

## APLICATIVOS DE SERVIÇOS E COMODIDADES PARA OS TURISTAS DO RIO DE JANEIRO

Mônica Maria Liberato<sup>1</sup> Cleide Mara Barbosa da Cruz<sup>2</sup>

Alessandra Conceição Monteiro Alves<sup>3</sup> Mário Jorge Campos dos Santos<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[monicaliberato@hotmail.com](mailto:monicaliberato@hotmail.com)

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[cmara.cruz@hotmail.com](mailto:cmara.cruz@hotmail.com)

<sup>3</sup>Programa de Pós-Graduação em Educação- PPED  
Universidades Tiradentes Sergipe– UNIT – Aracaju/SE – Brasil  
[alvesalessandraedu@gmail.com](mailto:alvesalessandraedu@gmail.com)

<sup>4</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil  
[mjkampos@gmail.com](mailto:mjkampos@gmail.com)

### Resumo

O presente trabalho teve como objetivo identificar os aplicativos de serviços e comodidades para o turista que visita o Rio de Janeiro. A pesquisa foi realizada na plataforma, *Play Store*, em seguida os aplicativos identificados foram transportados para uma planilha do *Excel*, onde os dados foram filtrados e optou-se por categorizar os aplicativos e analisar individualmente, as categorias abordadas foram: Roteiros turísticos, Mobilidade e Trânsito, Imagens, Games, Acomodações e Outros. Os resultados mostram que dos 112 aplicativos identificados, 74 estão relacionados diretamente ao serviço e comodidades do turista que visita o Rio de Janeiro, e destes 50% são da categoria de análise roteiros turísticos, 25% mobilidade, 8% imagens, 7% games e 10% Outros.

**Palavras-chave:** aplicativos; turismo; tecnologias.

### 1 Introdução

Em uma época de transição de uma sociedade da era industrial para uma sociedade da era da tecnologia e conhecimento, é importante estar atento as mudanças do mercado, assim a forma de gestão que funcionou na era industrial não funciona mais. Em especial, no turismo, onde as soluções tecnológicas vem tendo grande impacto no desenvolvimento do setor (Recentes desenvolvimentos de TIC, iniciando inteligência e lugares inteligentes foram reconhecidos por causar uma mudança de paradigma na indústria do turismo (LI et al., 2017; GRETZEL et al., 2015).

Atualmente, os usuários de produtos e serviços são muito exigentes e tecnológicos, estão sempre conectados com alcance das informações e facilidade de compras a nível global. É importante enfatizar que a maior parte da inovação e modelos de negócios vem de novos, pequenos

e ágeis *players* do mercado que estão lá para interromper o *statusquo*<sup>1</sup> existentes com inovação “disruptivas” e “sustentáveis” (BLANK, 2020). Essas mudanças, bem como capacitar indivíduos criativos como disseminadores de conhecimento, com investimento adequado (BLANK, 2020), criam as condições para novos negócios inovadores como as empresas *Hopper* (ferramenta de reserva de voo) e a *The Infatuation* (criar guias online de restaurantes ao redor do mundo), ambas na lista das empresas de viagens mais inovadoras do mundo da revista americana *Fast Company*<sup>2</sup> (2020).

Nem todos os destinos turísticos são conectados necessitando de recursos e da tecnologia que lhes permitam serviços e comodidades representados em cidades inteligentes (BLANK, 2020; LI *et al.*, 2017). Nesse sentido, as organizações do turismo que continuam operando de forma tradicional, vão aos poucos se adaptando ao ecossistema de inovação do turismo, se rendendo as inovações tecnológicas (HSU *et al.* 2017), e buscando produtos turísticos mais personalizados e baseados em experiências a partir do usos das novas tecnologias.

