DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE: COMO COMEÇAR?

MARTA POGGI

M|P MARTA POGGI

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE:

como começar?

Copyright © 2021 - Marta Poggi

Revisão técnica – Gleice Regina Guerra

Strategia Consultoria Turística Ltda.

Todos os direitos reservados.

Pode ser compartilhado com conteúdo, copyright e crédito intactos.

Muito prazer!

Sou palestrante internacional, consultora, blogueira e fundadora do blog Agente no Turismo, sócia da Strategia Consultoria. Atuo como estrategista digital para turismo e hotelaria, em diversos destinos e empresas turísticas, no Brasil e no exterior.

Apaixonada por inovação e tendências, meu é propósito orientar, incentivar e inspirar empresários e profissionais do turismo para desenvolverem seus negócios, destinos e marcas na Era Digital. Minhas palestras, mentorias, treinamentos e conteúdos tratam de temas atuais, como Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), transformação digital do turismo, marketing digital, tendências e inovação. Adoro ser mentora de startups de turismo e criar conteúdo relevante para profissionais do setor.

Sou mestre em turismo pela USP, especialista em Planejamento e Marketing Turístico e tenho MBA em Marketing Estratégico. Fui professora universitária, publiquei vários artigos científicos, mais de 300 artigos de blog, 6 eBooks e sou coautora do livro E-turismo: internet e negócios do turismo.

Baixe outros materiais gratuitos **aqui**.

Veja meus vídeos e assine meu canal **aqui**.

Conheça melhor meu trabalho em **www.martapoggi.com.br**.

Sumário

Introdução 2
1 Destino Turístico Inteligente 3
2 Pilares do Destino Turístico Inteligente 6
2.1 Governança 6
2.2 Tecnologia 7
2.3 Inovação 10
2.4 Sustentabilidade 11
2.5 Acessibilidade 12
3 Por que investir em Destino Turístico Inteligente? 15
4 Como começar? 18
5. Destino Turístico Inteligente na era do Covid-19 21
Para saber mais 23
Referências 24

Introdução

A pandemia da covid-19 provocou a maior crise na indústria de viagens, impactando negócios, destinos e milhares de empregos no mundo todo. Mas, como toda crise gera também oportunidades, vejo essa parada do turismo como chance para refletir e, principalmente, repensar que tipo de turismo e de turista queremos.

Esse *reset* tem servido, portanto, para adaptar nossos negócios e destinos às novas exigências e desejos dos atuais viajantes, tais como: viagens seguras, em pequenos grupos, para destinos de natureza, que ofereçam experiências autênticas e memoráveis.

A metodologia de Destinos Turísticos Inteligentes foi criada em 2012 e está ainda mais relevante, muito alinhada com o "novo" turismo e, especialmente, com as demandas atuais.

Apoiada em cinco pilares-chave – tecnologia, inovação, sustentabilidade, governança e acessibilidade –, essa nova forma de planejar e gerenciar destinos turísticos ficou ainda mais relevante a partir da covid-19.

Entendemos que os desafios enfrentados pelos gestores de destinos, e pelos empresários neles inseridos, são enormes. Mas, ao mesmo tempo, sabemos que que acompanhar os movimentos do mercado é essencial.

A proposta deste eBook é apresentar as bases dos Destinos Turísticos Inteligentes para que você entenda o que são, como funcionam e porque o Sebrae e Ministério do Turismo estão trabalhando com essa metodologia. Longe de esgotar o assunto, o objetivo é introduzir o tema, para embarcarmos nessa nova era.

Vamos juntos?

1 Destino Turístico Inteligente

O conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (Smart Destinations) surgiu na Catalunha, Espanha, em 2012, como derivação de Cidades Inteligentes (Smart Cities).

