGER ,2002).

- ***Inovações de processo***

Dizem respeito aos tipos de inovações que tendem a aumentar o desempenho, a eficiência, o fluxo e a produtividade das operações existentes, seja por meio de tecnologia nova ou melhorada, ou por redesenho de toda a linha de produção, resultando na reengenharia dos processos. As inovações de processo podem ser combinadas ou resultar em inovações de produtos subsequentes. Exemplos importantes no turismo foram: sistemas de gerenciamento e monitoramento computadorizados, as novas plataformas comerciais de intermediação entre empresa e o cliente, a variedade de tecnologias inseridas aos serviços de aeroportos e

companhias aéreas, que asseguram a mobilidade das pessoas, bagagens, informações, check-in e etc., os dispositivos de autoatendimento, entre tantas inovações existentes (HJALAGER ,2002;2009).

- ***Inovações gerenciais***

Consistem em novos perfis de trabalho, novas estruturas colaborativas, muitas vezes em combinação com a introdução de novos produtos, serviços e tecnologias de produção no âmbito das empresas. As inovações de gestão podem resultar em capacitação de pessoal através do enriquecimento de trabalho, descentralização, treinamento, etc., ou pela (re) introdução de métodos de gerenciamento científico, entre outros (HJALAGER, 2002).

- ***Inovações logísticas***

Incluem uma recomposição de ligações comerciais externas. Os fluxos manipulados podem ser materiais, transações, informações e clientes. As recentes inovações logísticas no turismo incluem: vínculos verticais nas indústrias de alimentos e restaurantes, sistemas integrados de informação de destino, sistemas CRS e marketing na Internet e aprimoramento de sistemas de hubs de aeroportos (HJALAGER, 2002).

- ***Inovações institucionais***

Representam mudanças nas estruturas colaborativas e regulatórias no âmbito público e/ou privado e estabelecem novas regras e direcionamentos institucionais. Exemplos com implicações para o turismo: “reforma dos incentivos financeiros que reestruturam conceitos de turismo social ou de saúde; sistemas de gerenciamento de destino e unidades que controlam o acesso a áreas vulneráveis” (HJALAGER, 2002, p.465).

- ***Inovações tecnológicas***

A inovação tecnológica, como explica Camisón e Manfort-Mir (2012), é a introdução de inovações técnicas em produtos ou processos associadas a uma mudança do “núcleo tecnológico” ou “sistema técnico” de uma organização. As inovações tecnológicas estão diretamente relacionadas às atividades primárias, e sua introdução reflete-se em mudanças de produtos, processos, sistemas operacionais, tecnologias.

Os resultados do processo tecnológico de inovação, que se materializam em inovações de produto, podem derivar do desenvolvimento ou introdução de novos materiais, produtos intermediários ou novos componentes ou características do produto. No caso das inovações relacionados a processos, podem estar associados ao desenvolvimento ou à introdução de novos equipamentos, ao aumento do grau de automação de processos, à redistribuição dos processos de produção ou ao uso de novas fontes que incidam nas transformações dos processos (CAMISÓN; MANFORT-MIR, 2012).

As categorias e campos de aplicação da inovação, supracitados, dão um indicativo para as possibilidades de aplicação nas distintas áreas do turismo. Vale destacar, que embora estejam categorizadas separadamente em termos conceituais, as inovações podem ocorrer de modo complementar, e muitas vezes interdependentes, ao passo em que se realizam mediante pequenas rupturas incrementais ou de modo mais radical.

3.2.3 A Inovação Como Vetor de Competitividade

O setor de turismo tem sido influenciado por diversos fatores, muitos deles relacionados aos avanços tecnológicos, que tem permeado todos os segmentos da economia, como modelo de superação a concorrência e diferencial competitivo, seja para empresas ou destinos turísticos. Diante deste cenário, a globalização, a competitividade entre os destinos, as mudanças nos perfis de turistas, as transformações dos sistemas de intermediação entre empresa/cliente e cliente/destino, as tecnologias da informação e comunicação de um modo geral, tem sido elementos propulsores de desenvolvimento para a atividade.

As inovações, especialmente as inovações tecnológicas, produziram um novo cenário para o turismo, que resultaram em uma nova configuração de perfil de demanda e de oferta. Dessa maneira, urge um novo pensar para o planejamento e a gestão do turismo, que precisa considerar os aspectos inerentes a essas transformações, estabelecendo estratégias inovadoras a fim de melhor estruturar os espaços turísticos (AZEVEDO; BARROS NETO, 2017). Desse modo, a inovação incorpora novos métodos e novos conhecimentos sobre oferta e demanda, e quando bem-sucedida, incide em vantagens competitivas para os destinos, por um certo período, em virtude das transformações antes dos seus concorrentes (BENUR; BRANWELL, 2015).

A competitividade de destinos turísticos é, segundo Ruiz, Chim-Miki e Gândara (2015) um conceito multidimensional que requer superioridade em vários aspectos a serem obtidos. Por sua natureza dinâmica, os conceitos de competitividade, no turismo, atendem as especificidades e nuances impostas aos destinos para que estes mantenham-se em situação favorável diante do complexo processo concorrencial.

Marques, Cardoso e Carvalho (2017) em recente pesquisa, tendo por objetivo identificar como o estudo da competitividade e seus respectivos índices em destinos turísticos evoluem nas publicações brasileiras e internacionais dos últimos vinte anos (1996-2016), apresentaram os principais conceitos identificados na pesquisa realizada, como pode ser visualizado (QUADRO 5).

QUADRO 5 - CONCEITOS DE COMPETITIVIDADE POR AUTORES INTERNACIONAIS

PESQUISADORES	RESUMO DAS PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES
Crouch e Ritchie (1999)	Associa o conceito de competitividade com prosperidade do destino turístico, em que a capacidade de gerar bem-estar ao turista deve ser relacionada a qualidade de vida da população residente.
Mihalic (2000)	Aborda o uso da gestão sistemática proposto pelo modelo Calgary de competitividade turística, como ferramenta para relacionar competitividade com gestão ambiental e salienta que a qualidade ambiental do destino é um dos fatores determinantes da competitividade turística.
Kozac (2001)	Desenvolve o conceito de competitividade como um elemento-chave da gestão e da estratégia de marketing. Onde a satisfação do cliente em longo prazo, deve ser um dos principais objetivos das empresas de turismo e de destinos.
Dwyer e Kim (2003)	Os autores consideram como a habilidade relativa do destino de conhecer as necessidades e o perfil dos turistas para fornecer serviços e bens melhores do que os outros destinos semelhantes, nos aspectos verificados.
Enright e Newton (2004)	Refletem sobre a importância da imagem de destino ou atratividade, reconhecendo a importância dos fornecedores e a multiplicidade dos produtos e serviços produzidos individualmente para a competitividade do destino turístico.
Gomezelja e Mihalic (2008)	Define a habilidade do destino em criar valor agregado e incrementar a riqueza nacional, gerenciando bens e processos, atratividade e proximidade, e integrando essas relações em um modelo socioeconômico que leva em conta o capital natural do destino e sua preservação para gerações futuras.

Fonte: Adaptado de Marques; Cardoso; Carvalho (2017).

As considerações explicitadas (QUADRO 5) demonstram que a compreensão acerca do que envolve o conceito de competitividade são distintas, porém complementares, e retratam de modo objetivo a forma como cada autor o correlaciona com o turismo. Desse modo, verifica-se as convergências nas concepções apresentadas, ao passo em que demonstram que é competitivo o destino que tem a capacidade de fomentar o aumento das estratégias para atrair a demanda potencial e de motivar a demanda real a retornar ao destino, aumentando o consumo desse turista, melhorando a qualidade de vida dos residentes e preservando recursos para as gerações futuras.

Face ao exposto, o desenvolvimento competitivo caracteriza-se, também, por ser a criação de um segmento de valor diferenciado – nisso inclui a infraestrutura primária e secundária do turismo –, com o intuito de obter vantagens competitivas diretamente ligadas aos concorrentes do mercado de consumo.

A competitividade pode ser medida pela capacidade de influência de diversos *stakeholders* nas atividades turísticas de um país, região ou zona, para atingir metas acima da média, de uma maneira sustentada e sustentável (SILVA E REJOWSKI, 2018). Destarte, a competitividade não é definida apenas pelo conjunto de recursos naturais, culturais, artísticos ou ambientais, mas sim pelo modo como são geridos os aspectos globais do destino, seus produtos e serviços, e se os usuários (turistas) apreciam e valorizam estes aspectos. Os atributos do destino subsidiarão o estabelecimento de uma posição favorável deste no mercado turístico, mas, somente, se efetivamente a destinação for capaz de ganhar e manter essas vantagens competitivas para além de fatores provisórios (MENDONÇA, 2012).

A competitividade tem se tornado um imperativo para o planejamento dos destinos (RUIZ; GÂNDARA, 2014). Silva e Rejowski (2018) afirmam que é de fundamental importância que os destinos turísticos se transformem em unidades integradas de planejamento e gestão, tendo como objetivo reunir distintas instituições e órgãos administrativos relacionados à atividade para à avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas para o desenvolvimento. Desse modo, quando a gestão de um território tem a visão de torná-lo um destino turístico competitivo, é imprescindível estabelecer suas estratégias a partir de um planejamento que lhe diga a sua missão, quais os principais objetivos para os produtos e quais estratégias de

posicionamento (CROUCH; RITCHIE,1999). Ressaltando, sobretudo, os potenciais endógenos, criativos e inovadores do destino.

A inovação, quando bem-sucedida, deve ser vista como uma fonte de maior capacidade competitiva para empresas, cidades, municípios ou regiões. Em síntese, a atratividade de um destino turístico pode ser aumentada a partir da inovação na oferta turística e da sua apresentação no mercado alvo. Embora, o nível de atratividade deva ter diferentes aplicações nos distintos destinos turísticos, uma vez que alguns já estão com uma demanda muito alta e outros têm problemas para atrair mais turistas. Independentemente do nível em que se encontre o destino, as inovações são altamente necessárias, embora em diferentes formas e com diferentes focos.

Em um mercado que se expande a cada dia, abrindo novas fronteiras e oferecendo novos produtos, avançar na inovação constitui uma premissa básica para desenvolvimento da atividade e manutenção das vantagens competitivas. Nesse sentido, a inovação apresenta-se de forma transversal no setor de turismo, abrange uma ampla gama de elementos, sendo uma ação primordial para o avanço da competitividade.

É imprescindível esclarecer que, a competitividade nem sempre é vista como algo positivo, sobretudo, a competitividade perversa que em muitos aspectos é imposta pela dinâmica global e que gera uma forte tendência a homogeneização dos destinos (MINASI, 2017). Diante dessas questões, o planejamento se torna uma ferramenta altamente eficaz para promover a região de forma mais ordenada e coerente com os princípios e objetivos de expansão.

Logo, cabe aos gestores do turismo criarem estratégias de diferenciação, que sejam inovadoras, que ressaltem experiências exclusivas, personalizadas, que fortaleçam as relações entre o turista e a comunidade local, de modo a gerar valor superior para os turistas, e resultados efetivos em curto, médio e longo prazo (PEREIRA; OLIVEIRA; TADEUCCI, 2014); (GARCÍA; MENDES FILHO; SANTOS JUNIOR, 2017). Tendo em vista que “as pessoas vêm buscando sistematicamente produtos e serviços que causem sensações novas, prazeres e emoções inusitados, desprezando ofertas que não contemplem essas formas de experiência” (BENI, 2011, p.74).

Ao planejar, é preciso considerar que quanto mais estratégias de diversificação, intensificação e ligação dos atrativos viáveis ao desenvolvimento dos produtos turísticos, mais interessante para o turista e competitivo um destino será. A diversidade de atrativos turísticos, e a sinergia que estes podem trazer ao destino, provocam iniciativas regionais que favorecem a competitividade e melhoram consideravelmente a experiência do turista, flexibilizando as opções para as demandas consumidoras (BENUR; BRANWELL, 2015).

Assim, Benur e Branwell (2015) apontam que são aspectos a serem vislumbrados no processo de planejamento dos destinos: a identificação e criação de circuitos turísticos integrados, os quais tenham sinergias temáticas ou espaciais entre produtos, combinando produtos consolidados com novos mercados de massa ou de nicho; percepção dos recursos como fonte finita de exploração; uma gestão pública especializada e participativa; sinergias entre o público, iniciativa privada e comunidade local; internet como principal meio de atração e canal de vendas; planos municipais de turismo em favorecimento ao desenvolvimento mais ordenado do turismo, entre outros aspectos.

Corrobora com os referidos constructos as colocações de Vieira (2012) ao apontar em seus estudos a necessidade de criar uma política de inovação no turismo que favoreça a competitividade, através do fortalecimento das redes e que direcione novos caminhos e processos que visem objetivos amplos, como:

- **Reformular componentes do capital intelectual** (capital humano, organização, etc.), de forma a elevar os padrões de qualidade da oferta e procura, através da melhoria na experiência turística.
- **Criar redes de inovação entre empresas prestadoras de serviços turísticos**, visando o sincronismo entre os ativos da cadeia turística, com vistas a tornarem-se potencialmente mais inovadores.
- **Maximizar a experiência turística pelo enriquecimento dos seus componentes**, através dos serviços diferenciados e inovadores.
- **Criar centros de excelência indutores de inovação** na arquitetura hoteleira, nos processos construtivos e na engenharia de materiais, na gestão das empresas turísticas e dos serviços da administração pública, no ordenamento do território com vista à territorialização do turismo.

- **Maximizar os benefícios resultantes da aplicação do planejamento estratégico do desenvolvimento sustentado do turismo** em um quadro de equilíbrio entre os objetivos e os pilares da sustentabilidade, com vistas a salvaguardar o interesse comum.
- **Incentivar os cluster de turismo a criar fortes redes empresariais** para o sucesso nas quais seja possível implementar processos inovadores a nível do ambiente, da gestão e da relação com a administração pública e a instituições de ensino.
- **Estabelecer padrões nacionais e regionais em todas as áreas indutoras de inovação** como a construção civil, o ambiente e a fruição dos recursos turísticos, tanto para os construídos como para os naturais.

Estes apontamentos indicam que, tanto as empresas quanto os destinos precisam vislumbrar a inovação como um caráter incremental permanente, a ser aplicada aos mais distintos segmentos. Além disso, devem se articular de modo a favorecer a união entre os setores, cujo objetivo seja o de criar estratégias que venham suprir as lacunas das novas demandas.

Nessa perspectiva, Mariani et. al. (2016) alertam que o turismo atravessa uma fase onde as vantagens competitivas são temporárias, dado o dinamismo global que implica em rápidas mudanças para atender um consumidor cada vez mais exigente. Logo, para manter as vantagens competitivas sustentada, os destinos devem superar os seus concorrentes através da inovação constante, implementação de estratégias e instrumentos de gestão e marketing.

Em suma, os que desejam tornarem-se destinos turísticos competitivos devem firmar-se como territórios de inovação (RUIZ; CHIM-MIKE; GÂNDARA 2015), pois como afirma o INVATTUR (2015), a inovação é uma importante fonte de vantagem competitiva, que permite uma abertura a novas oportunidades de negócio. É um fator chave para a reinvenção permanente dos destinos turísticos. Os destinos turísticos inovadores se diferenciam antevendo as necessidades da demanda e se adaptam com mais garantias a evolução do mercado turístico. E nisso inclui a importância que se é dado ao planejamento e gestão desses espaços turísticos.

Os referidos aspectos só se tornam possíveis mediante o planejamento turístico enquanto ferramenta fundamental para o desenvolvimento das estratégias de

competitividade. São algumas dessas estratégias: uso da inovação através da criação de novos roteiros e roteiros exclusivos para grupos segmentados (idosos, famílias, pessoas com mobilidades reduzidas); roteiros autoguiados; utilização dos recursos tecnológicos para gerir os atrativos; aproximar a demanda através de estratégias de marketing e comercialização do produto, etc.; investimento em *startups* para criação de novos processos no turismo, entre outros. Por este motivo, deve haver o esforço e empenho dos gestores dos destinos para desenvolver uma cultura de planejamento orientada para a inovação como principal indutora de competitividade.

3.3 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADAS AO TURISMO: AVANÇOS E PERSPECTIVAS

3.3.1 TICS no Turismo: Conceitos, Características e Evolução

A Tecnologia da Informação, compreende o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para geração e uso da informação, tendo como principais componentes o Hardware, Software, Sistema de Telecomunicações, Gestão de Dados e Informações (LAUDON; LAUDON, 2007). Estes, por sua vez, são elementos facilitadores que permitem um fluxo contínuo de inovações.

De acordo com Buhalis (1998), corroborado por Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), as TICs são definidas como o termo coletivo dado aos desenvolvimentos mais recentes (no modo eletrônico) dos recursos, ferramentas e programas utilizados como meios técnicos para tratar a informação, analisar, armazenar, processar, gerenciar, compartilhar e aplicá-la aos distintos campos.

Configura-se, portanto, como um conjunto de tecnologias que possibilita o uso intenso da informação, e é colocada como um dos fundamentos para se obter a competitividade e excelência organizacional. Em linhas gerais, pode-se dizer que giram em torno de três meios básicos: a informática, a microeletrônica e as telecomunicações, de forma interativa e interconectada, de modo que permitem alcançar novas realidades comunicativas (CABERO,1998).

As novas realidades comunicativas ocasionadas a partir das TICs e implementadas na gestão e sistematização das informações se direcionam a dois

níveis: no nível macroeconômico e microeconômico, de acordo com Buhalis (1998). No nível macroeconômico, tornaram-se instrumentos fundamentais no desenvolvimento e prosperidade das regiões, e possibilitaram determinar a competitividade destes nos novos mercados. Já no nível microeconômico, permeiam todas as funções estratégicas e operacionais de gestão e impulsionam a competitividade dos empreendimentos (BUHALIS, 1998).

A ubiquidade tecnológica tem sido um fator chave na transformação da sociedade contemporânea, e deu origem a uma cultura em que as pessoas dependem cada vez mais de tecnologias para manter a sua estrutura social, complementar o trabalho e orientar muitos outros comportamentos promulgados no dia a dia (SIGALA, 2018).

Rüdiger (2013, p.14-15), suscita uma análise ao afirmar que,

> o maquinismo se converteu nos últimos tempos em eletrodoméstico ou série de aparelhos portáteis que, mais e mais, coordenam, medeiam e agenciam não só as atividades da casa, mas movimentam as ligações do sujeito com nossa civilização planetária. Os negócios, comunicações, pesquisas, lazeres e atividades profissionais, para não falar das relações de poder e dos laços de afetividade, passam agora todos por ele e, assim, formam uma rede de trocas e ações cujo sentido dominante, todavia, não é técnico, mas de ordem social, espiritual e histórica.

Através das múltiplas inovações, a revolução informacional tem sido um fator determinante nas transformações que tem impactado a sociedade, nas mudanças nos processos produtivos e na prestação de serviços em diferentes segmentos, e oportunizou novos conceitos e formas de interação entre os diversos campos da sociedade (CORREIA; SANTOS, 2013).

O surgimento e desenvolvimento de novas tecnologias de informação representam uma fase distinta na história e evolução das TICs e é amplamente caracterizada pela transformação da comunicação de uma forma unidirecional, para uma forma pluridirecional com alto poder de abrangência e alcance (COSTEA; HAPENCIUC; ARIONESEI, 2017). Deste modo, com o advento da internet, as fronteiras geográficas têm sido estreitadas, a informação melhor distribuída e os avanços tecnológicos têm tido uma maior visibilidade.

No turismo, as TICs geraram transformações expressivas, ao ponto de provocarem mudanças nos paradigmas, na estrutura do produto, da oferta e demanda, além de gerar diferentes oportunidades para as relações de mercado

(BUHALIS, 1998;2006). Em meio aos múltiplos cenários, muitas vezes complexos do turismo, tem-se visto as diferentes aplicações tecnológicas, que se multiplicaram vertiginosamente ao longo dos anos, terem sido cada vez mais introduzidas, tornando-se um fator chave para a competitividade nos destinos.

Como afirma Hassan (2011) e corroboram Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), as TICs tornaram-se uma realidade inerente a vida em sociedade, a partir da difusão dos computadores pessoais em meados da década de 80 do século XX, transformando desde as multinacionais às pequenas empresas, instituições públicas, o ensino, a organização e a gestão dos processos. Os termos Informática, Computador, Tecnologias de Informação e Comunicação, internet e multimídia, entre outros, foram introduzidos a sociedade, por entre fronteiras, tornando-se fundamentais na realização e reconfiguração de diversos processos.

Desse modo, Anjos (2004, p. 47) afirma que,

> [...] a tecnologia da informação, que vê seu maior desenvolvimento com o avanço da computação, da comunicação e da eletrônica, posicionou-se como um aliado indispensável para a indústria do turismo. Em vista da distância entre o produto turístico e a residência do consumidor, a TI tornou-se uma ferramenta indispensável para otimizar a gestão das informações turísticas, especialmente ligadas à decisão de compra do serviço.

No contexto do turismo, os três grandes momentos de desenvolvimento tecnológico dos últimos trinta anos, motivados pelas TICs, foram, de acordo com Ramos, Mendes filho e Lobianco (2017): os sistemas de reservas por computador (CRS) nos anos 1970, os sistemas de distribuição global (GDS) nos anos de 1980 e a internet, juntamente com as mídias sociais, a partir dos anos 1990. Pode-se considerar que, as TICs evoluíram do “com fio” (conectado pela Internet) ao “sem fio” (conectado via celular dispositivos), e agora, tecnologia inteligente (conectada através de sensores e nuvens de dados), definem uma nova era para o turismo (COSTEA; HAPENCIUC; ARIONESEI, 2015).

A evolução do CRS para os GDS, foram essenciais para simplificar a complexa rede de informações que circundavam as empresas, mais especificamente as companhias aéreas. Como resultado, criaram-se os primeiros sistemas: *Sabre, Galileo (Apollo), Amadeus (system one), Pars, Datas II*, que se desenvolveram no mercado entre as décadas de 70 e início dos anos 80, com a finalidade de gerenciar o fluxo de informações das reservas entre fornecedores e distribuidores (O’CONNOR,2001).

Um dos impactos mais importantes das TICs no turismo, foi ocasionado com a criação do *Customer Relationship Management*, ou Gestão do Relacionamento com o Cliente, abrangendo um conjunto de processos, estratégias e tecnologias para gerir o relacionamento com os clientes (turistas), buscando compreender e influenciar comportamentos, através de uma comunicação significativa, de modo a melhorar as compras, a retenção, a lealdade e também o retorno que propiciam às empresas e destinos (GUIMARÃES;JOHNSON,2007).

Essa evolução dos sistemas em termos de funcionalidade, permitiu uma grande expansão do conteúdo e das transações, ampliando o acesso das pessoas a mais destinos do mundo e facilitando a compra e operacionalização das viagens. Vale ressaltar, que os distintos sistemas provocaram uma ruptura nas formas de "fazer" turismo (O'CONNOR, 2001). Posterior ao período acima mencionado, as tecnologias da informação e comunicação, bem como a internet, continuaram provocando mudanças no turismo, quebrando paradigmas e possibilitando o avanço da atividade.

Xiang (2017), apresenta uma revisão das pesquisas desenvolvidas nos últimos vinte anos acerca das TICs no turismo. O autor argumenta que o conhecimento criado nas duas últimas décadas, estão relacionados a duas eras distintas. A primeira delas é a Era da Digitalização entre 1997-2006, e a segunda, Idade da Aceleração, compreendendo o período de 2007-2016, ambos são períodos que refletiram a compreensão geral de como a tecnologia transformou a sociedade e a economia desta.

No que tange a era da digitalização, esta tornou-se conhecida pelo desenvolvimento inicial da internet como ferramenta comercial, com destaque para a World Wide Web (w.w.w), que se desenvolveu de uma forma exponencial desde 1993 (HASSAN,2011). Durante esta era alguns termos passaram a se tornar "domésticos", tais como *Lan*, *Netscape Navigator*, página da *Web*, e-mail, *desktop*, *laptop*, celular, *e-commerce*. O domínio de negócios na internet passou pelo desenvolvimento inicial e depois pela explosão do comércio eletrônico. "Durante esta época, a tecnologia foi vista em grande parte como um meio, uma ferramenta e um objeto" (XIANG, 2017, p.2).

Como o próprio nome já pressupõe, a idade da aceleração culminou com a tecnologia associada ao uso expansivo da internet, sobretudo, na geração de conteúdo pela ampla gama de usuários, e a difusão de tecnologias e dispositivos para

além das casas e escritórios (XIANG, 2017). O *wifi*, redes *wireless*, a *Web* 2.0, o *tablet*, os *smartphones* cada vez mais tecnológicos e “inteligentes”, consolidaram à ubiquidade tecnológica. Aliados a isso, a expansão dos GPS, dos SIG, *Qr codes*, *drones*, a aplicação da Realidade Virtual, da Realidade aumentada e a Internet das Coisas com o surgimento de máquinas de inteligência artificial, são inovações substanciais que tem se desdobrado em novas práticas e caminhos para pensar e desenvolver o turismo.

Destarte, na mesma intensidade em que o final do século XX foi marcado por descobertas e potencialidades evidenciadas com a expansão da internet, o início do século XXI teve seu contexto tecnológico impactado pelas possibilidades advindas da integração da conectividade aos distintos processos no cotidiano (LIMA, 2017). Redes e dispositivos que antes eram estáticos e de alcance limitado, tornaram-se móveis e pervasivos, características essenciais da ubiquidade que impera na nova era (LIMA, 2017).

A simultaneidade da informação é um ganho inestimável para a humanidade. De acordo com Fokina (2013), a inovação e os avanços das TICs alcançadas nos últimos anos, no âmbito do desenvolvimento da conectividade e dos processamentos, foram substanciais para o crescimento econômico global do turismo. A disseminação da banda larga, que constituiu um dos maiores desafios do século XXI, tem eliminado de maneira gradual as barreiras geográficas em algumas partes do mundo, e concomitante, os fluxos turísticos tem se elevado, e se redistribuído para outros destinos ainda não consolidados.

A internet revelou-se como um campo atrativo de vantagens, e em virtude do seu alcance a um número cada vez maior de turistas, as expectativas para com as viagens foram mudando, se reconfigurando, ao passo que gerou um interesse maior por “fazer turismo”, motivados em grande parte pela publicidade através das mídias sociais. Neste sentido, o empoderamento tecnológico dos turistas transformaram consumidores passivos em cocriadores ativos de suas próprias experiências (SIGALA, 2018).

Ao contrário dos bens duráveis, os serviços de turismo são intangíveis e usualmente não podem ser fisicamente exibidos ou inspecionados antes da compra. Eles são comprados antes do uso e longe do local de consumo. Portanto, dependem exclusivamente de representações e descrições fornecidas pelo comércio de viagens,

por sua capacidade de atrair os consumidores (BUHALIS, 1998;2006). Logo, as plataformas de comunicação, como exemplo: *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Snapchat*, *Linkedin*, *Twitter*, *WhatsApp*, e o uso massivo dos aplicativos móveis, tornaram-se importantes veículos de informação, e fortemente “redefiniram o papel da internet que passou de uma plataforma de publicação para uma plataforma de comunicação” (XIANG,2017, p.2), possibilitando ao turista, fazer suas escolhas virtualmente, de acordo com suas preferências e motivações.

De forma análoga, as tecnologias suscitaram o aumento da produtividade, possibilitando às organizações obterem vantagens competitivas ao proverem canais diretos e síncronos com os mais distintos perfis de clientes. Em consonância, favoreceu a comunicação entre as organizações e melhorou consideravelmente a mobilidade dos turistas.