O Rio de Janeiro é referência do turismo brasileiro para o mundo. Com a chegada internacional de 6.353.141 turistas no Brasil em 2019, 1.252.267 chegaram no Rio de Janeiro (BRASIL 2020). Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis Nacional (ABIH), 58% da procedência dos turistas são nacionais e 42% internacionais e que 42% das reservas foram feitas de forma eletrônica (aplicativos de acomodação online), 18% pelo site do hotel (ABIH<sup>3</sup>,2019). E, em 2017 os brasileiros realizaram 1 bilhão de buscas relacionadas com turismo e 56% delas foram feitas pelo *smartphone*” (ROSSI; RAMOS, 2019), fortalecendo a importância da inovação e das TICs no desenvolvimento do ecossistema do turismo.

Diante do exposto, o objetivo desse estudo é identificar as ofertas de aplicativos de serviços e comodidades para os turistas do Rio de Janeiro.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Turismo Inteligente

As pessoas em todo o mundo usam diversos aplicativos, dispositivos, redes de informações (BARILE *et al.*, 2017; LI *et al.*, 2017) para fazer seus pacotes de viagens e passeios, e as tecnologias da informação e comunicação (TIC) têm sido ferramentas importantes na formação dos destinos turísticos para conectar os diferentes atores que agregam valor à experiência (BARILE *et al.*, 2015).

As TICs são tecnologias que facilitam o processamento, transferência e troca de serviços de informação e comunicação (OSTERWALDER, 2003). Segundo Fuza *et al.*, (2015), desde do século XX as TICs vêm tendo avanços significativos em relação as tecnologias , e esses avanços vem mudando a forma de fazer turismo, afetando toda a cadeia da indústria do turismo. Assim, a sociedade foi estimulada pela interrelação das economias derivada da globalização, pelo surgimento e aprimoramento das TICs, em especial a Internet, pelos modelos mais eficazes de distribuição e pela utilização do conhecimento na aplicação de métodos de produção de bens e serviços (MARTINEZ; LARA; BELTRÁN, 2006).

No setor de turismo a inovação e as novas tecnologias estimularam a evolução do turismo, criando os destinos inteligentes. Com esse advento tecnológico o paradigma do turismo está mudando, do turismo de massa e turismo de grupo para o turismo individual (ZACH; HILL, 2017). Assim, a combinação da inovação e uso das TICs tornou-se uma fonte de vantagens

---

<sup>1</sup> No estado das coisas

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.fastcompany.com/90457922/travel-most-innovative-companies-2020>. Acesso em: 30/03/2020.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/site/br>

competitivas da indústria do turismo e impacta de forma significativa no desenvolvimento do produto turístico.

O conceito de Turismo Inteligente relaciona-se com a ideia de Cidade Inteligente (*Smart City*), que está se tornando o principal paradigma mundial atualmente, bem como os demais ecossistemas de inovação inteligentes (FEMENIA-SERRA; NEUHOFER; IVARS-BAIDAL, 2019; LIBERATO; ALEN; LIBERATO, 2018). Assim, o turismo inteligente não é um sistema isolado, mas um sistema completo que cobre toda a indústria do turismo. De uma perspectiva, o turismo inteligente envolve turistas, departamentos governamentais, agências de viagens, alojamentos, eventos, serviços de transportes, produtos turísticos e outros fornecedores de serviços (BARILE *et al.*, 2015).

De acordo com Agbali *et al.*, (2019), o conceito de Cidade Inteligente surgiu da confluência de três interesses distintos mas congruentes: governo, academia e indústria. O governo se preocupa com o desenvolvimento urbano e a sustentabilidade; as universidades focam obviamente na produção de conhecimento e desenvolvimento de informações; e a indústria privilegia o olhar dos negócios, como produtos relativos à inteligência artificial (AI) e outras tecnologias emergentes para integração de serviços de assistência (FEMENIA-SERRA; NEUHOFER; IVARS-BAIDAL, 2019).

Essas mudanças são responsáveis pelo surgimento do Turismo Inteligente, que cria serviços e produtos com base no Big Data, incessantemente gerado. Como decorrência da Cidade Inteligente, surgiu o *smart tourism destination* (destino do turismo inteligente), que reúne não apenas as agências de turismo, mas também os prestadores de serviços e demais partes interessadas envolvidas (GRETZEL, *et al.*, 2015; COSTA, 2014).

