



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

TURISMO - GESTÃO EM TURISMO

PERCEPÇÃO DO TURISTA SOBRE O GRAU DE INTELIGÊNCIA TURÍSTICA: UMA ANÁLISE DO DESTINO NATAL/RN NO PERÍODO PRÉ E PÓS PANDEMIA

Brena Cristiane Lima Cruz¹

Luiz Mendes Filho²

Ralyson Soares³

RESUMO

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) influenciam cada vez mais a experiência turística, levando ao surgimento dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Estes destinos integram tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade para otimizar serviços e decisões dos gestores, proporcionando uma experiência aprimorada aos visitantes. Estudos nesta área são essenciais para entender as necessidades específicas dos destinos e melhorar sua oferta e processos turísticos. Nesse contexto, esta pesquisa tem como objetivo avaliar a percepção dos turistas sobre o grau de inteligência do destino Natal/RN, tendo como base as dimensões do modelo de DTI da Sociedade Estatal para Gestão de Inovação e Tecnologias Turísticas - SEGITTUR. O estudo é caracterizado como exploratório-descritivo, utilizando uma abordagem quantitativa. A análise realizada foi estatística comparativa, pois analisou os dados coletados em um período pós-pandemia e comparou com dados coletados em um cenário pré-pandemia. Foram considerados quatro parâmetros principais na avaliação do destino: sustentabilidade, acessibilidade, tecnologia e inovação. Os resultados indicam que os entrevistados percebem Natal como um DTI, embora apontem algumas áreas que necessitam de melhorias. A percepção dos turistas sobre o desenvolvimento de Natal como DTI é geralmente positiva, destacando-se o uso de ferramentas tecnológicas, mas ressaltando a importância de melhorar a acessibilidade. Conclui-se que Natal estabeleceu padrões satisfatórios em algumas áreas de DTI, mas ainda há oportunidades de aprimoramento, especialmente na acessibilidade. É essencial o envolvimento da gestão do destino para abordar esses pontos de melhoria e potencializar os aspectos positivos identificados.

Palavras-chave: Destino Turístico Inteligente; TICs; Gestão de Destinos; Inovação; Pandemia.

1 INTRODUÇÃO

Com o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a conectividade passou a ser um elemento importante do dia a dia da população, bem como dos turistas. Isso resultou em um acesso expandido às informações, proporcionando um suporte ampliado para suas decisões. (Soares, Cesário & Araújo, 2022). Neste cenário, os destinos turísticos necessitam, cada vez mais, de conectar o turismo aos turistas e ao mundo moderno.

¹ Bacharel em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. E-mail: brenaclc1@gmail.com

² Doutor. Professor no Programa de Pós Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. E-mail: luiz.mendes@ufrn.br

³ Mestre. Doutorando no Programa de Pós Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. E-mail: ralyson.soares.087@ufrn.edu.br



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) representam uma tendência mundial que une a tecnologia, a inovação, a sustentabilidade e a governança ao gerenciamento da qualidade do serviço turístico oferecido. Buhalis e Amaranggana (2014) introduziram o conceito de Turismo Inteligente à academia em 2014-2015. Gretzel iniciou o desenvolvimento de seus estudos nesta área por volta de 2015, buscando entender os fundamentos, desafios e oportunidades (Mehraliyev, Choi & Köseoglu, 2019) deste novo conceito que cresce dentro da gestão de turismo, aprimorando, assim, o conhecimento da academia até os dias atuais.

Para implementar os princípios de um DTI na gestão de destinos é necessário que haja uma base de conhecimento a respeito dos níveis de desenvolvimento de cada um dos pilares nas localidades (Soares, Albuquerque, Mendes Filho e Alexandre, 2022). O cenário turístico brasileiro, abordando estudos sobre DTI, sofre com a falta pesquisas e estudos que ajudem a desenvolver iniciativas para ajudar os municípios a se integrem e se atualizarem para as mudanças que o mundo moderno demanda. E os destinos que se integram nos padrões DTI conseguem uma progressão no setor de turismo, pois são capazes de elaborar estratégias que aumentam a competitividade, destacando-o sobre outros destinos, promove também, a utilização adequada do meio ambiente, prevenindo e minimizando os impactos negativos, bem como a utilização apropriada dos atrativos naturais, históricos e culturais, propiciando a valorização dos recursos existentes, bem como a elaboração de recursos inovadores (Lima & Mendes Filho, 2021).

Identificando a lacuna no campo de estudos nesta área, especialmente no cenário brasileiro, destacando também os benefícios e oportunidades que o padrão DTI pode trazer para uma localidade, justifica-se a necessidade do desenvolvimento deste estudo, que busca prestar suporte para o destino Natal/RN, identificando, através da perspectiva do turista o status em que se encontra o destino, baseada nos indicadores do modelo DTI adotado, a saber: Sustentabilidade, Acessibilidade, Tecnologia e Inovação.