A inovação tecnológica, através da conectividade permeando a interação entre os usuários, favoreceu o surgimento de novos negócios alinhados com a emergente filosofia colaborativa, entre os quais adquiriram maior notoriedade o *Airnbnb*, no fornecimento de hospedagem de forma compartilhada ao estilo cama e café, e o Uber com uma modalidade de serviços de deslocamento compartilhado, ou não, a baixo custo. Essas novas modalidades de compartilhamento tornaram-se uma parte indissociável do turismo, por serem tipos de inovações disrruptivas que crescerem em atendimento a vertical dos novos perfis de demanda, visando promover uma melhor experiência do turista (BLANCO, 2015).

O modelo colaborativo, *Airnbnb*, apresenta um amplo horizonte competitivo o qual afeta o mercado, sobretudo, do setor hoteleiro tradicional, que precisa adaptar-se à nova realidade de um novo concorrente direto, principalmente dos estabelecimentos de categoria econômica, buscando desenvolver ferramentas que atraiam seu público alvo e satisfaçam suas novas necessidades. Esses novos desdobramentos perpassaram pelos mais distintos setores do turismo.

Tendo em vista esses aspectos, Baidal, Monzonís e Sanchez (2016) salientam que as forças propulsoras dessa série de mudanças podem ser resumidas em três seções fundamentais: evolução tecnológica rápida, mudanças na demanda turística em virtude das tecnologias, e uma busca por maior competitividade entre os destinos. Assim sendo, os destinos turísticos precisarão adequar-se ao adotar as inovações como forma de melhorar a competitividade, ampliando para novas práticas de

planejamento, novas práticas gerenciais e novos modelos e adequação dos produtos turísticos.

Desse modo, não há equívocos em considerar, que as inovações, especialmente as inovações tecnológicas, são fatores primordiais para o desenvolvimento do turismo, e o acompanhamento de todo o percurso evolutivo permite orientar diretrizes ao planejamento e gestão dos destinos, uma vez que o perfil dos consumidores tem mudado, se informatizado e consequentemente se tornado mais global e exigente.

Tendo em vista esses aspectos, o uso das TICs na gestão do turismo se faz necessária, a medida em que colabora com um desenvolvimento mais sustentável, e este fato pode ser caracterizado a partir de duas dimensões: a primeira é o desenvolvimento de produtos com tecnologias que proporcionem uma gestão de recursos eficaz em todos os subsetores (agências de viagens, setor de transporte, instalações de alojamento, etc., gestão pública) que formam o turismo; e o segundo é o desenvolvimento de TICS que facilitam o compartilhamento de informações em escala global (YALÇINKAYA; ATAY; KORKMAZ, 2018), que promovam e intermedeiem as relações entre os consumidores turistas e os distribuidores, de modo globalizado.

Diante dessas questões, Xiang (2017) avalia que, as distintas mudanças causadas pelo desenvolvimento das TICs têm sido profundas, impactantes e de grande alcance, e as pesquisas refletem a compreensão geral de como a tecnologia muda a sociedade e a economia. O autor afirma que, sempre haverá inovações e avanços que desafiem a previsão para o que virá, muito embora, o delinear das tecnologias nos últimos anos já é um indicativo de que, para o turismo, acompanhar as evoluções é um aspecto primordial.

Pelo exposto, considera-se que a evolução tecnológica dos últimos anos permeou os cenários turísticos de modo mais expressivo nas relações de mercado, ao passo que foram desenvolvidas novas formas de gestão e de estratégias competitivas para aproximação entre cliente/mercado, todavia, não chegaram de maneira específica na gestão pública, com o propósito de facilitar, por exemplo, o planejamento e a gestão dos municípios turísticos (GRETZEL et. al.,2015).

As TICs evoluíram do foco na funcionalidade e usabilidade das primeiras aplicações, para um meio de comunicação e persuasão online, e finalmente, para uma entidade inteligente que entende as necessidades e desejos pessoais dos viajantes (XIANG, 2017). Tendo em vista esses aspectos, os destinos turísticos, através dos setores público e privado, devem investir nas TICS como maneira de facilitar o planejamento e a gestão, e melhorar os níveis de atratividade dos seus destinos.

3.3.2 A Relevância dos Softwares para o Desenvolvimento e Gestão da Atividade Turística

O software, tecnologia única e de grande importância no cenário mundial, é, de acordo com Pressman (2011), um produto desenvolvido por profissionais, e composto por programas executáveis em computadores e dispositivos móveis. Compõe uma estrutura de dados e documentos, e oferece o mais importante produto da atualidade: a informação. Configura-se como produto e ao mesmo tempo funciona como um veículo para distribuir um produto,

> como produto fornece o potencial computacional representado pelo hardware, ou de forma mais abrangente por uma rede de computadores que podem ser acessados por hardware local. Independentemente de residir em um celular ou operar dentro de um computador. O Software, é um transformador de informações, produzindo, gerenciando, adquirindo, modificando, exibindo, ou transmitindo informações que podem ser tão simples quanto um único Bit ou tão complexos quanto uma apresentação multimídia, derivada de dados obtidos de dezenas de fontes independentes (PRESSMAN, 2011, p.31).

Desse modo, a criação dos softwares visa auxiliar os distintos processos, tornando-os cada vez mais operacionais, a medida em que transforma dados pessoais ou corporativos de maneira que possa ser mais útil em uma determinada situação ou contexto, facilitando o usuário em tarefas específicas que englobem o processamento de dados para gerar as informações, de modo mais eficiente, ágil e assertivo.

As aplicações de software facilitam a vida das pessoas e organizações e estão contidas nos diversos usos cotidianos, que vão desde um simples e-mail a terminais de autoatendimento (caixas eletrônicos). Portanto, quanto mais a tecnologia evolui, quanto mais a humanidade se globaliza, quanto mais atividades as pessoas realizam, maior tem sido o impacto do software na sociedade e cultura desta.

Para entender o que de fato é um software e sua importância no mundo contemporâneo, é preciso compreender as dinâmicas inerentes aos processos que o

torna diferente dos produtos físicos. O software faz parte de um sistema lógico, que a partir de agrupamentos de comandos escritos e executáveis, dentro de uma linguagem de programação específica, são traduzidos em ações que podem ser compreendidas por um computador (CARVALHO, 2006). Logo, são abstratos e intangíveis e podem ser aplicados a qualquer situação em que tenha sido previamente especificado um conjunto de passos procedimentais a seguir (SOMMERVILLE, 2011). Estes devem ser planejados e geridos como os projetos de manufatura, em virtude da importância em aliar tecnologia a linguagens envolvidas nos processos, com a finalidade de atender as demandas, simples ou complexas, dos distintos usuários.

O conteúdo das informações e a previsibilidade são fatores importantes na determinação da natureza de um software. Essa aplicabilidade foi subdividida por Pressman (2011) em sete grupos. Estes, de acordo com as explanações de Parreira Júnior (2013) e Fabris; Perini (2014), são:

QUADRO 6: CATEGORIAS DE SOFTWARE

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Software de sistema/básico	Consistem em um conjunto de programas feitos para atender outros programas como: compiladores, editores, utilitários, entre outros. Tem como característica uma forte interação com o hardware, operações concorrentes, compartilhamento de recursos, uso por múltiplos usuários e múltiplas interfaces. Ex: Windows.
Software de aplicação	São aplicações desenvolvidas para solucionar uma necessidade de negócio de um cliente específico, de modo a facilitar o gerenciamento comercial do negócio, permitindo também a tomada de decisão. Ex: Microsoft Office.
Software científico/de engenharia	São caracterizados por possuir algoritmos para processamento numéricos pesados, dependentes da coleta e processamento de dados para as mais variadas áreas do conhecimento. Ex: MatLab, AutoCad.
Software embutido	São desenvolvidos para implementar, executar e controlar atividades muito específicas e inseridas em produtos inteligentes, tanto para atividades comerciais como para atividades domésticas, em atendimento a funções para um usuário final ou para o próprio sistema. Ex: Computador de bordo.
Softwares para linhas de produtos	Projetados para prover uma necessidade específica para uso de diferentes públicos. Pode ser dirigido a um mercado particularizado (como um software para controle de estoque) ou a mercados de consumo de massa

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
	(processamento de texto, planilhas eletrônicas multimídia, entretenimento, etc.).
Softwares de aplicações web ou "*WebApps*"	Conjunto de arquivos de hipertextos interconectados, integrados a banco de dados coorporativos e atividades comerciais, que fornecem recursos especializados, de funções computacionais e de conteúdos para o usuário final. Ex: SPOTUR.
Software de inteligência artificial:	Usa algoritmos não numéricos para solucionar problemas complexos que não são passíveis de computação ou análise direta. As aplicações se destinam normalmente às áreas de robótica, sistemas especialistas, reconhecimento de padrões (de imagem e voz), redes neurais artificiais, provas de teoremas, jogos etc. (FABRIS; PERINI, 2014).

Fonte: Adaptado de Pressman (2011), Parreira Júnior (2013) e Fabris; Perini (2014).

Os distintos tipos de aplicação visam atender os interesses por parte dos usuários, através do conjunto de operacionalidades que unidos, software e hardware, viabilizam a implementação de processos que facilitam o dia a dia (PRESSMAN, 2011). As organizações e destinos turísticos que mantém a qualidade operacional, e dão atenção em igual intensidade a todos os componentes do SI, no que abrange pessoas, dados, procedimentos, hardware e software, sem descuidar de nenhuma dessas partes, tendem a serem muito mais competitivos e a maximizarem os resultados positivos.

Sob esse prisma, é possível considerar que diante do mundo cada vez mais globalizado e tecnológico, o desenvolvimento das tecnologias, bem como dos softwares tem alcançado um patamar de importância elevado, sendo incorporado em diversas áreas, favorecendo além da otimização dos processos, o aumento da competitividade das organizações, através do melhoramento das práticas de gestão.

No turismo, a circulação, manipulação, coleta e gerenciamento de informações no que abrange a dinâmica de toda a cadeia turística, seja para fins de comercialização, realização de pesquisas ou para fins de gestão, não é possível apenas por meio de esforços manuais (REGMI, 2010). Assim, o desenvolvimento e implementação dos softwares tornaram-se uma exigência para atender as necessidades de processamento das variadas informações que concernem os processos de planejamento, organização e gestão.

Quanto a aplicabilidade no turismo, os softwares são importantes a medida em que viabilizam a gestão e comercialização dos produtos e serviços e pela sua capacidade em armazenagem de dados, facilita no processo de decisão a curto, médio e longo prazo, mesmo com toda a dinamicidade da atividade.

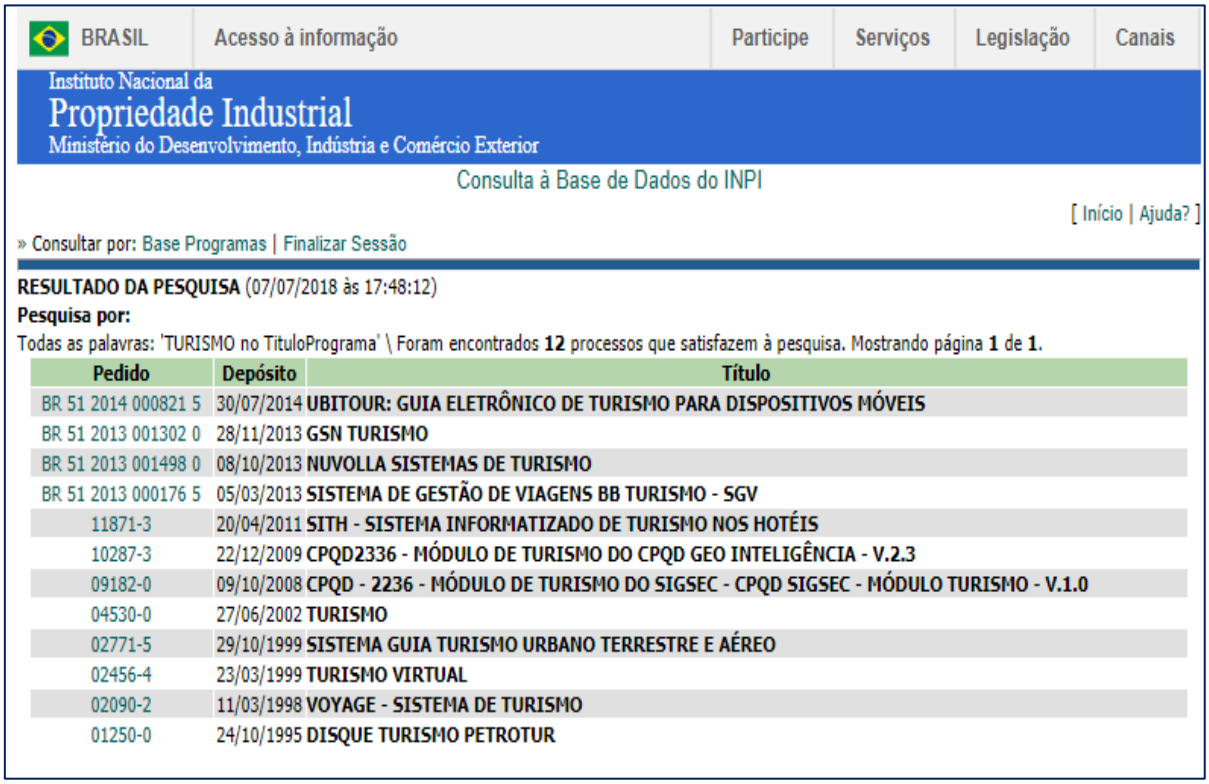
Como explica Regmi (2010), cada entidade da cadeia turística, por exemplo: as operadoras, agências de viagem, fornecedores de transporte, provedores de hospedagem, restaurantes, centros de atividades recreativas, etc., ofertam diferentes produtos e serviços, em razão disso, tem sido beneficiado pelo uso de sistemas específicos para gerenciar e manter a organização dos dados, e para desenvolver a colaboração com outras partes interessadas. Assim, os softwares são as principais ferramentas para geração, processamento e entrega de informações no turismo (REGMI, 2010).

Os distintos segmentos de atuação no turismo, tem sido proativos em relação à adoção de novas tecnologias, e percebe-se que ambos progrediram, tecnologia e turismo, um em decorrência do outro. Porém, o desenvolvimento de softwares aplicados a gestão pública do turismo ainda é bastante incipiente.

Este fato pode ser melhor visualizado, a partir dos resultados obtidos em buscas realizadas na base de solicitação e registro de software do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. O INPI é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, tendo por atribuições o aperfeiçoamento, a disseminação e a gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria (MELLO,2016.)

Os resultados obtidos a partir da inserção e busca dos termos: “turismo” (FIGURA 7), “turístico” (FIGURA 8), “planejamento” (FIGURA 9) e “plano” (FIGURA 10) apontam para um quantitativo de apenas 161 registros concedidos nos últimos anos.

FIGURA 7- CONSULTA À BASE DE DADOS DO INPI. BUSCA COM O TERMO: TURISMO



BRASIL | Acesso à informação | Participe | Serviços | Legislação | Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Base Programas | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (07/07/2018 às 17:48:12)

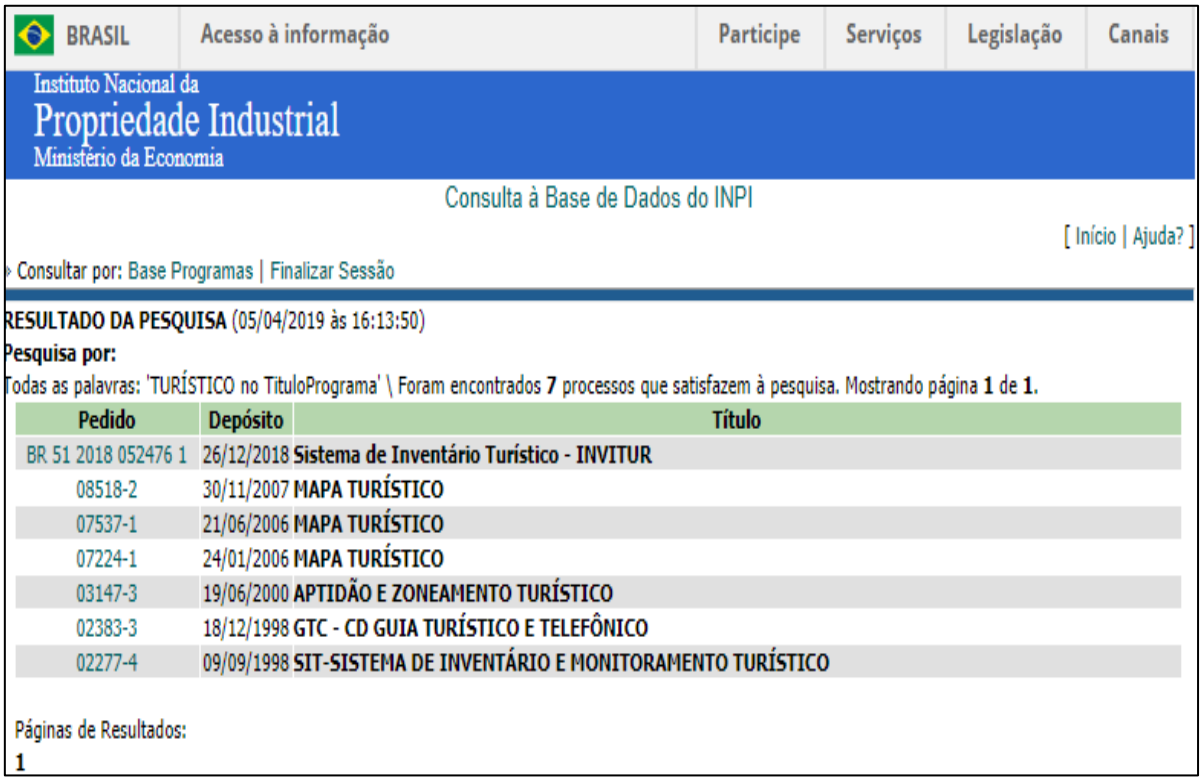
Pesquisa por:

Todas as palavras: 'TURISMO no TituloPrograma' \ Foram encontrados **12** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **1**.

Pedido	Depósito	Título
BR 51 2014 000821 5	30/07/2014	**UBITOUR: GUIA ELETRÔNICO DE TURISMO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS**
BR 51 2013 001302 0	28/11/2013	**GSN TURISMO**
BR 51 2013 001498 0	08/10/2013	**NUVOLLA SISTEMAS DE TURISMO**
BR 51 2013 000176 5	05/03/2013	**SISTEMA DE GESTÃO DE VIAGENS BB TURISMO - SGV**
11871-3	20/04/2011	**SITH - SISTEMA INFORMATIZADO DE TURISMO NOS HOTÉIS**
10287-3	22/12/2009	**CPQD2336 - MÓDULO DE TURISMO DO CPQD GEO INTELIGÊNCIA - V.2.3**
09182-0	09/10/2008	**CPQD - 2236 - MÓDULO DE TURISMO DO SIGSEC - CPQD SIGSEC - MÓDULO TURISMO - V.1.0**
04530-0	27/06/2002	**TURISMO**
02771-5	29/10/1999	**SISTEMA GUIA TURISMO URBANO TERRESTRE E AÉREO**
02456-4	23/03/1999	**TURISMO VIRTUAL**
02090-2	11/03/1998	**VOYAGE - SISTEMA DE TURISMO**
01250-0	24/10/1995	**DISQUE TURISMO PETROTUR**

Fonte: INPI, 2018.

FIGURA 8- CONSULTA À BASE DE DADOS DO INPI. BUSCA COM O TERMO: TURÍSTICO



BRASIL | Acesso à informação | Participe | Serviços | Legislação | Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Base Programas | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (05/04/2019 às 16:13:50)

Pesquisa por:

Todas as palavras: 'TURÍSTICO no TituloPrograma' \ Foram encontrados **7** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **1**.

Pedido	Depósito	Título
BR 51 2018 052476 1	26/12/2018	**Sistema de Inventário Turístico - INVITUR**
08518-2	30/11/2007	**MAPA TURÍSTICO**
07537-1	21/06/2006	**MAPA TURÍSTICO**
07224-1	24/01/2006	**MAPA TURÍSTICO**
03147-3	19/06/2000	**APTIDÃO E ZONEAMENTO TURÍSTICO**
02383-3	18/12/1998	**GTC - CD GUIA TURÍSTICO E TELEFÔNICO**
02277-4	09/09/1998	**SIT-SISTEMA DE INVENTÁRIO E MONITORAMENTO TURÍSTICO**

Páginas de Resultados:
1

Fonte: INPI, 2019.

Como pode ser observado, as solicitações de registro de software específicos para o turismo, via INPI, apontam para um quantitativo reduzido, os quais indicam apenas 12 registros de depósito para o termo “turismo” e 7 para “turístico”. Além disso, os sistemas registrados apresentados nas referidas buscas (FIGURA 7 e 8), são voltados para aplicações tecnológicas de setores comerciais da atividade, como agências de viagens, hotelaria, serviços de transporte e aplicativos para o marketing turístico (Ubitour; Turismo Virtual; Mapa Turístico). Dentre os resultados, pode-se observar o registro de uma versão do Sistema de Inventário Turístico o INVITUR (FIGURA 8), contabilizando apenas uma ação que pode servir de suporte à gestão pública.

Através das buscas com os termos chave: “planejamento” e “plano” (FIGURA 8) (FIGURA 9), pretendeu-se verificar as aplicações de softwares voltados para a parte de planejamento e planos que por ventura pudessem servir de apoio também ao turismo, ou para suporte a elaboração de planos municipais. Porém, aos resultados foram ainda menos expressivos e não apresentaram nenhum resultado com aplicação na área.

FIGURA 9- CONSULTA À BASE DE DADOS DO INPI. BUSCA COM O TERMO: PLANEJAMENTO

BRASIL | Acesso à informação | Participe | Serviços | Legislação | Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Base Programas | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (24/03/2019 às 18:08:46)
Pesquisa por:
Todas as palavras: 'PLANEJAMENTO no TituloPrograma' \ Foram encontrados **98** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **5**.

Pedido	Depósito	Título
BR 51 2018 052312 9	06/12/2018	**Sistema de Planejamento e Monitoramento do Plano Plurianual**
BR 51 2018 052281 5	05/12/2018	**Novo Sistema de Planejamento e Monitoramento Plano Plurianual**
BR 51 2018 052000 6	29/10/2018	**NAS Web - Gerenciamento em rede do APP NAS - APP para avaliação e planejamento da carga de trabalho de enfermagem utilizando o "Nursing Activities Score"**
BR 51 2018 051999 7	29/10/2018	**APP NAS - Aplicativo móvel para avaliação e planejamento da carga de trabalho de enfermagem utilizando o "Nursing Activities Score"**
BR 51 2018 051975 0	26/10/2018	**PrBL Tool - Uma ferramenta para planejamento, execução e avaliação de Aprendizagem baseada em Projetos**
BR 51 2018 051831 1	02/10/2018	**Planejamento otimizado de produção utilizando mecanismos de planejamento leve que resolve os problemas de otimização de alocação de trabalho de forma eficiente.**
BR 51 2018 051700 5	17/09/2018	**SPA - Sistema de Auxílio ao Planejamento de Atividades Docente**
BR 51 2018 051624 6	11/09/2018	**SOMASIG PLANEJAMENTO TERRITORIAL**
BR 51 2018 001289 2	26/07/2018	**Fittraining - Programa para Planejamento, Periodização, Prescrição e Controle de treinamento para academias de musculação.**
BR 51 2018 001152 7	10/07/2018	**EVOP SOFTWARE PARA ORÇAMENTO PLANEJAMENTO E GESTÃO DE OBRAS**
BR 51 2018 001003 2	21/06/2018	**Engenharia de Produção Agrícola Assistida por Computador, Planejamento, Modelagem, Programação e Gestão**
BR 51 2018 000786 4	23/05/2018	**ARRANCELL - Software para Planejamento de Células de Produção**
BR 51 2018 000515 2	16/04/2018	**SCOPI - Software de Planejamento Estrategico**
BR 51 2018 000099 1	19/01/2018	**MMS Plan - Programa para Planejamento, Periodização, Prescrição e Controle de treinamento de atletas de modalidades esportivas individuais**
BR 51 2017 001666 6	21/12/2017	**PLANEX-OR Planejamento e Execução de Orçamentos**
BR 51 2017 001566 0	10/12/2017	**PEMCE Planejamento Estratégico por Modelagem de Cenários**

Fonte: INPI, 2018.

FIGURA 10- CONSULTA À BASE DE DADOS DO INPI. REGISTROS COM O TERMO: PLANO.

BRASIL | Acesso à informação | Participe | Serviços | Legislação | Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Base Programas | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (24/03/2019 às 18:13:07)
Pesquisa por:
Todas as palavras: 'PLANO no TituloPrograma' \ Foram encontrados **46** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **3**.

Pedido	Depósito	Título
BR 51 2019 000466 3	18/03/2019	MODELO FINANCEIRO PARA PLANO DE NEGÓCIOS
BR 51 2018 052312 9	06/12/2018	Sistema de Planejamento e Monitoramento do Plano Plurianual
BR 51 2018 052281 5	05/12/2018	Novo Sistema de Planejamento e Monitoramento Plano Plurianual
BR 51 2018 052145 2	21/11/2018	SISTEMA DE ACOMPANHAMENTO DO PLANO DIRETOR DA MARINHA
BR 51 2018 051583 5	05/09/2018	Sistema de Cobrança para Operadoras de Plano de Saúde
BR 51 2018 000491 1	12/04/2018	PLANO DE DESENVOLVIMENTO INDIVIDUAL
BR 51 2017 000751 9	27/06/2017	PLANO DE AÇÃO
BR 51 2017 000157 0	22/02/2017	TRIXEL - LT PLANO DE VOO
BR 51 2016 001663 9	02/12/2016	PLANO DE AÇÃO
BR 51 2016 001224 2	16/09/2016	ÍCONE/BOTÃO DE SOCORRO E AVISOS COM SUA VISUALIZAÇÃO EM PRIMEIRO PLANO PARA DISPOSITIVOS INFORMANDO A LOCALIZAÇÃO GPS A UM APLICATIVO /WEBSITE/HOSPEDAGEM/BANCO DE DADOS
BR 51 2016 001055 0	10/08/2016	GPSI - GESTOR DE PLANO DE SAÚDE INTEGRADO
BR 51 2016 000552 1	13/05/2016	SOULMV - GESTÃO DE OPERADORAS DE PLANO DE SAÚDE
BR 51 2016 000477 0	29/04/2016	CPQD3243 - APLICAÇÃO DE PLANO DE CONTROLE GMPLS PARA TECNOLOGIA DE COMUTAÇÃO WDM - XCPWDM - APPLICATION - V.3..0.0
BR 51 2016 000353 7	07/04/2016	PLANO DE GESTÃO DE RISCO DINÂMICO
BR 51 2015 000329 1	10/04/2015	CCPQD3109 - MÓDULO DE CONFIGURAÇÃO DE PLANO DE CONTROLE GMPL PARA TECNOLOGIA DE COMUTAÇÃO OTN BASEADO EM YANG - XCP-OTN-NORTHBOUND - V.1.0.0
BR 51 2015 000330 5	10/04/2015	CPQD3108 - APLICAÇÃO DE PLANO DE CONTROLE GMPLS PARA TECNOLOGIA DE COMUTAÇÃO OTN - V.1.0.0
BR 51 2014 000789 8	24/07/2014	GESPLAN - SISTEMA DE GESTÃO DO PLANO MESTRE
BR 51 2014 000633 6	13/06/2014	PLANO DE MARKETING MULTINIVEL - ENERGIA PARA A VIDA

Fonte: INPI, 2018.