Apesar da associação da cidade inteligente às tecnologias de informação e comunicação (TIC), o conceito de Cidade Inteligente não se reduz à disponibilidade e qualidade de tecnologias de ponta. Outros fatores são igualmente importantes, tais como capital social, fomento à inovação, capacidade empreendedora, economia criativa, mobilidade e sustentabilidade. Trata-se, portanto, de contar com uma série de recursos e elementos-chave para promover o desenvolvimento sustentável na cidade, em todas as suas dimensões: econômica, sociocultural e ambiental.

Nessa mesma linha, a Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR)[1] criou o conceito de Destino Turístico Inteligente (DTI), que é uma nova forma de pensar o desenvolvimento dos destinos turísticos, levando em consideração os aspectos essenciais que atualmente influenciam na sua competitividade.

O DTI é um território comprometido com os fatores ambientais, culturais e socioeconômico locais, dotado de sistema de inteligência que capta a informação de forma processual, analisa e compreende os acontecimentos em tempo real, com o intuito de facilitar a interação do visitante com o entorno, bem como a tomada de decisão dos gestores do destino.

Os destinos inteligentes têm características específicas, que os diferenciam dos destinos turísticos tradicionais.

[1] Ligada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo da Espanha, é o órgão responsável pela criação da metodologia de DTI, execução dos estudos e projetos e também, pela criação da Rede de Destino Turístico Inteligente.

"Destino inteligente é um destino turístico inovador, consolidado a partir de uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garanta o desenvolvimento sustentável do território turístico. Acessível a todos, facilita a interação e a integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino." (SEGITTUR, 2015)

Apesar do conceito de DTI ser derivado de Cidades Inteligentes, existem algumas diferenças entre eles. As cidades levam em conta competitividade, capital humano e social, participação, mobilidade, recursos naturais e qualidade de vida. Já o DTI não segue a mesma limitação geográfica. Pode ser uma rota turística, bairro, cidade ou região. Além disso, nos DTI, o público-alvo é o turista. Sua interação com o destino pode acontecer em qualquer ponto da jornada de compra do viajante. Normalmente, começa antes de sua chegada ao destino, continua durante sua estada e se estende até a volta para casa.

Crédito: Pixabay.

As principais características dos DTI, segundo o SEBRAE (2016), são:

- contam com espaços e produtos inovadores;
- utilizam tecnologia de ponta;
- valorizam o capital humano;
- são focados na sustentabilidade;
- sabem gerir recursos com eficiência;
- têm qualidade nas experiências de uso;
- são integrados e interativos;
- oferecem acessibilidade;
- possibilitam experiências diferenciadas.

Veja aqui o vídeo criado pela SEGITTUR para entender melhor o conceito de DTI.