O turismo, para o destino Natal, é uma atividade importante em vários aspectos, principalmente para a economia. Segundo um mapeamento elaborado pelo SEBRAE, em parceria com a prefeitura da cidade, o turismo é responsável por gerar mais de 18 (dezoito) mil empregos no município de Natal (G1, 2023). A relevância prática deste estudo é a capacidade de auxiliar no planejamento de projetos e medidas a serem elaboradas para o desenvolvimento do



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

município nos padrões de um DTI, com o objetivo de aprimorar sua oferta turística e auxiliar a gestão e atores da atividade na tomada de decisão baseada em dados. Estas reflexões iniciais remetem à pergunta de pesquisa que orientou o desenvolvimento desta pesquisa: Qual a percepção dos turistas sobre as condições e características da localidade Natal-RN como DTI no período pré e pós pandemia?

Desta forma, este estudo busca analisar o grau inteligência do destino Natal/RN na percepção dos turistas em um cenário pós pandêmico (realizada em 2023), comparando os estudos de DTI no município, e tendo como referência a pesquisa de Mendes Filho, Mayer e Corrêa (2022) realizada no período antes da pandemia, mais precisamente com dados de junho de 2019. Para tanto, foi adotado o modelo de DTI desenvolvido pela SEGITTUR (2016), que compreende as dimensões de sustentabilidade, acessibilidade, tecnologia e inovação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com o avanço da globalização e o desenvolvimento de novas tecnologias, o setor de turismo, conseqüentemente, teve que se adequar e adotar o uso dessas ferramentas para promover um ambiente que atendesse às demandas dos turistas. Gretzel *et al.* (2015) explica que as TICs são elementos essenciais que prometem oferecer aos consumidores e prestadores de serviços turísticos informações mais relevantes, suporte aprimorado para a tomada de decisões, maior mobilidade e, por fim, experiências turísticas mais agradáveis.

Assim, o uso das tecnologias no setor de turismo trouxe benefícios tanto para a experiência do turista, como a facilitação ao acesso à informação, quanto para o gerenciamento do setor, que agora dispõe de recursos mais elaborados e precisos para desenvolver seus planos de ações. Lima e Mendes Filho (2021) destacam que, com o aumento da competitividade e da complexidade das cidades, as TIC desenvolvem o papel de auxiliar na coordenação de muitas atividades, bem como garantir o acesso à informação aos cidadãos.

O perfil do turista vem se modificando com o tempo e o uso das tecnologias está diretamente relacionado à experiência do turista moderno. Como afirma Monteiro (2018, como citado por Mondêgo, 2021) as tecnologias são facilitadores para experiências cada vez mais personalizadas e interativas, através do uso de móveis e técnicas inovadoras de informação digital.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

Santos e Gândara (2019) analisam que os destinos turísticos maduros estão avançando para um conceito mais “inteligente”, focando nas tecnologias, e atuando através do esforço permanente e consistente em inovar no sentido de produção e comercialização. Um DTI pode antecipar as necessidades do perfil dos turistas através dos dados gerados por eles em rede, permitindo oferecer alternativas que aprimorem a experiência no destino. (Gretzel, Werthner, Koo & Lamsfus, 2015).

Muitos pesquisadores e entidades do setor de turismo discorrem sobre o conceito de DTI, que pode ser definido como uma destinação inovadora, acessível a todos, fundamentada em uma infraestrutura tecnológica avançada que garante o desenvolvimento sustentável da região turística. Além disso, essa infraestrutura facilita a interação e integração dos visitantes com o meio ambiente, proporcionando uma experiência turística de qualidade, ao mesmo tempo em que eleva a qualidade de vida dos residentes (SEGITTUR, 2016).

Para Corrêa e Gosling (2020), pode-se afirmar que um destino é considerado inteligente quando desenvolve uma plataforma urbana de turismo que conecta em tempo real as entidades da atividade turística, proporcionando uma coleta e troca de informações úteis para aprimorar a experiência do turista simultaneamente.

Para ser considerado um DTI, a localidade precisa estar de acordo com alguns pilares base que são comuns a todos os órgãos que regularizam e que detém modelos válidos de DTI, como a SEGITTUR e a INVA.TUR. Esses pilares são: Governança, Sustentabilidade Turística, Acessibilidade, Conectividade/Sensorização, Sistema de Informação e Inteligência Turística, e Inovação (Mendes Filho *et al.*, 2021).