De acordo com Gretzel *et al.*, (2015), destino turístico inteligente é uma consequência da Cidade Inteligente:

O destino turístico inteligente é focado no e-turismo, onde os consumidores estão muito familiarizados com novas tecnologias e as usam permanentemente. Ele contém vários componentes, como sistemas de reservas, mídias sociais, vários aplicativos de comunicação e conexão etc (GRETZEL *et al.*, 2015, p. 1).

Portanto, o turístico inteligente utiliza tecnologias de ponta para que se possa melhorar os serviços e a experiência do turista com os novos aplicativos e produtos. A combinação criativa de tecnologias emergentes e inovação aberta está paulatinamente se constituindo no elemento definidor da evolução da sustentabilidade nas Cidades Inteligentes. Muda-se dessa forma a maneira pela qual os gestores municipais estão organizando serviços e olhando o desenvolvimento globalmente com a adoção de inovação social e tecnológica para melhorar a competitividade global das cidades (ZHU; XIN, 2011). Assim, os novos dispositivos móveis, os aplicativos e as redes sociais transformaram definitivamente o negócio do Turismo e facilitaram a vida do turista, que podem planejar sua viagem e compartilhar fotos/vídeos/áudios e relatar as viagens, que é um dos principais prazeres da viagem.

## 2.2 Turismo no Rio de Janeiro

A cidade do Rio de Janeiro é considerada a principal cidade brasileira receptora de turistas nacionais e internacionais. Segundo dados do diagnóstico do planejamento estratégico do RIOTUR (2017/2020), o crescimento anual de chegadas mundiais gira em torno de 3,9%. Esse número se eleva nos períodos de grandes eventos como ocorreu nas copas das confederações em 2013, copa do mundo em 2014 e jogos olímpicos em 2016 (RIOTUR, 2017).

Em 2013 ganhou o *World Smart City Award 2013* em Barcelona pelas iniciativas de projetos de *Smart City*, em especial as instalação de QR Code em 2013, dando acesso a informações e fotos dos atrativos de forma prática (OVEIRA; PINHANEZ, 2017). O turista que visita o Rio de Janeiro conseguirá acessar através dos códigos de barras a história de 28 atrativos turísticos no Rio de

Janeiro, dentre eles: Arpoador, Corcovado, Pão de Açúcar e Jardim Botânico.

Figura 1: QR code feito com pedras portuguesas, em frente à Praia do Diabo, Arpoador



Fonte: The Epoch Times (2013)

Outra iniciativa importante foi a criação do Centro de Operação Rio (COR) que gera dados sobre tráfego, transporte público, clima, dentre outros, em tempo real, assim os residentes e principalmente os turistas, de posse do aplicativo RioCOR, tem como planejar seu dia (KITCHIN, 2014).

É possível perceber que não só os órgãos públicos estão inovando o turismo do Rio de Janeiro, as *startups* também vêm contribuindo muito criando produtos tecnológicos inovadores para fornecer serviços de informações, acesso e comodidade para os turistas que preferem fazer seu planejamento de viagem sozinhos sem o apoio de uma agência.

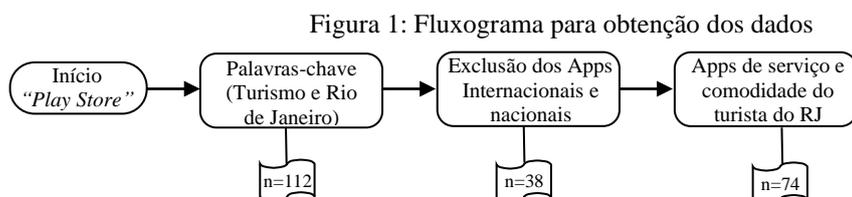
### 3 Metodologia

A pesquisa foi realizada na plataforma *Play Store*<sup>4</sup> no campo de pesquisa de aplicativos (app) usando as palavras “turismo e Rio de Janeiro”, no mês de abril de 2021. Foram selecionados apenas os aplicativos relacionados aos serviços e comodidades do turista que visita, ou pretende visitar o Rio de Janeiro.