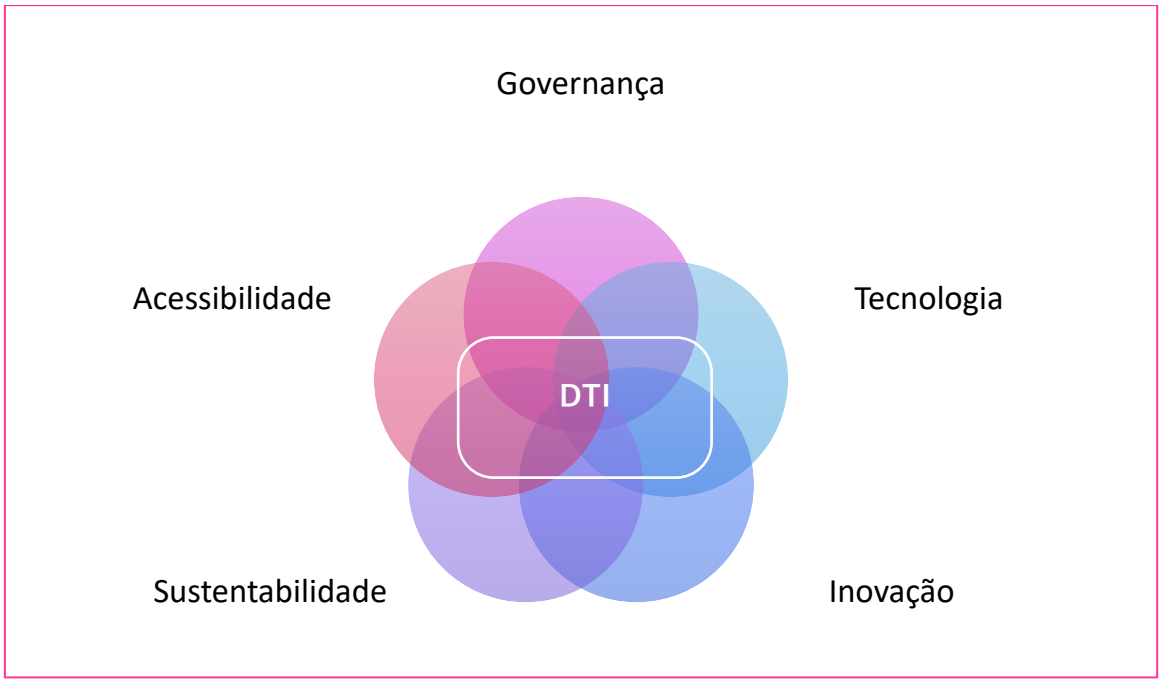
A metodologia de DTI está baseada em cinco pilares estratégicos – governança, tecnologia, sustentabilidade, acessibilidade e inovação –, abordados no próximo capítulo. Consiste, principalmente, em definir estratégias para: valorizar o destino, mediante melhor aproveitamento dos atrativos naturais e culturais; criar recursos, atividades e equipamentos inovadores; melhorar os processos de produção e distribuição; e fomentar a sustentabilidade nas esferas ambiental, social e econômica.

Aplicar a metodologia de DTI não se resume a aplicar novas tecnologias para fazer o mesmo de sempre. Implica mudar o planejamento e a gestão do turismo, de acordo com as novas necessidades da sociedade, liderados pela governança consolidada e fortalecida, apoiados por uma abordagem de inovação aberta. Para isso, **a tecnologia é um meio, e não um fim**, pois possibilita captar e analisar dados para melhor satisfazer às novas demandas do viajante.

2 Pilares do Destino Turístico Inteligente

Os pilares definidos no conceito de DTI contemplam os principais aspectos para o desenvolvimento sustentável de qualquer localidade. Governança, tecnologia, inovação, sustentabilidade e acessibilidade são os temas a serem trabalhados para levar o destino turístico a outro nível de competividade. A figura 1, a seguir, apresenta os cinco pilares que são estratégicos para a criação do DTI.

Figura 1 – Pilares de Destinos Turísticos Inteligentes



Fonte: Segittur, 2015.

2.1 Governança

É responsável pelo planejamento e pela gestão do DTI. Constituída pelas lideranças do setor público, da iniciativa privada e das organizações do terceiro setor, representa a base, o alicerce para a construção e execução de projetos.

Então, é importante empoderar as lideranças empresariais para planejar e gerir as ações, além de acompanhar e garantir sua implementação. Ações para compor e fortalecer a governança são chave para o desenvolvimento do DTI.

Ter uma boa governança, institucionalizada, sempre foi significativo para o processo de desenvolvimento de destinos turísticos. No entanto, para implementação de DTI, seu papel fica ainda mais relevante. As alianças e as parcerias estratégicas são essenciais para a execução das ações, além de captação de recursos financeiros, tecnológicos etc. Contar com grupo coeso e forte é decisivo para se alcançar os objetivos do destino. Por isso, a governança é considerada, pelo Sebrae (2016), a "alma" do DTI.

Acesse a página do SEBRAE sobre DTI clicando aqui.

2.2 Tecnologia

A tecnologia é decisiva para desenvolver empresas e destinos, além de criar novos elos da cadeia de valor. Há décadas, o setor de turismo tem utilizado intensamente a tecnologia para proporcionar produção, distribuição e promoção dos serviços turísticos.