Na concepção original do modelo da SEGITTUR (2016) são quatro dimensões a serem desenvolvidas em destinos para que se consolide como DTI, sendo elas: Tecnologia, Sustentabilidade, Acessibilidade e Inovação. Para tanto, esta pesquisa considerou o modelo original, para dar efeito à comparação com a pesquisa de Mendes Filho *et al.* (2022).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O tipo de pesquisa que caracteriza este estudo é a exploratório-descritiva, segundo a classificação de Gil (2002). A pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.” (Gil, 2002, p. 41), assim como no presente trabalho, que aborda o estudo dos Destinos Turísticos



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

Inteligentes, um tema pouco explorado na realidade Brasileira, destacando, especialmente, Natal/RN.

O estudo possui uma abordagem quantitativa, uma vez que, como explica Diehl (2004, como citado por Dalfavo, Lana & Silveira, 2008), sua coleta e tratativa de dados busca minimizar a margem relativa de interpretação, garantindo uma maior margem de segurança acerca dos resultados encontrados, como pode ser visto neste trabalho, através da coleta de dados pelo uso da técnica de questionário, adotando uma postura positivista funcional.

O questionário aplicado havia sido elaborado previamente com base no modelo do INVAT.TUR - Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (INVAT.TUR, 2015), contando com 30 perguntas, abordando temas de Sustentabilidade, Acessibilidade, Tecnologia e Inovação, com o uso da escala de Likert em 5 níveis. Contempla, também, dados sociodemográficos dos entrevistados e perguntas sobre a qualidade da viagem. Cada um dos temas abordados possui 5 subáreas que foram analisadas pelos turistas.

O universo desta pesquisa é a população de Natal. A quantidade de entrevistados foi definida nos estudos anteriores de Mendes Filho *et al.* (2022), que afirma que para o cálculo do tamanho da amostra em Regressão Linear Múltipla é necessário que haja cinco observações para cada variável independente. O presente estudo contém 20 variáveis independentes, resultando na coleta e análise total de 100 questionários, sendo este dividido em 30 perguntas sendo elas: 21 perguntas sobre DTI, 3 sobre as condições de viagem à Natal e 6 sobre dados socioeconômicos dos entrevistados.

O método utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa foi o método comparativo. A presente pesquisa conta com um recorte temporal de um cenário pós pandêmico. A coleta de dados ocorreu na praia de Ponta Negra, principal ponto turístico de Natal, no período de início de maio a final de junho de 2023, sendo a escolha dos entrevistados feita de forma aleatória ou por acessibilidade. O trabalho analisa os dados numa perspectiva pós pandêmica e toma como referência a pesquisa de Mendes Filho *et al.* (2022), aplicada a turistas na cidade Natal, analisando os mesmos parâmetros que foram analisados neste estudo, porém com dados do ano de junho de 2019, ou seja, no período pré pandemia.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise e discussão dos dados da pesquisa foi dividida em duas partes, sendo a primeira focada em traçar o perfil dos entrevistados e a segunda em captação a percepção dos turistas a respeito do grau de inteligência percebida do destino Natal/RN.

4.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

As 6 perguntas sobre dados socioeconômicos auxiliam a traçar o perfil dos entrevistados, através de perguntas sobre gênero, idade, estado civil, local de moradia, renda familiar mensal e nível de escolaridade.

Com relação ao gênero, a maior parte dos entrevistados se declararam como mulheres (50%), seguidas pelos declarados homens (46%) e os demais preferiram não responder (4%). Quanto à idade, a maior parte dos entrevistados, representando 25% do total, tinha entre 35 e 44 anos, 29% tinham entre 18 e 34 anos, 39% tinham entre 45 e 64 anos e 7% tinham mais de 65 anos. Referente ao estado civil, a maioria do público marcou a opção “casado(a)” (57%), seguido de “solteiro(a)” (18%), “separado(a)” (14%) e os demais marcaram a opção “outros” (11%). Sobre a região de moradia atual, a maior parte marcou a opção nordeste (43%), seguido da região sudeste (29%), centro-oeste (21%) e região norte (7%).

Quanto à renda familiar mensal, 39% dos entrevistados marcaram a opção “prefiro não responder”, representando a maioria, enquanto que 18% do público marcou a opção “mais de 9000 (nove mil)”, 11% marcaram a opção “até 1000 (mil)”, 17% marcaram opção entre 1001 (mil e 1) a 4000 (quatro mil) e 15% marcaram a opção entre 5001 (cinco mil e um) a 8000 (oito mil). Sobre a escolaridade, 29% marcaram a opção “pós-graduação completa”, representando a maior parte do público. 24% do público marcou “ensino médio completo” e 24% marcaram a opção “ensino superior completo”. Já 12% marcaram entre a opção “ensino fundamental incompleto” a “ensino médio incompleto”, 4% marcaram a opção “ensino superior incompleto” e 7% marcaram a opção “pós-graduação incompleta”.