Os aplicativos encontrados foram transportados para uma planilha do *Excel*, em seguida os dados foram filtrados e optou-se por categorizar os aplicativos e analisar individualmente, as categorias abordadas foram: Roteiros turísticos, Mobilidade e Trânsito, Imagens, Games, Acomodações e Outros. Depois se fez uma triagem, retirando os aplicativos de abrangência nacional e internacional, deixando apenas os do turismo do Rio de Janeiro.

Para a obtenção dos dados foi verificadas a frequência absoluta ( $f^*$ ) das categorias de análise, bem como as percentagens (%), e exposição dos principais aplicativos que são utilizados por turistas no Rio de Janeiro. Ainda, para verificar como os dados foram encontrados o fluxograma (Figura 1) expõe o passo a passo das buscas.

<sup>4</sup>Loja virtual do Google para celulares com o sistema Android, disponível em: <https://play.google.com/store>. Acesso em: 02/04/2021.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

## 4 Resultados

A busca na plataforma *Play Store* resultou em cento e doze (112) aplicativos (Quadro 1) relacionados ao serviço e comodidade do turista que visita ou pretende visitar o Rio de Janeiro, distribuídos nas categorias de análise, roteiros turísticos, mobilidade e trânsito, imagens, *games*, acomodações e outros, bem como a descrição de cada categoria, a frequência absoluta ( $f_i^*$ ) e as percentagens identificadas.

Quadro 1: Aplicativos relacionados ao turismo do Rio de Janeiro da Loja virtual do Google

Categoria de Análise	Descrição	$f_i^*$	%
Roteiros turísticos	Guias com mapas de pontos turísticos do Rio de Janeiro	45	41%
Mobilidade e Trânsito	Informações de linhas, horários e mapas de ônibus, metrô e voos do Rio de Janeiro facilitando o acesso e mobilidade dos turistas	34	30%
Imagens	Aplicativos com imagens da incrível Rio de Janeiro para quem quiser usar como papel de parede do computador ou aparelhos de celular, assim levando consigo de lembrança às belezas da cidade.	9	8%
<i>Games</i>	Aplicativos de jogos que usam os atrativos turísticos do Rio de Janeiro como objeto do jogo como: simuladores de voos e ônibus, quebra-cabeças, memória...	5	4%
Acomodações	Aplicativos de reservas de hospedagens em geral	9	8%
Outros	Aplicativos com a história do Rio de Janeiro em vídeo, clima em tempo real e calendário dos eventos.	10	9%

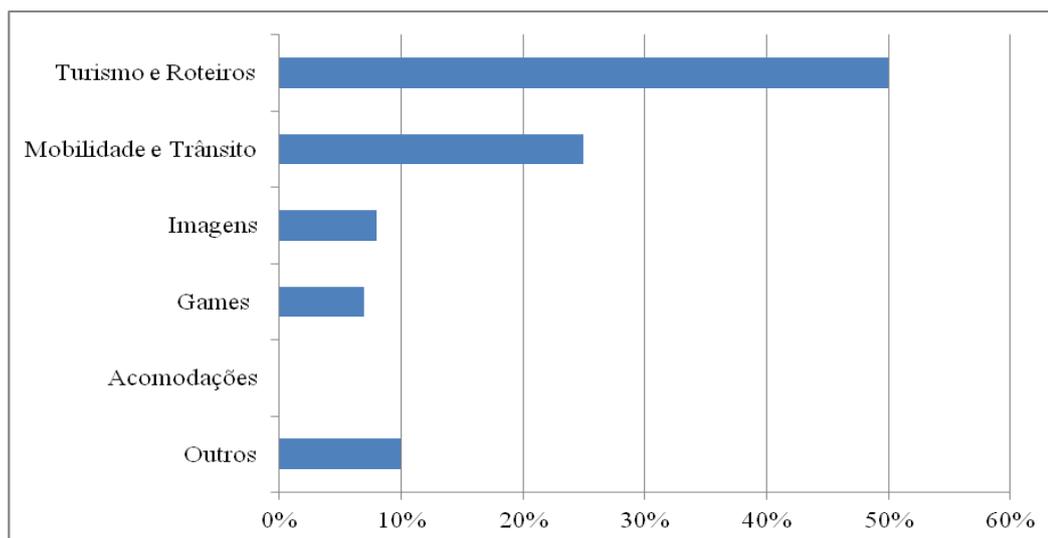
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Com os resultados obtidos constatou-se que a categoria de Análise roteiros turísticos possui  $f_i=45$ , com 41%, a mobilidade e trânsito com  $f_i=30\%$ , as imagens e acomodações ambas possuem  $f_i=9$ , com 8%, os *games* apresentaram  $f_i=5$ , com 4%, e a categoria outros possuem  $f_i=10$ , com 9%.

