

Aplicativo Móvel “São Vicente – Turismo Inteligente” como Diferencial para a Gestão Pública do Turismo

Fernanda Azevedo Santana*

Fernando Ribeiro dos Santos**

* Tecnóloga em Gestão de Turismo, IFSP Campus Cubatão - fersantanda.work@hotmail.com

** Doutor em Administração de Empresas, IFSP Campus Cubatão - fernando_rsantos@ifsp.edu.br

Resumo: O número crescente de usuários e uma grande variedade de aplicações móveis surgindo, o *smartphone* altera fundamentalmente nosso uso em viagens turísticas. A partir do estudo da realidade do turismo em São Vicente/SP, discussões com gestores de turismo, escuta das aspirações dos *stakeholders* e, utilizando-se de *design thinking* e metodologia Scrum, objetiva-se desenvolver um aplicativo móvel para a Secretaria de Turismo da cidade com funcionalidades inovadoras a partir da aplicação do conceito de *Smart Tourism*. Desse modo, observa-se o papel que um aplicativo desenvolvido para o poder público pode desempenhar em decisões de gestão do destino turístico além de promover acessibilidade e sustentabilidade, o que permite concluir que novas compilações de produtos turísticos agregam e modernizam o formato ofertado por meio de roteiros customizados pela própria gestão pública para o meio digital.

Palavras-chave: Turismo Inteligente; Inovação; Gestão Pública; Aplicativo.

Abstract. *The growing number of users and a wide variety of mobile applications emerging, the smartphone fundamentally changes our use in tourist travel. Based on the study of the reality of tourism in São Vicente/SP, discussions with tourism managers, listening to the aspirations of stakeholders and, using design thinking and Scrum methodology, the objective is to develop a mobile application for the Tourism Secretariat of the city with innovative features based on the application of the Smart Tourism concept. In consequence, it is possible to observe the role that an application developed for the public power can play in management decisions of the tourist destination, in addition to promoting accessibility and sustainability, which allows concluding that new compilations of tourist products add and modernize the format offered through customized scripts by the public administration for the digital medium.*

Key-Words: *Intelligent Tourism; Innovation; Public Administration; App.*

Introdução

À medida que a sociedade se tornou conectada em redes virtuais, e as redes tornaram-se onipresentes por meio do uso de telefones celulares, o uso de aplicações móveis estão passando por uma transformação radical, assim como o mercado do turismo. A rápida absorção de tecnologia móvel permitiu às pessoas a agilidade na tomada de decisão em qualquer lugar com base em informações em



tempo real. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019¹ o Brasil tem 134 milhões de usuários de Internet, sendo que 99% a acessam por meio de *smartphones* ou outros dispositivos móveis (AGÊNCIA BRASIL, 2020). A capacidade de conscientização contextual da tecnologia está melhorando essa habilidade e o domínio de viagem está provando ser um ambiente próspero para o desenvolvimento de aplicativos para *smartphones*. O *smartphone* está em constante evolução, sendo hoje o destaque de sua utilização baseada em aplicações e acesso à Internet. O serviço de voz digital é combinado com mensagens, *e-mails*, navegação na *web*, *players* de mídia portáteis, câmeras e navegação por *Global Positioning System – GPS*.

Num momento em que as preocupações ambientais globais exigem uma reavaliação de soluções de viagem, a evolução tecnológica está revolucionando a abordagens das inovações no mercado turístico. O *smartphone* tem capacidade de vincular pessoas a repositórios de informações remotas, realizando a troca de dados baseados em localização e informações sociais, uma ferramenta poderosa para turistas. Os *smartphones* são, portanto, um parceiro inevitável para o turismo e o turista. Uma infinidade de abordagens inovadoras e aplicativos de celular surgem e isso inclui aplicativos específicos para turistas, aplicativos relacionados a viagens e transportes, aplicativos que estendem redes sociais para mobilidade e “coisas” que as pessoas precisam. Com um número crescente de usuários, as aplicações são cada vez mais influentes em decisões e comportamento de viagem no turismo (WANG; PARK; FESENMAIER, 2011) em todas as etapas do consumo de turismo (HÖPKEN *et al.*, 2010). Isto é especialmente devido ao crescente número de turistas independentes que não mais fazem uso das opções prontas (BUHALIS; LAW, 2008).