Com relação às condições de viagem, foi questionado sobre a quantidade de vezes que vieram ao destino, 43% marcaram a opção que “11 vezes ou mais”, representando a maioria, 32% marcaram a opção “uma vez”, 21% marcaram as opções entre “2 a 5 vezes” e 4% marcaram a opção de “6 a 10 vezes”. Ao serem questionados sobre a natureza da viagem, a maioria, com 57% das respostas, marcou a opção “Férias/Lazer”, a opção “Desfrutando final de



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

semana” e “Outros” receberam 11% cada uma. As opções “Negócios”, “Eventos/Congresso” e “visitando família/amigos” receberam, cada uma, 7%. Sobre a duração da viagem, 43% dos entrevistados selecionaram a opção “6 a 10 noites”, 25% marcaram a opção “11 ou mais”, 15% marcaram a opção entre “uma a 2 noites” e 17% marcou a opção “3 a 5 noites”.

Pode-se entender que o perfil majoritário dos entrevistados são mulheres, entre 35 e 44 anos, com estado civil de casadas, predominantemente do Nordeste. A maior parte da amostra optou por não informar sua renda e os maiores índices apontam para uma escolaridade de “pós graduação completa”. Além disso, os índices apontam que a maioria visitou Natal onze vezes ou mais, com estadia de 6 a 10 noites, e com a motivação principal de férias/lazer.

4.2 O OLHAR DO TURISTA SOBRE O GRAU DE INTELIGÊNCIA DO DESTINO NATAL/RN

Com relação às questões sobre DTI, o destino foi analisado a partir dos seguintes aspectos nos tópicos a seguir: Sustentabilidade; Acessibilidade; Tecnologia e Inovação.

4.2.1 SUSTENTABILIDADE

Sobre este aspecto, a primeira questão abordava sobre o planejamento urbanístico de Natal. Conforme apresentado, 33% dos respondentes marcaram a opção “nem discordo, nem concordo”, 39% discordam (parcial ou total) e 28% concordam (parcial ou total). Esses dados divergem dos resultados obtidos com a pesquisa com dados de 2019 (Mendes Filho *et al.*, 2022), onde a maior parte da amostra concordou com o fato, sendo eles 67%.

Referente à mobilidade urbana, a maior parte do público, com 43%, discorda (parcial ou total) que Natal possui fatores que fomentam a mobilidade urbana no destino. Entretanto, em 2019, os resultados da pesquisa apontaram uma concordância com essa afirmação, sendo 54%, destoando novamente com os dados obtidos nesta pesquisa. Um fator a ressaltar que pode influenciar esse resultado é que os turistas podem ter ficado mais críticos com relação à mobilidade urbana, uma vez que, como uma tendência destacada no período da pandemia, 28% dos turistas chegam ao estado de carro e este tipo de veículo também é o principal meio de transporte utilizado no deslocamento pela cidade, segundo dados de 2023 do Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte - SÍRIO (EMPROTUR, 2023). Em relação aos



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

demais respondentes, 36% dos entrevistados concordam e 21% ficaram neutros com os aspectos de mobilidade urbana do destino.

Relacionado aos coletores de lixo pela cidade, a maioria dos respondentes concordou com o fato, sendo eles 43% (parcial ou total), assim como na pesquisa anterior, que foi 75%, por outro lado, 39% discordam (parcial ou total) e 18% responderam que nem discorda, nem concorda. Os coletores de lixo têm um papel importante tanto para o meio ambiente, quanto para atração do destino, pois ajudam a manter a cidade limpa e, conseqüentemente, causam uma boa impressão.

A última questão deste tópico se refere aos prédios públicos conservados: 32% dos entrevistados se mantiveram neutros com relação à conservação dos prédios públicos da cidade. A neutralidade também prevaleceu na pesquisa elaborada anteriormente. Este resultado pode ser explicado pelo fato de os turistas não conhecerem os prédios públicos ou não terem oportunidade de visitar as edificações do governo, por questões como o tipo de turismo que eles estão fazendo não contemplar essa visita, uma vez que o perfil principal do turista que visita Natal é o de Sol e Praia (EMPROTUR, 2023) e nesta zona turística há poucos prédios públicos.