O processo de digitalização no turismo foi acelerado pela pandemia do covid-19, obrigando empresas e destinos turísticos a investirem em ferramentas que promovam melhorias em termos de produto, processos de gestão, comercialização e, principalmente, comunicação com o mercado.

Empresas turísticas, independente do porte ou da área de atuação, e destinos precisam incorporar soluções tecnológicas nos seus processos, desde os mais simples aos mais estratégicos.

Para desenvolver um DTI é necessário usar ferramentas tecnológicas, de forma a fomentar e promover o seu desenvolvimento. Realidade virtual, *big data*, inteligência artificial, internet das coisas, realidade aumentada, *blockchain, touchless technology* (tecnologias que eliminam o contato físico), meios de pagamento, dentre muitas outras ferramentas e funções, ocuparão papel cada vez mais relevante na gestão de destinos e empresas e também na decisão do consumidor.

Para conhecer melhor como essas ferramentas são usadas no turismo, leia também o eBook sobre Transformação Digital no Turismo, clicando aqui.

O uso das novas tecnologias em destinos gera uma série de vantagens competitivas, que extrapolam o setor turístico, tais como:

- melhoria na governança (comunicação, gestão, formação);
- melhorias em termos de sustentabilidade (economia energética, acessibilidade, novos negócios, geração de emprego e renda etc.);
- diferenciação do destino em relação aos seus competidores;
- personalização da oferta de serviços;
- melhorias nos processos de gestão, resultando em mais produtividade e eficiência;
- criação de ambiente mais propício à inovação.

As novas tecnologias abriram novo horizonte no setor turístico, trazendo desafios e oportunidades e exigindo um grande esforço de adaptação, tanto por parte das empresas que prestam esses serviços, como pela gestão pública de destinos.

O destino Maceió usa diversas ferramentas tecnológicas para se comunicar com o mercado, melhorar a experiência do turista e obter dados dos visitantes. O *site* Experimente Maceió dispõe de um *chatbot* que facilita a navegação do usuário, levando-o ao conteúdo desejado com mais rapidez. Óculos de realidade virtual são utilizados para treinamento de agentes de viagens, visando facilitar e aumentar as vendas do destino. E uma parceria com empresa de telefonia permitiu oferecer *wifi* grátis, na orla da cidade, para uso de turistas. Em contrapartida, a empresa fornece os dados desses usuários, permitindo que gestores do destino conheçam, em tempo real, quem são e de onde vêm esses visitantes.

Veja aqui como a realidade virtual pode ajudar na promoção e comercialização de serviços turísticos.

Crédito: Amazon.

2.3 Inovação

Muitas vezes, a palavra inovação nos remete à tecnologia. De fato, muitas soluções inovadoras envolvem ferramentas tecnológicas, mas a inovação vai muito além.

> Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD, 1997).

A inovação turística, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), é a introdução de um componente novo que aporta vantagens materiais ou imateriais aos agentes do setor de turismo e à comunidade local, que melhora o valor da experiência turística e as competências-chave do setor e que potencializa a competitividade turística e/ou a sustentabilidade.

Portanto, a inovação pode ser aplicada a destinos, produtos, processos, organizações, modelos de negócios, ferramentas de gestão, marketing, comunicação, segurança, qualidade etc.

INOVAÇÃO É TODA MUDANÇA BASEADA NO CONHECIMENTO QUE GERA VALOR.

No modelo de DTI, a inovação é classificada nos seguintes âmbitos: processos de gestão, produto ou serviço, capacitação, comercialização e marketing.

Diversas startups de turismo vêm criando soluções super inovadoras para melhorar a forma como viajamos ou como gerenciamos empresas e destinos turísticos.

A Sisterwave é uma plataforma que une mulheres que querem viajar com segurança e aquelas que desejam receber essas viajantes. Foi criada por brasileiros e ganhou prêmio na Competição Mundial de Startups, promovida pela OMT em 2021, na categoria equidade de gênero.