Como pode ser observado, as aplicações tecnológicas especificamente voltadas para a gestão pública do turismo, são incipientes.

Os resultados pouco expressivos, acerca do desenvolvimento de softwares e aplicações tecnológicas para a área de turismo, são refletidos também nas reduzidas publicações científicas, que não apresentam um panorama teórico que retrate a criação e usos dos softwares com suas variáveis de aplicação na gestão pública do turismo.

Seixas e Peneiras (2015) corroboram ao afirmarem que não existe um percurso expressivo e consolidado para o desenvolvimento de softwares de gestão, bem como, não existe um grupo voltado especificamente para as empresas de tecnologia do setor de turismo, havendo, portanto, espaço para a inserção no mercado de softwares de gestão, sobretudo, para o setor de turismo, uma vez que estes poderão impactar positivamente no desenvolvimento turístico e na gestão das localidades.

As novas tendências tecnológicas apontam para o uso de ferramentas cada vez mais ágeis e preferencialmente aplicações em aspectos como o planejamento e

gestão do turismo. Isso implica dizer que é primordial a criação de nichos de software que atendam as demandas para além dos mercados tradicionalmente já conhecidos.

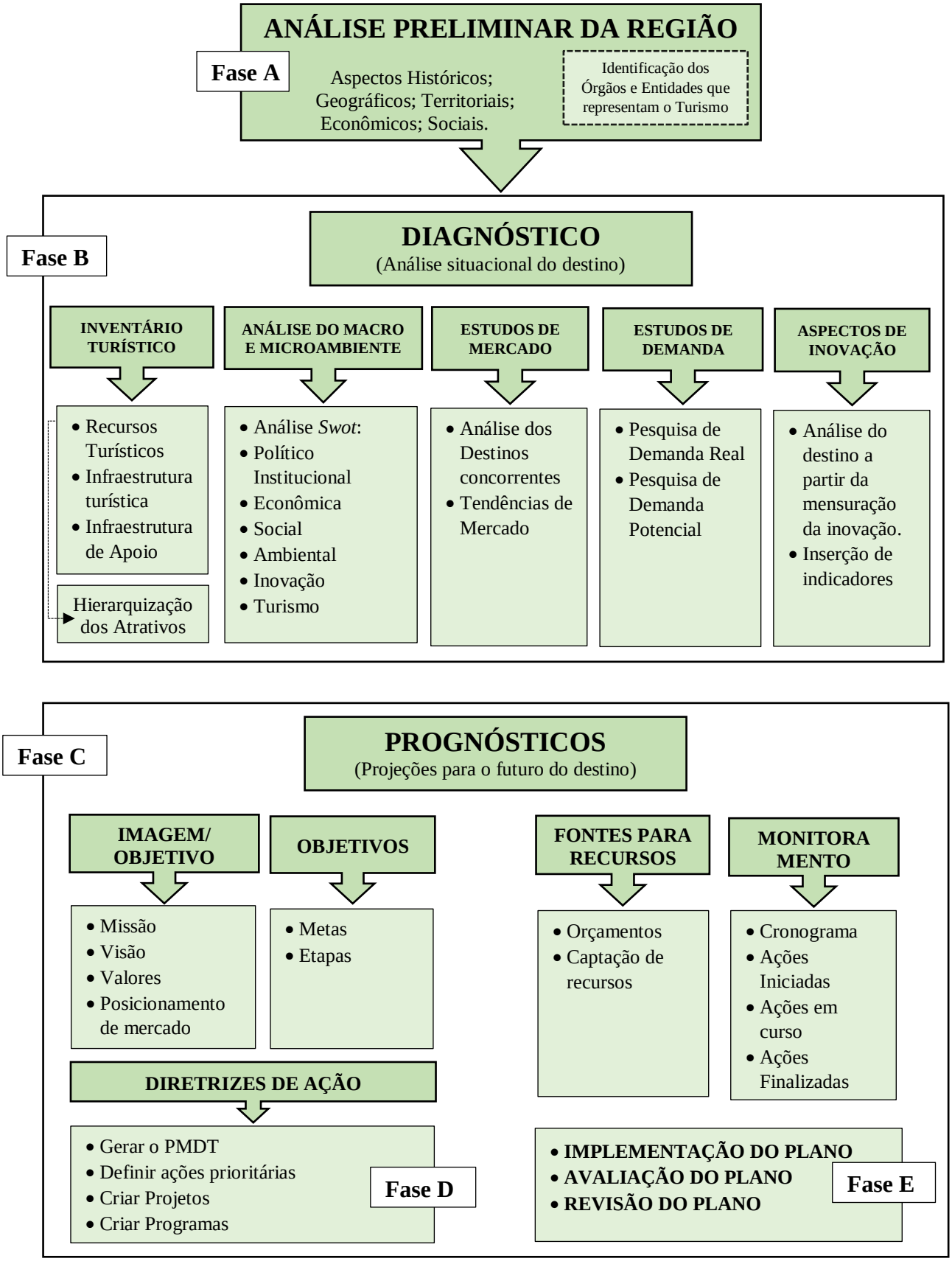
4 PROCESSO METODOLÓGICO PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO

A proposição do Trabalho de Conclusão de Curso do Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Turismo/PPMTUR-IFS, consiste na transferência do conhecimento técnico-científico para o mercado, através do desenvolvimento de soluções que possam impactar positivamente a sociedade, no que abrange a criação e desenvolvimento de novos processos, programas, produtos, etc., voltados para o desenvolvimento do Turismo. Para tanto, o presente trabalho, conforme apresentado nos objetivos, atende a premissa da criação de uma Metodologia de Planejamento e Gestão do Turismo e da criação de um software para implementação da referida metodologia. Neste capítulo apresenta-se a proposta metodológica.

O desenvolvimento da metodologia visa o planejamento em nível local, através de uma proposta adequada à gestão do turismo nos limites municipais. A delimitação das etapas buscou atender prioritariamente três pontos: o primeiro deles foi a seleção de variáveis dentro do contexto teórico estudado, pois não adiantaria elencar etapas que fugissem da realidade amplamente debatida pelos autores; o segundo critério foi a facilidade de execução, no qual as etapas selecionadas fossem possíveis de serem executadas por gestores, independente do seu conhecimento teórico acerca do planejamento turístico. O terceiro fator de impacto foi a possibilidade de implementação das etapas metodológicas no software proposto, uma vez que o objetivo inicial foi atender as demandas das novas tecnologias, buscando alternativas para viabilizar a gestão pública do turismo.

É importante frisar que, o desenvolvimento da metodologia atende primariamente o processo operacional do planejamento turístico, servindo como norteador para elaboração dos Planos Municipais. Apesar da metodologia ter sido elaborada visando a implementação no software, a utilização desta, através das etapas sequenciais, também poderá ser feita de modo independente do sistema, tendo como resultado a elaboração do planejamento turístico.

FIGURA 11 - METODOLOGIA DE PLANEJAMENTO OPERACIONAL DO TURISMO



Fonte: Elaboração Própria, 2018.

O roteiro de planejamento proposto, consiste num percurso sequencial, que tem por objetivo instruir o gestor do turismo na realização das tarefas que concernem o planejamento turístico, de modo simplificado e operacional, para que seja possível lograr êxito na construção dos PMDT. A mesma, foi elaborada a partir das análises acerca das metodologias de planejamento turístico e dentro das diretrizes mínimas exigidos pelo Ministério do Turismo.

A metodologia proposta foi dividida em fases (**FASE A, B, C, D, E**), as quais propõem um estudo acerca do objeto pesquisado. Contemplam: uma análise preliminar do destino (**FASE A**), através de um resgate de aspectos já evidentes, bem como, da realização de um diagnóstico (**FASE B**), sobretudo, dos fatores que implicam positivamente e negativamente no ambiente interno e externo ao destino. O objetivo, é que através dessas análises possam ser traçados prognósticos (**FASE C**) que estimulem a criação de diretrizes de ação (**FASE D**), a serem efetivamente implementadas, avaliadas e constantemente revisadas (**FASE E**).

De acordo com a metodologia proposta, a correta utilização para a realização do planejamento operacional do turismo, deverá obedecer a sequência apresentada (FIGURA 11), cujas fases estão descritas a seguir:

- **FASE A: Análise preliminar da região**

Qualquer iniciativa no planejamento turístico, tem como pressuposto o conhecimento acerca do destino, ou seja, do núcleo receptor, onde o município ou objeto estudado deverá ser perfeitamente caracterizado no tempo (história) e espaço (geografia) (DIAS, 2003); (BRAGA, 2007).

Desse modo, neste modelo propõe-se, inicialmente, a análise preliminar da região. Esta é uma fase na qual devem ser realizados um resgate dos dados que já são evidenciados e disponíveis sobre a localidade. Estes dados são relativos aos aspectos geopolíticos e administrativos, através do levantamento de informações no que abrangem: aspectos históricos, geográficos, territoriais, econômicos e sociais, bem como, os padrões culturais evidentes no destino, que forneça posteriormente informações sobre área, população, limites, altitudes, clima, atividades econômicas dentre outros aspectos.

Concomitante, também instrui-se ao registro das entidades e dos órgãos representativos do turismo, ou seja, o *trade turístico*, para que sejam identificados os

possíveis parceiros na realização do planejamento, nos projetos e ações a serem desenvolvidas, bem como para a captação de recursos, caso necessário.

- **FASE B: Diagnóstico**

A etapa do diagnóstico é o ponto central e providencial do planejamento. É o momento em que serão levantadas as informações que permitirão chegar a um diagnóstico conclusivo do destino, para posteriormente traçar as diretrizes de ação. É a etapa que permite conhecer com certa precisão o agora, para modificar a realidade a partir de objetivos bem definidos, em um espaço de tempo a curto, médio e longo prazo.

O diagnóstico é elementar ao planejamento do turismo, uma vez que prescinde de ordenação e distribuição de infraestruturas no território, estabelecimento de relações e avaliação das reais potencialidades (MINASI, 2017). Desse modo, instrui-se ao desenvolvimento dessa etapa indicando a realização de uma leitura do cenário, de forma a atualizar a análise situacional do destino, verificando os aspectos negativos no que abrange as problemáticas e carências e dos aspectos positivos como as potencialidades atuais e futuras.

Para Vignati (2012) essa fase pode incluir análises econômicas, sociais, da demanda, estudos técnicos e pesquisas com a população local e com os visitantes e turistas. Além disso, os elementos identificados devem levar em consideração: as tendências de turismo; o que os viajantes estão procurando, para onde estão indo e quais são suas preferências; os movimentos turísticos a nível nacional, quantos são e qual o perfil dos turistas nacionais e estrangeiros; o marco legal e prioridades da política nacional de turismo; a legislação relativa ao turismo, meio ambiente, planejamento urbano; e por fim aspectos da concorrência, sobretudo, dos destinos turísticos com características semelhantes ou que pertencem à uma área geográfica imediata(SECTUR, 2003).

Ao optar pela atividade turística como vetor econômico local e regional, é importante, também, que sejam mapeados os diferentes cenários a partir de estudos técnicos, para que se possa estabelecer e entender a capacidade de carga do município para o turismo (CNM, 2019).

As conclusões do diagnóstico servirão para: estabelecer estratégias para atração de turistas apropriados ao tipo de turismo praticado no destino; entender que

o que ocorre ao redor pode afetar o turismo municipal; aproveitar as características particulares do município; ter clareza quanto aos aspectos negativos e o que falta ao destino, para que seja possível trabalhar em prol de resolver essas carências (SECTUR, 2003).

Deste modo, quanto mais elementos constem na etapa do diagnóstico, mais claro será o entendimento acerca do destino e do seu entorno, e mais próximo do real será esta análise. Cumpre-se a etapa utilizando-se de diversos procedimentos metodológicos que vão desde pesquisa teórica de gabinete (a partir de relatórios, dados estatísticos, entrevistas) a diagnósticos participativos, através de oficinas, audiências públicas, debates e etc., com a comunidade local, que possibilitem as percepções coletivas.

Na referida metodologia incluiu-se na etapa do diagnóstico: os inventários, conforme indicação do Ministério do Turismo, com os quais é possível identificar recursos turísticos, infraestrutura turística disponível, infraestrutura de apoio, e possibilita realizar a hierarquização dos atrativos; incluiu-se também, análise do macro e microambiente, os estudos de mercado, estudos de demanda real e potencial e indicadores de inovação, conforme descrição:

- ***Inventário da Oferta Turística***

Para fundamentar o planejamento e a gestão do turismo Brasileiro, preconiza-se a realização do Inventário da Oferta Turística (BRASIL, 2011a). O Inventário é um importante instrumento do planejamento, que permite a inventariação de todos os recursos disponíveis no destino, sejam eles turísticos ou de apoio ao turismo, com os quais é possível conhecer as características e a dimensão de toda a oferta disponível. De acordo com Brasil (2007a), é um instrumento imprescindível que tem como objetivo formar, em um banco de dados, uma base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística. Este deve ser realizado a partir da participação e integração interinstitucional, intersetorial e principalmente das comunidades.

Inventariar é um processo necessário na realização do planejamento e elaboração dos planos, pois,

> desenvolver as potencialidades turísticas de cada região é impossível sem planejamento, e planejar exige consistência e confiabilidade de dados como base para análises e decisões acertadas. É sobre esse tipo de informações

> geradas pelo inventário que se deve debruçar – estudá-las e extrair-lhes os elementos que devem subsidiar diagnósticos e prognósticos mais precisos. Esses procedimentos permitem conhecer as características e a dimensão da oferta, o que necessita ser melhorado ou aperfeiçoado, enfim, quais as iniciativas que devem ser tomadas e que podem permitir aos municípios, regiões, estados e ao país desenvolver o turismo mais competitivo e sustentável. De posse desses resultados, poder-se-á planejar e investir com mais segurança, balizando os negócios e as políticas de turismo (BRASIL, 2011a, p.20).

Em concordância, nesta etapa do planejamento instrui-se ao uso da metodologia de inventariação proposta pelo Ministério do Turismo. Porém, no caso da implementação desta metodologia (FIGURA 11) no software, foram realizadas algumas adaptações nas quais foram inseridos aspectos de inovação.

A inventariação é um processo imprescindível, pois através dela é possível identificar os atrativos reais e potenciais, as atividades socioeconômicas e culturais desenvolvidas no destino, bem como realizar análises referentes ao grau de atratividade dos recursos turísticos identificados, e ao grau de maturidade do destino, bem como, a vocação para segmentação turística. Dentre os vários itens presentes no inventário, identificar os pontos-chave de sucesso para o desenvolvimento da atividade, se faz necessário.

A partir da etapa do inventário, instrui-se a realização da **Hierarquização dos Atrativos**, que permitirá classificar os recursos turísticos a partir de seus valores específicos, bem como, identificar os elementos que podem influenciar no aproveitamento turístico de cada um deles. A realização da etapa de hierarquização é importante para estabelecer prioridades para determinar a escolha e as decisões dos governantes, administradores, gestores e empreendedores sobre como direcionar as ações que envolvem os recursos e atrativos, principalmente para criação de rotas e roteiros turísticos (BRASIL, 2007b).

Existem diversas metodologias para hierarquização dos atrativos, sendo que a de maior respaldo acadêmico, sendo também mais utilizada e indicada, é a do próprio Ministério do Turismo.

- ***Análise do Macro e Microambiente***

O conhecimento do destino a ser planejado, bem como do entorno dele e de seus respectivos fatores gerenciáveis, é uma importante etapa do diagnóstico. Nesse aspecto, o roteiro proposto conta com a instrução para realização de uma análise estratégica do destino através de um painel que retrate o ambiente interno

(microambiente) e o ambiente externo (macroambiente) ao destino. Petrocchi (2002) auxilia que na análise externa sejam verificados os fatores econômicos, políticos, culturais, sociais e tecnológicos, e na análise interna sejam percebidos os fatores físicos, humanos, tecnológicos e financeiros. Logo, como indicou o autor, é importante que esta etapa retrate com abrangência os distintos ambientes.

Tal como é apresentado na Figura 11, essa etapa poderá ser realizada a partir de distintas metodologias. Uma delas, é análise SWOT (*strenght* (força)*, weakness* (fraqueza), *opportunity* (oportunidade) e *threat* (ameaças), que é um anagrama utilizado como ferramenta de gerenciamento estratégico, a fim de detectar as forças e fraquezas, ameaças e oportunidades advindas do ambiente interno e externo, a partir dos distintos cenários (DAYCHOUM, 2016).

Adequando a matriz *Swot* ao estudo e planejamento do turismo no município, a Confederação Nacional dos Municípios, em CNM (2019), considera os seguintes aspectos a serem analisados:

- **Forças:** o que o município pode oferecer ao turista e que representa um diferencial perante a concorrência, que pode ser: atrativo turístico, serviço turístico, experiência diferenciada, serviço público municipal (saúde, segurança etc.) (CNM, 2019).
- **Fraquezas**: são aqueles elementos que podem comprometer a imagem e que o desfavorecem o município perante a concorrência. Como exemplo: falta de segurança, dificuldade de acesso ao município, atrativos turísticos depredados, população reticente, prestadores de serviços turísticos sem capacitação, dificuldade de hospedagem etc., (CNM, 2019).
- **Oportunidades:** registrar os cenários e os ambientes que favorecem o município. Por exemplo, grandes eventos mundiais, mudanças nas políticas econômicas e do turismo, entre outros.
- **Ameaças:** são todos os fatores que podem criar um cenário desfavorável para o município.

Na orientação do planejamento proposto, indica-se a realização de uma *Swot* do ambiente político institucional que o turismo se insere; das características econômicas vigentes (*Swot* Econômica); dos aspectos sociais que envolvem a comunidade local e o entorno (*Swot* Social); *Swot* Ambiental, *Swot* acerca da inovação

no destino e uma *Swot* específica da atividade turística no destino. Estas análises foram subdivididas por grupos para ampliar as percepções sobre os distintos cenários.

Conforme estabelecido no modelo de planejamento apresentado por Petrocchi (2001), recomenda-se que a construção e avaliação da análise do macro e microambiente seja realizada de maneira participativa, com a comunidade, *trade* e agentes sociais do turismo, conforme orientações dos modelos de planejamento participativo.

Neste sentido, para adequar a análise SWOT para a realidade do município, o gestor deve compreender como as forças identificadas no município podem defendê-lo das ameaças, e como é possível aproveitar e potencializar as oportunidades; e ainda como evitar que as fraquezas identificadas incentivem as ameaças, prejudicando as oportunidades (CNM, 2019).

- ***Estudos de mercado***

Os estudos de mercado são fundamentais, pois permitem ao planejador perceber fatores que impactarão positiva e negativamente no objeto planejado, detectando mudanças e se posicionando para reagir a elas, a partir de decisões que afetem positivamente o desenvolvimento do turismo no destino. Esse estudo consiste em avaliar, mediante pesquisas, o estado de desenvolvimento dos principais concorrentes, indo além do diagnóstico restrito ao município planejado.

A análise dos concorrentes diretos e indiretos devem ser estruturadas com o intuito de revelar como é o mercado em que o objeto do planejamento está inserido. Essa avaliação, conforme Braga (2007), deve ser baseada em dados descritivos para conhecer pontos fortes e fracos dos concorrentes, compreender o posicionamento do mercado em relação a preço x qualidade, detectar oportunidade e nichos de mercado pouco trabalhados, aproveitar experiências bem-sucedidas, evitar erros cometidos por outros destinos, atrair investidores e buscar o que pode ser feito de inovador para construir uma imagem única.

É preciso que o município se situe no mercado do turismo. Ao conhecer as relações estabelecidas entre o município e a concorrência, o gestor municipal poderá direcionar seus esforços ao mercado mais favorável naquele momento e definir estratégias futuras.

Para tanto, é importante definir quem são os concorrentes. Esta definição deverá partir da consideração de diversos fatores, tais como: similaridade da oferta, similaridade do segmento, proximidade ou região circunvizinha, dentre outros. Essa análise concorrencial vai permitir que o gestor municipal responda questões que indiquem, por exemplo: quais são os principais municípios/territórios concorrentes, que produtos e quais os diferenciais ofertados ao mercado turístico, quais são os seus pontos fracos e os seus pontos fortes, como explorar utilmente as informações recolhidas sobre a concorrência. A partir dessa análise é possível estruturar os diferenciais de competitividade (CNM, 2019).

No referido estudo, propõe-se também o levantamento de informações acerca das tendências ou megatendências de mercado, que de acordo com Azevedo e Barros Neto (2017) são o primeiro passo para traçar os prováveis cenários, facilitando assim, a construção de estratégias e de políticas estruturantes, sinérgicas e eficazes. Os mesmos autores sinalizam que, quanto maior o conhecimento das tendências subjacentes ao desenvolvimento do turismo, maior a capacidade dos planejadores e gestores de formularem estratégias para obter vantagens competitivas (AZEVEDO; BARROS NETO, 2017). Esse levantamento diz respeito a capacidade de verificar os distintos cenários, compreendê-los de modo sistêmico, a fim de adaptar-se para promover as mudanças necessárias ao bom desempenho do turismo no destino.

O olhar estratégico e a compreensão do contexto macro, são vitais para o planejamento de um destino. Se posicionar para aproveitar da melhor forma estas mudanças, e se adaptar aos novos contextos, é um caminho mais provável de se chegar a resultados positivos.

- ***Estudo de Demanda Real e Demanda Potencial***

Entende-se por demanda turística o grupo de pessoas que viajam ou tem a pretensão de viajar, motivados a disfrutarem dos equipamentos e serviços ofertados pelo destino. O estudo de demanda, por sua vez, consiste em pesquisar o universo destes consumidores turistas, no que diz respeito às demandas atuais e futuras. De acordo com Braga (2007), esse estudo caracteriza-se por avaliar a demanda real ou efetiva, que são as pessoas que se deslocam do seu local de residência e efetivamente consomem o produto turístico visitado, e a demanda potencial e/ou futura se constituem pelo conjunto de pessoas que podem vir a se tornar consumidores em um dado momento.

O estudo da demanda real parte da análise, através de pesquisas qualitativas e quantitativas, sobre os turistas que estão no núcleo pesquisado com o propósito de reconhecer as motivações e todas as variáveis no que diz respeito ao perfil deste turista. Essas variáveis dizem respeito ás características demográficas, características socioeconômico-culturais, localização geográfica de origem, características psicológicas e comportamentais do consumidor.

Fernandes (2011), indica que essa análise deve identificar as necessidades, exigências e preferências do turista, real ou potencial, através de perguntas que respondam: de onde veio, qual o transporte usado, onde está alojado, quantos dias pretende ficar, o gasto estimado, que visitas realizou e pretende realizar, o que mais gostou, a avaliação sobre a infraestrutura urbana e turística, entre outros. Esses são questionamentos que uma vez respondidos, geram informações que possibilitam estabelecer ações futuras para o destino, a partir da melhoraria dos produtos e serviços oferecidos, das novas estratégias de marketing, do fortalecimento dos segmentos turísticos para fixar e atrair novas demandas.

As pesquisas relacionadas a demanda potencial são necessárias para se chegar ao entendimento dos fatores comportamentais, no que abrange as motivações dos turistas em potencial, e devem ser realizadas nos principais núcleos emissores, uma vez que toda e qualquer pessoa, disposta a viajar, se constitui em uma demanda que pode vir a se tornar real.

Desse modo, como parte integrante dos requisitos para implementação da metodologia no software, foram utilizados os questionários de demanda real e de demanda potencial, elaborados a partir desse estudo, conforme modelo pode ser visualizado (APÊNDICE C e D).

- ***Aspectos de inovação***

A inovação, como já mencionado, consiste em mudanças disrruptivas ou incrementais que chegam e são aceitas pela sociedade, tornando-se parâmetro para novos usos de produtos, de processos, de tecnologias, entre outros. No turismo, a inovação pode se traduzir na inclusão de oferta de produtos e serviços novos, ou na elevação da qualidade dos produtos existentes, na utilização das novas tecnologias e dos novos modelos de gestão, visando satisfazer os desejos das demandas, através do desenvolvimento de um destino turístico cada vez mais atrativo e competitivo.

Conforme os modelos de estrutura de planejamento propostos pelos autores analisados neste estudo, a mensuração da inovação não é algo sugerido dentro do diagnóstico do planejamento turístico. Este fato motivou a inserção deste campo na metodologia como um componente das etapas de diagnóstico, por entender que na atual conjuntura do mundo globalizado, perceber o destino enquanto espaço inovador, sobretudo, no turismo, é um fator diferencial.

Nesse sentido, alguns aspectos que dizem respeito a percepção do destino turístico enquanto espaço inovador e com infraestrutura de vanguarda tecnológica, surtirão efeitos positivos se utilizadas no diagnóstico das etapas do planejamento. Esse levantamento poderá ocorrer através da eleição de critérios, tal como propõe a SEGITTUR (2013;2015), que possam responder aos seguintes questionamentos:

- Se o destino tem aproveitado as oportunidades oferecidas pelas TICs para melhor conhecimento da demanda, através do uso de redes sociais, sites institucionais, guias eletrônicos, aplicativos para smartphones, etc.

- Se o destino está aproveitando as oportunidades oferecidas pelas TICs para gerir a oferta e seus recursos turísticos, tais como praias, museus, praças, parques, e/ou entorno urbano.

- Se os equipamentos de meios de hospedagem, agências de viagem, empresas de transportes e etc., disponíveis no destino, tem acompanhado a evolução das TICs.

- Se o destino identifica as questões de inovação e TICs na gestão da sustentabilidade dos atrativos; da acessibilidade nos espaços turísticos; na governança do turismo, entre outros campos de aplicação.

Além do levantamento de informações mais específicas, os quais neste estudo foram inseridos nos formulários de inventário turístico e implementado no software:

- Se existe conectividade com a internet nas áreas turísticas;
- *Wifi* com acesso livre nos espaços públicos de lazer, praças, parques, museus, praias, etc.).
- Totens *touchscreen* e/ou utilização de *beacons* para acesso a informações em espaços públicos;
- Aplicação de Realidade aumentada e Realidade virtual nos atrativos;

- Aplicativos móveis relacionados ao destino;
- Sistema de Marketing Relacional (CRM);
- Ações de marketing em redes sociais;
- Cadastro dos atrativos no sistema de GPS;
- *Qr codes* em espaços turísticos;
- *Wifi* com acesso livre nos postos de informação turística;
- Plataformas e aplicativos para gestão pública do turismo nos destinos;
- Plataformas colaborativas entre as cidades turísticas mais próximas;
- Sistema de integração do turista com a comunidade local;
- Aplicativo para realizar pesquisa com turistas;
- Pesquisas online com empresas no destino;
- Assistente virtual nos sites de agência e meios de hospedagem;
- Centrais de reserva online (Agências, Meios de hospedagem, serviços de transporte);
- Sistema de *Business Intelligence* no destino.
- Portas usb para carregar smartphones nos espaços públicos; meios de transporte e etc.
- *Wifi* nas distintas modalidades de transportes (trens, ônibus, metrôs...)

Essa proposição surte efeitos de investigação, permitindo ao gestor gerar informações com as quais possa mensurar se o destino contempla os distintos tipos de ações inovadoras, sobretudo, relacionadas às Tecnologias da Informação e Comunicação, para a organização e gestão do turismo no destino.

- **FASE C: Prognósticos**

A etapa dos prognósticos subsidia as estratégias para o planejamento do turismo, prevendo, inclusive, possíveis cenários futuros, a partir das variáveis identificadas no diagnóstico (CNM, 2019). Enxerga, portanto, a realidade municipal à luz do panorama atual e projeta ações futuras. A análise destes cenários exige a comparação da realidade investigada com o que há de expectativas de crescimento e evolução para o setor (BRAGA, 2007). Logo, consiste na projeção da situação atual, em que contemple perspectivas para o futuro do ambiente planejado, que subsidiem o estabelecimento de uma diretriz organizacional necessária para eliminar os fatores negativos (BRAGA, 2007).

