

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CAMPUS TIMON
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO**

RAYRIS MILLENA BARBOSA LIRA

TECNOLOGIA APLICADA AO TURISMO: A percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativo como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA

Timon
2023

RAYRIS MILLENA BARBOSA LIRA

TECNOLOGIA APLICADA AO TURISMO: A percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativo como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração Bacharelado da Universidade Estadual do Maranhão, Campus Timon para o grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Dr. Bruno Américo Mezenga de Oliveira.

Timon
2023

L67t

Lira, Rayris Millena Barbosa

Tecnologia aplicada ao turismo : a percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativos como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA / Rayris Millena Barbosa Lira – Timon, 2024.
49 f.

Monografia (Graduação) – Universidade Estadual do Maranhão – UEMA, Curso de Bacharel em Administração, 2024.

Orientador Prof. Dr. Bruno Américo Mezenga de Oliveira.

1. Turismo. 2. Tecnologia. 3. Inovação. 4. Pequeno empreendedor.
5. Trade turístico I. Título.

CDU 658[005.42:338.48]

RAYRIS MILLENA BARBOSA LIRA

TECNOLOGIA APLICADA AO TURISMO: A percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativo como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA

Monografia apresentada junto ao Curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão- UEMA, como requisito para obtenção de grau de bacharel em Administração.

Aprovada em: 05/04/2024.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente



BRUNO AMERICO MEZENGA DE OLIVEIRA

Data: 28/05/2024 15:03:56-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Bruno Américo Mezenga de Oliveira (Orientador)

Doutor em Ambiente e Desenvolvimento

Universidade Estadual do Maranhão

Documento assinado digitalmente



JOAO AIRTON SANTOS PORTO

Data: 23/05/2024 16:31:19-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. João Airton Santos Porto

Mestre em Administração e Contabilidade

Universidade Estadual do Maranhão

Documento assinado digitalmente



RODRIGO BRAGA FERNANDES VIEIRA

Data: 27/05/2024 11:12:39-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Rodrigo Braga Fernandes Vieira

Mestre em Saúde da Família – Gestão de Pessoas

Universidade Estadual do Maranhão

Dedico a Deus que me concedeu forças e por guiar meus passos durante esta jornada. À minha mãe, Marcioneide, por sempre estar ao meu lado me apoiando na concretização dos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por ter me permitido realizar esse sonho, que é a conclusão do meu projeto de pesquisa e formação acadêmica. Com saúde, força e dedicação, consegui chegar até o final e alcançar esse importante marco em minha jornada.

Agradeço imensamente à minha mãe, Marcioneide, e ao meu pai, José Ribamar, por todo o apoio que ofereceram para que eu pudesse cursar uma graduação de qualidade. Seus incentivos e até mesmo os puxões de orelha foram fundamentais para o meu crescimento e sucesso acadêmico. Sou eternamente grato por tudo que fizeram por mim.

E, em especial, gostaria de agradecer ao meu noivo, Pedro Pimentel, que teve uma participação fundamental em minha jornada acadêmica. Sempre me motivando, incentivando e apoiando de todas as formas possíveis, serei eternamente grata por todo companheirismo e cuidado que você tem comigo. Seu apoio foi essencial para que eu alcançasse este momento tão importante em minha vida.

Gostaria de agradecer também minha madrinha, Maricélia, por todo apoio e amor. Aos meus queridos irmãos Marcelo, Thaís e João por tornarem essa jornada um pouco mais leve e por me encorajarem e nunca duvidarem da minha capacidade.

Agradeço postumamente ao meu padrinho, Messias, e à minha Avó, Maria de Lourdes, por terem me ensinado que a vida continua, mesmo diante das dores e dos momentos obscuros. Seus exemplos de resiliência e força de espírito continuarão a guiar-me ao longo da minha jornada, e jamais esquecerei o legado de amor e sabedoria que deixaram em minha vida. Que suas memórias sejam eternas em meu coração.