Para promover a segurança sanitária nos destinos, a Smart Tracking criou um sistema de rastreio para identificar pessoas com o covid-19 e informar as autoridades de saúde.

Esses são alguns exemplos. Existem plataformas para diversos perfis de público, com as mais diferentes necessidades, como a The FreeBird Club, que visa engajar e hospedar viajantes com mais de 50 anos, a Tails Travel, para orientar viajantes que viajam com animais de estimação, a Food'n Road, para amantes da gastronomia, dentre outras.

2.4 Sustentabilidade

Os viajantes estão cada vez mais conscientes da importância da conservação dos recursos naturais e da valorização do capital social e cultural dos territórios. Assim, valorizam e optam pelas marcas que contam com iniciativas e práticas sustentáveis.

Crédito: Pixabay.

O desenvolvimento sustentável é definido como o processo que atenta às necessidades das gerações presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de garantirem suas necessidades. Assim, o desenvolvimento sustentável do turismo visa:

- melhorar a qualidade de vida da população local;
- incrementar a qualidade da experiência do turista;
- preservar e conservar o meio ambiente;
- aumentar o número de empregos e a rentabilidade econômica dos negócios turísticos;
- resgatar e perpetuar a cultura local.

Este pilar é transversal e deve fazer parte de todos os projetos de turismo. Existem diversos destinos turísticos, como Amsterdam, Barcelona, Veneza, Porto Seguro, que enfrentavam problemas em função do excesso de turistas. O *overtourism* gera problemas no relacionamento de turistas com a população local, na destinação de resíduos, no aumento dos preços dos imóveis e de vários serviços, além da descaracterização da cultura local, entre muitos outros. Nesse contexto, a pandemia pode ser vista como uma oportunidade de repensar como trabalhar o turismo nesses locais, evitando a atividade predatória.

No Brasil, o destino Bonito é uma referência em termos de preservação ambiental. Com controle de capacidade de carga nos atrativos turísticos, existência de *voucher* único e outras iniciativas complementares, têm uma governança que se preocupa e valoriza a sustentabilidade no destino.

2.5 Acessibilidade

Viagens e atividades de lazer são elementos básicos da nossa vida social. Milhares de pessoas, por diferentes motivos, são excluídas dessa oferta. São pessoas com enfermidades, mobilidade reduzida e/ou deficiência física, auditiva, mental ou visual, que enfrentam muitas dificuldades para desfrutar não só das viagens, mas também das atividades de lazer na própria cidade em que vivem.

A infraestrutura deficiente (falta de acessos, rampas, tradução em libras, audiodescrição etc.), equipamentos e serviços despreparados e a ausência de acessibilidade digital são alguns dos fatores que inviabilizam que pessoas com limitações usufruam de serviços turísticos.

Um DTI deve proporcionar soluções de acessibilidade a todos os viajantes, tanto no destino como também nas empresas prestadoras de serviços (atrativos, hotéis, agências de receptivo, restaurantes etc.). Trata-se, portanto, de um esforço coletivo para eliminar barreiras de mobilidade para facilitar e promover o turismo inclusivo.

Crédito: Unsplash.

É consenso que a acessibilidade física não é apenas elemento básico na percepção de qualidade na oferta turística, mas também uma oportunidade de negócio. De acordo com o IBGE (2010), existem 46 milhões de brasileiros com algum tipo de deficiência, o que representa 25% da população total.

A preocupação com a acessibilidade, além de representar um direito de livre acesso aos serviços turísticos, melhora a imagem do destino e das empresas adaptadas, posicionando-as como organizações socialmente responsáveis. Ainda, empresas e

destinos inteligentes devem promover a acessibilidade digital, adaptando seus canais digitais (sites, blogs, redes sociais etc.) às pessoas com deficiências.