As informações em tempo real fornecidas por aplicativos proporcionaram uma negociação mais espontânea na interação entre pessoas, lugares e as coisas relacionadas ao curso da viagem (WANG; PARK; FESENMAIER, 2011). Isto altera fundamentalmente o nosso uso e entendimento atual para empresas de transportes, operadores de viagens e gestores de destinos turísticos.

Considerando que o comportamento do consumo do turismo vem mudando amplamente, desenvolvendo um mercado mais segmentado, especializado e

¹ Realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação (Cetic.br), vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil.



s sofisticado, visando principalmente oferecer experiências únicas disponíveis nos locais visitados. Numa época em que o turismo é dominado por pedidos de experiências sob medida, a tecnologia da informação desempenha um papel fundamental no fornecimento de produtos e serviços aos turistas, respondendo às suas especificidades, interesses e necessidades. As inovações constituem o novo cenário mercadológico e influenciam fortemente no desenvolvimento de uma região. De acordo com Guimarães e Borges (2008, p. 10):

o setor do turismo é um grande incorporador de tecnologia, nos seus diversos segmentos, e o seu crescimento sempre depende da capacidade de inovação e do uso da tecnologia para melhoria de gestão, desenvolvimento de novos produtos, aperfeiçoamento da comunicação, otimização das experiências de viagens e personificação do atendimento.

Do ponto de vista da mobilidade, algumas das oportunidades mais atraentes estão na capacidade de aplicativos para estender os princípios de conectar não apenas para as pessoas em movimento, mas também objetos em movimento (veículos, coisas que os turistas precisam, como produtos). A tecnologia existente usada na logística pode rastrear objetos em trânsito e transportes que agora usam GPS. Essa tecnologia permite a previsão como a de chegada de transporte ao ponto de partida (por exemplo, aplicativos de previsão de voo). É possível fornecer aos usuários informações sobre localização ou em quanto tempo ele chegará, em tempo real, em determinado lugar e informar também se há lugares disponíveis. A incerteza temporal elimina grande parte da espera. De forma crítica, para um usuário de turismo, tais sistemas também aumentam a confiança do usuário conforme revelam rotas de ônibus, lugares e alerta os usuários quanto ao momento exato de partir ao destino programado. Tudo isso cria nova oportunidade para uso compartilhado de recursos, colaboração e viagens sustentáveis. Wang, Park e Fesenmaier (2011) afirmam que os *smartphones* ajudam os turistas de duas formas distintas. Em algumas ocasiões os aparelhos contribuem na solução de problemas inesperados que ocorrem durante a viagem. Em outras eles auxiliam na realização de tarefas de forma mais eficaz e eficiente.

Este estudo apresenta Objetivo Geral e Específico, conforme a seguir.

Objetivo Geral



Desenvolver um aplicativo móvel para a Secretaria de Turismo de São Vicente com funcionalidades inovadoras a partir da aplicação do conceito de *Smart Tourism*.

A aplicação permitirá ao gestor público do Turismo utilizar da inovação para produzir o seu diferencial mercadológico, levando-o a obter de forma colaborativa auxílio para a tomada de decisão e aproximação com os *stakeholders*.

A conclusão deste trabalho irá disponibilizar à prefeitura de São Vicente, a possibilidade de se posicionar entre as mais atuais tendências tecnológicas de mercado, uma ferramenta que trará benefícios ao setor do turismo regional.

Objetivos Específicos

O presente artigo apresenta os seguintes objetivos específicos:

- a) ilustrar o desenvolvimento de uma ferramenta que atue diretamente entre o turista que planeja uma viagem para a cidade de São Vicente e os gestores da Secretaria de Turismo Municipal, na elaboração de um índice de aspectos relacionados a um atrativo ou a um conjunto de atrativos que, agregados a estruturas, serviços e outros atributos, compõem os produtos turísticos.

Não se trata de diagnosticar o potencial turístico de um recurso, e sim de identificar a competitividade de produtos turísticos estruturados.