Em seguida, quando se retirou da lista os aplicativos nacionais e internacionais como *Airbnb*, *Tripadvisor*, *Moovit* e *Booking*, deixando apenas os locais (Figura 2) somou-se um quantitativo de setenta e quatro (74) aplicativos, sendo trinta e sete (37) da categoria de análise Roteiros turísticos, dezoito (18) na categoria Mobilidade e Trânsito, seis (06) para a categoria Imagens, cinco (05) na categoria *Games* e oito (08) na categoria Outros, no entanto vale ressaltar que não foram encontrados aplicativos para a categoria de análise Acomodações.

No geral somando-se os cento e doze (112) aplicativos e mesmo após a filtragem com setenta e quatro (74) a categoria que se destacou em ambas quantitativamente foi Roteiros turísticos, que diz respeito aos guias com mapas de pontos turísticos do Rio de Janeiro, evidenciando a importância dos aplicativos voltados a esta categoria para os turistas.

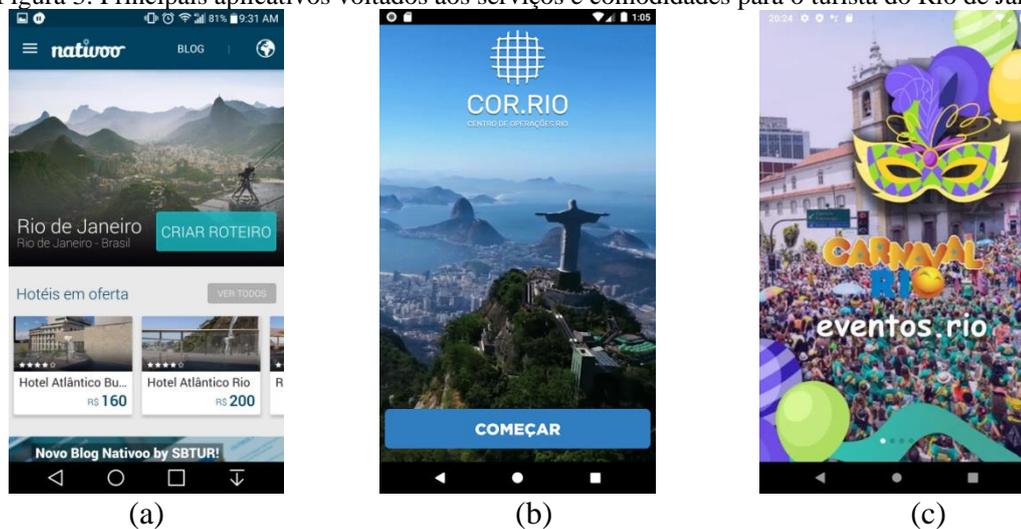
Figura 2: Aplicativos de serviços e comodidades para o turista que visita o Rio de Janeiro



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

A Figura 2 evidencia que os setenta e quatro (74) aplicativos relacionados ao turismo do Rio de Janeiro encontrados no *Play Store*, alguns destes aparecem com mais de cinquenta (50) mil downloads, a exemplo do aplicativo Nativoo Rio, guia de roteiros e mapas do turismo do Rio de Janeiro. Sobre as categorias, destacou-se roteiros turísticos com a metade da percentagem da pesquisa, sendo 50%, em seguida mobilidade e trânsito (25%), imagens (8%), games (7%), acomodações não atingiu nenhum percentual e outros (10%).