Socorro, no interior de São Paulo, desenvolveu o projeto Turismo Acessível em 2007, em parceria com o Ministério do Turismo. As adaptações para proporcionar inclusão no município e nos empreendimentos turísticos fizeram de Socorro uma referência em termos de acessibilidade.

3 Por que investir em Destino Turístico Inteligente?

A primeira razão para apostar no desenvolvimento de um DTI é acompanhar o movimento global. À medida que destinos turísticos maduros usam inteligência no planejamento, tomada de decisão e ações, naturalmente tornam-se mais competitivos.

Outro motivo é que os destinos inteligentes têm mais apelo para atrair, satisfazer e encantar o turista contemporâneo, pois oferecem produtos e serviços inovadores, são mais eficientes na comunicação digital e promovem sustentabilidade.

O novo perfil de viajante 4.0 e as novas necessidades da sociedade são as principais razões da transformação dos destinos.

Assim, a transformação dos destinos é uma necessidade, uma espécie de pré-requisito para acompanhar os movimentos globais do turismo e manter-se no "jogo".

Crédito: Canva.

Diversos benefícios são gerados a partir do desenvolvimento de projetos de DTI, para cada um dos principais *stakeholders*: turistas, residentes, empresários e gestores do destino. A figura 2, a seguir, resume as principais vantagens por grupo de interesse.

Figura 2 – Benefícios de DTI por grupo de interesse

Turista	Residente	Governança do destino	Empresário
•Serviços adaptados às necessidades •Melhor experiência em todas etapas da jornada de compra •Aumento da conectividade no destino •Serviços mais inclusivos	•Mais oportunidades de trabalho e investimento •Melhor convivência com os turistas, dada a distribuição dos fluxos •Melhor qualidade de vida no destino •Valorização do destino	•Informação em tempo real para tomada de decisão •Diferenciação e melhor posicionamento no mercado •Gestão integrada do destino •Mais iniciativas sustentáveis •Mais apoio e oportunidades de parcerias público-privadas	•Mais informação sobre o cliente •Atração de novos perfis de público •Serviços mais modernos e acessíveis •Mais competitividade e valorização dos negócios •Fomento da economia local •Foco na sustentabilidade

Fonte: Adaptado de SEGGITUR, 2015.

Em linhas gerais, a consideração dos fatores que formam um DTI gera uma série de vantagens competitivas, que beneficiam não apenas o turismo, mas impactam em outros setores, contribuindo para geração de renda e emprego no local.

O processo de transformação de um destino para tornar-se um DTI leva à sua valorização por meio da tecnologia e da inovação, resultando nos seguintes benefícios.

- Aumento da competitividade das empresas instaladas no território, em função do uso de sistemas que facilitam a gestão de informação, bem como processos de comercialização e marketing.
- Melhora da qualidade de vida dos residentes locais.
- Aumento dos gastos dos turistas.
- Fomento ao desenvolvimento sustentável.
- Melhor experiência em todas as etapas da viagem.

- Otimização da gestão sustentável do destino.
- Desenvolvimento de estratégias com foco na sustentabilidade.
- Integração dos agentes locais.
- Posicionamento e valorização da marca turística do destino.
- Fomento às iniciativas que geram acessibilidade no destino.

4 Como começar?

Como transformar um destino em DTI? Por onde começar?

A metodologia de Destino Turístico Inteligente, criada pela SEGITTUR permite uma visão integral das áreas de gestão e todos os atores que participam do seu desenvolvimento. O objetivo final de um DTI é:

> **Promover, a partir da sustentabilidade, o desenvolvimento do setor turístico por meio da inovação e tecnologia.**
>
> **SEGITTUR (2020).**

Para tanto, o processo de conversão de DTI se divide, segundo a SEGITTUR (2020), em dois ciclos. No primeiro ciclo, o destino deve realizar o diagnóstico completo, seguindo os parâmetros da metodologia e elaborar o Plano de Ação, com estratégias e ações para transformar o destino em DTI.