Baseado no inventário de Turismo em desenvolvimento em 2017 pela Secretaria de Turismo apresenta-se outro objetivo específico:

- b) propor aos gestores novas compilações de produtos turísticos para agregar e modernizar o formato ofertado por meio de roteiros customizados pela própria gestão pública para o meio digital.

O modelo prevê dar evidência aos principais produtos consolidados na região em conjunto com novas possibilidades de entretenimento que possam ser trabalhados como um diferencial mostrando que o destino pode agradar a diversos perfis de turista, conforme o Quadro 1.



Quadro 1: Matriz de produtos turísticos

| SEGMENTO | ROTEIRO A | ROTEIRO B | ROTEIRO C |
|-----------------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| CULTURAL | WALKING TOUR (WT) | WT + GASTRONÔMICO | WT + TELEFÉRICO |
| ECOTURISMO/ ESPORTIVO | STAND UP/GOLF | VÔO LIVRE | TRILHA |
| DIFERENCIAL | TURISMO DE COMPRAS | TURISMO DE PESCA | TURISMO NÁUTICO |

Fonte: Produção própria (2017)

O maior desafio do projeto foi oferecer uma experiência única, acolhedora e completamente social ao turista. Em que mesmo aqueles que não pudessem ir por qualquer razão conhecer a cidade, tivessem a oportunidade de experimentar sua história e suas belezas sem sair do lugar, tudo por meio do *smartphone*. Ainda nesse propósito, o uso do aplicativo poderia se estender como ferramenta educacional do município para proporcionar uma imersão na história da cidade e do país por meio do *smartphone* acoplado aos óculos de realidade virtual.

A partir disso, foram propostos estudos de viabilidade técnica de soluções via aplicativo móvel inteligente que contemplassem tecnologias GPS, integração de plataformas de previsões de voos, clima, ondas, *ferryboat*, trânsito, câmeras urbanas, marketing digital turístico, galeria de fotos, vídeos, agenda de eventos, serviço de *concierge*, venda de tickets e uso de VR (*Virtual Reality* – Realidade Virtual). A Figura 1 apresenta dois modelos de óculos de realidade virtual.

Figura 1 – Exemplos de óculos de VR 3D de baixo custo, à esquerda um modelo que possui controle remoto e à direita o modelo *Cardboard* da Google.



São Vicente e a Gestão do Turismo Inteligente

São Vicente é um município da microrregião de Santos, na região da Costa da Mata Atlântica, no estado de São Paulo, Brasil. A sua população estimada pelo IBGE em

2019, é de 365.798 habitantes, sendo a segunda mais populosa do litoral paulista, ficando atrás apenas de Santos. A sua área é de 148,100 Km², o que resulta numa densidade demográfica de 2.247,88 habitantes por quilômetro quadrado (IBGE, 2020). A cidade, a primeira vila fundada no Brasil, está situada na metade ocidental da Ilha de São Vicente, que compartilha com Santos, baseia a sua economia no comércio e turismo.

A cidade hoje sofre como os demais municípios do país com os efeitos econômicos globais e nacionais, tendo como desafio inovar com baixo custo e possuindo poucas ferramentas tecnológicas para a gestão pública do turismo. Apesar da sua riqueza histórica e cultural, o tempo não trouxe a evolução de mercado necessária para que a cidade ocupasse o lugar de destaque turístico que tem como potencial. Visando isso, em estudos em conjunto com a Secretaria de Turismo e sua Diretoria de Planejamento, foi possível entender que algumas soluções de vanguarda tecnológica ajudariam a alavancar a visibilidade da cidade para os turistas e ao mesmo tempo gerir os novos fluxos com indicadores potenciais, contemplando os pilares do *Smart Tourism* (Turismo Inteligente).

O conceito de destino turístico inteligente que surgiu em 2012 na Catalunha não pode ser associado unicamente com a abordagem de *Smart Cities* (Cidades Inteligentes), sua fundamentação propõe pilares às novas tecnologias de informação e o desenvolvimento turístico sustentável. Segundo a Segittur² (2012 *apud* SEBRAE, 2016a, p. 1),

um destino inteligente é destino turístico inovador, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garanta o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível a todos, que facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino.