A realização efetiva da etapa dos prognósticos, depende de como é diagnosticada e conduzida a situação atual do destino e o que se pretende, enquanto ação, imagem e objetivos futuros.

Conforme Santos, Gomes e Lopes (2017, p.35),

> a visão de futuro ao projetar o desenvolvimento almejado na forma de um prognóstico deve preocupar-se em definir claramente os objetivos que se pretende alcançar; estabelecer as metas que se pretende atingir; estabelecer estratégias distintas para atingir esses objetivos; avaliar e escolher a melhor maneira de realizar a estratégia proposta, na forma de uma tarefa a ser realizada.

Conforme supracitado, essa etapa permite estabelecer a forma com que o município deseja se posicionar enquanto destino turístico, frente as constatações evidentes nos prognósticos. Chega-se a essa etapa por meio do cruzamento das informações levantadas na etapa do diagnóstico, com as estratégias e planos de ação (SILVIA; SONAGLIO, 2013). É, também, o momento de definição das metas e objetivos, e ocasião oportuna para se pensar em segmentos turísticos prioritários a serem trabalhados.

A proposta metodológica atende aos requisitos do prognóstico indicando à *priori*, que sejam percebidas as tendências, hipóteses e cenários, que em parte já são subsidiadas pelo próprio diagnóstico realizado (CHIAVENATO, 2004). E a *posteriori*, que sejam estabelecidos os cenários desejados para o destino. “No contexto da elaboração do prognóstico em turismo, cenário futuro significa imaginar e definir quais serão os objetivos, metas e estratégias para o turismo em um destino ou empreendimento” (OTTONI; SCALCO,2016, p.142).

Para definir o cenário ideal, deve-se inicialmente, elencar as ações/situações prioritárias e urgentes, de curto prazo, e as ações/situações estratégicas que precisam de maiores investimentos e articulação no longo prazo (OTTONI; SCALCO,2016). Para a gestão do turismo, a definição dos cenários futuros é que vai determinar as ações, os passos que precisam ser dados para que se possa chegar à situação idealizada, planejada (OTTONI; SCALCO,2016).

Deste modo, a metodologia propõe que sejam definidos: **Imagem-objetivo,** ou seja, estabelecer uma situação futura que se deseja construir, associada a forma como o destino quer ser “visto” no turismo. Este objetivo para construção da imagem pode ser perscrutado a partir do estabelecimento claro de uma **missão, visão, valores** e do **posicionamento de mercado desejado** em curto, médio e longo prazo.

Ao definir uma imagem que se pretende alcançar, deve-se ter como parâmetro o estabelecimento de objetivos que indiquem o melhor percurso para a concretização. Logo, é imprescindível para a etapa, a confirmação de um **objetivo geral** e de objetivos **específicos** com suas respectivas **metas** descritas de modo detalhado por meio das **etapas** de realização de cada uma delas.

Além disso, é importante registrar as principais **fontes** de **recursos** para implementação dos planos e projetos, e do **monitoramento** e **controle** através de um cronograma que apresente o mapa das ações iniciadas, em curso e finalizadas, favorecendo assim, uma série histórica de realização das ações**.**

Por ser o turismo uma atividade dinâmica, seus impactos são alterados constantemente, o que torna fundamental o monitoramento contínuo da atividade. Seja pela consequência da alteração das motivações que levam a demanda a escolher determinado destino, seja pela alteração da hospitalidade do município, ou por quaisquer alterações relacionadas com a economia, o meio ambiente, concorrência, dentre outras, a atividade pode sofrer significativas mudanças que, caso não sejam acompanhadas, podem comprometer a efetividade das ações previstas no seu planejamento (CNM, 2019).

- **FASE D: Diretrizes de ação: Planos, Programas e Projetos**

Como explicitado no referencial teórico, o plano é uma das ferramentas básicas do planejamento e da gestão estratégica, baseia-se no conhecimento preliminar da região e procura um desenvolvimento equilibrado para o destino, através das diretrizes específicas de ação a serem focadas em campos específicos (REHOR,2015).

Essa etapa da metodologia se delineia conforme os resultados dos diagnósticos e prognósticos e deve comportar ações específicas para a elaboração e gestão de planos, definir ações prioritárias, através do desenvolvimento de programas e projetos, conforme os objetivos de desenvolvimento do destino planejado.

Os programas são derivados hierarquicamente do plano, e objetivam organizar e otimizar os recursos disponíveis, tornando o plano funcional. Um programa é composto por diversos projetos que mantêm a estreita relação entre si e possibilitam modificar a realidade através dos objetivos e metas, até configurá-la conforme a situação desejada (MOLINA, 2005).

Os projetos podem ser definidos como as menores unidades de planejamento, utilizados para alcançar os objetivos de um programa, envolvendo um conjunto de operações, limitadas no tempo, das quais resulta um produto final (CUNHA, 2018). Estes, por sua vez, podem ser criados independente dos programas, porém mantendo a sua natureza flexível.

Tendo em vista esses aspectos, todo o percurso metodológico fornece subsídios à realização e estabelecimento do plano a partir das diretrizes de ação definidas.

- **FASE E: Implementação, Avaliação e Revisão do Plano**

A última fase do processo consiste na implantação dos planos, programas e/ou projetos, e na avaliação e revisão que devem ser realizadas de modo constante. Essas três etapas constituem o acompanhamento integral do processo de planejamento, sobretudo, na efetividade de sua execução.

O momento de avaliação permite assegurar que os objetivos, desafios, metas e projetos estabelecidos, estejam sendo realizados em concordância com o plano, e que as ações traçadas não caiam no esquecimento (BRAGA, 2007).

Uma vez determinadas as diretrizes de ação, aprovados mediante toda execução do planejamento, é o momento de implementação, que será viabilizado pela gestão em compartilhamento com os parceiros. Essa etapa diz respeito ao processo de gestão que leva o projeto de desenvolvimento do turismo do plano imaginativo para o real, de forma otimizada, para alcançar a conformidade com os objetivos do plano, que foram definidos no processo.

No tocante a implantação do plano, é necessário que o gestor responsável coordene as ações e desenvolva as estratégias de forma transparente e participativa e as valide através do Conselho Municipal de Turismo (CNM, 2019). O conselho é parceiro estratégico, e o gestor deve buscar essa integração e apoio, pois envolve e representa toda a cadeia produtiva do turismo (CNM, 2019).

Quanto ao processo de avaliação, este consiste em subsidiar o planejamento e a formulação das intervenções por parte da gestão, o acompanhamento de sua implementação, suas reformulações e ajustes, assim como, as decisões sobre a manutenção ou interrupção das ações (CUNHA, 2018).

De acordo com Fernandes (2011), esta é a fase de retroalimentação do planejamento, pois permite rever as ações estabelecidas e medir as diferenças entre o que foi almejado com o que foi de fato alcançado, identificando as variáveis que incidiram nessa diferença, para poder traçar novos objetivos e metas.

A revisão constante do plano se faz necessária, pois os cenários mudam, as tendências se renovam, e o planejamento, como já explicitado, é contínuo, flexível e renovável, devendo acompanhar as mudanças e traçar novos objetivos sempre que necessário, adequando e prevendo a evolução do destino turístico.

5 SOFTWARE PARA PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO

Neste capítulo, será apresentada a proposta e o percurso de desenvolvimento da tecnologia computacional (Software), cujo objetivo foi implementar e automatizar a metodologia para o planejamento e gestão do turismo, apresentada no item anterior desta pesquisa.

O software, denominado: Sistema de Planejamento Operacional do Turismo- **SPOTUR**, como o próprio nome já pressupõe, é uma ferramenta cuja objetivo é fornecer uma plataforma que facilite e torne funcional o processo de planejamento e gestão do turismo nos distintos municípios brasileiros. Deste modo, apresenta-se como resultado desse estudo, as principais considerações acerca do **SPOTUR**, no que abrange os objetivos do sistema, público alvo, metodologia de desenvolvimento, funcionalidades da aplicação, desenvolvimento e registro de marca, e testes de validação.

5.1 SPOTUR- SISTEMA DE PLANEJAMENTO OPERACIONAL DO TURISMO

5.1.1 Objetivo e público alvo

O software para o planejamento e gestão da atividade turística, denominado **SPOTUR**, é um programa cujo a categoria de aplicação é ser um software de aplicação web, que apresenta um conjunto de arquivos de hipertextos interconectados, integrados ao banco de dados e fornece recursos especializados, de funções computacionais e de conteúdos para o usuário final (PRESSMAN, 2011). A ferramenta computacional foi desenvolvida através da criação de uma base de dados e posterior disponibilização das informações para serem utilizadas por um usuário específico.

O objetivo principal da criação do SPOTUR é auxiliar os gestores do turismo na sistematização, apresentação e gestão de todas as informações coletadas no processo de planejamento, através de um sequencial de etapas que resultem na confecção dos Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico.

O referido sistema, foi desenvolvido com a finalidade de instruir o usuário a uma série de processos integrados e de funcionalidades básicas que possibilitem a

integração das distintas fases e atividades do planejamento turístico, automatizando o máximo de processos.

Mediante o exposto, o SPOTUR é uma ferramenta tecnológica utilitária que foi desenvolvida para trazer aos processos de planejamento turístico:

- **Precisão nas Informações:**

O SPOTUR trará uma precisão de informações que vai substanciar o planejamento do turismo de forma contínua, pois permite a inserção, gestão e distribuição das informações coletadas, bem como possibilita o cruzamento de dados nos diversos campos. O cruzamento de dados de modo automatizado confere mais agilidade e menores riscos de erro, do que feito no modo manual. Além disso, permite que de maneira interativa, as informações inseridas possam ser retroalimentadas através de uma verificação contínua. Um software confere mais confiança a estes processos, uma vez que, tendo inserido os dados o próprio sistema pode realizar os cálculos, produzir gráficos, apresentar relatórios com as informações necessárias à tomada de decisões por parte dos gestores.

- **Tomada de decisão rápida e assertiva:**

Possibilita ao gestor controlar e gerar relatórios que permitam analisar o cenário turístico de forma precisa, rápida e assertiva, além das decisões sobre fornecedores, investimentos e expansão das suas atividades, bem como facilita na tomada de decisão com relação as propostas e programas a serem desenvolvidos na localidade planejada.

- **Integração e disponibilização das Informações:**

A inclusão de informações no software é feita de maneira integrada, possibilitando que todas as etapas do planejamento possam ser contempladas e gerenciadas. Em virtude dessa integração é possível ter uma visão holística do planejamento, favorecer o cruzamento das informações, estabelecer diretrizes para ampliação da atividade, e prioritariamente formar um banco de dados que permita ao destino ter o registro da série histórica dos dados, para que independente das mudanças comuns de gestores, estes possam ser utilizados para continuidade de ações, ou mesmo para consulta por parte das instituições de ensino, órgão correlacionados e sociedade de modo geral.

- **Redução de Custos**

O software será extremamente viável para as prefeituras, pois o mesmo tem como proposta servir como banco de dados para todas as informações coletadas anualmente no processo do planejamento. Por ser retroalimentado, a medida em que os cenários turísticos forem mudando, as informações também poderão ser atualizadas, sem necessariamente serem perdidas. Com isso, os problemas relacionados à descontinuidade de ações de planejamento tendem a ser minimizados, pois o processo poderá ser dado continuidade em qualquer momento. Além disso, a informatização de todo o processo demanda uma equipe menor do que se as etapas forem realizadas de modo manual.

- **Planejamento mais sustentável**

O software permite um planejamento com ações mais sustentáveis no tocante a redução de uso de papel nas distintas etapas, principalmente no tocante ao momento de inventariação da oferta turística, pois a extensão do material impresso implica no descarte de formulários caso haja algum erro ou caso as informações fiquem desatualizadas. Desse modo, a inserção dos dados do inventário de modo automatizado, confere ao processo mais agilidade e permite a retroalimentação sem necessariamente descartar o material.

5.1.2 Metodologia para Desenvolvimento do Sistema

De acordo com Pressman (2011), toda construção de software exige um processo, que de maneira objetiva se traduz em um conjunto de atividades, ações e tarefas realizadas, na criação de algum produto de trabalho. Estes processos consistem na metodologia de concepção do software, que estabelece o alicerce para a engenharia do sistema completo, por meio da identificação das atividades estruturais.

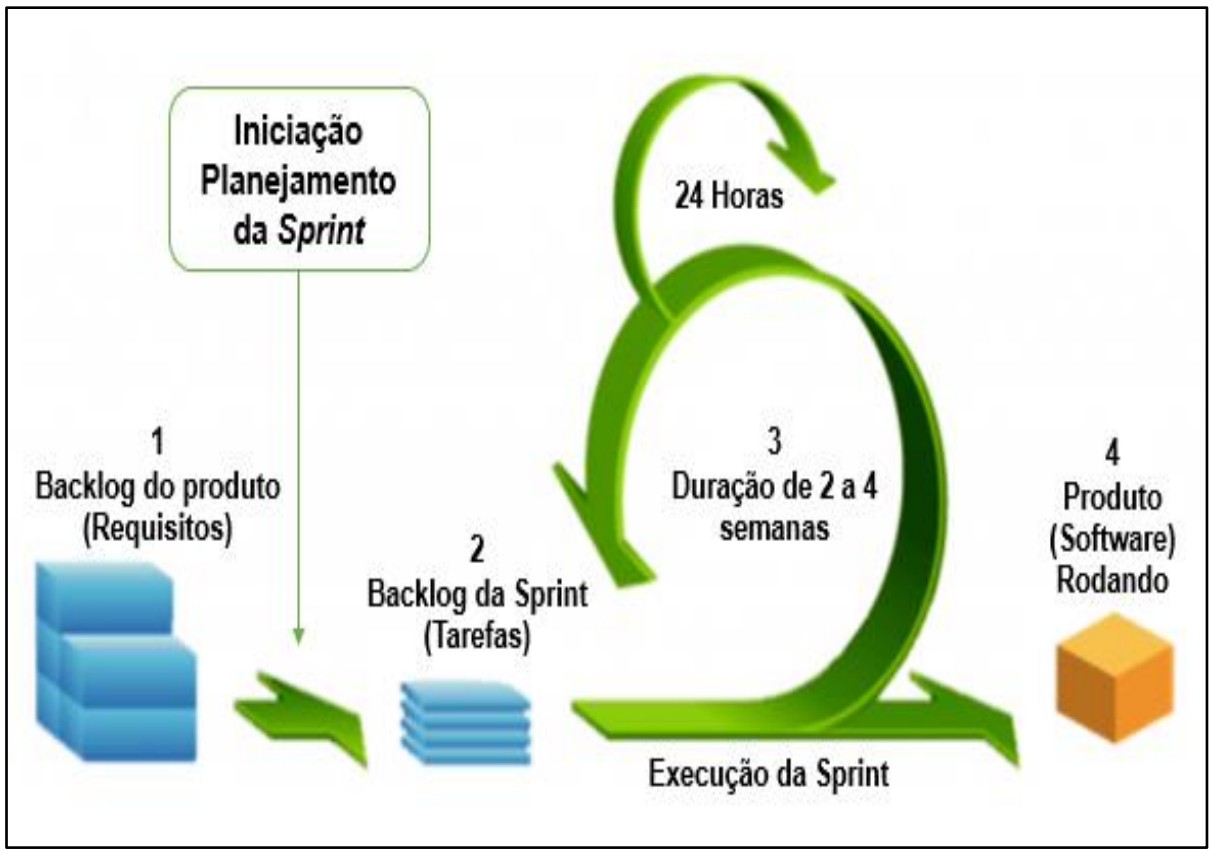
Para a confecção do SPOTUR, foram utilizados os preceitos da metodologia *Scrum*, que, de acordo com Schwaber e Sutherlander (2017) é um *framework* estrutural, utilizado desde o início da década de 90 para gerenciar o desenvolvimento de produtos complexos. O *Scrum* não é especificamente um processo ou técnica, mas um *framework* dentro do qual se pode empregar vários processos ou técnicas, sendo

muito eficaz no gerenciamento e desenvolvimento do que está sendo produzido, através de etapas distintas.

A referida metodologia, adota uma aproximação interativa, e pretende aprimorar o controle de risco e de previsibilidade, possibilitando prever o esboço inicial daquilo que será o produto final, ou seja, o mínimo produto viável, além de possibilitar alterações motivadas por fatores externos. Com efeito, uma das características principais da metodologia *Scrum* consiste na simplicidade, leveza e pragmatismo (FOKINA, 2013).

No *Scrum*, o requisito mais importante é o desenvolvimento dos *Sprints,* que são os ciclos de desenvolvimento dos processos de implementação dos requisitos do software. Através dos *Sprints* chega-se ao produto ou a uma funcionalidade concluída, conforme a apresentação visual (FIGURA 12) (SCHWABER; SUTHERLAND,2017).

FIGURA 12 - METODOLOGIA *SCRUM*



Fonte: Adaptado de Schwaber; Sutherlander, 2017.

Para o desenvolvimento do sistema cria-se, inicialmente, o *Backlog* de Produtos (FIGURA 12), ou seja, o plano de trabalho através do conjunto de requisitos, funcionalidades e características, identificadas e criadas na concepção do escopo

inicial do projeto (SILVA, 2016). Posteriormente, definem-se os papéis do *Scrum*. São eles: *Product Owner*, desenvolvedores e o *Scrum* Master que juntos definem e planejam a *Sprint*. O *Product Owner*, ou dono do produto, é o responsável por maximizar o valor do produto e do trabalho do desenvolvedor, e é a pessoa responsável por gerenciar o *Backlog* do Produto. Os desenvolvedores são os profissionais que realizam a programação do sistema (Execução das *Sprints*) para entregar uma versão usável que potencialmente incrementa o produto “Pronto”, ao final de cada *Sprint*. Somente os desenvolvedores criam os incrementos, e somente o *Scrum Master* lidera e treina a organização de todo a equipe (SCHWABER; SUTHERLAND,2017).

Para o atendimento aos requisitos de desenvolvimento do projeto, foram seguidas as etapas e eventos propostos pela metodologia, que são: reunião de planejamento da *Sprint*; reuniões periódicas; reunião de revisão da *Sprint*; retrospectiva da *Sprint*.

Os requisitos de alimentação do software, foi todo o material desenvolvido a partir da Metodologia de Planejamento Operacional do Turismo proposta neste estudo. As *Sprints* consistiram, basicamente, na construção de formulários para cada etapa, e posteriormente a criação do banco de dados, que serviram como guias processuais e sequenciais na operacionalização do planejamento a partir do software.

Para a codificação do sistema, a linguagem de programação utilizada compreendeu o uso do PHP (versão 7.0), que é uma linguagem de *script open source* (código aberto), projetada para o desenvolvimento web, mas também usada como uma linguagem de programação de propósito geral, aliado ao *JavaScript* que compreendeu a linguagem de criação dos *Scripts* para a web através das funcionalidades, dos formulários e da comunicação com o servidor. Quanto ao banco de dados, utilizou-se o *MySql* em virtude da sua interface simples, o que confere mais facilidade no uso do sistema e da sua compatibilidade com as mais diversas linguagens de programação.

5.1.3 Funcionalidades da aplicação

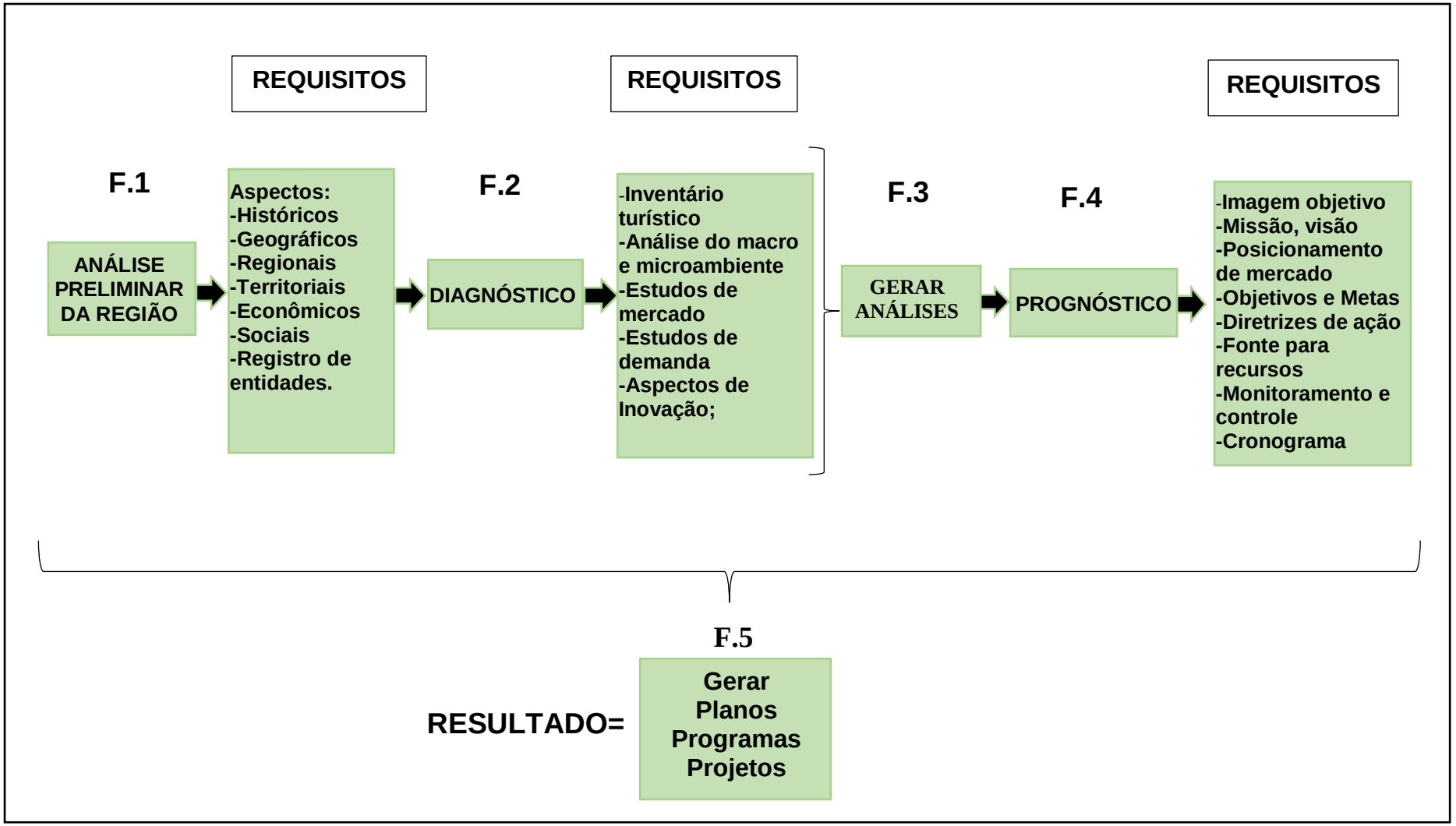
Os requisitos de um sistema são as descrições de tudo o que o mesmo deverá realizar, bem como as restrições operacionais do seu funcionamento. A criação dos

requisitos está relacionada com as propriedades emergentes, desejáveis e essenciais, para atender as necessidades dos clientes de como resolver determinado problema. Estes, por sua vez, dividem-se em **requisitos funcionais**, os quais correspondem ao que o sistema deverá oferecer e como este deverá se comportar em determinadas situações específicas; **não-funcionais**, que tratam das restrições sobre as funções e serviços, ou seja o que ele não deverá realizar, e os **requisitos de domínio** que refletem as características e as restrições de uso do domínio, abrangem tanto requisitos funcionais como não funcionais (FABRIS; PERINI, 2014).

O desenvolvimento informacional do software atendeu aos requisitos previstos na estrutura metodológica de planejamento e gestão do turismo, e sua interface, como já mencionado, terá como usuário final o gestor municipal do turismo. O SPOTUR foi estruturado em módulos, e cada módulo possui um conjunto de especificidades que dão a funcionalidade aos requisitos propostos.

Desse modo, o software desenvolvido apresenta interfaces com as quais podem ser geridas as funções apresentadas (FIGURA 13):

FIGURA 13 - REQUISITOS E FUNCIONALIDADES DO SOFTWARE

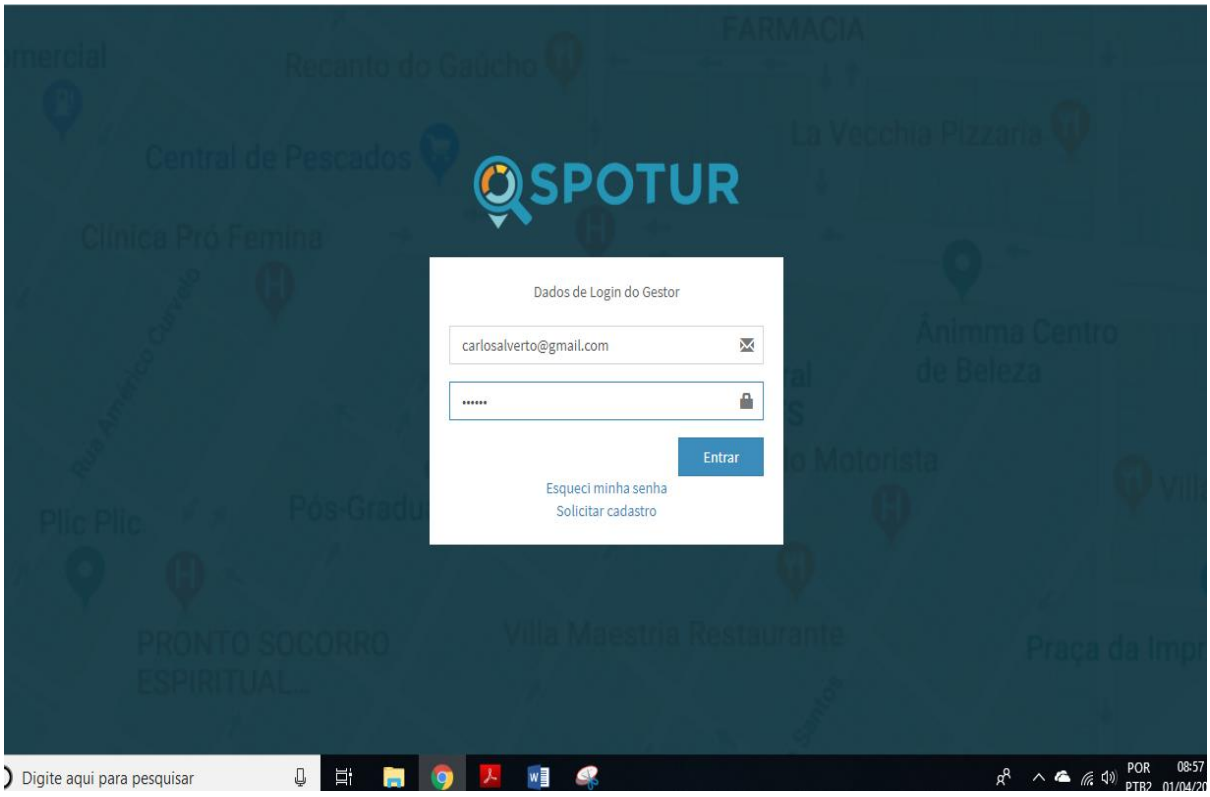


Fonte: Elaboração Própria, 2018.

Conforme apresentado (FIGURA 13), cada etapa atende a um conjunto de requisitos que se apresentam de modo sequencial. Além dos espaços de inserção de informações, também possui o campo para gerar relatórios de análises. Neste espaço, o próprio sistema gerará informações qualitativas e quantitativas a partir dos dados que já estejam registradas nos campos anteriores.