No segundo ciclo, é realizada a implementação do Plano de Ação, executando as ações necessárias para a conversão do DTI. A partir daí, o destino atinge os processos de melhoria, alcançando os resultados e as transformações desejados, em âmbitos econômico, social, ambiental e tecnológico.

Figura 3: Ciclos de conversão do DTI

Fonte: Segittur, 2020.

Veja mais informações sobre a metodologia DTI aqui – https://www.destinosinteligentes.es/metodologia/

Vale lembrar que o desenvolvimento do destino turístico não depende somente dos gestores públicos. Ao contrário, as empresas têm papel fundamental nesse processo, pois são responsáveis por impulsionar a inovação, facilitar a transferência de conhecimento e promover a cooperação.

Além da metodologia para desenvolvimento do Destino Turístico Inteligente, a La Asociación Española de Normalización y Certificación – UNE criou três normas técnicas para balizar a execução dos projetos, que são: Sistema de Gestión de un Destino Turístico Inteligente; Indicadores y herramientas del Destino Turístico Inteligente; Semántica aplicada a los destinos inteligentes), e Hotel digital inteligente y conectado. Estas normas técnicas estão disponíveis no link - https://www.destinosinteligentes.es/normas-une/

Ainda, visando promover sinergias e transferência de know-how entre os atores envolvidos nos projetos de DTI, o governo espanhol e a Segittur criaram a Rede Destinos Inteligentes. A rede tem como objetivo promover a conversão de DTI;

buscar soluções aos principais desafios do turismo conjuntamente; compartilhar experiências e soluções tecnológicas.

Esta rede conta com membros titulares, os DTI ou em destinos que estão no processo de conversão, membros institucionais, que são as administrações públicas e membros colaboradores, pessoas físicas ou jurídicas não representadas nas demais categorias, que contam com plano de trabalho para colaborar com os destinos. Entre destinos, instituições e membros, a rede conta em abril de 2021 com 251 membros, sendo 154 destinos, 40 instituições e 57 empresas. Dentre os destinos turísticos, Tequila e Cozumel no México e Medellín, na Colômbia, fazem parte da rede e já começaram a trabalhar com a metodologia.

No Brasil, o Sebrae vem atuando com o projeto de DTI em alguns destinos. Por sua vez, o Ministério do Turismo, em parceria com o Instituto Ciudades del Futuro, na Argentina, para adaptar a metodologia da Segittur e implementá-las em dez destinos piloto, nas cinco regiões brasileiras. Os destinos contemplados são: Rio Branco e Palmas (Norte); Recife e Salvador (Nordeste); Campo Grande e Brasília (Centro oeste); Florianópolis e Curitiba (Sul); e Rio de Janeiro e Angra dos Reis (Sudeste).

5. Destino Turístico Inteligente na era do Covid-19

O setor de turismo, um dos mais afetados pela pandemia da Covid-19, registrou queda histórica em 2020 em nível global. No Brasil, houve redução de 36,7%, em comparação com o ano anterior (CNC, 2021), gerando perdas de receita de 274 bilhões de reais e o desaparecimento de cerca de 400 mil postos formais de trabalho.

Essa quebra no turismo nos forçou a buscar soluções inovadoras, de forma coletiva, para enfrentar os desafios e acelerar a recuperação do turismo. Portanto, trabalhar com DTI é fundamental, pelos seguintes motivos:

- Dependemos de inovação para salvar o turismo. Precisamos de novos produtos/ experiências, novas formas de gestão, comercialização e marketing. Necessitamos, principalmente, de soluções inovadoras para melhorar a segurança das viagens. A OMT tem feito várias iniciativas para fomentar a inovação, apoiando startups do mundo tudo. Clique aqui para saber mais.
- Os turistas buscam novas experiências. Aquilo que o encantava até 2019 já não é mais suficiente. Milhares de experiências incríveis vêm sendo divulgadas para suprir essas necessidades, seja perto ou longe do local onde vivem. Mais que o destino, a experiência determina a escolha dos turistas.
- Os viajantes privilegiam empresas e destinos que usam a tecnologia para otimizar a sua experiência ao longo da jornada. Eles estão dispostos a compartilhar seus dados para receber ofertas personalizadas e facilitar a tomada de decisão. Optam por empreendimentos que usam a tecnologia para aumentar a segurança e diminuir o contato físico. Negligenciam empresas e marcas que não têm presença online ou que são pouco digitalizadas.
- Sustentabilidade não é um tema passageiro, mas um aspecto sério e crucial para o desenvolvimento do turismo. Cerca de 70% dos turistas brasileiros preferem hotéis e atrações que têm boas práticas sustentáveis, segundo o Booking.com (2020). E, pensando como dependemos da natureza e da boa relação com as comunidades autóctones, é imprescindível que saibamos conservar o patrimônio natural e cultural dos povos em todos destinos turísticos.
- Promover a acessibilidade a todos os viajantes, independente das suas limitações, é uma necessidade antiga que, infelizmente, avança a passos lentos. Precisamos acelerar a adaptação dos negócios e destinos turísticos.

- Só resolvemos problemas complexos coletivamente. Portanto, contar com governança forte e atuante é essencial para encontrar soluções para esses problemas contemporâneos, cada vez mais complexos.
- Temos que acompanhar a evolução do mercado. Então, quanto mais rápido nos tornarmos destinos inteligentes, mais competitivos seremos.

Entendo que ainda temos muitos gargalos para fortalecer e desenvolver o turismo no Brasil, como qualificação de profissionais, digitalização de pequenas e médias empresas, sinalização turística, dentre muitos outros.

Porém, vamos ter que resolver tudo ao mesmo tempo. Cuidar dos entraves, ao mesmo tempo que acompanhamos as tendências e buscamos a inovação. Nosso turismo precisa disso. E certamente valerá a pena, pois sairemos mais criativos, fortalecidos e muito mais competitivos.

#VamosJuntos

Para saber mais....

Espero que tenha gostado deste eBook e que possamos formar uma comunidade de profissionais inteligentes que visam desenvolver DTI no Brasil.

Se você também tem esse sonho, está convidado a participar da Rede Brasileira de Destinos Turísticos Inteligentes no LinkedIn, para pensarmos juntos em soluções inovadoras para os negócios e para os destinos brasileiros. Para fazer parte, é só clicar aqui.

Sugiro também que você acompanhe o projeto de Destinos Turísticos Inteligentes do Ministério do Turismo, bem como os realizados pelo Sebrae. No site da SEGITTUR você encontra muita informação, notícias e artigos sobre o assunto.

Gostaria de contar com a sua companhia nos meus canais:

No blog Agente no Turismo – www.agentenoturismo.com.br

No Instagram - https://www.instagram.com/martapoggi_oficial/

No LinkedIn - https://www.linkedin.com/in/marta-poggi-palestrante/

Bem vind@!

Referências

BOOKING.COM. 2020. **Smarter, kinder and safer**. Booking.com reveals its predictions for the future of travel. Disponível em: https://globalnews.booking.com/download/944450/booking.comglobalresearchreport.pdf

CNC – Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. 2021. **Fechamento dos estabelecimentos de turismo em 2020**. Disponível em: https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/332214/332214. Acesso em: abr. 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em https://censo2010.ibge.gov.br/

OECD – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. 1997. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. Tradução FINEP. 3a edição Disponível em http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf. Acesso em: abr. 2021.

OMT – Organização Mundial do Turismo. 2019. **Tourism definitions**. Disponível em: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858. Acesso em: abr. 2021.

SEBRAE –Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. 2016. **Destinos Turísticos Inteligentes**: orientações estratégicas. PPA 2017-2018. Brasília/DF.

SEGITTUR – Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. 2015. **Smart Destination**: informe destinos turísticos inteligentes, construyendo el futuro.