Figura 3: Principais aplicativos voltados aos serviços e comodidades para o turista do Rio de Janeiro



Fonte: Plataforma *Play Store* (2021).

A Figura 3 destaca alguns dos principais aplicativos encontrados nas categorias Roteiros turísticos, Mobilidade e Trânsito e Outros. O App Nativoo Rio, com mais de 5 mil download, é um aplicativo oficial e queridinho pelos turistas que visitam o Rio de Janeiro, nele é possível planejar seus próprios passeios utilizando os roteiros existentes ou mesmo criar seus próprios roteiros a partir dos atrativos turísticos informados na Nativoo Rio. A startup que desenvolveu o App Nativoo Rio desenvolveu também para outros estados Brasileiros, e, segundo a Startupi (2015) em 2015 a

Nativoo, que até então atuava com o público B2C, recebeu um investimento do grupo Sbtur para expandir para o público B2B.

O Centro de Operações Rio (COR) criado em 2010 pela prefeitura do Rio de Janeiro com o objetivo de atender as necessidades de segurança, rotinas da cidade e os mega eventos, que segundo Hojda; Martins e Fariniuk (2020, p.110) se aproxima as situações urbanas, as esferas de gestão que almejavam uma projeção urbana não apenas referente às já disseminadas estéticas naturais e musicais da cidade, mas também como uma cidade dotada de infraestrutura, recursos e pessoas capazes de desenvolver e acolher grandes projetos, criar soluções inovadoras e construir experiências de sucesso.

Assim, com o *slogan* “A cidade do Rio de Janeiro na palma da mão”, em 2019 foi lançado o App COR.RIO, uma versão do Centro de Operações Rio em aplicativo, hoje com mais de 10 mil download, que disponibilizar os dados de mobilidade e trânsito, clima, dentre outras informações que facilitam o dia a dia dos cariocas e principalmente dos turistas que estão visitando a cidade, onde podem planejar melhor os seus passeios.

O App Eventos.rio, lançado em 2020 pela prefeitura do Rio de Janeiro com o objetivo de informar o turista, a princípio, sobre os blocos carnavalescos e sobre a ordem pública nos 76 bairros do Rio de Janeiro que tem ações de carnaval, porém, hoje o aplicativo permite que os turistas e os cariocas fácil acesso às informações dos eventos culturais, de esporte e lazer que acontecem na cidade (BOECKEL, 2020).

Além dos aplicativos NativooRio, Cor.Rio e Eventos.Rio, os turistas que visitam o Rio de Janeiro também podem baixar outros aplicativos como o Adivinha Rio que é um game de perguntas e respostas sobre os atrativos turísticos do Rio, Metro Map que é um mapa digital do metrô, que depois de instalado funciona offline, o Top Wallpaper onde o visitante pode ter acesso a diversas imagens da cidade maravilhos, o AlertaRio com alertas de clima, dentre outros que facilitam o planejamento do turista, o Go To Travel Guides, que além de fotos é possível apreciar os pontos turísticos através de vídeos que o app disponibiliza.

## 5 Conclusão

Os aplicativos associados aos serviços e comodidades do turista estão em processo de revolucionar o turismo no mundo. As soluções tecnológicas neste campo estão evoluindo rapidamente e as startups estão percebendo novas oportunidades para deixar cada vez mais o turismo inteligente.