A Figura 2 apresenta o conceito de Turismo Inteligente, em que convergem para o Território Turístico, de um lado, os benefícios dos destinos turísticos inteligentes – novas tecnologias da informação e desenvolvimento turístico sustentável – e, do outro lado, os pilares dos destinos turísticos inteligentes, quais sejam: o espaço inovador, a experiência turística, a competitividade e a qualidade de vida (SEGITTUR, 2012 *apud* SEBRAE, 2016b).

² Segittur: sociedade estatal espanhola que tem atividades dedicadas à gestão da inovação e tecnologias turísticas. Referência em assuntos relacionados aos destinos inteligentes.



O turismo inteligente é aquele que proporciona ao viajante uma experiência completa de cada novo destino ao integrá-lo com a comunidade local, ao mesmo tempo em que garante o desenvolvimento sustentável (ambiental, econômico e social) da região, por meio de tecnologias e soluções digitais inovadoras (SEBRAE, 2016b, *online*).

Figura 2 – Turismo Inteligente



Fonte: Sebrae (2016a)

Metodologia

Este trabalho foi realizado a partir de um estudo de caso da realidade do turismo local da cidade de São Vicente, discussões com os gestores de turismo, escuta das aspirações dos *stakeholders* e levantamento de opiniões. O *design thinking* foi a metodologia escolhida para o desenvolvimento e validação do produto final juntamente com a metodologia Scrum para o desenvolvimento de software, com o objetivo de implantação da solução na Prefeitura Municipal de São Vicente.

O *design thinking* é o conjunto de métodos e processos para abordar problemas, relacionados a futuras aquisições de informações, análise de conhecimento e propostas de soluções. Como uma abordagem, é considerada a capacidade para combinar empatia em um contexto de um problema, de forma a colocar as pessoas



no centro do desenvolvimento de um projeto, criatividade para geração de soluções e razão para analisar e adaptar as soluções para o contexto (PATNAIK, 2009).

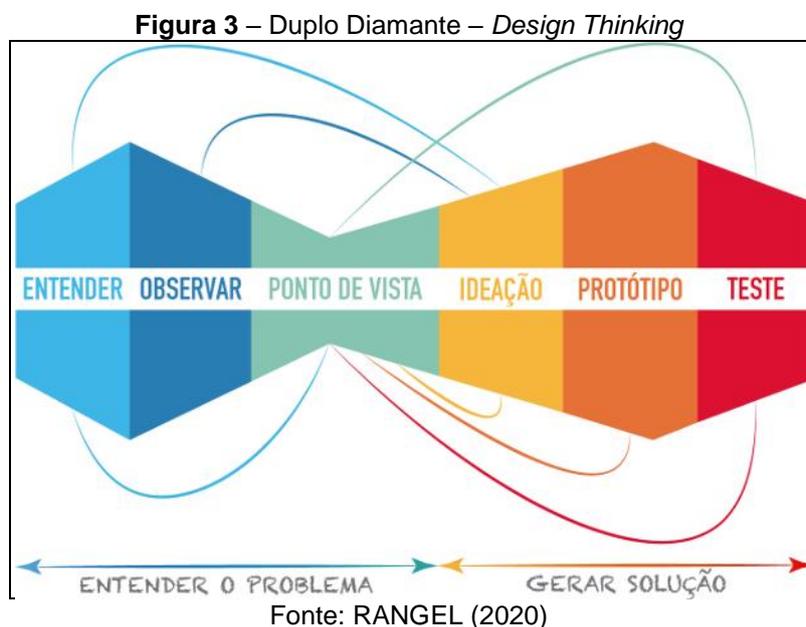
Já o Scrum é um processo que foi concebido como um estilo de gerenciamento de projetos em empresas de fabricação de automóveis e produtos de consumo, por Takeuchi e Nonaka no artigo “*The New New Product Development Game*” publicado na *Harvard Business Review*, em 1986 (TAKEUCHI; NONAKA, 1986). Eles notaram que projetos usando equipes pequenas e multidisciplinares produziram os melhores resultados.