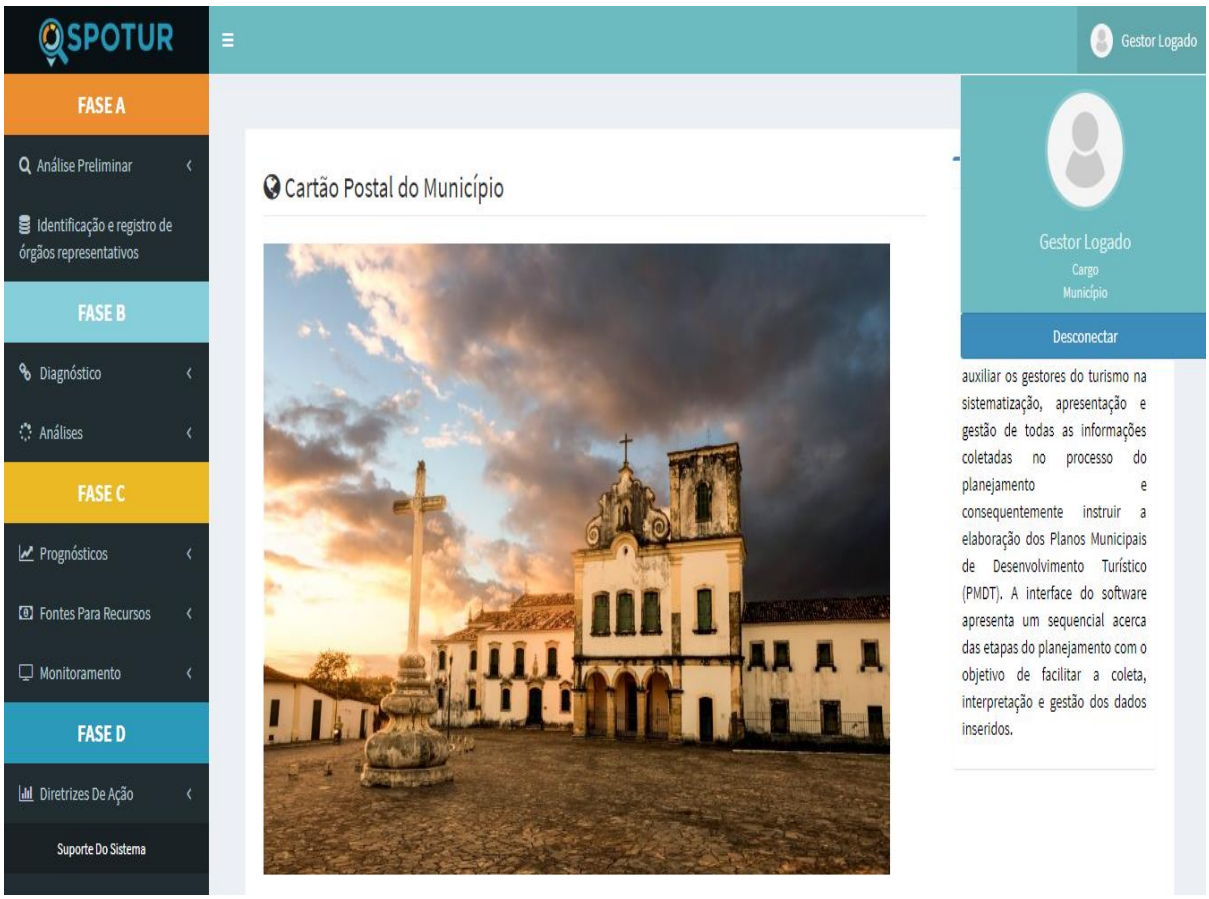
Quanto a apresentação gráfica do SPOTUR, a interface inicial traz a tela de *login* e senha (FIGURA 14). Ao *logar,* através de um e-mail e de uma senha previamente cadastrados, o usuário tem acesso ao sistema e poderá fazer uso dos recursos disponíveis na ferramenta.

FIGURA 14- TELA DE LOGIN DO SPOTUR



Fonte: SPOTUR, 2019.

FIGURA 15- LAYOUT INICIAL DO SPOTUR



Fonte: SPOTUR, 2019.

O *layout* inicial (FIGURA 15) apresenta do lado direito as informações do usuário logado (nome, foto, e função desempenhada) e resumo com apresentação dos objetivos do sistema. Do lado esquerdo consta as seis etapas sequenciais da metodologia de planejamento com seus respectivos ícones de identificação e subdivisões por fases, além de um campo para orientações de como a equipe poderá realizar o planejamento turístico de modo participativo.

A escolha do *layout* foi motivada pela facilidade de uso que a interface apresenta, utilizando-se da aplicação de cores clássicas, ícones indicativos de ação e funções já bastante difundidos e conhecidos pelos possíveis usuários, além de uma fonte clara de escrita e padrões de interação facilitados, visando evitar dificuldade de interação dos possíveis usuários no uso do sequencial das etapas.

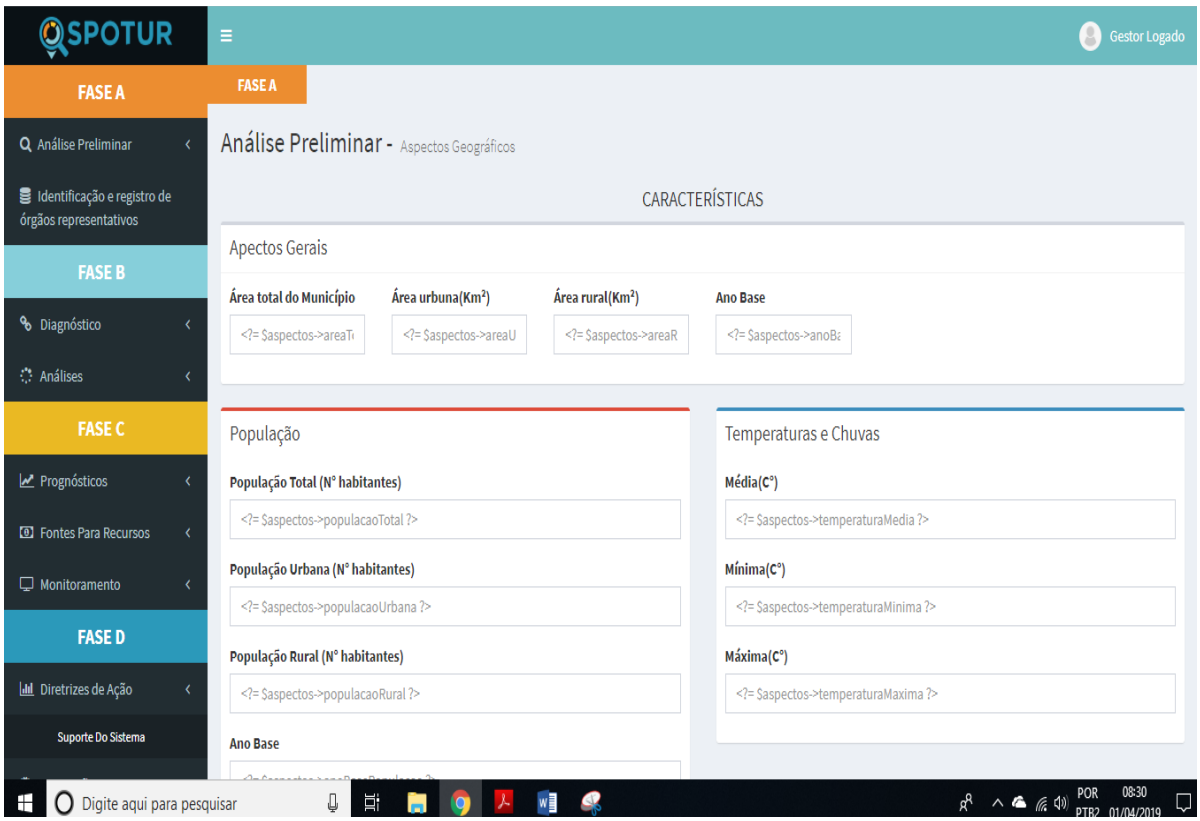
Ao clicar nos ícones abrem-se os campos para realizar o registro das informações do município que se pretende realizar o planejamento, bem como os formulários para pesquisas em campo. Cada aba do software abre um conjunto de especificidades a seguir apresentados:

- **Análise preliminar da região**:

O primeiro ícone é o de análise preliminar da região, nele constam os campos para registro dos aspectos regionais, históricos, geográficos, econômicos e sociais, para serem alimentados com as informações do destino planejado, conforme requisitos da metodologia.

Paralelamente, apresenta o espaço de identificação e registro dos Órgãos e Entidades de Classe do Turismo, onde possui campos para cadastro do nome da entidade, nome do principal responsável, endereço, telefone, e-mail e principais redes sociais. As informações registradas podem ser alteradas e salvas, e podem ser impressas em documento PDF (formato Portátil de Documento) mediante a necessidade do usuário.

FIGURA 16- TELA DE ANÁLISE PRELIMINAR



Fonte: SPOTUR, 2019.

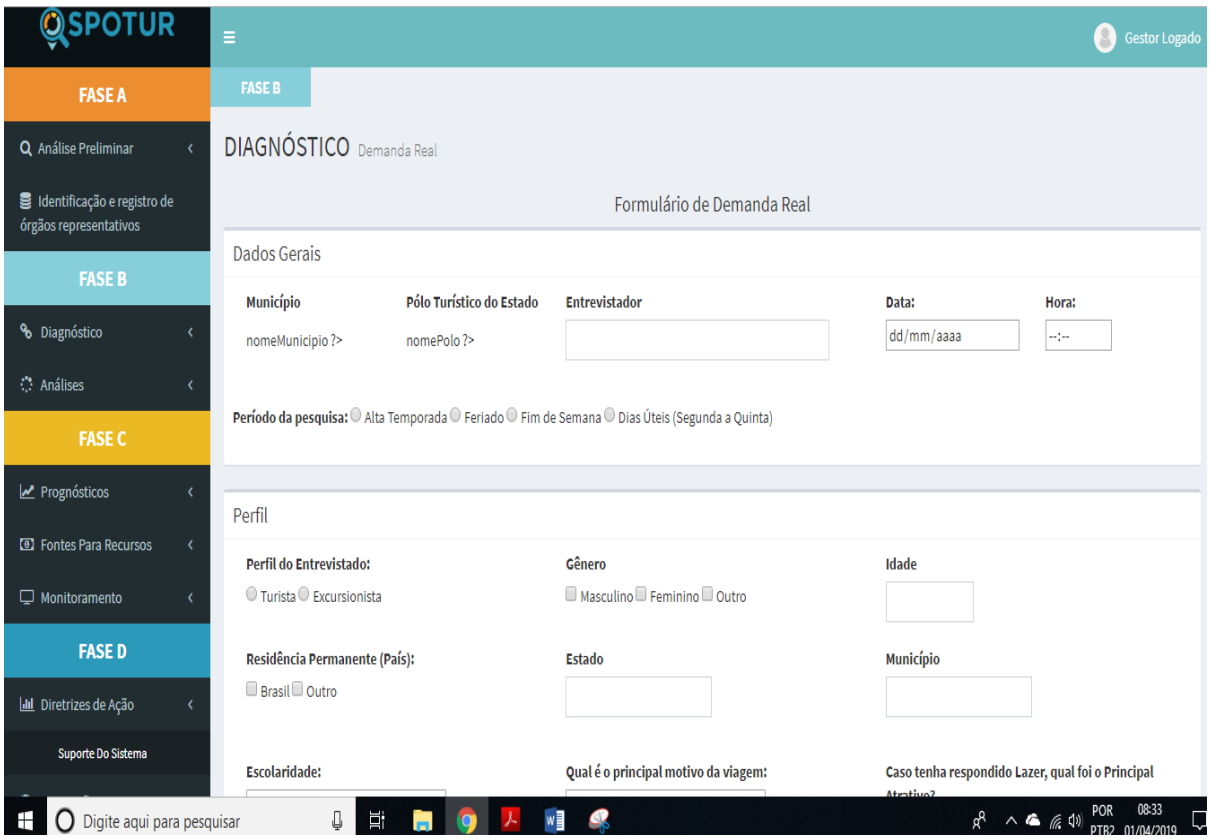
A partir da inserção e armazenagem dos dados nos campos apresentados, é possível ao software gerar relatórios qualitativos e quantitativos, informando por exemplo, aspectos populacionais do destino planejado, área urbana e rural, características climáticas, entre outras informações.

- **Diagnóstico**:

Neste espaço, constam as telas para cadastro de inventário turístico, de hierarquização dos atrativos, análise do macro e microambiente, estudos de mercado, análise *Swot*, estudos de demanda (real e potencial) e aspectos de inovação. Em cada uma das telas estão cadastrados os formulários e/ou questionários para o preenchimento dos campos com as informações correspondentes.

O usuário terá disponível o formulário de demanda real e potencial (FIGURA 17). Uma vez realizado a pesquisa de campo com o turista e tendo devidamente cadastrado as informações junto ao sistema, é possível ao software gerar análises estatísticas através do cruzamento das informações, tais como: perfil da demanda pesquisada, gênero, faixa etária, perfil socioeconômico, principal destino emissor, motivações da viagem, número de pernoites, gasto médio, satisfação no destino, avaliação do destino, entre outras informações. Tais aspectos, auxiliarão ao gestor na definição, por exemplo, dos tipos de segmentos a serem trabalhados, das estratégias de comunicação e marketing para atrair mais turistas, entre outros.

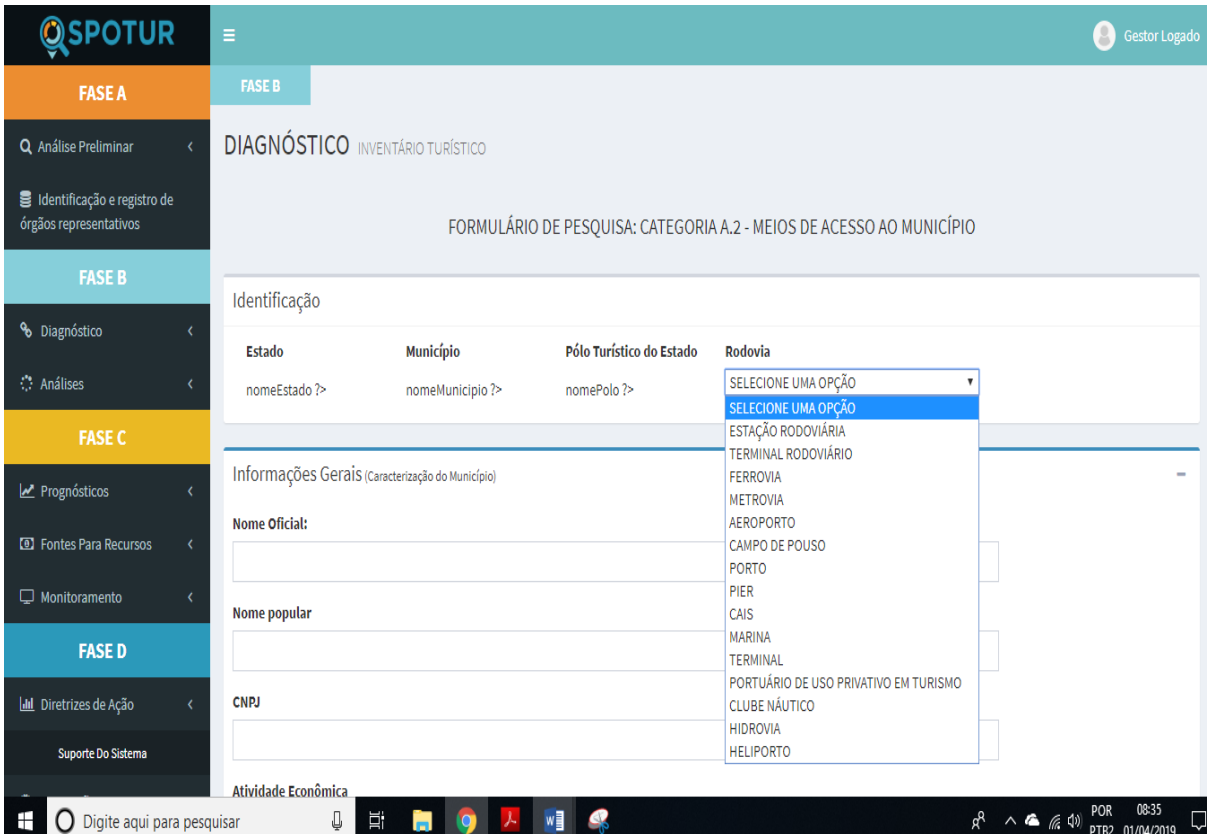
FIGURA 17-TELA DE FORMULÁRIO DE DEMANDA



Fonte: SPOTUR, 2019.

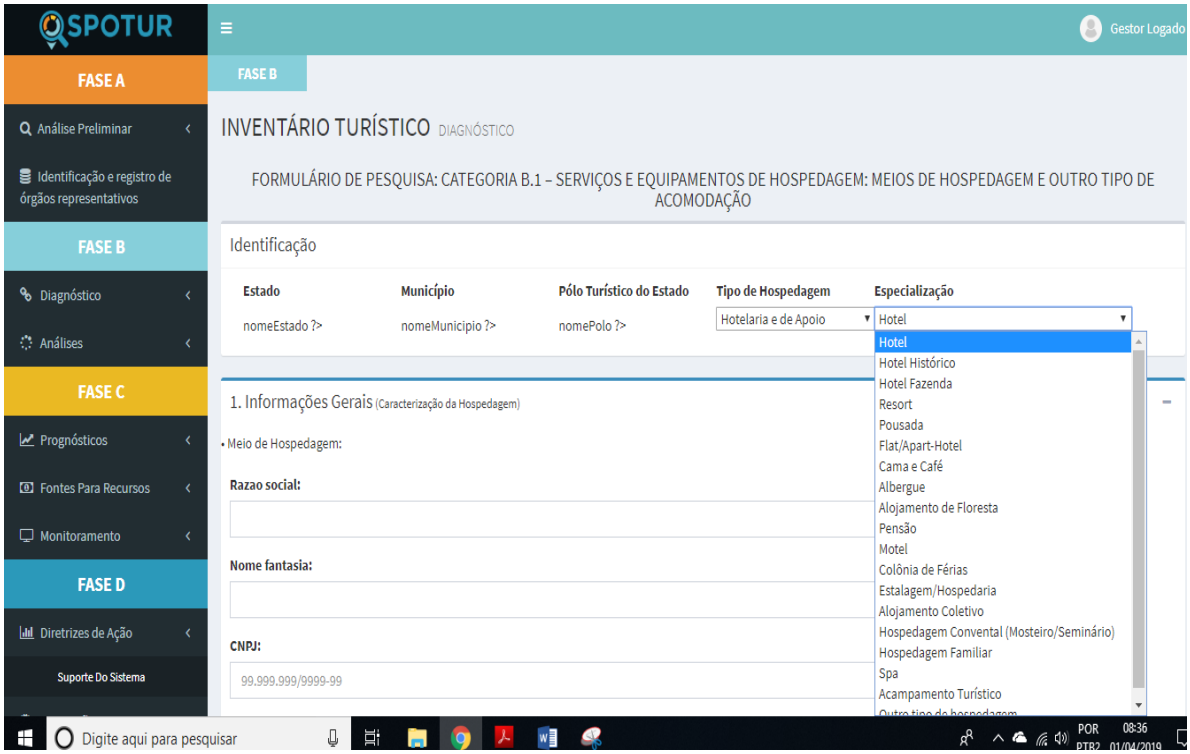
Outro exemplo, são os campos que constam os formulários para inventário turístico da região. Foram cadastrados o conjunto de formulários referentes aos 3 módulos: Módulo A: infraestrutura de apoio ao turismo (19 Formulários); Módulo B: equipamentos e serviços turísticos (16 Formulários); Módulo C: atrativos turísticos (19 Formulários) (FIGURA 18, 19 e 20).

FIGURA 18- FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO TURÍSTICO CATEGORIA A (A.2) -MEIOS DE ACESSO AO MUNICÍPIO



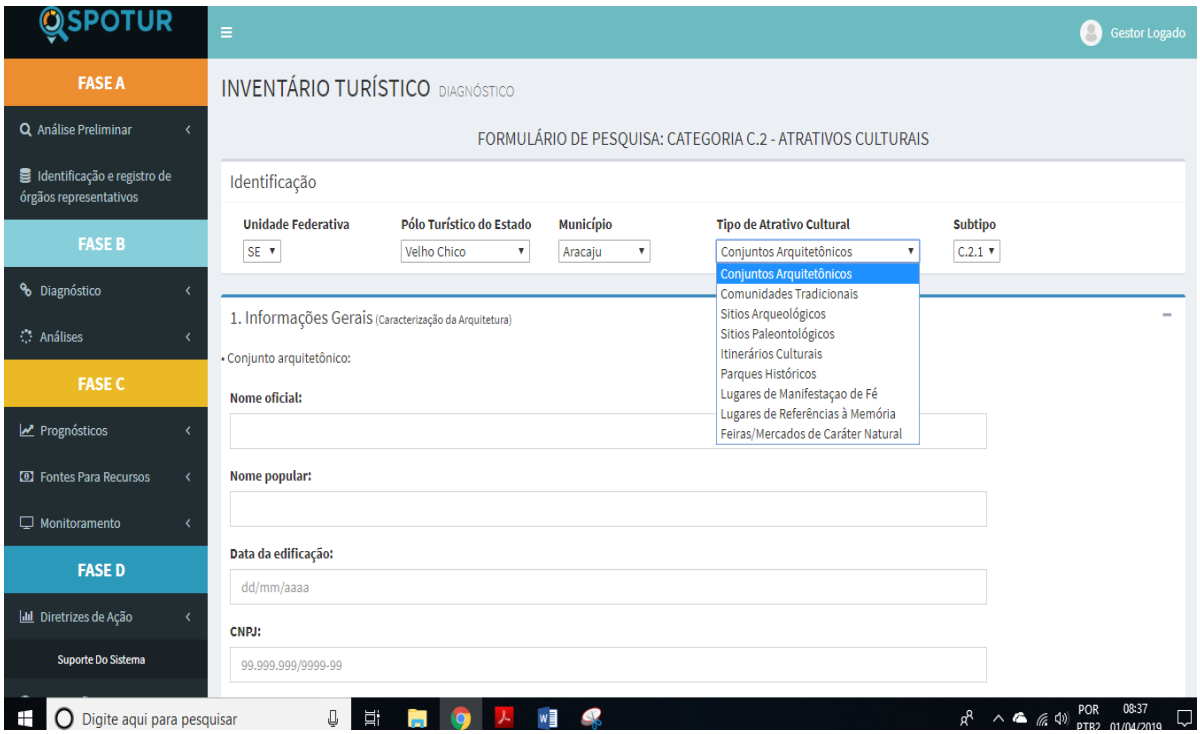
Fonte: SPOTUR, 2019.

FIGURA 19- FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO TURÍSTICO CATEGORIA B (B.1)- SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM



Fonte: SPOTUR, 2019.

FIGURA 20-TELA DE FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO TURÍSTICO CATEGORIA C (C.2)- ATRATIVOS CULTURAIS



Fonte: SPOTUR, 2019.

Vale ressaltar, que no INVTur cada segmento de análise corresponde a 1 (um) formulário. Por exemplo: na categoria meios de acesso ao município (FIGURA 18), tem 1 (um) formulário para meios de acesso por rodoviária, 1 (um) formulário para acesso por meio ferroviário e assim sucessivamente. Porém, no software, os formulários foram unificados constando no campo de escolha os segmentos correspondentes. Este fato confere mais agilidade ao processo de inventariação pois facilita o processo de coleta de informações. O mesmo foi feito em outros formulários que atendem a mais de uma modalidade (FIGURA 19 e 20).

Uma das principais funções do software é que, uma vez realizado o inventário turístico da região, e tendo armazenado essas informações junto ao sistema, este fornecerá informações precisas, como:

- Quantidade de Serviços e Equipamentos Turísticos disponíveis no destino;
- Quantidade dos Meios de Hospedagem, de Apartamentos e de Leitos; bem como porcentagem de apartamentos acessíveis;
- Porcentagem dos meios de hospedagem, com respectiva localização, segmentos prioritários e etc;
- Quantidade de serviços e equipamentos para alimentação, com respectivos endereços, tipos de serviços oferecidos, etc.;
- Quantidade de Serviços e Equipamentos de lazer, parques/ espaços livres/ área verde, com suas respectivas localizações, disponibilidade de wifi, características do tipo de acessibilidade nos espaços, e principais serviços disponíveis;
- Quantidade de espaços para eventos com suas respectivas informações;
- Localização dos Centros de Informações turísticas;
- Principais Atrativos turísticos;
- Principais Conjuntos Arquitetônicos;
- Principais Eventos Programados; entre outras informações.

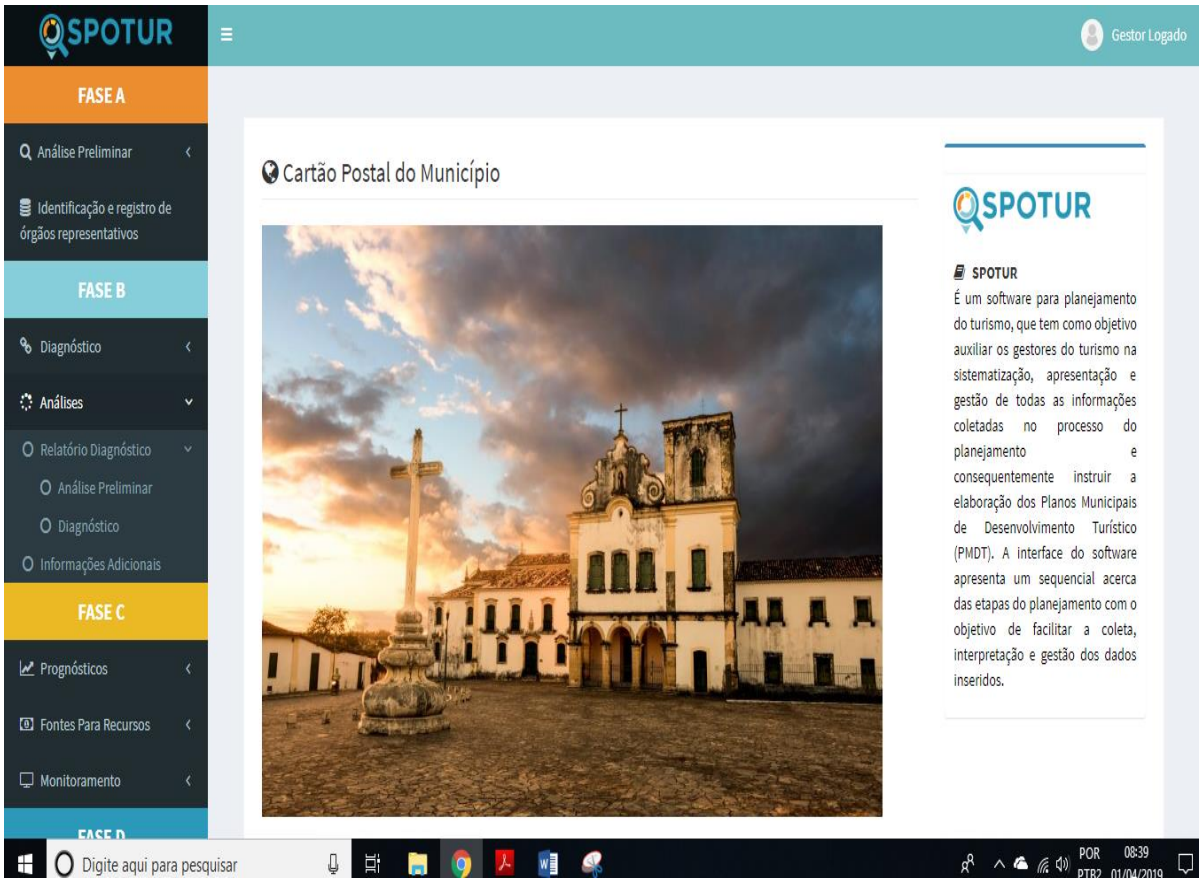
Além disso, o SPOTUR está apto a gerar correlações entre os três grupos de formulários (**CATEGORIA A+B+C**) que possibilitarão ao gestor saber, por exemplo, quantos equipamentos de bares e restaurantes (**Formulário B**) estão localizados em

determinada região (**Formulário A**), e quantos por cento desses empreendimentos estão mais próximos de determinado atrativo cultural (**Formulário C**). Essas correlações darão um resultado muito mais ágil aos processos de análise dos inventários, podendo direcionar ações específicas para determinada localidade.