Para 32% apontou que discorda totalmente e 25% discordam parcialmente, resultando em 57%, mais da metade dos entrevistados. Esse resultado negativo reflete a realidade de alguns edifícios públicos espalhados pela cidade, como por exemplo o centro histórico de Natal, localizado nos bairros da Ribeira e da Cidade Alta, que sofre com o abandono dos órgãos públicos. O local possui vários prédios públicos inativos e sucateados, mesmo sendo uma zona potencialmente turística para aqueles que buscam saber mais sobre a cultura e a história do local, bem como o imensurável valor histórico e cultural para a população. Apenas 11% dos entrevistados concordaram com o fato (parcial ou total).

4.2.2 ACESSIBILIDADE

O segundo aspecto estudado de DTI foi o de Acessibilidade. A primeira questão indagou sobre a acessibilidade nas ruas e 57% dos entrevistados discorda totalmente desta afirmação e 14% discordam parcialmente, somando 71% das marcações.

As respostas negativas corroboram com as da pesquisa de 2019, que representa 69%, enfatizando que a insatisfação dos turistas neste aspecto ainda não foi sanada. Levando em



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

consideração o recorte geográfico da praia de Ponta Negra, onde foi aplicado os questionários, questões como a falta de rampa, escadas quebradas e inseguras, rampas íngremes, falta de sinalização adequada etc. dificultam o acesso de pessoas com deficiência (PcD), bem como de pessoas com mobilidade reduzida, à praia. 15% dos entrevistados concordam (parcial ou total) e 14% permaneceram neutro.

Com relação aos transportes públicos adaptados, os turistas que tiveram a oportunidade de utilizar ou observar discordaram totalmente sobre esse fato, representando 42%. Na pesquisa de 2019 a neutralidade prevaleceu nas respostas coletadas, representando 45%. Nesta pesquisa, 18%, ainda, discorda parcialmente. 32% dos entrevistados marcaram a opção “nem discorda, nem concorda”. Referente aos atrativos turísticos adaptados para PcDs, 53% discordaram (parcial ou total) desta afirmação, assim como na pesquisa antecessora, que foi 52%. 29% se mantiveram neutros e 18% concordaram (parcial ou total).

Relacionado aos serviços de informação adaptados, 61% responderam de forma negativa a esta afirmação (parcial ou total), diferentemente da pesquisa anterior que prevaleceu a neutralidade, com 44%. 25% concordam (parcial ou total) e 14% não discordaram, nem concordaram. Dentro do recorte geográfico de Ponta Negra, não há pontos para prestação de serviço de informação, adaptados ou não. A falta deste tipo de serviço dificulta o processo de autonomia que o turista precisa ter para se sentir seguro no destino, e que o destino, em teoria, precisa providenciar para estar em concordância com os parâmetros DTI.

Aspectos de acessibilidade tiveram respostas majoritariamente negativas e isto direciona para uma reflexão sobre a qualidade estrutural do ambiente de Natal. Uma estrutura inacessível pode causar transtornos para turistas PcDs e para pessoas com mobilidade reduzida, como os idosos, assim como pode ser um fator predominante para a não escolha do destino para ser visitado.

Para a SEGITTUR (2016), o pilar de acessibilidade prega que é um requisito básico no turismo, devendo ser facilitado o acesso a todo o tipo de produtos e serviços turísticos, culturais, de natureza ou de lazer, independentemente das características, capacidades ou condições do potencial visitante. Assim, percebe-se que ao olhar do turista, o destino Natal ainda há muito a desenvolver para atingir um grau de inteligência do destino que consiga fomentar uma experiência de valor ao visitante.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

4.2.3 TECNOLOGIA

O terceiro pilar estudado é um pilar de grande destaque dentro dos assuntos sobre DTI: Tecnologia. A primeira questão foi sobre a disponibilidade de Wi-Fi pela cidade e 78% discordam (totalmente ou parcialmente) sobre essa disponibilidade na cidade. Muitos turistas destacaram a disponibilidade de Wi-Fi somente nos hotéis. Natal possui o programa Wi-Fi Natal que disponibiliza gratuitamente este serviço em pontos específicos, como as Academias da Terceira Idade, incluindo algumas em Ponta Negra. A falta de pontos específicos na praia de Ponta Negra e questões como má sinalização podem ter influenciado negativamente nas perspectivas dos turistas, já que apenas 15% concordam (parcial ou total) e 7% permanecem neutros. Já em relação à pesquisa anterior, a maior parte do público permaneceu na neutralidade.

A questão seguinte discorre sobre a existência de aplicativos turísticos sobre a cidade e 60% dos entrevistados discordaram (parcial ou total) sobre a existência desses apps. A neutralidade prevaleceu na pesquisa anterior, com 64%. Natal possui o aplicativo Visit Natal, que exerce essa função de informações turísticas sobre o município, contudo, muitos turistas não têm conhecimento sobre e, por essa falta de conhecimento e popularidade do app, alguns respondentes optaram pela opção que marcava discordância, seguidos pelos neutros, que representavam 25%, e os concordantes que somados resultam 15%. O Visit Natal funcionava sem necessidade do uso da internet móvel, era bilíngue (português e inglês) e estava disponível para os sistemas Android e IOS e contava com informações sobre pontos turísticos da cidade, hotéis, linhas de ônibus, opções de bares e restaurantes e outras diversas informações sobre o município.