O *Design Thinking* é um modelo mental de natureza iterativa e flexível, isso significa que é um processo no qual o erro é visto como parte integrante e valiosa da jornada.

Existem momentos alternados de divergência e convergência do pensamento, baseados no processo de inovação conhecido como *Double Diamond*, mapeado pelo *Design Council UK* em 2005.

Pela abordagem o momento de gerar soluções se inicia apenas depois de vasta compreensão de contexto e resignificação de desafio e é apenas parte da jornada (ECHOS, 2020, p. 15).

A Figura 3 apresenta o conceito de Duplo Diamante.



O Scrum não é um processo padronizado onde metodicamente você segue uma série de etapas sequenciais e que vão garantir que você produza, no prazo e no orçamento, um produto de alta qualidade e que encanta os seus clientes.

Em vez disso, o Scrum é um *framework* para organizar e gerenciar trabalhos complexos, tal como projetos de desenvolvimento de software.

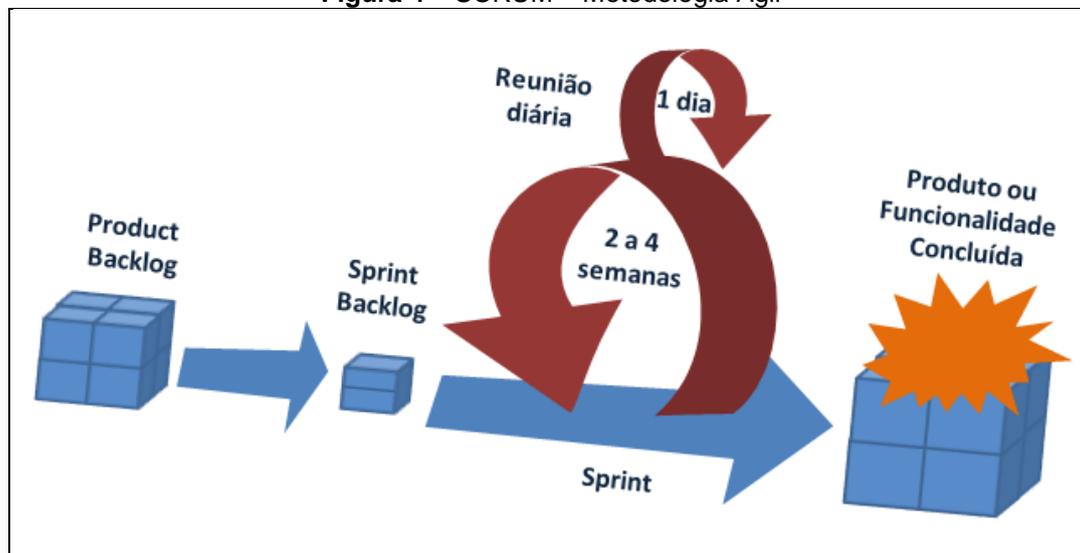
O *framework* Scrum é um conjunto de valores, princípios e práticas que



fornecem a base para que a sua organização adicione suas práticas particulares de gestão e que sejam relevantes para a realidade da sua empresa (MINDMASTER, 2020, *online*).

No Scrum, os projetos são divididos em ciclos (tipicamente mensais) chamados de **Sprints**, que representa um *Time Box* (período de tempo) dentro do qual um conjunto de atividades deve ser executado. Metodologias ágeis de desenvolvimento de *software* são iterativas, ou seja, o trabalho é dividido em iterações, que são chamadas de *Sprints* no caso do Scrum (MINDMASTER, 2020). A Figura 4 apresenta a metodologia ágil Scrum.