- **Campo de Análises**:

A apresentação desse espaço no software tem por objetivo armazenar e gerar os relatórios a partir do levantamento diagnóstico, seja por meio de processos automáticos que gerem informações a partir do banco de dados do sistema, ou através da inserção de informações adicionais, por parte do gestor, que ainda não tenham sido contempladas no diagnóstico.

FIGURA 21-TELA DO CAMPO ANÁLISES



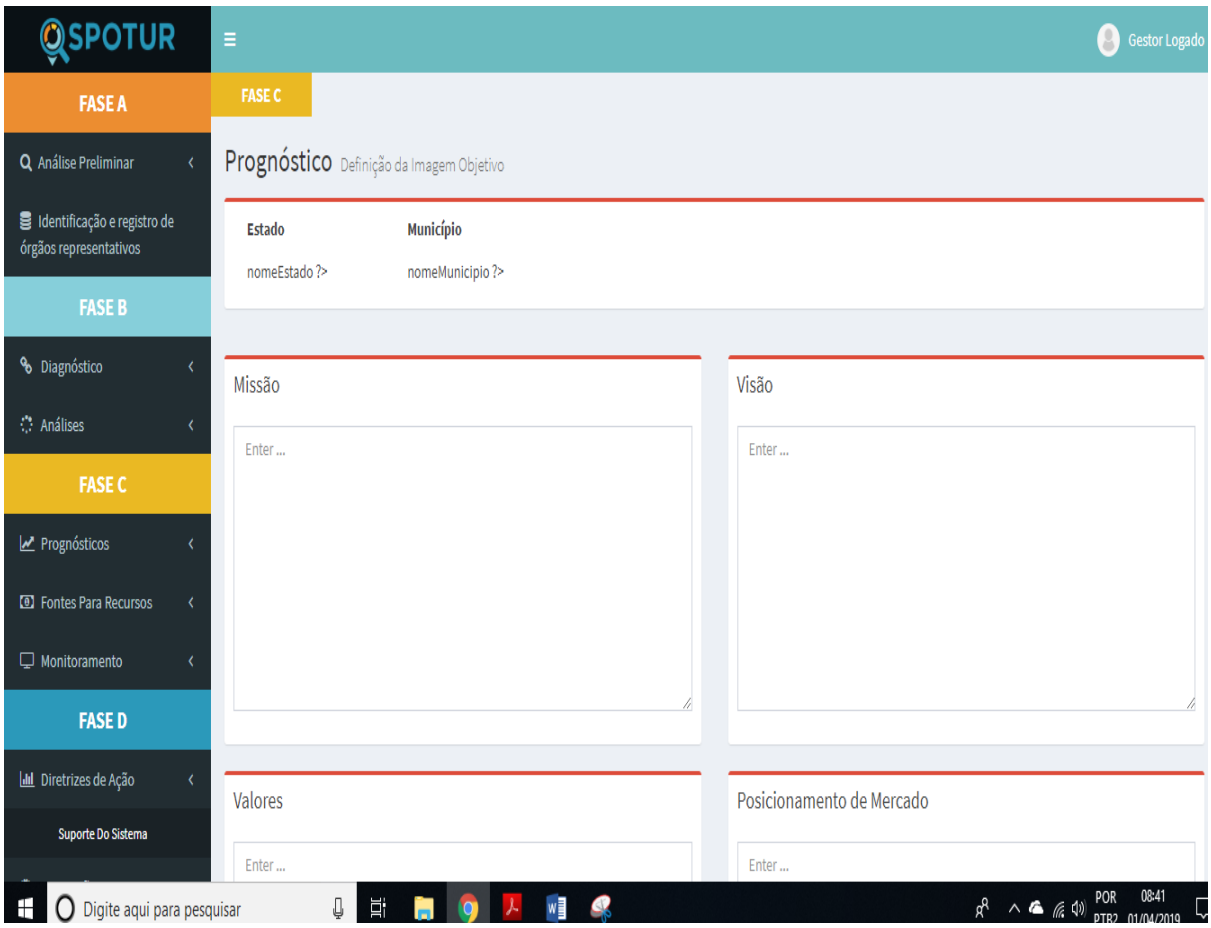
Fonte: Elaboração própria, 2019.

Deste modo, este campo possibilita armazenar os relatórios gerados para cada tela constante no diagnóstico. Por exemplo: relatório de análise preliminar, relatório de inventário, relatório de diagnóstico de análise macroambiental, relatório de análise microambiental, entre outras análises.

- **Prognósticos**:

Estão contidas no software, telas para inserção de dados acerca da definição da Imagem-Objetivo, da Missão e Visão, Posicionamento de mercado, dos Objetivos e Metas, Fonte para recursos, Monitoramento e Controle com cronograma de ações iniciadas, em curso e finalizadas. Estes campos serão preenchidos posterior ao levantamento diagnóstico.

FIGURA 22-TELA DE INSERÇÃO DOS PROGNÓSTICOS



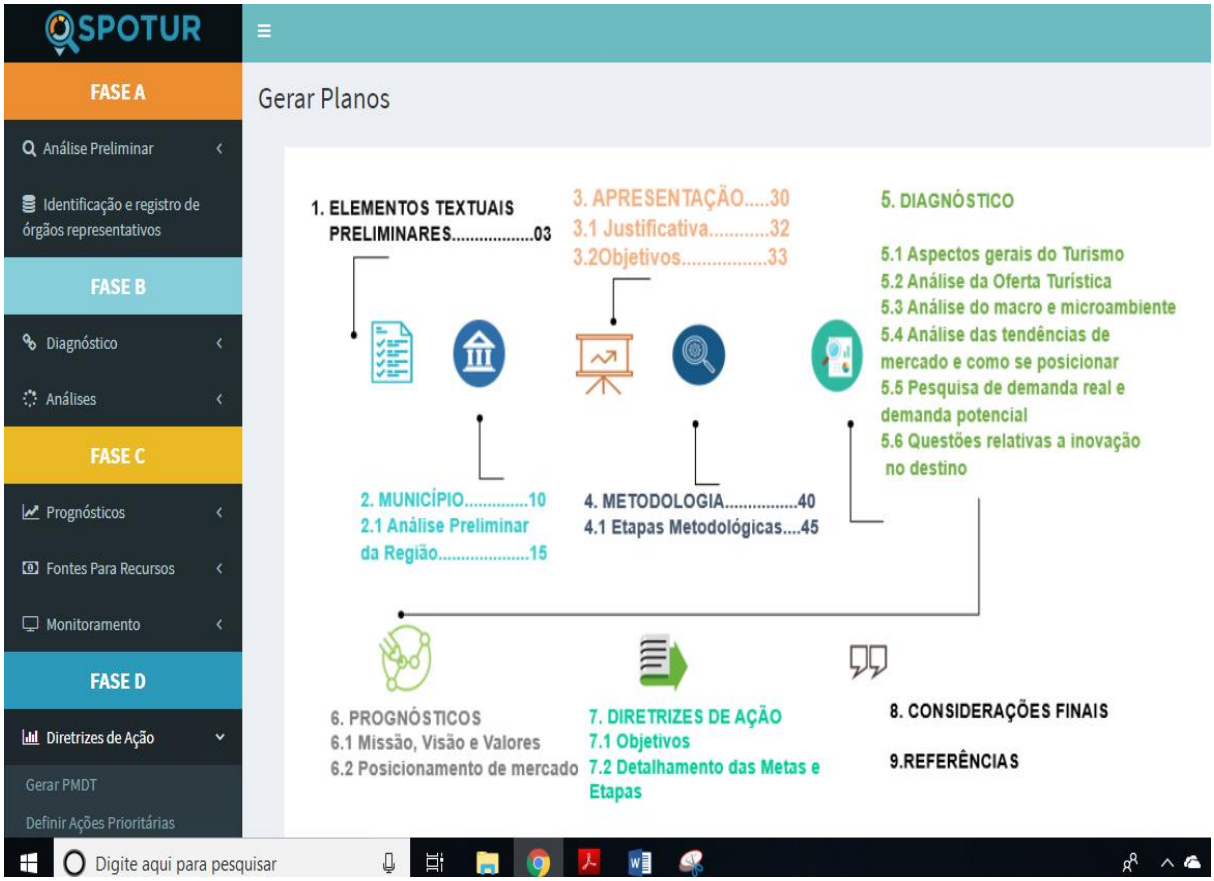
Fonte: Elaboração própria, 2019.

Este espaço será alimentado exclusivamente pelo gestor, que de posse das análises realizadas, e dos relatórios gerados pelo sistema, definirá as projeções e tendências para um curto, médio e longo prazo. Posteriormente, podem ser definidos os objetivos, as estratégias para alcance destes; o plano de ação, com a inserção dos prazos de realização destas ações; o monitoramento

- **Diretrizes de ação: Criação do Plano**

Os dados contidos nas etapas de informações preliminares da região, diagnósticos, análises e prognósticos, bem como todos os itens pesquisados e informações armazenadas no sistema, subsidiarão a confecção dos PMDT com suas respectivas informações. Este, por sua vez, será gerado como documento editável, para que sejam feitas as adaptações necessárias, seguindo o que sugere a Figura 23.

FIGURA 23- MODELO DE APRESENTAÇÃO VISUAL DO PLANO



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Como já informado, os referidos planos serão confeccionados a partir do cruzamento das informações que serão gerados em parte pelo próprio sistema, e para campos mais específicos gerados pelo gestor do processo, tais como: definição dos objetivos, criação das estratégias, plano de ações, dos prazos de realização das ações, do monitoramento e etc., realizados de modo participativo. Conforme apresentado (FIGURA 23), o sistema irá fornecer campos para orientar a criação e o detalhamento das ações e diretrizes dos planos, programas e projetos. Além de

auxiliar na junção das partes sequenciais do plano, para que possa ser gerado efetivamente o documento físico.

Pelo exposto, o pleno desenvolvimento e conclusão do software atende de maneira concreta as demandas do planejamento turístico, e através das interfaces propostas, os processos tornar-se-ão mais fáceis de serem geridos pelo gestor.

Todo o sistema é baseado nos requisitos levantados, que correspondem à listagem de todas as coisas que o sistema deve fazer, ou seja, as funcionalidades que o sistema deve possuir. Neste sentido, o conjunto de funcionalidades do SPOTUR foi desenvolvido tendo como atributos de qualidade o foco na funcionalidade, confiabilidade, portabilidade, usabilidade, eficiência e segurança, como instrui Bettencourt (2015). Para tanto, realizou-se testes com a finalidade de confirmar cada um dos atributos.

5.1.4 Aplicação e Testes de Validação

As etapas de validação, verificação e teste de software são imprescindíveis ao bom andamento do sistema, e foram realizados com o objetivo de assegurar que o produto final corresponda aos requisitos planejados. Assim, o processo foi realizado para revelar a presença de erros durante o processo de desenvolvimento, a fim de corrigi-los (PRESSMAN, 2011).

Sommerville (2011) indica três tipos de testes. O primeiro deles é o teste de desenvolvimento onde cada um dos componentes do software são testados de forma independente. Posteriormente pode ser realizado o teste de sistema, no qual os componentes são interligados para criar um sistema completo, visando identificar erros resultantes das interações inesperadas e mostrar que o sistema satisfaz seus requisitos funcionais e não funcionais estabelecidos.

O terceiro tipo de teste, indicado por Somerville (2011) é o teste de aceitação, o qual propõe a utilização de dados fornecidos por um usuário real, e não apenas com dados advindos de testes simulados. Esse tipo de teste também serve para revelar problemas de requisitos em que os recursos do sistema não atendam às necessidades do usuário ou o desempenho do sistema seja inaceitável.

O SPOTUR passou pelas quatro fases de testes, realizados de modo intercalado, conforme a criação de cada um dos incrementos. O primeiro deles correspondeu aos testes de unidade (teste de desenvolvimento), onde pretendeu

identificar a lógica da implementação de cada módulo; O segundo teste foi o de integração, onde a equipe de desenvolvedores identificou as ligações e possíveis erros associados a cada uma das interfaces dos módulos a partir das interações em conjunto. E em terceiro momento o sistema foi testado a fim de verificar se as funções estavam de acordo com as especificações e combinação dos elementos, conforme planejamento inicial.

Posterior as fases de testes operacionais, foi realizado o teste de aceitação e usabilidade, com o intuito de verificar a fluidez na utilização por parte do usuário final, e a partir das constatações garantir que o SPOTUR seja uma interface com facilidades que atendam de forma positiva questões cognitivas, perceptivas e físicas dos seus possíveis usuários. No referido teste, alguns possíveis perfis de usuários foram convidados para fazerem uso do sistema, antes da completa finalização da primeira versão. Priorizou-se no teste: um usuário com experiência em gestão de turismo em cargos de liderança (**USUÁRIO A**); um usuário comum que não tem nenhuma relação com a gestão do turismo (**USUÁRIO B**); um usuário que tem habilidade com uso de sistemas (**USUÁRIO C**) e um outro que não tem esse tipo de habilidade (**USUÁRIO D**), e por fim um profissional do ambiente acadêmico do turismo (**USUÁRIO E**).

Na fase de teste supracitada, alguns aspectos foram elencados e questionados aos usuários teste, como por exemplo:

- **Facilidade de utilização do sistema**:
    - ✓ Se os usuários tiveram facilidade de acesso ao *login* no sistema;
    - ✓ Se conseguiram compreender, sem dificuldades, a sequência apresentada no software;
    - ✓ Se a linguagem utilizada é simplificada;
    - ✓ Se o funcionamento dos *plugins* foi operacional sendo resolutivos em apenas poucos cliques.
- **Satisfação do usuário**:
    - ✓ Se o sistema possui uma interface agradável, intuitiva e acessível;
    - ✓ Se as cores e tamanho das letras e fontes possibilitaram uma leitura agradável das informações.
- **Facilidade de memorização de comandos**:

- ✓ Se os usuários compreenderam que o SPOTUR possui comandos de fácil memorização, possibilitando retornar a tarefas sem maiores dificuldades;

- **Segurança de uso:**
  - ✓ Se o sistema previne erros;
  - ✓ Se a partir dos erros ocasionados se o sistema aponta onde é o local e a causa do erro.

A realização dos testes gerou muitos resultados positivos para a confirmação da operacionalidade do sistema, tais como: ampliação das fontes utilizadas, utilização de cores para identificar as etapas, apresentação da sequência na parte acima do cabeçalho para identificar em quais etapas foram clicadas para se chegar em determinados campos, entre outros aspectos. Posterior aos testes, algumas lacunas, com relação a facilidade e/ou dificuldade de compreensão da sequência, puderam ser sinalizadas e prontamente foram solucionadas chegando a uma versão usável do sistema.

Confirmada a usabilidade, o SPOTUR encontra-se em plena condição de ser disponibilizado ao público alvo. Cabe frisar que, a estruturação do software permite incluir novos incrementos e operações sempre que necessário.

5.1.4 Registro de Software e Marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial

O desenvolvimento de produtos e processos inovadores possibilitam ao inventor a solicitação de registro em órgãos reguladores, como forma de garantir o direito autoral e a segurança na titularidade dos inventores, que proíbe que terceiros as copiem, alterem, redistribuam ou vendam sem a autorização do titular do direito dos ativos criados (INPI, 2019).

No Brasil, a legislação que regula a propriedade intelectual está pautada na lei nº 9279 de 14/05/1996 a qual subsidia a realização dos registros de proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, no que abrange: invenções de modelo de utilidade, desenho industrial, patentes, marcas, indicação geográficas e direito do autor (INPI, 2019).

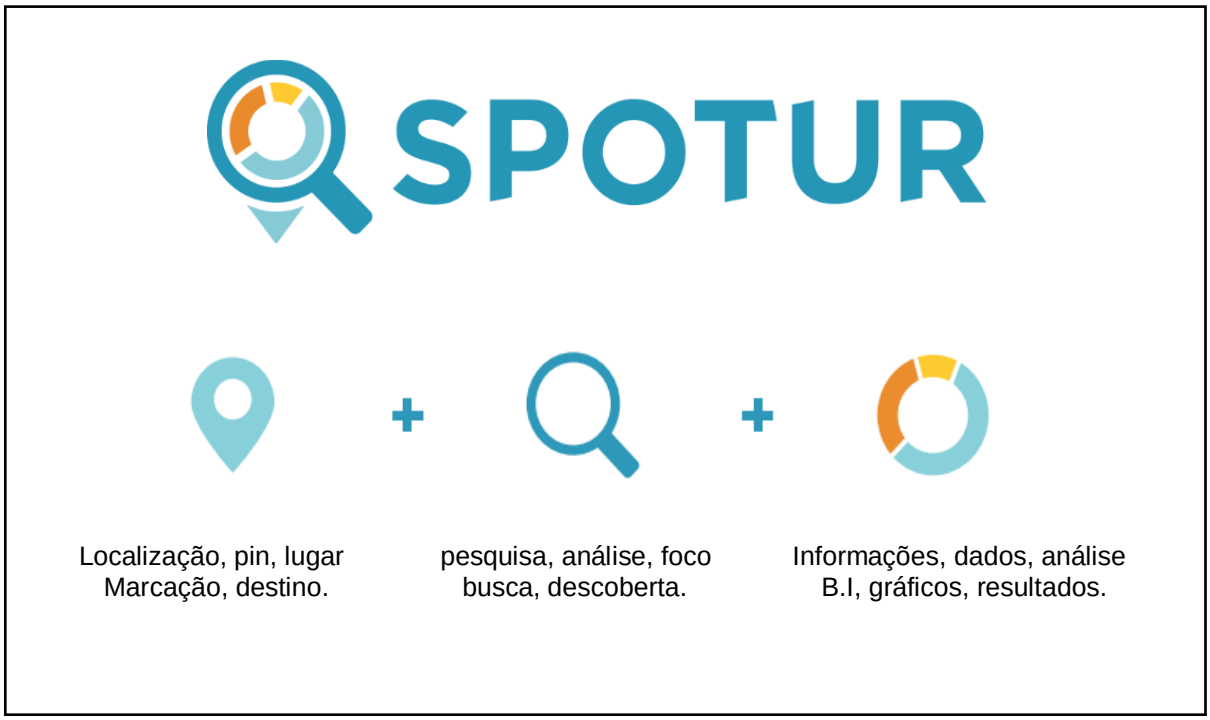
O regime jurídico para a proteção de programas de computador é o do Direito do Autor, regido pela Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998, conhecida como “lei do software” e subsidiada pela Lei 9.610/98 de Direito Autoral, as quais preveem que os programas de computador podem e devem ser registrados para garantia do direito dos inventores (ANDRADE et.al. 2016). Contudo, para que fique assegurada a titularidade do software, é necessário que haja comprovação da autoria, seja por meio de publicação, ou por meio de prova de criação do mesmo (ANDRADE et. al. 2016).

Quanto ao registro de Marcas, de acordo com a legislação Brasileira, sob o que dispõe a lei 9.279 através do art. 122, são passíveis de registro todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais, aplicados a produtos ou serviços, cujas funções principais são: identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa (ANDRADE et. al., 2016).

Sob o norte dessas premissas, desde a idealização e concepção do projeto de pesquisa que culminaria no desenvolvimento do software, foram realizadas buscas de anterioridade nas bases de registros do INPI para garantir que o produto gerado, fosse, de fato, uma aplicação tecnológica inovadora, para que posteriormente pudesse ser registrada em conjunto com uma marca a ser definida.

Durante o processo de desenvolvimento do sistema, definiu-se o nome para o software e posteriormente definiu-se uma marca para gerar uma identidade visual e comercial para o sistema. Conforme apresentado (FIGURA 24), a marca desenvolvida traz uma identidade constituída pela combinação de elementos nominativos e figurativos, cuja grafia se apresenta de forma estilizada, utilizando-se de cores clássicas na sua constituição.

FIGURA 24-PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA MARCA SPOTUR



Fonte: Elaboração Própria, 2019.

Deste modo, posterior as definições e ajustes finais do software, e da realização de testes de aceitação da marca SPOTUR, foi solicitado o registro via INPI, em titularidade para o Instituto Federal de Sergipe, realizado através do Núcleo de Inovação Tecnológica, tendo sido aceito o registro (ANEXO I e II).

Na economia do conhecimento, os direitos se transformam em diferenciais competitivos, estimulando o surgimento constante de novas identidades e soluções técnicas (INPI, 2019). Assim, a criação das aplicações tecnológicas apresentadas nesse estudo, e seus respectivos registros via INPI são importantes aliados no fomento das pesquisas que enfatizam estudos e técnicas que geram resultados práticos e aplicados, tal como propõe os mestrados profissionais.

Neste sentido, obter o registro de dois produtos põe em evidência a relevância do desenvolvimento deste trabalho para os pesquisadores envolvidos na concepção e desenvolvimento do SPOTUR, para o Instituto Federal de Sergipe, bem como, o Núcleo de Inovação Tecnológica/IFS e, sobretudo, para os estudos do turismo, enquanto ramo das ciências sociais aplicadas, que amplia, cada vez mais, as possibilidades de registros e de fomento a novas criações que gerem registros e patentes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento, conforme ressaltado nas discussões, configura-se como medida de prioridade para os destinos turísticos. Para sua efetividade, é preciso inicialmente que a gestão pública desenvolva o entendimento acerca da importância do planejamento para o desenvolvimento ordenado do turismo, em que contemple uma distribuição espacial dos recursos e das atividades econômicas de forma mais justa e mais eficiente. Para tal, são necessárias ferramentas que direcionem o percurso do planejamento e a consequente elaboração dos planos municipais de turismo, que são os principais instrumentos norteadores da atividade local.

No âmbito do desenvolvimento desta pesquisa, as concepções teóricas voltadas para as temáticas do planejamento, para a inovação e suas relações com a competitividade, e sobre a importância das TICs aplicadas ao turismo, enquanto efeito dinamizador, apresentaram diversos aspectos relevantes que aproximaram as temáticas de modo transversal, e, conceitualmente, forneceram subsídios para uma teorização necessária aos estudos do turismo.

A partir do embasamento teórico endossado nesta pesquisa, percebeu-se que os princípios norteadores para o planejamento turístico contemplam distintos enfoques, os quais fornecem subsídios orientadores ao desenvolvimento dos planos municipais de turismo. Porém, a descontinuidade na evolução destes enfoques, apontam para a necessidade de novas abordagens e novas matrizes de estudos que retratem, por exemplo, o panorama das TICs e seus reflexos no desenvolvimento de destinos turísticos tradicionais. Deste modo, os estudos aqui realizados colaboram para o incremento do conhecimento por parte dos pesquisadores, contribuindo enquanto instrumento norteador para pesquisas futuras e para o incentivo ao desenvolvimento de ferramentas tecnológicas para os distintos setores de turismo, especialmente para a gestão pública.

Para tanto, permite-se afirmar que os mestrados profissionais em turismo, os núcleos de inovação tecnológica dos institutos e universidades federais de ensino, bem como as principais agências de fomento à inovação, têm um papel importante no desenvolvimento de pesquisas que contribuam para a geração de produtos tecnológicos que visem a expansão das verticais dos softwares de gestão aplicados ao turismo.

Com relação ao desenvolvimento da metodologia de planejamento operacional, proposto nesse trabalho, buscou-se apresentar critérios desejáveis ao planejamento turístico, ao atender as variáveis identificadas no contexto teórico estudado. Cabe frisar que, priorizou-se uma sequência facilitada, de modo que o gestor de turismo possa ter o entendimento necessário à realização das etapas e que possa gerir uma equipe para a correta exequibilidade das etapas propostas.

Quanto ao SPOTUR, devido à sua natureza tecnológica, foi concebido para atender com plenitude às necessidades de armazenamento, processamento e compartilhamento estruturado, dos diversos tipos de informações aplicadas ao planejamento turístico, sendo, portanto, fundamental na constituição de uma base para a tomada de decisão e gestão turística de modo mais rápido e assertivo. Este aspecto implica de modo positivo no desempenho dos gestores para uma melhor qualidade na gestão dos espaços turísticos.

As evidentes lacunas quanto ao desenvolvimento dos softwares para a gestão pública do turismo evidenciam a importância deste trabalho, que fornece uma ferramenta tecnológica desenvolvida para ser utilizado por qualquer município brasileiro que preze por um turismo holisticamente planejado. Espera-se, portanto, que o produto tecnológico esteja disponível para aquisição das prefeituras, e que em virtude da facilidade em operacionalização das etapas, um maior número de destinos consiga realizar os Planos Municipais de Desenvolvimento Turístico. Sabe-se que, o desenvolvimento dos Planos Municipais são importantes instrumentos utilizados para angariar os benefícios advindos da sua implementação, tais como: subsídios de projetos de fomento ao turismo, a inserção do respectivo município no Mapa do Turismo Brasileiro, a prospecção do Selo + Turismo, além das oportunidades de traçar estratégias para atração de mais demandas para os municípios, favorecendo à geração de emprego e renda.

O implementação do SPOTUR também poderá atender às demandas dos docentes e discentes dos cursos de turismo das instituições de ensino do Brasil, sobretudo, nas disciplinas de Planejamento e Gestão do Turismo, ao passo em que fornece uma estrutura didático/tecnológica para que sejam realizadas atividades de planejamento, que podem abranger a realização de inventário de oferta turística dos municípios, aplicação de estudos de demanda, elaboração de roteiros a partir da etapa de diagnóstico, entre outras atividades.

A metodologia de planejamento operacional do turismo, o software SPOTUR e sua respectiva marca registrada, apresentados como resultados desse estudo, foram desenvolvidos enquanto produtos tecnológicos para atender as demandas do planejamento, que no âmbito do turismo se mostraram bastante incipientes. Cumpre dizer que, os instrumentos apresentados neste trabalho são frutos do processo criativo e de inovação tecnológica empreendidos na pesquisa para sanar algumas, possíveis, lacunas do planejamento, e que são, sem sombra de dúvida, uma importante contribuição para o Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo, para o desenvolvimento da atividade turística brasileira, para os gestores públicos do turismo e, também, para o turista que através das mudanças estruturais advindas da concretização dos planos municipais tornar-se-ão importantes beneficiados nesse processo.

É importante lembrar que, o SPOTUR é um meio e não um fim, e o trabalho de planejamento e gestão não pode se restringir a esta ferramenta, pois não se pode conceber que o mais complexo, custoso e trabalhoso seja feito – a concepção, construção e manutenção do sistema com o suporte de bases de dados associadas e a realização das etapas – e depois não sejam tomadas as decisões para a implementação das ações e direcionamentos propostos no plano, por parte da gestão municipal do turismo.