Este artigo contribui para informar sobre a quantidade e finalidade de ofertas de aplicativos para um turismo, sobre tudo na cidade maravilhosa, o Rio de Janeiro, que em uma pesquisa no *Play Store* foi possível identificar 112 aplicativos identificados, 74 estão relacionados diretamente ao serviço e comodidades do turista que visita o Rio de Janeiro, e destes 50% são da categoria de análise roteiros turísticos, 25% mobilidade, 8% imagens, 7% games e 10% Outros . Assim, a conclusão que se pode tirar dos resultados obtidos, é que as soluções tecnológicas e suas funcionalidades ofertadas a partir dos aplicativos turísticos vem deixando o turista mais autônomo nas escolhas de suas experiências de viagens e o turismo mais individualizado. E que o Rio de Janeiro tem uma grande oferta de aplicativos, das mais diversas funcionalidades relacionadas ao serviços e comodidades aos turistas.

Existem algumas limitações nesta pesquisa. Primeiro , tratava-se de apenas um destino turístico, em segundo lugar a pesquisa concentrou-se em aplicativos com foco em serviços e comodidades do turista que visita ou pretende visitar o Rio de Janeiro, excluindo ainda os aplicativos turísticos nacionais e internacionais do *Play Store*. Porém, os resultados obtidos poderão ser utilizados para futuras pesquisa sobre aplicativos turístico do Rio de Janeiro, como por exemplo a relação da oferta dos aplicativos com a demanda dos turistas por esses aplicativos, assim

essa relação permitirá analisar a taxa de uso dos aplicativos pelos turistas, bem como as suas experiências de uso.

## Referências

- AGBALI M. Are Smart Innovation Ecosystems Really seeking to meet citizens' needs? Insights from the stakeholders' vision on Smart City Strategy Implementation. **Smart Cities** 2019, 2, 307–327; doi:10.3390/smartcities2020019 www.mdpi.com/journal/smartcities.
- BLANK, S. *The Four Steps to the Epiphany Successful Strategies for Products that Win*. John Wiley & Sons, 2020.
- BARILE, S. , CIASULLO, M. , TROISI, O. SARNO, D. O papel da tecnologia e das instituições nos ecossistemas de serviços de turismo: resultados de um estudo de caso", *The TQM Journal* , vol. 29 No. 6, pp. 811-833. 2017. Disponível: <https://doi-org.ez20.periodicos.capes.gov.br/10.1108/TQM-06-2017-0068>. Acesso: 31/03/2020.
- BRASIL. Estatísticas básicas de turismo. Ano base 2019. **Ministério de Turismo (Mtur)**, 2020. Disponível: <http://dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso: 30/05/2021.
- BOECKEL Cristina. Prefeitura do Rio lança comitê e app de carnaval e explica como serão barreiras de segurança. G1., 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/02/07/prefeitura-do-rio-lanca-comite-de-operacao-do-carnaval-neste-sabado.ghtml>. Acesso: 03/06/2021.
- COSTA, C. A. Cidades Inteligentes e Big Data. In: Cidades Inteligentes e Mobilidade Urbana. **Cadernos FGV Projetos**. Ano 9, n° 24, p. 66-75. Junho/Julho de 2014.
- CAMPOS, F. Comunicación y Gobernanza: La complejidad de la gobernanza de la comunicación en Europa. **Comunicación y Gobernanza en Europa**. Madrid: Universitat, S.A, 2011.
- FEMENIA SERRA, F. *et al.* Smart tourism experiences: conceptualisation, key dimensions and research agenda. 2018.
- FUZA, Z. I. M.; ISMAIL, H. N. ISA, S. M. Importance of Information Communication Technologies (ICT) among tour operators in Malaysia. In: **Interdisciplinary Behavior and Social Sciences: Proceedings of the 3rd International Congress on Interdisciplinary Behavior and Social Science 2014 (ICIBSoS 2014), 1-2 November 2014, Bali, Indonesia**. CRC Press, p. 255, 2015.
- GRETZEL, U. *et al.* Special issue on smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and theories. **Electron Markets** 25, 175–177 (2015). <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0194-x>.
- GRETZEL, Ulrike. Intelligent systems in tourism: A social science perspective. **Annals of tourism research**, v. 38, n. 3, p. 757-779, 2011.
- GOOGLE PLAY. Apps. Disponível em: <https://play.google.com/store>. Acesso em: 02/04/2021.
- HSU et al.. Empreendedorismo no ecossistema do turismo contemporâneo: o caso dos operadores turísticos de entrada em Taiwan. In: **Tecnologias da Informação e Comunicação no Turismo** p. 101-113, 2017
- HOJDA, Alexandre; MARTINS, Pedro; FARINIUK, Tharsila Maynardes Dallabona. Da cidade inteligente à inteligência nas operações urbanas: o caso do Centro de Operações Rio. **Revista LIDER**, v. 22, n. 36, p. 104-131, 2020.
- KITCHIN, R. The real-time city? Big data and smart urbanism. **GeoJournal**, 1-14, 2014.
- LI, Y. *et al.*, The concept of smart tourism in the context of tourism information services. **Tourism Management**, v. 58, p. 293-300, 2017.