O próximo tópico remete aos sites com informações turísticas sobre a cidade, 47% dos entrevistados concordam com esta afirmação, corroborando com a pesquisa antecessora, que obteve 43%. O uso das TIC ajuda na promoção dos destinos de forma digital, muitos são os sites que podem ser acessados na internet que providenciam informações sobre o destino Natal, como o TripAdvisor, blogs de viajantes e até páginas de agências de viagens. 32% discordam (parcial ou total) deste fato e 21% se mantiveram neutro.

A última questão aborda a existência de redes sociais com informações turísticas da cidade. 47% dos entrevistados concordaram (parcial ou total) com esta afirmação, destacando a utilização destes mecanismos para adquirir informação antes de visitar o destino. 25% optaram



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

pela neutralidade pela falta de conhecimento ou de buscar informações por estas vias e 28% discordam (parcial ou total). Em comparação com a pesquisa realizada em 2019, a neutralidade prevaleceu neste aspecto, contudo, somando as perspectivas positivas, o resultado foi equivalente à neutralidade, sendo 35%. Para Park (2021), um DTI deve possuir a habilidade de adquirir, armazenar, processar, integrar e analisar grandes conjuntos de dados de maneira inteligente, além de interpretar os insights derivados desses dados para a gestão empresarial e a promoção da inovação. Assim, o pilar da tecnologia é um dos grandes fatores que elevam o grau de inteligência de um destino, uma vez sua vertente estratégica e que pode gerar expectativa e controle de informações, assim como auxiliar no planejamento do destino baseado em dados produzidos pelos usuários e participantes da cadeia.

Destaca-se os altos índices do uso de ferramentas para buscar informações sobre o destino, que surge como uma oportunidade para que os gestores se dediquem a alimentar com informações seguras esses meios, a fim de promover mais veracidade e valor as informações que os turistas consomem. Os gestores podem, ainda, aproveitar essa oportunidade para desenvolver seus próprios portais de informações sobre o destino, como sites e redes sociais.

4.2.4 INOVAÇÃO

O último aspecto analisado aborda o quesito Inovação. Segundo INVAT.TUR (2015), em seu manual operacional para a configuração de destinos turísticos inteligentes, define inovação como "qualquer mudança baseada no conhecimento que gera valor".

A primeira questão discorre sobre a inovação na organização turística e os visitantes se mostraram insatisfeitos nesse quesito, pois os discordantes somados representaram 64% da amostra. Na pesquisa elaborada em 2019, a neutralidade prevaleceu. A organização turística de Ponta Negra, desde que se instaurou como zona turística, passou por poucas modificações que causaram uma impressão positiva e inovadora sobre o destino. As instalações físicas, bem como a oferta de serviço não variou ao longo dos anos e a inovação é uma lacuna perceptível para os turistas. Enquanto que 21% não soube se posicionar sobre este assunto, e os que concordam somam 15%. Com relação aos projetos de inovação para melhoria de produtos e serviços turísticos, 46% dos entrevistados não souberam responder e optaram pela neutralidade, assim como os da pesquisa anterior, que representam 45%. Os que discordaram, somados, resultaram em 46% e os que concordaram, somados, representam 8%.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

Relacionado ao uso de novas tecnologias pelas empresas do setor de turismo, como QRcode, RFID, NFC, etc., houve um alto índice de concordância: 68%, destoando dos resultados da pesquisa de 2019, em que o público, majoritariamente, discordou, sendo 61%. Esse crescimento no uso de novas tecnologias pode ter sido impulsionado pela pandemia de COVID-19, em que o uso das tecnologias e serviços virtuais cresceu de forma significativa. Os turistas destacam o uso do QRcode tanto dentro dos hotéis como nos serviços prestados à beira mar. 28% discordam (parcial ou total) e 4% se mantiveram neutros.

A última questão discorre sobre os diferentes serviços turísticos comparados com outros destinos e 57% dos turistas discordaram (36% total e 21% parcial) sobre esse diferencial. Contudo, estes dados vão de encontro com o que foi obtido em 2019, em que a maioria somada concordou, sendo eles 64%. E 29% dos entrevistados marcaram a opção “nem discordo, nem concordo” e 14% dos entrevistados concordou.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa elaborada discorre sobre as dimensões de um DTI e buscou analisar qual o “grau de inteligência” do destino Natal/RN na percepção dos turistas, em um cenário pós pandêmico. O estudo coletou informações de 100 (cem) turistas na praia de Ponta Negra, com o objetivo de identificar e discorrer a percepção deles sobre 4 (quatro) aspectos-chave do estudo dos DTI, sendo eles: sustentabilidade, acessibilidade, tecnologia e inovação.