Figura 4 – SCRUM – Metodologia Ágil



Fonte: Mindmaster (2020)

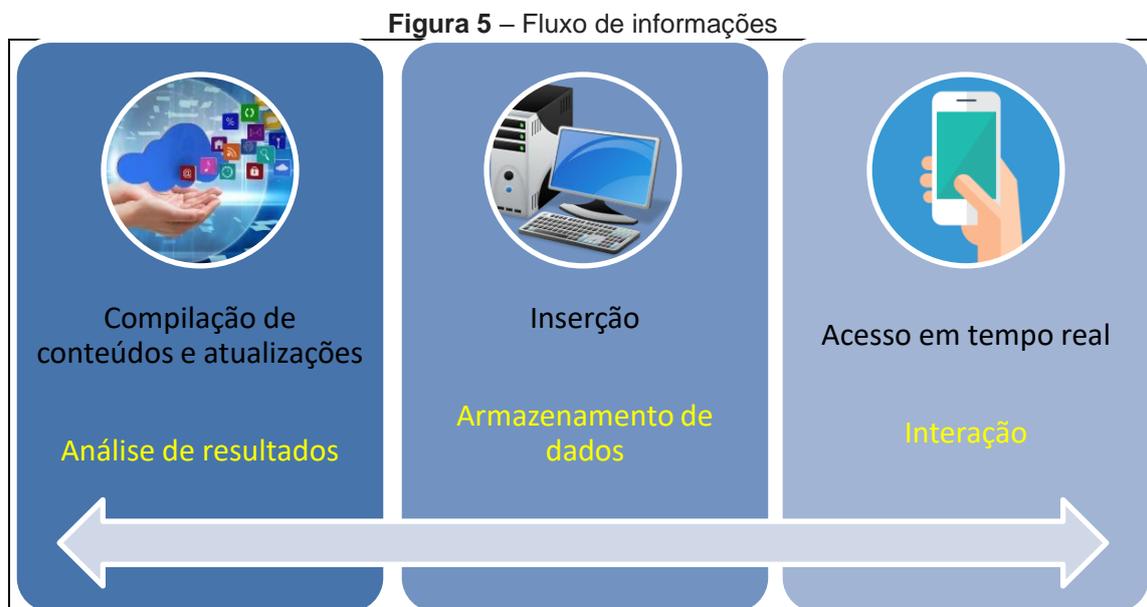
O protótipo apresentado foi produzido para a plataforma Android 4.1 ou superior. Esta escolha foi feita com base em que, segundo estatísticas do Google Play 2015, 89% dos dispositivos Android se encaixam na restrição. E posteriormente, disponibilizado para o sistema iOS.

O escopo do projeto foi estruturado a partir de reuniões com a Diretoria de Planejamento da Secretaria de Turismo de São Vicente para que as necessidades do município fossem elencadas e o produto mínimo fosse definido. A definição dos requisitos da aplicação foram analisadas e desenvolvidas em duas partes: regras de negócio e interface gráfica intuitiva para o usuário. Sendo todo o conteúdo da aplicação compilado a partir do inventário turístico, desenvolvido para o plano diretor municipal, com linguagem didática e objetiva. O objetivo principal foi garantir:

- a) Acessibilidade;
- b) Sensibilização;
- c) Mobilidade regional;
- d) Informações Turísticas Municipais;
- e) Roteirização Turística;
- f) Promoção e Apoio à Comercialização;
- g) Turismo e Sustentabilidade;
- h) Ação Municipal para a Regionalização do Turismo.

Após a implementação das duas partes, o protótipo foi apresentado para a Diretoria de Planejamento e realizados os testes para considerações de possíveis ajustes para a publicação. Seguindo para a apresentação de validação com o secretário de Turismo de São Vicente, e posteriormente com o Prefeito.

O esquema de implementação foi baseado na autonomia e facilidade da própria prefeitura poder manter o projeto com poucos recursos humanos e financeiros, a partir disso o fluxo de atualização foi definido com vinculações ágeis e fáceis de serem alteradas, conforme apresentado da Figura 5.



Fonte: Produção própria (2018)

O aplicativo multimídia pode ser comodamente portado pelos usuários com a vantagem de ser atualizado a qualquer momento. O sistema usa representações

gráficas para reduzir a necessidade de conhecimento específico no campo da computação, tornando o uso fácil para adquirir conhecimentos dentre as utilizadas atualmente. O ambiente desenvolvido possibilita que os visitantes ampliem seu conhecimento, tendo a liberdade de explorar novos lugares sem a necessidade de obter um aprofundado estudo sobre a área visitada.