Quero expressar um agradecimento muito especial ao meu orientador, Prof. Dr. Bruno Mezenga. Obrigado pela paciência, pelas palavras de encorajamento e pela orientação e apoio constantes ao longo de todo o processo de construção do meu projeto de pesquisa. Também gostaria de agradecer à UEMA por todo o suporte e conhecimento proporcionados.

*“Sábio é aquele que conhece os limites
da própria ignorância”.*

Sócrates

RESUMO

Esse estudo analisa a percepção dos atores locais da cidade de Timon-MA sobre a aplicação de tecnologias no setor do turismo, como os aplicativos de interação da comunidade do município de Timon-MA. A metodologia utilizada foram entrevistas estruturadas para abordar as seguintes categorias: desenvolvimento turístico, tecnologia atrelada ao turismo e atuação dos pequenos empreendedores. Juntamente foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre aspectos de tecnologias aplicadas, avaliação de dinâmicas e orientações para a mediação da inovação no turismo, transformação digital no setor turístico, arranjo produtivo regional de turismo, percepção de inovação dos atores das micro e pequenas empresas da região, turismo em comunidades tradicionais, sendo calcada nas principais políticas públicas (Plano Nacional do Turismo, Plano Estadual do Turismo e Plano Municipal do Turismo). A análise dos resultados foi feita por meio de quadros com base nas respostas obtidas através das entrevistas. Com o objetivo de analisar a percepção dos atores locais em relação ao uso de aplicativos no setor do turismo da cidade de Timon, por meio da elaboração e análise das respostas dadas às entrevistas direcionado aos representantes do *Trade* Turístico e do poder público. Com os resultados foi possível chegar a uma conclusão e responder a questão problema deste trabalho, os aplicativos são considerados ferramentas significativas e têm o potencial de influenciar positivamente o posicionamento de Timon como destino turístico no Maranhão.

Palavras-chave: turismo; tecnologia; inovação; pequeno empreendedor; *trade* turístico.

ABSTRACT

This study examines the perception of local actors in the city of Timon-MA regarding the implementation of technologies in the tourism sector, such as interaction apps and community apps in the municipality of Timon-MA. The methodology employed consisted of structured interviews addressing the following categories: tourism development, technology linked to tourism, and the role of small entrepreneurs. Additionally, bibliographic research was conducted on aspects of applied technologies, evaluation of dynamics, and guidelines for mediating innovation in tourism. Digital transformation in the tourism sector, regional productive arrangement of tourism, innovation perception of factors from micro and small enterprises in the region, and tourism in traditional communities were all based on the main public policies (National Tourism Plan, State Tourism Plan, and Municipal Tourism Plan). The analysis of the results was carried out using tables based on the responses obtained through interviews. The analysis of the perception of local actors in the municipality of Timon-MA regarding the use of apps that assist the tourism sector of the region was conducted with the aim of analyzing the perception of local actors regarding the use of apps in the tourism sector of the city of Timon, through the elaboration and analysis of responses given in interviews directed towards representatives of the Tourism *Trade* and the government. With the results, it was possible to reach a conclusion and address the research problem of this study, apps are considered significant tools and have the potential to positively influence Timon's positioning as a tourist destination in Maranhão.

Keywords: tourism; technology; innovation; small entrepreneur; tourism *trade*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo conceitual sobre o comportamento do consumidor	17
Figura 2: Base de dados de empresas ativas em Timon - MA	23
Figura 3: Analise do porte econômico das empresas	23
Figura 4: Analise explicativa do desenvolvimento econômico de cada setor da região de Timon- MA	24

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Que tipo de serviço turístico você acessou através de um aplicativo?.	26
Quadro 2: De que forma você acha que um aplicativo voltado para a atividade turística conectando empreendedores e clientes poderia ajudar no seu setor de atuação?.....	27
Quadro 3: Se você pudesse contribuir com a criação desse aplicativo para desenvolver o turismo na cidade de Timon?.....	28
Quadro 4: Para você o que seria mais interessante ser divulgado no aplicativo para desenvolver o turismo na cidade de Timon?.....	29
Quadro 5: Como você avalia um aplicativo voltado para o turismo que tivesse tanto a divulgação dos atrativos da cidade de Timon, quanto opções de hospedagem, alimentação, entretenimento e cultura?	30
Quadro 6: Que tipo de oportunidades o uso desse tipo de aplicativo poderia trazer para a promoção do turismo de Timon?	