LIBERATO, P.; ALEN, E.; LIBERATO, D. Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto. **European Journal of Management and Business Economics**, 2018.

MOSANNENZADEH, F.; VETTORATO, D. Defining smart city. A conceptual framework based on keyword analysis. *Tema. J. Land Use Mobil.* **Environ.** 2014.

MARTÍNEZ, J. Á.; NAVARRA, P. L.; BELTRÁN, P. La influencia de la sociedad del conocimiento en la modernización de la Administración pública. **UOC Papers. Revista sobre la sociedad del conocimiento**, n. 3, p. 0, 2006.

NAÇÕES, U. *Revision of world urbanization prospects.* **United Nations: New York, NY, USA, 2018.** Disponível em: <https://population.un.org/wup/>. Acesso: 22/06/2021

NEUHOFER, B.; BUHALIS, D.; LADKIN, A. A typology of technology-enhanced tourism experiences. **International Journal of Tourism Research**, v. 16, n. 4, p. 340-350, 2014.

OLIVEIRA, A.; CAMPOLARGO, M. From smart cities to human smart cities. **In System Sciences (HICSS)**, 48th Hawaii International Conference, 2336-2344, 2015.

OSTERWALDER, A. ICT in developing Countries, A Cross-Sectoral Snapshot. **HEC, University of Lausanne**, 2003.

OLIVEIRA, R. H.; PINHANEZ, M. Parcerias Público-Privadas e promoção de iniciativas de cidades inteligentes. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing**, Opinião e Mídia (PMKT on-line) | ISSN 2317-0123 (on-line) | ISSN 1983-9456 (impressa 2008- 2013) | São Paulo, v. 10, n. 3, p. 389-402, set.-dez. 2017

ROSSI, J.; RAMOS, C. M. A relevância do uso de Smartphones durante a experiência turística. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, n. 3, p. 265-290, 2019.

SANTOS, G. N. C.; INÁCIO, J. B.. Observatório do turismo e big data: a importância da informação e da tecnologia no desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e sustentáveis. **Caminhos de Geografia**, v. 19, n. 65, p. 286-299, 2018.

STARTUPI. Nativoo recebe novo investimento. **information, education, matchmaking**, 2015. Disponível em: <https://startupi.com.br/2015/02/nativoo-recebe-novo-investimento/>. Acesso: 03/06/2021.

THE EPOCH TIMES. QR codes em pedras portuguesas contam história do Rio, 2013. Disponível em: <https://www.epochtimes.com.br/qr-codes-em-pedras-portuguesas-contam-historia-do-rio/>. Acesso: 20/06/2021.

ZACH, Florian J.; HILL, T. L. Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. **Tourism Management**, v. 62, p. 196-207, 2017.

ZHU Z., XIN Z. Talking about the construction of smart tourism perception system and management platform [J]. *River Journal of Su University*, 11(6): 97-100, 2011.