Por meio dos conteúdos de imagens e textos disponibilizados pelo aplicativo, o turista poderá ter acesso às informações em tempo real para interagir com os produtos turísticos definidos pelos gestores de turismo local com foco nos interesses regionais. Sendo assim, além da flexibilidade, da mobilidade e do acesso fácil fornecido ao turista é possível oferecer maior recurso de interatividade entre o visitante e a aplicação, em que a interação do turista com conteúdos de realidade virtual e com a realização de avaliações de sua visita à cidade proporcione a aproximação e a melhoria contínua do destino turístico.

Resultados

Nesta seção, serão descritas funções implementadas no aplicativo e os recursos usados para o seu desenvolvimento. Descrevendo os requisitos funcionais e não funcionais priorizados para a versão de lançamento a partir das tecnologias viáveis. A tela principal (Figura 6) foi criada com ícones com funcionalidade de botões referentes aos temas definidos como utilidades relevantes aos visitantes e que possam ter usabilidade também para o munícipe no dia-a-dia.

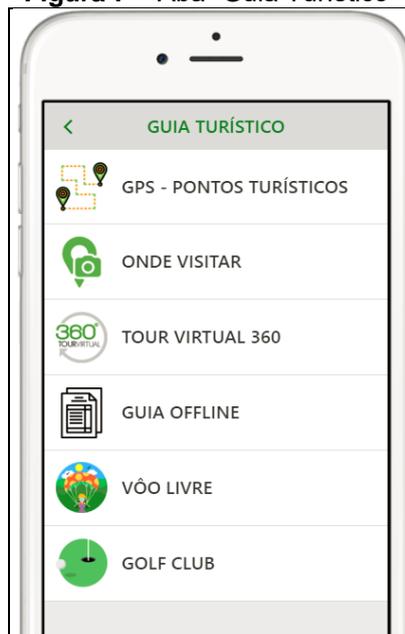


Figura 6 – Tela Principal



A aba “Guia Turístico” apresentada na Figura 7 foi projetada a partir da necessidade de tornar a edição de informações dos atrativos turísticos mais simples e sustentável, analisando a possibilidade de diminuir custos e a produção excessiva de panfletos que conseqüentemente ficam obsoletos e inutilizáveis. A partir da análise dos produtos turísticos diferenciais da cidade foi possível definir o destaque de algumas atividades já estruturadas e pouco divulgadas nos materiais existentes.

Figura 7 – Aba “Guia Turístico”



A aba “Trade – Permissão de Tráfego” apresentada na Figura 8 foi criada com o objetivo de facilitar a solicitação da permissão de tráfegos de transporte turístico e a gestão da demanda turística com base na entrada de dados que possibilita ao gestor municipal mensurar através de gráficos os fluxos por período e manter o histórico de solicitações de fácil acesso.

Figura 8 – Aba Trade -> Permissão de tráfego



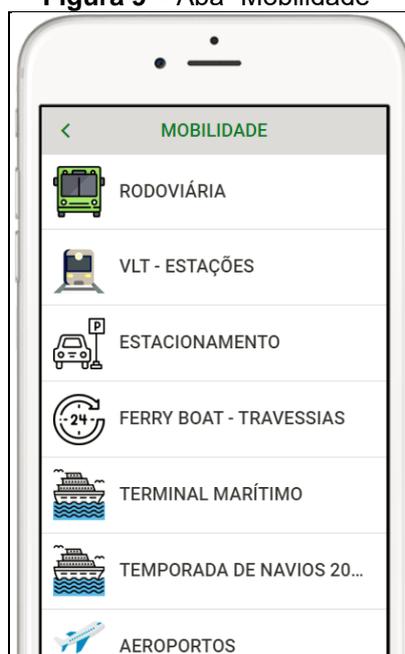
The image shows a smartphone screen displaying a form titled "PERMISSÃO DE TRÁFEGO". The form contains the following fields:

- E-mail para contato: *
Sua resposta
- Telefone (DDD) + número: *
Sua resposta
- Tipo do veículo:
Escolher
- NOME DO MOTORISTA:
Sua resposta

A aba “Mobilidade”, apresentada na Figura 9, visa orientar o turista e também o munícipe quanto às possibilidades de transportes existentes de forma regional. Capaz de fornecer tempo de viagem e informações dos aeroportos mais próximos ao município, tempo e modo de operações de balsas para visitaçã o às cidades vizinhas, informações municipais de estacionamentos rotativos e outros.