O primeiro aspecto estudado foi o da Sustentabilidade. Com base nos resultados coletados, pode-se afirmar que os turistas se mostraram neutros nas questões de planejamento urbanístico e conservação de prédios públicos, críticos às questões como mobilidade urbana, derivado de fatores como o alto índice de frotas e uso de carros, e favoráveis a questões de coletores de lixo e de energia elétrica. Comparado com a pesquisa anterior, planejamento urbanístico e mobilidade urbana foram os únicos aspectos destoantes, os demais corroboraram.

A segunda dimensão estudada foi a Acessibilidade. De modo abrangente, pode-se afirmar, sob a visão dos turistas, que a acessibilidade é uma questão crítica e que precisa de melhorias. A primeira questão tratou sobre a acessibilidade nas ruas e os turistas enxergam que a cidade de Natal é inacessível para pessoas com deficiência. Todos os aspectos posteriores tiveram uma percepção negativa dominante, podendo-se afirmar que Natal não possui infraestrutura adaptada tanto de locomoção, quanto de atrativos turísticos adaptados. Ao comparar esses



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

resultados com o da pesquisa anterior, nota-se que a acessibilidade nas ruas e os atrativos turísticos acessíveis foram os únicos aspectos a coincidirem, os demais destoam.

Com relação à Tecnologia, terceiro aspecto analisado, os turistas observaram que a disponibilidade de Wi-Fi é uma questão que é insuficiente nos pontos públicos, como a Praia de Ponta Negra. Contudo, a conexão de Internet ganhou um destaque positivo na visão deles. Os turistas enxergam questões de uso de mídias sociais para divulgação de informações do destino de forma positiva, com exceção dos aplicativos turísticos que são pouco utilizados pelo público, principalmente por falta de conhecimento. Comparados com a pesquisa anterior, estes resultados demonstram que a conexão de internet e os sites com informações turísticas se mantiveram equivalentes, os demais aspectos destoaram.

Relacionado ao aspecto Inovação, o uso de novas tecnologias foi um quesito que cresceu e ganhou destaque positivo em comparação à pesquisa realizada em 2019 (Mendes Filho *et al.*, 2022). A pandemia de Covid-19 foi um fator que impulsionou a inclusão e utilização de tecnologias dentro do cotidiano das pessoas, bem como no setor de turismo. Contudo, questões de inovação na organização turística, promoções de última hora e relacionados aos diferenciais que o destino possui, obtiveram críticas dos turistas. Apenas os resultados obtidos sobre a questão de projetos de inovações para melhoria do produto e de serviços turísticos corroboraram com a pesquisa anterior.

A percepção dos turistas sobre o desenvolvimento de Natal enquanto um DTI, apesar de ter alguns aspectos a desejar, é positiva. Contudo, com base nos estudos e padrões de desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes mundiais, Natal não pode ser considerada um DTI de fato. É preciso que o destino se engaje para enquadrar-se nesses modelos, de forma adaptada à sua realidade, buscando, por exemplo, participar de projetos como “Modelo DTI Brasil”, do Ministério do Turismo. É fundamental que os gestores de Natal observem e busquem melhorar as lacunas apontadas pelos turistas, como as questões de acessibilidade, que ampliem o acesso à internet e que divulguem de forma efetiva todas as ferramentas que foram desenvolvidas para prestar suporte à infraestrutura turística de Natal.

O estudo traz como contribuição uma atualização do conhecimento sobre DTI aplicada ao destino Natal, obtido através da perspectiva do turista. Destaca-se a importância dos dados



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

obtidos para ajudar a equipe gestora do destino a desenvolver, a partir deste ponto, estratégias para resolver os pontos de melhoria e aprimorar os pontos positivos.

Pode-se destacar como limitações deste estudo a não aceitação dos turistas em participar da pesquisa e problemas com a aplicação devido aos dias chuvosos. Outro ponto a ser destacado é que, para que o desenvolvimento contínuo dos destinos, especialmente Natal, ocorra de forma eficiente, faz-se necessário que a pesquisa nesta área continue. Cada um dos pilares apresentados possui relevância e profundidade suficiente para o desenvolvimento de pesquisas focadas em cada um, buscando identificar de forma mais aprofundada as lacunas que são apresentadas neste trabalho, e promovendo, também, sugestões de melhoria. Sugere-se a continuidade desta pesquisa em recorte temporal futuro a fim de avaliar o andamento das iniciativas do destino Natal dentro dos padrões DTI.