Em sinopse, não há equívocos em considerar, que os objetivos perscrutados neste trabalho foram atingidos. Porém, como toda pesquisa, não se esgotam as possibilidades de ampliação, a partir das distintas interpretações dos pesquisadores. Assim, instiga-se a realização de novas pesquisas sobre percursos metodológicos para o planejamento turístico, sobre desenvolvimento de softwares e aplicativos para a gestão pública do turismo, que mostrou ser um segmento ainda pouco explorado e carente de iniciativas que fomentem a interconexão das distintas ciências e suas aplicações por meio da pesquisa do turismo no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS

ABES. **Mercado Brasileiro de Software**: panorama e tendências. São Paulo: ABES – Associação Brasileira das Empresas de Software, junho, 2017, 28p.

ACERENZA, Miguel Acerenza. Planificación estratégica del turismo: esquema metodológico. **Estúdios Turísticos***,* Madri, v. 85, p 47-70, 1985. Disponível em: http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-85-1984-pag47-70-42290.pdf. Acesso em: 12 out. 2017.

ANDRADE, Antônio Marco et. al. **Manual de Propriedade Intelectual**: Patente, Marca, Software, Desenho Industrial, Indicação Geográfica e Proteção de Cultivares. Aracaju: Núcleo de Inovação Tecnológica, 2016, 18p. Disponível em: http://www.ifs.edu.br/nit/images/Manual_do_Nit_impress%C3%A3o.pdf. Acesso em: 17 nov. 2018.

ANJOS, Sara Joana Godotti dos. **Serviços Integrados no turismo:** um modelo de gestão para o setor de hotelaria. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina–UFSC, Departamento de engenharia de produção, Florianópolis, 2004. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/87545. Acesso em: 21 dez. 2017.

AZEVEDO, Eliane Avelina; BARROS NETO, Jaime José da Silveira. Os novos cenários turísticos: inovação, planejamento e as megatendências. **Revista A Barriguda,** Campina Grande, v. 7, n.2, p. 220-239, 2017. Disponível em: http://www.abarriguda.org.br/revista/index.php/revistaabarrigudaarepb/article/view/384. Acesso em: 29 abr. 2018.

ARAÚJO, Carolina Dutra de Araújo; CÂNDIDO, Débora Regina Campos; KROTT, Max. Turismo de base comunitária e relação de poder no Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (Brasil). **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 155-172, agosto 2018. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO2544.pdf. Acesso em: 13 set. 2018.

BAIDAL, Josep Antoni Ivars. **Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores (Proyecto METASIG).**2001.75p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidad de Alicante, Espanha, 2001.

_____; MONZONÍS, Francisco Javier Solsona; SANCHEZ, David Giner. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'Anàlisis Geogràfica**, Barcelona, v. 62, n. 2 p. 327-346, 2016. Disponível em <http://dag.revista.uab.es/article/view/v62-n2-ivars-solsona-giner>. Acesso em: 04 de jan. 2018.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2. ed., 1991.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

_____. **Globalização do Turismo***:* Megatendências do setor e a realidade Brasileira. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2011.

_____. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. rev., São Paulo: Senac, 2019.

BENUR, Abdelatti M.; BRAMWELL, Bill. Tourism product development and product diversification in destinations. **Tourism Management,** Queensland, Austrália, v. 50, p. 213-224, 2015. Disponível em: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000412. Acesso em: 12 jul 2017.

BETTENCOURT, Briando Manuel Almada. **Planejamento e desenvolvimento de um sistema de gerenciamento de oficinas mecânicas**. 2015. 65f. Monografia (Curso de Tecnologia em Sistema para Internet) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-Rio-Grandense – IFSUL, Rio Grande do Sul, 2015.

BINFARÉ, Paula Wabner; CASTRO, Cleber Trindade; SILVA, Michel Vieira; GALVÃO, Patrícia Lins; COSTA, Sinthya Pinheiro. Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo –RTC**, Natal, v. 4, ed. Especial, p. 24-40, abril 2016. Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/6042. Acesso em: 21 de jan. 2018.

BLANCO, Javier. **Libro blanco de los destinos turísticos inteligentes**: estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital. Espanha: LID Editorial, Biblioteca ALTRAN, 2015.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2002.

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento Turístico**: Teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRASIL. Ministério do turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**, Diretrizes Políticas, Brasília: MTur, 2004.

_____. Ministério do turismo. **Plano Nacional do Turismo 2007/2010:** Uma viagem de inclusão. Brasília: MTur, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Módulo Operacional 4**: Elaboração do Planejamento estratégico de desenvolvimento do turismo regional. Diretrizes Políticas. Brasília, 2007a.

_____. Ministério do Turismo. **Ação Municipal para a Regionalização do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Conteúdo Fundamental. Brasília, MTur, 2007b.

_____. Ministério do Turismo. **Ação Municipal para a Regionalização do Turismo. Programa de regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 7: Roteirização Turística. Brasília, MTur, 2007c.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil:** Inventário da Oferta Turística. Brasília: MTur, 2011a.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil 2011-2014**: documento referencial. Brasília, 2011b.

_____. Ministério do turismo. **Plano Nacional do Turismo 2013/2010:** O turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília, MTur, 2013a.

_____. Ministério do turismo. **Programa de Regionalização do Turismo –Roteiros do Brasil**: Diretrizes. Brasília, MTur 2013b.

_____. Ministério do Turismo. **Documento Referencial para Rede de Inteligência de Mercado no Turismo.** Brasília, MTur, 2017a.

_____. Ministério do Turismo. **Dados e fatos**. 2017b. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/>. Acesso em: 02 nov. 2017.

_____. Ministério do turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro**.2017c. <Http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 10 dez. 2018.

_____. Ministério do turismo. **Plano Nacional do Turismo 2018/2022:** mais emprego e renda para o Brasil. Brasília, MTur, 2018a.

_____. Ministério do turismo. **Inventário da Oferta**. 2018b. <http://inventario.turismo.gov.br/invtur/>. Acesso em: 18 fev. 2018.

BISSOLI, Maria Angela Ambrizi Marques. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistema de informação.** São Paulo: Futura, 1999.

BROWN, Louise; OSBORNE, Stephen P. Risk and Innovation Towards a framework for risk governance in public services. **Public Management Review**, [S/L], v. 15, n.2, p. 186-208, 2013. Disponível em <http://www.scopus.com/inward/record.url?scp=84872562629&partnerID=8YFLogxK>. Acesso em: 06 jul. 2017.

BRUSADIN, Leandro B. Estudo da avaliação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 87-111, 2005. Disponível em: <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/223>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BUHALIS, Dimitrius. Strategic use of information technologies in the tourism industry. **Tourism management**, [S/L], v. 19, n. 5, p. 409-421, 1998. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517798000387>. Acesso em: 15 jul. 2017.

_____; Costa, C. **Tourism Management**: Dynamics Trends, management and tools. Oxford: Elsevier, 2006, 304 p.

CABERO, Julio. Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. In LORENZO, M. (Org.). **Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales**. Granada: Grupo Editorial Universitario, 1998, p. 197-206.

CAMISÓN, Cesar; MONFORT-MIR, Vicente M. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. **Tourism Management**, [S/L], v. 33, n.33, 2012, p.776-789. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711001816. Acesso em 15 jul. 2018.

CAPES. **Portal de Periódicos Capes**. Disponível em: http://www.periodicos.capes.gov.br/. Acesso: 10 ago. 2017.

CARVALHO, Luisa; COSTA, Teresa. Tourism innovation–a literature review complemented by case study research. **Tourism & Management Studies**, Algarve, v. 1, n p.12-22, 2011. Disponível em http://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/173. Acesso em: 08 de nov. 2018.

CARVALHO, Flávia Pereira de. **Apostila da disciplina de PROGRAMAÇÃO I - Linguagem Pascal -. FIT - Faculdade de Informática de Taquara Curso de Sistemas de Informação**. Taquara, Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em: https://fit.faccat.br/~fpereira/apostilas/apostila_prog1_ago2006.pdf. Acesso em 04 jan. 2019.

CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. **Turismo e Desenvolvimento Sustentável: análise dos modelos de planejamento turístico**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011, 158p.

CNM, Confederação Nacional dos Municípios –. **Turismo em 360º:** Planejando o Turismo no Município. Brasília: CNM, 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 3. ed., São Paulo: McGraw-Hill, Ltda, 1987.

_____. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** 7. ed., Rio de Janeiro: Campus, 2004.

CORREIA, Rosângela Linhares; SANTOS, José Gonçalo dos. **A Importância da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) na Educação a Distância (EAD) do Ensino Superior (IES).** Revista Aprendizagem em EAD, V.2, n.13, p.1-16, Taguatinga – DF, novembro, 2013.Disponível em: https://portalrevistas.ucb.br/index.php/raead/article/view/4399/2899. Acesso em 01 fev. 2018.

COSTEA, Mihai; HAPENCIUC, Cristian V.; ARIONESEI, Gabriela. The Use Of The New Information And Communication Technologies (NICTS) At The Level Of Business In The Tourism Industry From Romania And The Cee-Eu Countries. **Journal of**

tourism – studies and research in tourism, [S/L], v.24, p. 34-44, 2017. Disponível em: http://revistadeturism.ro/rdt/article/view/389/254. Acesso em: 03 jan. 2019.

CROUCH,Geoffrey I.; RITCHIE,Brent J.R. Tourism, competitiviness, and societal prosperity. **Journal of Business Research**,[S/L], v.44, n.3, p.137-152, 1999.Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296397001963. Acesso em: 10 dez. 2017.

CUNHA, Carla Giane Soares da. Avaliação das políticas públicas e programas governamentais: tendência recentes e experiências no Brasil. **Revista: Estudos de Planejamento**, Rio Grande do Sul, ed n. 12, dez. 2018. Disponível em: https://revistas.dee.spgg.rs.gov.br/index.php/estudos-planejamento/article/view/4298. Acesso em: 08 fev. 2019.

DAYCHOUM, Merhi. **Ferramentas e técnicas de gerenciamento**. 6.ed. São Paulo: Brasport, 2016.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

ENDRES, Ana Valéria. **As políticas de turismo e os novos arranjos institucionais na Paraíba/Brasil***.* 2012. 33p.Tese (Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/100786/315044.pdf?sequence=1. Acesso em: 09 jan. 2018.

EUROPEAN UNION. **Mapping smart cities in the EU.** Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/regdata/etudes/etudes/join/2014/507480/ipolitre_et(2014)507480_en.df. Acesso em: 10 mar. 2018.

FERNANDES, Ivan P. ***Planejamento* e Organização do *Turismo****.* Rio de Janeiro: Campus Elsevier. *2011.* 199p.

FABRIS, Polyana Pacheco Gomes; PERINI, Luís Cláudio. **Processos de Software**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A, 2014.192 p.

FOKINA, Alla. **Metodologia Scrum e Força de Vendas no Turismo: Ubiwhere**. 2013. 103p. Dissertação (Mestrado em Línguas e Relações Empresariais) – Departamento de Línguas e Culturas, Universidade de Aveiro**,** Aveiro, 2013,103p. Disponível em: https://ria.ua.pt/bitstream/10773/12240/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio.pdf. Acesso em 13 ago. 2017.

FRATUCCI, Aguinaldo César; SCHWANTES, Gabriel Xavier Ludolf; MAIA, Yure de Carvalho. Estrutura da Gestão Pública do Turismo nos Municípios do Estado do Rio de Janeiro. **Revista de Cultura e Turismo-CULTUR**, Santa Catarina, v. 8, n.01, fevereiro 2014. Disponível em: http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur. Acesso em: 13 ago. 2017.

FRITZEN, Fabiano Milano; RUDZEWICZ, Laura; CERETTA, Caroline Ciliane. Uma Proposta de Planejamento Turístico e sua Aplicação em Pelotas, Rio Grande do Sul. **Rosa dos Ventos***,* Caxias do Sul, v. 7, n. 3, p. 423-439, julho-setembro, 2015. Disponível em: http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/3524. Acesso em 14 nov. 2018.

GARCÍA, Fernando Almeida; MENDES FILHO, Luis Augusto Machado; SANTOS JUNIOR, Adalberto dos. Turismo e inovação: uma proposição de modelo de sistema de gestão para configuração de destinos turísticos inteligentes. **Revista de Cultura e Turismo-CULTUR**, Santa Catarina, v. 10, n. 2, p. 23-32, 2017. Disponível em: http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1603. Acesso em 10 jan. 2018.

GARCÍA, Maribel Osório. **La Planificación turística. Enfoques y Modelos.** *Revista Quivera*, Toluca, México, v.8, n.1, p.291-314, 2006. Disponível em http://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf. Acesso em 26 jul. 2017.

GEROZA, Marco Aurélio et. al. **O que é Inovação e P&D na Indústria de Software? Relatório Técnico RT-MAC-2016-01**. Departamento de Ciência da Computação, Instituto de Matemática e Estatística - Universidade de São Paulo (USP), Janeiro, 2016.

GETZ, Donald. Models in tourism planning: Towards integrations of theory and practice. **Tourism Management,** [S/L], v.7, n. 1, p 21-32, março 1986. Disponível em:< https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0261517786900543>. Acesso em: 20 out. 2017.

_____. **Tourism planning and research: traditions, models and futures, Strategic Planning for Tourism**: An Australian Travel Research Workshop, Lord Forrest Hotel, Bunbury, Western Australia: Conference papers and workshop notes, p. 2–43, 5–6 novembro, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed., São Paulo: Atlas, *2008.*

GONZÁLEZ, Maria Velasco; SANCHEZ, Isabel Rodriguez. **Innovación en la política turística española: análisis desde una perspectiva histórica.** In: anais do XVIII Congresso AECIT, Benidorm, 26-28 nov, 2014, p1-17. Disponível em: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/42798/2/2014_Velasco_Rodriguez_AECIT_innovacion%26politica_presentacion.pdf. Acesso em: 25 fev. 2018.

GRETZEL, Ulrike; WERTHNER, Hannes; KOO, Chulmo; LAMSFUS, Carlos. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior***,* v.50, n.3, p. 558-563, 2015. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215002332. Acesso em: 25 fev. 2018.

_____; SIGALA, Mariana; XIANG, Zheng; KOO, Chulmo. Smart tourism: foundations and developments. **Electronic Markets,** v.25, n.3, p. 179-188, 2015. Disponível em:

https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8. Acesso em: 10 fev. 2018.

GUIMARÃES, André Satlher; JOHNSON, Grace F. **Sistemas de informações**: administração em tempo real. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2007.

HALL, Michael Colin. **Planejamento Turístico**: políticas, processos e relacionamentos. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

_____; WILLIAMS, Allan M. **Tourism and innovation**. New York: Routledge, 2008.

HASSAN, Robert. **The Age of Distraction:** Reading, Writing, and Politics in a High-Speed Networked Economy. New York: Routledge 2011, 236 p.

HJALAGER, A. M. Repairing innovation defectiveness in tourism. **Tourism Management**, [S/L], v.23, p. 465-474, 2002. Disponível em:< https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517702000134. Acesso em: 10 jul. de 2017.

_____. A Review of Innovation Research in Tourism. **Tourism Management**, [S/L], vol. 31, p.1-12, 2010. Disponível em: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517709001691. Acesso em: 10 julho 2017.

_____. Innovation Policy for Tourism. **Journal of Tourism Policy**, v. 4, n.4, p. 336-55, 2012. Disponível em: https://www.inderscienceonline.com/doi/full/10.1504/IJTP.2012.052565. Acesso em: 10 jul. 2017.

_____. 100 Innovations That Transformed Tourism. **Journal of Travel Research**, v. 54, n.1, p.3-21, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/275430363_100_Innovations_That_Transformed_Tourism. Acesso em: 10 jul. 2017.

HOLM, Carla Caroline; CARDOZO, Poliana Fabíula; FERNANDES, Diogo Luders; SOARES, Joelcios Gonçalves. Planejamento Participativo do Turismo e seus Desafios: A Aplicação dos Princípios de Elinor Ostrom na colônia Witmarsum-PR, Brasil. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v.9, p. 457-471, jul-set, 2017. Disponível em: http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/4577. Acesso em: 30 set. 2018.

INPI. **Manual do Usuário para o Registro Eletrônico de Programas de Computador**. (Org.) ALVARES, H.; COELHO, A.C.; ENGEL, M.S.P. Rio de Janeiro: INPI, 2019.

INVATTUR. Agéncia Valenciana del Turismo. **Destinos turísticos inteligentes:** Manual operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes, 2015, 125 p. Disponível em: http://invattur.gva.es/estudio/manual-operativo-para-la-configuracion-de-destinos-turisticos-inteligentes/. Acesso em: 13 jan. 2018.

KOTLER, Phillip. **Administração de Marketing***:* Análise, Planejamento, Implementação e Controle*.* 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. **Administração:** Princípios e Tendências. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2007.

LEMOS, Cristina. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento:** Parcerias e estratégias, n 8, p 157-179, Brasília, 2000.

LIMA, Cíntia Caldas Barcelar de. **Aplicativos móveis de interesse público: limites e possibilidades para a cidadania no Brasil**.2017, 239f.Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Departamento de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília-UNB, Brasília, 2017. Disponível em: http://repositorio.unb.br/handle/10482/23699. Acesso em: 21 out. 2018.

LIMA, Renata Mayara Moreira. **Turismo, Políticas Públicas e Desenvolvimento**: Uma Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo nas Cinco regiões Turísticas do Rio Grande do Norte (2004-2014).2017,336f._Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Departamento de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN, Natal, 2017.

MARQUES, Osiris; CARDOSO, Juliana; CARVALHO, Luciana. Competitividade em Destinos Turísticos: uma análise da produção bibliográfica na plataforma Scopus e em periódicos brasileiros no período de 1996 a 2016. **Revista Turismo & Desenvolvimento,** Aveiro v. 27, n. 2, p 75 – 84, 2017. Disponível em: https://docplayer.com.br/86195450-Competitiveness-in-tourism-destinations-a-bibliometric-analysis-on-the-scopus-platform-and-in-brazilian-periodicals-from-1996-to-2016.html. Acesso em: 12 abr. 2018.

MARIANI, Marcelo M; BUHALIS, Dimitrios; CZAKON, Wojciech; VITOULADITI, Ourania. **Tourism Management, Marketing, and Development***:* Performance, Strategies, and Sustainability*.* Silver Spring: Palgrave Macmillan, US, 2016. 292p.

MARTINS, André; GUSTAVO, Nuno. Planejamento estratégico de destinos turísticos: contributos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Tomar. *In*: RAMOS, C.; SOUZA, A.; GONÇALVES, G.; CARDOSO, I.; CARDOSO, M. de L. C., MATOS (Org). **Turismo e Competitividade dos Destinos Turísticos**. Faro: Universidade do Algarve, ISBN: 978-989-8859-33-4, 2018, p. 4 - 27.

MAZARO, Rozana; PANOSSO NETTO, Alexandre. Competitividade e inovação no Turismo.in: BENI, Mario Carlos (Org.) **Turismo***:* Planejamento estratégico e capacidade de Gestão. Barueri: Manole, 2012. p.367-381.

MELLO, Janaína Cardoso. de. Economia Criativa, Tecnologia e Competitividade: Propriedade Intelectual e Turismo. **PIDCC: Revista em propriedade Intelectual**

direito contemporâneo, v.10.n.3, p.37-47, 2016. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6748170. Acesso em: 13 mar.2019.

MENDONÇA, Maria Cristina Angélico. Gestão de potenciais cluster turísticos: uma proposta de metodologia de diagnóstico. In: BENI, M.C. (Org.). **Turismo**: planejamento estratégico e capacidade de gestão. Barueri: Manole, 2012, p.121-137.

MINASI, Sara Marroni. A perspectiva territorial no planejamento e gestão do turismo. **Revista Ágora**. Santa Cruz do Sul, v.19, n. 01, p. 171-182, jan/jun 2017. Disponível em: https://online.unisc.br/seer/index.php/agora/article/viewFile/5722/6137. Acesso em 04 fev. 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social*. In*: _____. (Org.) **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 09-30.

MOLINA, Sérgio. **Turismo***:* metodologia e planejamento. Bauru, SP: Edusc, 2005. 126 p.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem feita***:* repensar a reforma, repensar o pensamento. 17. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil Ltda, 2010.128 p.

OCDE. **Manual de Oslo***:* Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. FINEP. 3. ed, 2005.

O'CONNOR, Peter. **Distribuição da Informação Eletrônica em Turismo e Hotelaria.** São Paulo: Bookman, 2001, 171p.

OMT. **Panorama do Turismo Internacional.** http://mkt.unwto.org/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2017. Acesso em 15 jul. 2017.

OTTONI, Fernando Guimarães; SCALCO, Raquel Faria. **Planejamento e Gestão do Turismo***.* Rio de janeiro: ETEC BRASIL, 2016.

PARANÁ. Secretaria de Turismo do Estado. **Orientação para Gestão Municipal do Turismo**: Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo, 2017, Curitiba, 88p. Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/institucional/APOSTILAVERSAOFINAL__1.pdf. Acesso em: 04 nov. 2018.

PARREIRA JÚNIOR, Walteno Martins. **Engenharia de software 1**. Universidade do Estado de Minas Gerais, fundação Educacional de Ituiutaba, curso de Engenharia da Computação. Minas Gerais, 2013. Disponível em: http://www.waltenomartins.com.br/esof1_aps_v1.pdf. Acesso em: 15 dez. 2018.

PETROCCHI, Mário. **Planejamento e Gestão.** São Paulo: Futura, 5.ed., 2001, 381 p.

_____. **Gestão de polos turísticos***.* São Paulo: Futura, 2.ed., 2002, 453 p.

PEREIRA, Uribaratan de Nazaré Costa; OLIVEIRA, Edson Aparecido de Araújo Q.; TADEUCCI, Marilsa Sá Rodrigues. **A importância das inovações tecnológicas no setor do turismo**. In: III CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO.2014, São Paulo. Anais eletrônicos do III CIC TeD. São Paulo: UNITAU, 2014. p.121-132. Disponível em: http://www.unitau.br/files/arquivos/category_154/MPH0322_1427390993.pdf. Acesso em: 12 mai. 2018.

PEREZ, Carlota. Revoluciones tecnológicas y paradigmas tecno-económico. ***Cambridge Journal of Economics*****,** v.34, n.1, p. 185-202, 2010. Disponível em: http://www.carlotaperez.org/downloads/pubs/Revoluciones_tecnologicas_y_paradigmas_tecnoeconomicos.pdf. Acesso em: 15 jan. 2018.

PRESSMAN, Roger S. **Engenharia de Software***:* uma abordagem profissional. 7. ed. Bookman: Porto Alegre, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico***:* métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed., Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMOS, Anatalia Saraiva Martins; MENDES FILHO, Luis Augusto Machado; LOBIANCO, Marcia Moura Leite. **Sistemas e tecnologia da informação no Turismo.** Um enfoque gerencial. Curitiba: Editora Prisma, 2017.

REHOR, Pavel. How to Improvise Srategic Planning of Municipal Organizations in Czech Republic?. **Procedia Economics and Finance**, República Tcheca, v. 34, p.521-527, 2015. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115016639. Acesso em: 15 nov. 2017.

REGMI, Krishna Kumar. **Software in Tourism Industry. A Study on Emerging New Niches of Software in Hotel Industry.**2010, 48f. Tese Pós-Doutoral (Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Laurea, Kerava, 2010.

RODRIGUEZ, Izabel; HALL, Michael C.; WILLIAMS, Allan M. Tourism Inovation policy: Implementation and autcomes. **Annals of tourism**, Nottingham, Inglaterra, Reino Unido, v. 49, p. 76-93, 2014. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738314000978. Acesso em: 17 nov. 2017.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura.** Perspectivas, questões e autores. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RUIZ, Taís Cristina Domareski; CHIM-MIKI, Adriana Fumi; GÂNDARA, José Manoel. A Geografia Econômica Evolutiva como perspectiva de análise da dinâmica dos destinos turísticos. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p.316-336,2015. Disponível em: http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1001. Acesso em: 26 mai. 2018.

_____; GÂNDARA, J.M. O Planejamento Urbano e a Competitividade de Destinos Turísticos: uma análise desde a perspectiva do modelo de Dwyer e Kim. **Revista Turismo em Análise-RTA**, v.25, n.3, p.580-607,2014.

RUSCHMANN, Doris Van Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável**: A proteção do meio ambiente. Campinas, São Paulo: Papirus, 1997.

_____.; WIDMER, Glória Maria. Planejamento turístico. In: ANSARAH, M. (Org.), **Turismo**: como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC, 2000.320p.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. Turismo sob a ótica da sustentabilidade. ***O Boletim Técnico do Senac***, v.30, n.1, p.20-27, 2004. Disponível em: http://www.bts.senac.br/index.php/bts/issue/view/55/showToc. Acesso em 08 de nov. 2017.

_____. **El Turismo como Factor de Desarrollo***:* El caso de Sergipe-Brasil. 2017, 384p. Tese (Doutorado em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental) - Departamento de Geografia Humana, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2017.

SANTOS, Adriana Melo; GOMES, Diogo Antonio Queiroz; LOPES, Elfany Reis do Nascimento. Planejamento estratégico do turismo rural: caminhos para o desenvolvimento sustentável no Núcleo JK na Bahia. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.10, n.1, p.33-48, fev/abr 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/324485470_Planejamento_estrategico_do_turismo_rural_caminhos_para_o_desenvolvimento_sustentavel_no_Nucleo_JK_na_Bahia. Acesso em: 04 jan. 2019.

SANTOS JUNIOR, Adalberto dos; MENDES FILHO, Luiz; GARCÍA, Fernandes Almeida; SIMÕES, José Manuel. Smart Tourism Destinations: a study based on the view of the stakeholders. **Revista Turismo em Análise** - ECA-USP, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 358-379, set/dec, 2017. Disponível em: http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/125769. Acesso em: 15 abr. 2018.

SANTOS, Saulo Ribeiro; TEIXEIRA, Maria Gracinda. Análise do Plano de Desenvolvimento Turístico do Estado do Maranhão: Potencialidades e Entraves na Gestão de Polo Turístico. **Turismo Visão e Ação***,* Itajaí, v. 11, p. 201-217, 2009. Disponível em: https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/474. Acesso em 20 ago. 2018.

SCHWABER, Ken; SUTHERLAND, Jeff. **Um guia definitivo para o Scrum**: As regras do jogo. *Scrum*. Creative Commons, 2017.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **The Theory of Economic Development***:* An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie. New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers, 1934.

SECTUR. Secretaria de Turismo Planeación y gestión de México. **Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal***:* un enfoque de cambio. México, 2003.

SEGITTUR. Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. **Manual Operativo Destinos Turísticos Inteligentes**, 2013. Disponível em: < http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Present acin-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>.Acesso em 08 dez. 2017.

_____. **Smart Destination**: Informes destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. 2015.Disponível em: https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Tursticos-Inteligentes-ok_es.pdf. Acesso em: 15 de dez. 2017.

_____. **Destinos Turísticos Inteligentes** [online]. Disponível em: https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf. Acesso em: 11 nov. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

SEIXAS, Fábio dos S; PENEIRAS, Vinícius Amarante. **Análise de viabilidade mercadológica e financeira de uma startup de base tecnológica***.* 2016. 96p.Trabalho de conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) –Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC. Florianópolis, 2016. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/166980. Acesso em 15 jan. 2018.

SIGALA, Marianna. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. **Tourism Management perspectives**, [S/L], v. 35, n.31, p. 151-155, Jan 2018.Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973617301435>. Acesso em: 10 out. 2018.