Figura 9 – Aba “Mobilidade”



Considerações Finais

A oferta de um ambiente via dispositivos móveis para a interação com o turista traz a inovação para o destino turístico e as funcionalidades propostas como diferencial mercadológico demonstram o interesse da cidade enquanto destino turístico de criar novas possibilidades para seus frequentadores. Enquanto a própria interação do visitante trará benefícios para o gestor público que poderá nortear a tomada de decisão a partir de resultados obtidos.

A usabilidade inicial da aplicação sugere o incentivo do uso de novas tecnologias além de portais turísticos *web* convencionais direcionando um conteúdo compacto, exclusivo e dinâmico para o seu público-alvo.

Este trabalho pode inspirar novos estudos que agreguem recursos compatíveis com dispositivos móveis que tragam benefícios para turistas e gestores públicos traçando novos rumos com ferramentas tecnológicas para os destinos turísticos.

Referências Bibliográficas



AGÊNCIA BRASIL. **Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa:** a maioria acessa a internet pelo celular. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 29 jul. 2020.

BUHALIS, Dimitrios; LAW, Rob. *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet – the state of eTourism research*. **Tourism Management**, [S.L.], v. 29, n. 4, p. 609-623, ago. 2008. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>.

ECHOS. Escola *Design Thinking*. **Mini Toolkit Design Thinking**. 2020. Disponível em: https://www.slideshare.net/colaborativismo/toolkit-de-design-thinking?from_action=save. Acesso em: 29 jul. 2020.

GUIMARÃES, André S.; BORGES, Marta P. **E-turismo:** Internet e Negócios do Turismo. São Paulo: Cengage Learning. 2008.

HÖPKEN, Wolfram; FUCHS, Matthias; ZANKER, Markus; BEER, Thomas. *Context-Based Adaptation of Mobile Applications in Tourism*. **Information Technology & Tourism**, [S.L.], v. 12, n. 2, p. 175-195, 1 abr. 2010. Cognizant, LLC. <http://dx.doi.org/10.3727/109830510x12887971002783>.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **São Vicente**. 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-vicente/panorama>. Acesso em: 29 jul. 2020.

MINDMASTER. **Scrum:** a metodologia ágil explicada de forma definitiva. Disponível em: <https://mindmaster.com.br/scrum/>. Acesso em: 20 mar. 2017.

PATNAIK, Dev. **Forget Design Thinking and Try Hybrid Thinking**. Fast Company, 2009. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/1338960/forget-design-thinking-and-try-hybrid-thinking>. Acesso em: 24 jun. 2017.

RANGEL, Alexandre M. **Duplo Diamante – Design Thinking**. Disponível em: http://amrangel.com.br/project/design-thinking-curso/01_curso-dt_duplo-diamante/. Acesso em: 28 jul. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Boletim de Inteligência 2016**. SIM – Sistema de Inteligência de Mercado. Jul., 2016a. Disponível em: <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/bis/download.zhtml?t=D&uid=e202ec22648f01c6d242118d402505aa>. Acesso em: 30 jul. 2017.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sebrae Destino Inteligente**. 2016b. Disponível em: <http://sebraedestinosinteligentes.com.br/turismo-inteligente/>. Acesso em: 29 jul. 2020.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. *The new new product development game*. **Harvard Business Review**, jan. 1986. Disponível em: <https://hbr.org/1986/01/the-new-new-product-development-game>. Acesso em 20 jun. 2017.





WANG, Dan; PARK, Sangwon; FESENMAIER, Daniel R. *The role of smartphones in mediating the touristic experience. **Journal of Travel Research**, [S.L.], vol. 51, n. 4, p. 371-387, 23 dez. 2011. Sage Publications <http://dx.doi.org/10.1177/0047287511426341>.*