REFERÊNCIAS

- BUHALIS, Dimitrios; AMARANGGANA, Aditya. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015**. Springer International Publishing, 2015. p. 377-389.
- CIMBALJEVIĆ, Marija; STANKOV, Uglješa; PAVLUKOVIĆ, Vanja. Going beyond the traditional destination competitiveness—reflections on a smart destination in the current research. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n. 20, p. 2472-2477, 2019.
- CORRÊA, S. C. H., & GOSLING, M. S. (2020). Destinos turísticos inteligentes na avaliação de pesquisadores e de profissionais do turismo nos setores público e privado. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, 17(2), 71-94. <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n2.005>
- DALFAVO, M. S., LANA, R. A., & SILVEIRA, A. (2008). Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, 2(4), 01-13. <https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/rica/article/view/17591>
- EMPROTUR - Empresa Potiguar de Promoção Turística. (2023). **Sírio**: Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte. Disponível em: <https://sirio.tur.br>
- G1 RN. (2023). **Turismo gera mais de 18 mil empregos em Natal, aponta mapeamento**. Disponível em: <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2023/06/15/turismo-gera-mais-de-18-mil-empregos-em-natal-aponta-mapeamento.ghtml>
- GIL, Antônio. (2002). **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- GRETZEL, U. (2018). From smart destinations to smart tourism regions. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (42), 171-184. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/289/28966251010/28966251010.pdf>
- GRETZEL, U., WERTHNER, H., KOO, C., & LAMSFUS, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**, 50, 558-563. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

- GRETZEL, U., SIGALA, M., XIANG, Z., & KOO, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. **Electronic Markets**, 25(3), 179-188. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- INVAT.TUR - Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas. (2015). **Manual Operativo para la configuración de destinos turísticos inteligentes**. Disponível em: <https://www.thinktutur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>
- LIBERATO, P., AIRES, C., & LIBERATO, D. (2020). Uso da tecnologia e avaliação da satisfação relativamente ao destino turístico pela Geração Z. **RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação = Iberian Journal of Information Systems and Technologies**, 36, 556-576. Disponível em: https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/16357/1/ART_PedroLiberato_2020.pdf
- LIMA, D., & MENDES FILHO, L. (2021). Modelo INVAT.TUR: Indicadores relevantes para gestão de um destino turístico inteligente. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, 9(2), 150–170. Disponível em: <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v9i2.35322>
- MEHRALIYEV, F., CHOI, Y., & KÖSEOGLU, M. A. (2019). Progress on smart tourism research. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, 10(4), 522-538. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0076>
- MENDES FILHO, L., MAYER, V. F., & CORRÊA, C. H. W. (2022). Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 16, 2332-2332. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2332>
- MINISTÉRIO DO TURISMO. (2022). **MTur apresenta na Espanha estratégia de criação de Destinos Turísticos Inteligentes**. Disponível em: <https://abrir.link/yEPsV>
- MONDÊGO, L. C. O. (2021). **Análise da percepção da demanda do turismo em Petrópolis/RJ a partir do conceito de Destino Turístico Inteligente**. 86 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-graduação em Turismo, Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói. Disponível em <http://app.uff.br/riuff/handle/1/26848>
- PARK, S. (2021). Big Data in Smart Tourism: A Perspective Article. **Journal of Smart Tourism**, 1(3), 3–5. Disponível em: <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.3.2>
- SANTOS, S. R., & GÂNDARA, J. M. G. (2019). Experiência Turística em Destino Histórico no Nordeste Brasileiro sob o Viés de Destino Turístico Inteligente. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 11(2), 435–453. Disponível em: <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i2p435>
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2023). **Turismo Futuro Brasil avança nos 12 municípios selecionados para se tornarem Destinos Turísticos Inteligentes**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-emprededora/turismo-futuro-brasil-avanca-nos-12-municipios-selecionados-para-se-tornarem-destinos-turisticos-inteligentes/>
- SEGITTUR - Sociedad Estatal Para La Gestión de La Innovación y Las Tecnologías Turísticas. (2016). **Smart Destinations Report: building the Future**. Disponível em: http://www.millennium-destinations.com/uploads/4/1/9/7/41979675/smart-destination_segittur.pdf
- SOARES, R. A. M. C., ALBUQUERQUE, T. V., MENDES FILHO, L., & ALEXANDRE, M. L. (2022). Revisão sistemática da produção científica brasileira sobre turismo e tecnologia da informação e comunicação (TIC). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 16, e-2629. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2629>