SILVA, Cleber Gomes da. Impactos de programas nacionais de turismo sobre as instituições e organizações turísticas em municípios do Pará (Brasil). **Revista Turismo & Sociedade***,* Curitiba, PR, v. 10, n. 3, p. 1-19, setembro-dezembro de 2017. Disponível em: http://editora.iabs.org.br/site/wp-content/uploads/2018/01/CVT-Abril-16-1.pdf. Acesso em 15 jun. 2018.

SILVA, Edson Coutinho. Metodologia Scrum: Projetos, Interação e Valor aos Clientes. **Revista de Administração Geral,** v.2, n.1, p.35-57, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/318987918_METODOLOGIA_SCRUM_PROJETOS_INTERACAO_E_VALOR_AOS_CLIENTES. Acesso em: 17 dez. 2018.

SILVA, Jaqueline dos Santos; SONAGLIO, Kerlei Eniele. E. Análise das metodologias de planejamento e organização do turismo segundo os principais autores brasileiros. **Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR**, Penedo, Alagoas, v. 3, n.2, p. 62-83, 2013. Disponível em: http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1058/822. Acesso em: 17 nov. 2017.

SILVA JUNIOR, Severino Domingos; COSTA, Francisco José da. Mensuração e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase

Completion. **Revista Brasileira de Pesquisa de Marketing, Opinião e Mídia***,* São Paulo, Brasil, v.15, p.1-16, out. 2014. Disponível em: http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Volumes/15/1_Mensura%C3%A7%C3%A3o%20e%20Escalas%20de%20Verifica%C3%A7%C3%A3o%20uma%20An%C3%A1lise%20Comparativa%20das%20Escalas%20de%20Likert%20e%20Phrase%20Completion.pdf. Acesso 28 mar. 2018.

SILVA, Michele Cristina da C.; REJOWSKI, Mirian. **Produção Científica Sobre Competitividade e Turismo na Base Scopus**. In: XV Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação, p.115-127, 2018, São Paulo. Resumo dos Trabalhos. São Paulo: ANPTUR, 2018. Disponível em: https://www.anptur.org.br/anais/anais/edicao_atual.php. Acesso em 11 de novembro de 2018.

SOMMERVILLE, Ian. **Engenharia de Software**. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

SOUZA, Silvana do Rocio de; BAHL, Miguel; KUSHANO, Elizabete Sayuri. O espaço do turismo: produção, apropriação e transformação do espaço social. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 313 - 331, dez. 2013. Disponível em: https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/viewFile/531/546. Acesso em: 10 jan. 2018.

SOUZA, Jackson de. **Avaliando a eficácia da promoção de destinos turísticos no estado de Sergipe.**2017,136f. Dissertação (Mestrado em Turismo), Programa de Pós-Graduação em Turismo – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2017.

SOUZA, Maria José Barbosa de; FERREIRA, Elaine. **Planos Nacionais de Turismo, Desenvolvimento Local e Sustentabilidade.** In: XXXV ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO-ANPAD, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos do XXXV Encontro ANPAD, 2011. Disponível em: http://www.anpad.org.br/~anpad/. Acesso em: 12 dez. 2018.

SUCUPIRA. Plataforma Sucupira. **Qualis periódicos**. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf. Acesso em: 29 ago. 2017.

TOIVONEN, Marja; TUOMINEN, Tiina. Emergence of innovations in services*.* **Service Industries Journal,** [S/L], v. 29, n. 7, p. 887-902, 2009. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02642060902749492. Acesso em: 08, fev. 2018.

TOMAZIM, Mariana; BENI, Mario Carlos. Limites e possibilidades da inclusão social pela Política Nacional de Turismo: O caso do Programa de Regionalização do Turismo. **Revista Cenário,** Brasília, v.5, n.8, p 84-96, agosto, 2017. Disponível em: https://bdpi.usp.br/item/002847516. Acesso em: 10 nov. 2018.

URIELY, Natan. Theories of modern and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, Nottingham, Inglaterra, Reino Unido, v. 24, n. 4, p. 982-985, Outubro, 1997.

Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738397000297. Acesso em: 15 nov. 2017.

VAS, Ginesa Martinez del. Aplicación de los principios de la planificación estratégica al turismo. **Análisis de Cuadernos Geográficos***,* Granada, Espanha, v.56, n 1, 265-289, 2017. Disponível em: http://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/4724. Acesso em: 19 mar. 2018.

VELASCO, María. Entre el Poder y La Racionalidad: Gobierno del Turismo, Política Turística, Planificación Turística y Gestión Pública del Turismo. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural-Pasos**, Sán Cristóbal de La Laguna, Espanha, v. 14, n. 3, p. 577-594, 2016. Disponível em http://www.pasosonline.org/en/articles/923-14_3_special_issue. Acesso em: 12 jul. 2017.

VIEIRA, Edilana Wasney.; FERREIRA, Antônio José de Araújo; SERRA, Danillo José Salazar. Turismo e território: planejamento turístico para o desenvolvimento sustentável do polo Munim, Maranhão. Volume Especial: **Revista da Casa da Geografia,** Sobral, Ceará, v. 18, n. 2, p. 100-117, setembro 2016.Disponível em: http://www.uvanet.br/rcgs/index.php/RCGS/article/view/305. Acesso em: 21 ago. 2017.

VIEIRA, João. Inovação no Turismo: um processo catalisador de desenvolvimento. **Cogitur: Journal of Tourism Studies**, [S/L], n. 4, v. 4, p.133-146, 2012. Disponível em: http://revistas.ulusofona.pt/index.php/jts/article/view/2697. Acesso em 08 jan. 2019.

VIGNATI, Frederico. **Gestão de destinos Turísticos**. Como atrair pessoas para Pólos, e Países. Rio de janeiro: Senac, 2012.

WILLIAMS, Allan; SHAW, Gareth. Internationalization and innovation in tourism. **Annals of tourism research**, Nottingham, Inglaterra, Reino Unido, v. 38, p. 27–51, 2011. Disponível em: http://epubs.surrey.ac.uk/59935/. Acesso em: 08 dez. 2017.

XIANG, Zheng. From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. **Tourism Management perspectives**, [S/L], v.25, p.147-150, janeiro 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221197361730137X>. Acesso em: 21 jan. 2018.

YALÇINKAYA, Pinar; ATAY, Lutfi; KORKMAZ, Halil. An Evaluation On Smart Tourism. **China-USA Business Review**, [S/L], vol. 17, n. 6, p.308-315, Junho,2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327794395_An_Evaluation_on_Smart_Tourism. Acesso em 14 set. 2018.

ANEXOS

ANEXO I: DECLARAÇÃO DE SOLICITAÇÃO DE REGISTRO DE SOFTWARE

INSTITUTO FEDERAL
Sergipe

NIT IFS
Núcleo de Inovação Tecnológica

DECLARAÇÃO

Eu, Luam de Oliveira Santos, Coordenador do Núcleo de Inovação Tecnológica do Instituto Federal de Sergipe, declaro para os devidos fins que o software **Sistema de Planejamento Operacional do Turismo – SPOTUR**, do autor **ELIANE AVELINA DE AZEVEDO SAMPAIO,** portador do CPF 031.462.695-62, foi apresentado junto aos membros do NIT e aprovado, estando o mesmo em processo de registro junto ao INPI pelo Núcleo de Inovação Tecnológica do IFS.

Luam de Oliveira Santos
Coordenador do Núcleo de Inovação Tecnológica
Siape: 2164856

Aracaju
25 de Março de 2019

ANEXO II: DECLARAÇÃO DE SOLICITAÇÃO DE REGISTRO DE MARCA

INSTITUTO FEDERAL
Sergipe

NIT IFS
Núcleo de Inovação Tecnológica

DECLARAÇÃO

Eu, Luam de Oliveira Santos, Coordenador do Núcleo de Inovação Tecnológica do Instituto Federal de Sergipe, declaro para os devidos fins que a marca **SPOTUR**, vinculada ao software **Sistema de Planejamento Operacional do Turismo,** do autor **ELIANE AVELINA DE AZEVEDO SAMPAIO,** portador do CPF 031.462.695-62, foi apresentado junto aos membros do NIT e aprovado, estando o mesmo em processo de registro junto ao INPI pelo Núcleo de Inovação Tecnológica do IFS.

Luam de Oliveira Santos
Coordenador do Núcleo de Inovação Tecnológica
Siape: 2164856

Aracaju
25 de Março de 2019

APÊNDICES

APÊNDICE A – ASPECTOS DE INOVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS TiCs NO FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO CATEGORIA B: SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

CATEGORIA B– SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM
(B.1.1- MEIOS DE HOSPEDAGEM)*

7. ASPECTOS DE INOVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS TICs **

SISTEMAS PARA GESTÃO DE DADOS	SIM ( ) NÃO ( )	SE SIM, QUAIS:
WIFI EM TODOS OS ESPAÇOS	SIM ( ) NÃO ( )	
TOTEM INTERATIVO	SIM ( ) NÃO ( )	
FAZ USO DE REDES SOCIAIS	SIM ( ) NÃO ( )	SE SIM, QUAIS:
APLICATIVOS PARA RESERVAS	SIM ( ) NÃO ( )	
REALIZA CHECK IN MOBILE	SIM ( ) NÃO ( )	
CENTRAL DE RESERVA ONLINE	SIM ( ) NÃO ( )	
ASSISTENTE VIRTUAL NO SITE	SIM ( ) NÃO ( )	
APLICA MARKETING RELACIONAL	SIM ( ) NÃO ( )	
GUIAS ELETRÔNICOS	SIM ( ) NÃO ( )	

CASO NÃO TENHA SIDO MENCIONADO, IDENTIFICAR PRINCIPAIS TIPOS DE INOVAÇÃO:

PRODUTOS-

PROCESSOS-

ORGANIZACIONAL-

MARKETING-

*Este é um recorte do formulário de Inventário Turístico que abrange as cinco etapas de análise (1- Informações gerais;2-funcionamento;3-caracteristicas;4-proteção, certificação e outros;5-estado de conservação;6-acessibilidade). A etapa 7: Aspectos de Inovação e Tecnologia foi adicionada a cada um dos formulários editados para o software.
** Para facilitar a coleta, outros aspectos foram inseridos já nas etapas iniciais do processo de coleta de informações.

Fonte: Elaboração própria, 2019.

APÊNDICE B – ASPECTOS DE INOVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS TiCs NO FORMULÁRIO DE INVENTÁRIO CATEGORIA B- SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM

SPOTUR

CATEGORIA C– CATEGORIA C.1: ATRATIVOS CULTURAIS*

6. ASPECTOS DE INOVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS TICs**

USO DE SISTEMAS PARA GESTÃO DO ATRATIVO	SIM ( ) NÃO ( )	SE SIM, QUAIS:
WIFI NO ATRATIVO	SIM ( ) NÃO ( )	
UTILIZA REDES SOCIAIS PARA DIVULGAÇÃO	SIM ( ) NÃO ( )	SE SIM, QUAIS:
APLICATIVOS PARA RESERVAS DE INGRESSO	SIM ( ) NÃO ( )	
TOTENS PARA INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	SIM ( ) NÃO ( )	
QR CODES PARA INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	SIM ( ) NÃO ( )	
BEACONS PARA EMISSÃO DE INFORMAÇÕES	SIM ( ) NÃO ( )	
APLICA REALIDADE VIRTUAL	SIM ( ) NÃO ( )	
APLICA REALIDADE AUMENTADA	SIM ( ) NÃO ( )	
APLICATIVO DE PESQUISA DE SATISFAÇÃO	SIM ( ) NÃO ( )	
APLICA MARKETING RELACIONAL	SIM ( ) NÃO ( )	

CASO NÃO TENHA SIDO MENCIONADO, IDENTIFICAR PRINCIPAIS TIPOS DE INOVAÇÃO:

PRODUTOS-

PROCESSOS-

ORGANIZACIONAL-

MARKETING-

*Este é um recorte do formulário de Inventário Turístico que abrange as cinco etapas de análise (1- Informações gerais;2-funcionamento;3-caracteristicas;4-proteção, certificação e outros;5-estado de conservação;6-acessibilidade). A etapa 7: Aspectos de Inovação e Tecnologia foi adicionada a cada um dos formulários editados para o software.

** Para facilitar a coleta, outros aspectos foram inseridos já nos campos iniciais do processo de coleta de informações.

Fonte: Elaboração própria, 2019.

APENDICE C – QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DE DEMANDA REAL

SPOTUR

QUESTIONÁRIO: PESQUISA DE DEMANDA REAL

A) DADOS GERAIS

Município: **Entrevistador**:

Data: / / **Hora**:

Polo/Região da pesquisa: _____

Local de Realização da pesquisa:

( ) Aeroporto ( ) Rodoviária ( ) Meio de hospedagem ( ) Atrativo. Especificar:

Período da Pesquisa: ( ) Alta Temporada ( ) Feriado ( ) Fim de Semana ( ) Dias Úteis (Segunda a Quinta)

B) PERFIL DO ENTREVISTADO

Nome: **CPF:** **Email:**

Residência Permanente:

1- País: ( ) Brasil ( ) Outro:

2- Estado: _____

3- Cidade: _____

4- Gênero: _____

5- Idade: _____

6- Estado Civil: _____

7- Tem filhos? Sim ( ) Não ( )

8- Quantos: _____

9- Escolaridade:

( ) Até o Ensino Fundamental I ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Superior Completo ( ) Pós-Graduação

10- Qual a sua renda familiar mensal média (pessoas que moram na mesma residência)? (Salário mínimo é R$ 954, 00)

( ) Até R$ 2.500,00
( ) Entre R$ 2.501,00 e R$ 5.000,00
( ) Entre R$ 5.001,00 e R$ 10.000,00
( ) Acima de R$ 10.000,00
( ) Não possui renda
( ) Não respondeu

Quantas pessoas (incluindo o entrevistado) estão inclusas nessa renda?

_____

11- Qual é o principal motivo da viagem:

( ) Férias / lazer / diversão
( ) Negócios / trabalho
( ) Visitar amigos e/ou parentes
( ) Eventos
( ) Compras
( ) Religião/ peregrinação
( ) Estudos / cursos
( ) Saúde

12 - Se lazer, qual foi o Principal fator atrativo?

( ) Sol e praia
( ) Cultura / gastronomia ( )
Esportes / aventura
( ) Ecologia / natureza ( )
Passeios de barco
( ) Descanso / relaxamento / isolamento ( )
Outro. Especificar: ___

( ) Outro. Especificar: _____	

C) CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

13- Qual a Principal Fonte de Informação para Preparação desta Viagem? (resposta única)

( ) Internet
( ) Parentes / amigos
( ) Agência de viagens
( ) Jornais / revistas
( ) Guias turísticos impressos
( ) Anúncios, Campanhas Publicitárias
( ) Proximidade com minha residência
( ) Já Conhecia o Destino
( ) Outro. Especificar:

14-Qual a principal fonte de informação da internet utilizada, antes da viagem?

( ) Sites / redes sociais / aplicativos oficias de governos (Ex.: Prefeitura...)
( ) Sites / redes sociais / aplicativos de opiniões de outros viajantes (Ex.: Trip Advisor...)
( ) Sites / redes sociais / aplicativos de organizações locais / empresas (Ex.: guias, associações de classe, etc)
( ) Outro. Especificar:

15 - Viagem organizada e/ou pacote adquirido em agência ou operadora de turismo?
( ) Sim ( ) Não Se sim, identificar a agência.

16- Você ficou na dúvida entre viajar para esta região ou alguma outra?
( ) Sim ( ) Não

Em caso afirmativo, citar os destinos concorrentes na hora da escolhe:

17- Qual (is) o (s) principal (is) motivo(s) 0 (a) levaram a escolher este destino ao invés de outro?

( ) Preço mais competitivo / menor custo
( ) O fato de não conhecer esta região ainda
( ) O fato de ter amigos / perentes no local
( ) Proximidade com minha residência
( ) Atrações diferenciadas
( ) Maior quantidade de atrações
( ) Outros. Especificar:

18-Característica do Grupo? **Tamanho do Grupo:**

( ) Sozinho ( ) Casal s/ Filhos ( ) Casal c/ Filhos ( ) Grupo Familiar ( ) Amigos( ) Colegas de Trabalho ( ) Outros

19 - Pernoitou na cidade?
( ) sim Número de pernoites:
( ) Não Horas no destino:

20– Meio de Transporte utilizado para chegar ao destino?
( ) Avião
( ) Ônibus regular ( ) Carro próprio ( ) Carro alugado
( ) Ônibus/van de excursão ( ) Moto

( ) Embarcação
( ) Resido em Sergipe
( ) Outro. Especificar:

21 - Qual é o Meio de Hospedagem utilizado no Destino?

( ) Hotel / flat
( ) Pousadas
( ) Resort
( ) Hostel / albergue
( ) Casa / apartamento / quarto alugado fora Airbnb
( ) Aluguéis via Airbnb ou outras plataformas de aluguéis de imóveis
( ) Casa própria
( ) Casa de amigos / parentes
( ) Camping

22- Adquiriu / adquirirá algum roteiro / passeio / tour com empresa ou profissional especializado?

( ) Sim
( ) Não
( ) Não sei

Quais?
_____

23- Quais os dois principais meios de locomoção utilizados para se deslocar às atrações deste município?

( ) Carro próprio
( ) Carro alugado
( ) Táxi
( ) Uber
( ) Ônibus / van urbana
( ) Transfer
( ) Passeio / tour
( ) A pé
( ) Embarcação
( ) Não se deslocou / deslocará a atrações
( ) Outro. Especificar: __

D) DETALHE OS GASTOS REALIZADOS NO MUNICÍPIO PARA OS SEGUINTES ITENS:

1– Alimentação	( ) Gasto Zero	R$	5 – Compras Pessoais	( ) Gasto Zero	R$
2 – Transporte Interno	( ) Gasto Zero	R$	6- Outros (listar)	( ) Gasto Zero	R$
3 – Hospedagem	( ) Gasto Zero	R$			
4 – Atrativos e Passeios	( ) Gasto Zero	R$	7 - TOTAL DE GASTOS	( ) Gasto Zero	R$
8–Contando com você, quantas pessoas estão incluídas neste gasto?					

E) ACESSIBILIDADE PNE

a- Você ou alguém de seu grupo é portador de necessidades especiais?
( ) Não Sim: ( ) , se sim , Respondente ( ) Membro do grupo ( )

b- Tipo de necessidade: ( ) locomoção ( ) auditiva ( ) visual ( ) Outros:

c - Cite as acessibilidades que mais sentiu falta: _____
d- Deixou de visitar algum atrativo por falta de acessibilidade? ( ) não ( ) sim. Se sim, quais:
d- Alguma sugestão para o destino se adequar a PNE? _____

F)INFRAESTRUTURA

(Avaliação a partir de Atribuição de notas, sendo 4 “Muito bom”, 3 “Bom”, 2 “Ruim”, 1 “Muito Ruim” e 0 “Não Se aplica”)

1- Rodovias ( )
2- Aeroporto ( )
3- Terminal Rodoviário ( )
4- Sinalização Urbana ( )
5- Sinalização turística ( )
6- Limpeza Urbana ( )
7- Sensação de segurança ( )
8- Acessibilidade nas vias públicas ( )
9- Serviço de Táxi/Uber ( )
10- Telecomunicações/Internet ( )

G) INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS

(Avaliação a partir de Atribuição de notas, sendo 4 “Muito bom”, 3 “Bom”, 2 “Ruim”, 1 “Muito Ruim” e 0 “Não Se aplica”)

1- Restaurante e Alimentação ( )
2- Hospedagem ( )
3- Empresa de receptivo ( )
4- Atrativos Turísticos visitados ( )
5- Diversão Noturna ( )
6- Comércio/Compras ( )
7- Informações Turísticas ( )
8- Preços praticados ( )
9- Guia de Turismo ( )
10- Passeios/City Tour ( )
11- Hospitalidade dos Moradores ( )

*Formulário para pesquisa de demanda real, desenvolvido para coleta de informações via sistema de planejamento operacional do turismo (SPOTUR).

Fonte: Elaboração própria, 2018.

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA PARA DEMANDA POTENCIAL

QUESTIONÁRIO: PESQUISA DE DEMANDA POTENCIAL*

A)DADOS GERAIS

Município: **Entrevistador**:

Data: __ /___ /___ **Hora**: ____: ____

Polo/Região da Pesquisa: _____

Local de Realização da pesquisa:

( ) Aeroporto ( ) Rodoviária ( ) Meio de hospedagem ( ) Atrativo. Especificar_____

Período da Pesquisa: ( ) Alta Temporada ( ) Feriado ( ) Fim de Semana ( ) Dias Úteis (Segunda a Quinta)

B) PERFIL DO ENTREVISTADO

Nome: **CPF:** **Email:**

Residência Permanente:

1- **País**: ( ) Brasil ( ) Outro:
2- **Estado:** _____
3- **Cidade:** _____
4- **Gênero:** _____
5- **Idade:** _____
6- **Estado Civil:** _____
7- **Tem filhos?** Sim ( ) Não ( )
8- **Quantos:** _____
9- **Escolaridade:**

( ) Até o Ensino Fundamental I ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Superior Completo ( ) Pós-Graduação

10- Qual a sua renda familiar mensal média (pessoas que moram na mesma residência)? (Salário mínimo é R$ 954, 00)

( ) Até R$ 2.500,00
( ) Entre R$ 2.501,00 e R$ 5.000,00
( ) Entre R$ 5.001,00 e R$ 10.000,00
( ) Acima de R$ 10.000,00
( ) Não possui renda
( ) Não respondeu

Quantas pessoas (incluindo o entrevistado) estão inclusas nessa renda? _____

11- O (a) sr. (a) viajou a lazer, com ou sem pernoite, sem motivação de visitar parentes e amigos nos últimos 12 meses?

Sim ( ) Não ( )

12- O (a) sr. (a) pretende realizar alguma viagem a lazer, com ou sem pernoite, sem motivação de visitar parentes e amigos nos próximos 12 meses?

Sim ( ) Não ( )

Se sim, para qual local: _____

13- Para qual (is) destino (s) principalmente? (Regiões, Municípios ou Atrações).

Primeiro Destino:

Segundo Destino:

Terceiro Destino:

14- O que o (a) sr. (a) busca ou buscaria em uma viagem a lazer, com ou sem pernoite e sem motivação de visitar parentes e amigos? (Pode ser escolhido até 2 alternativas)

( ) Sol e praia
( ) Cultura / gastronomia
( ) Esportes / aventura
( ) Ecologia / natureza ( ) Passeios de barco
( ) Pesca
( ) Compras
( ) Descanso / relaxamento / isolamento
( ) Outro. Especificar: _____

15- Qual o período do ano em que geralmente realiza viagens a lazer? (Podem ser marcados até 3 alternativas)

( ) Janeiro ( ) Fevereiro ( ) Março ( ) Abril ( ) Maio

( ) Junho ( ) Julho ( ) Agosto ( ) Setembro

( ) Outubro ( )Novembro ( ) Dezembro

( ) Feriados prolongados
( ) Finais de semana
( ) Não há período mais frequente

Por que?

( ) Disponibilidade de tempo
( ) Preços melhores
( ) Destinos mais vazios
( ) Destinos mais cheios
( ) Clima melhor
( ) Outro. Especificar: _

16- Ao escolher um destino para viajar a lazer e com pernoite para qualquer lugar do brasil ou do exterior, para qual tipo de meios de hospedagem o (a) senhor (a) dá preferência? (Podem ser marcados até 3 alternativas.)

( ) Hotel / flat ( ) Pousadas

( ) Resort
( ) Hostel / albergue
( ) Casa / apartamento / quarto alugado fora Airbnb
( ) Aluguéis via Airbnb ou ouras plataformas de aluguéis de imóveis
( ) Casa própria
( ) Casa de amigos / parentes
( ) Camping

17- Qual a principal fonte de informação utilizada para organizar suas viagens a lazer para qualquer lugar do brasil ou do exterior?

( ) Internet
( ) Parentes / amigos
( ) Agência de viagens
( ) Jornais / revistas
( ) Guias turísticos impressos
( ) Outro. Especificar: _____-
_____

18- Se internet, qual a principal fonte de busca?
( ) Sites / redes sociais / aplicativos oficias de governos
( ) Sites / redes sociais / aplicativos de opiniões de outros viajantes
( ) Sites / redes sociais / aplicativos de organizações locais (guias, associações de classe, etc)
( ) Agências / operadoras online
( ) Outro.
Especificar:
_____

19- O (A) Sr.(a) costuma realizar passeios via empresas ou com profissionais especializados, nas viagens A LAZER para qualquer lugar do Brasil ou do exterior?

Sim ( ) Não ( )

20-Quais são os 3 principais fatores, ALÉM DAS ATRAÇÕES EM SI, que o (a) Sr. (a) leva em consideração na hora de adquirir um roteiro / passeio / tour?
( ) Tempo de deslocamento até as atrações
( ) Preço
( ) Guia incluso
( ) Refeição inclusa
( ) Tempo dedicado a fotos
( ) Tempo dedicado a compras
( ) Busca em seu local de hospedagem
( ) Outro. Especificar: _

21- Ao escolher os destinos das suas viagens de lazer, diversos fatores são levados em conta. Informe qual a relevância dos fatores a seguir, considerando uma escala de 1 a 5, em que 1 significa irrelevante e 5 significa imprescindível. (2 pouco relevante / 3 relevante / 4 muito relevante).
( ) O fato de ainda não ter visitado o destino
( ) Atrações do lugar
( ) Boas referências
( ) Destino apropriado para crianças
( ) Possibilidade de chegar de carro

( ) Possibilidade de chegar de avião
( ) Hospedagem de categoria econômica
( ) Hospedagem de alto padrão
( ) Preços acessíveis para chegar e sair do destino
( ) Possibilidade de parcelamento do pagamento da viagem
( ) Disponibilidade de comércio turístico (compras)
( ) Refeições elaboradas/ de alta gastronomia
( ) Opções de entretenimento noturno (eventos, shows, teatro)
( ) Opções de atividades na natureza
( ) Opções de trocas culturais com a população local
( ) Proximidade com minha residência

Questões relativas ao conhecimento do entrevistado acerca do destino responsável pela aplicação da pesquisa:

22- Já visitou (incluir o nome do estado, cidade ou destino) _____ a lazer, com ou sem pernoite e sem motivação de visitar parentes e amigos?

Sim ( )

Não ( )

Em caso de resposta NÃO pular para a pergunta, 26.

23- Qual o atrativo que mais gostou? _____, por quê?

24- Qual o atrativo que menos gostou? _____, por quê?

25-Qual local de _____ (nome do estado) **você gostaria de visitar e não visitou?**

26-O que faz com que o (a) senhor (a) NÃO viaje com mais frequência para o destino _____ (Incluir o nome do estado, cidade ou destino)?

_____

27- Você sairia de sua cidade para fazer uma viagem a lazer/descanso para quais destinos das fotos? (Incluir imagens dos principais atrativos do destino para que o entrevistado identifique até 5 alternativas).

Alternativa 1: _____

Alternativa 2: _____

Alternativa 3: _____

Alternativa 4: _____

Alternativa 5: _____

28- O (A) Sr. (a) costuma ver propagandas do destino X _____em seu cotidiano?

Sim ( ) Não ( )

Se sim, em quais tipos de mídias:

( ) Outdoor/Busdoor

( ) Jornal/Revista

( ) Folders

( ) Painéis em Shoppings

( ) Painéis em Aeroportos

( ) TV ( ) Outros. Especificar_____ **29- Qual a ação que o (a) sr. (a) acredita que precisa ser desenvolvida para aumentar o número de turistas do referido município/cidade/estado?** _____
*Formulário para pesquisa de demanda real, desenvolvido para coleta de informações via sistema de planejamento operacional do turismo (SPOTUR).

Fonte: Elaboração própria, 2018.