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....
2	REFERENCIALTEÓRICO.....
2.1	Turismo.....
2.1.1	Tecnologia aplicada ao turismo.....
2.1.2	Gestão do Turismo e Arranjos Produtivos.....
2.1.3	Pequenos Empreendedores.....
2.1.4	Inovação e Turismo.....
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....
4	RESULTADO E ANÁLISE DA PESQUISA.....
5	DISCUSSÃO.....
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....
7	REFERÊNCIAS.....
8	APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....

1 INTRODUÇÃO

O turismo representa uma das principais fontes de receita para diversos países emergentes e em desenvolvimento, trazendo benefícios como a geração de emprego e renda, assim como o aumento do capital estrangeiro na economia (ONU, 2023). Algumas regiões e cidades, a exemplo de Timon-MA, podem apresentar uma atividade turística menos desenvolvida em comparação a destinos turísticos consolidados.

Dessa forma, o uso de tecnologias, tais como aplicativos específicos para o fomento do turismo, podem servir como ferramentas de auxílio à atividade turística nessas localidades, e de forma incentivar a construção de novos arranjos produtivos no município. Assim, este estudo tem o seguinte problema: Qual a percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativos como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA?

Nesse sentido, este estudo tem como objetivo analisar a percepção desses atores locais acerca da utilização de aplicativos como instrumento de auxílio a atividade turística em Timon-MA. Segundo Allis (2014), a presença e envolvimento dos atores sociais são cruciais não apenas no planejamento, mas também na formulação, execução, monitoramento e avaliação de políticas públicas e outras decisões, abrangendo não apenas o nível nacional, mas também o estadual e municipal.

Diante do exposto e considerando a relevância do turismo para o desenvolvimento local. Como instrumento de pesquisa o estudo se vale de entrevista com 6 representantes do Trade Turístico da cidade de Timon (2 do ramo de hospedagem, 2 do ramo de bares e restaurantes e 2 artesãos), já para ter a percepção do poder público foram entrevistados 4 representantes do poder público (2 do poder público municipal de Timon e 2 do governo do estado). A entrevista contém 6 perguntas que se balizam nas seguintes categorias: Uso de APP para o Turismo; Promoção do turismo; Infraestrutura turística (2 perguntas de cada categoria).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo se dedica a estabelecer o alicerce teórico para uma compreensão mais profunda deste trabalho, reconhecendo a importância e necessidade de retomar as teorias propostas por autores influentes, visando aprimorar a compreensão e atingir os objetivos estipulados.

2.1 Turismo

O turismo é um setor dinâmico e complexo, caracterizado por sua natureza multidisciplinar, exigindo uma sinergia entre diversos segmentos para se concretizar. Para uma organização mais eficiente desse setor, é fundamental que a demanda, a oferta, o espaço geográfico, a comunidade e outros elementos se articulem de maneira a manter a engrenagem funcionando de maneira harmoniosa (Beni; Moesch, 2017).

Outrossim, o turismo é um fenômeno sociocultural que pode ser analisado a partir de diversas perspectivas. Segundo o autor Gomes(2019), o turismo vai além dos setores convencionais da economia, requerendo considerações em aspectos de natureza econômica, social, cultural e ambiental. Além das informações relativas às estruturas receptoras e a preservação cultural para uma compreensão abrangente e efetiva desse fenômeno. Assim, as potencialidades do turismo conferem a essa atividade uma significativa importância não apenas do ponto de vista econômico, mas também sob a perspectiva social e ambiental.

Assim, o turismo, em constante evolução, requer adaptações contínuas para atender as expectativas dos envolvidos, refletindo preferências turísticas, avanços tecnológicos e considerações ambientais e sociais. De acordo com a perspectiva de Scótoloe Neto (2015), o turismo é um tipo de consumo cultural, isto é, se trata de um mecanismo que envolve a afirmação e construção sociopolítica subjacente à invenção e fabricação do local turístico. Em alguns casos, estes últimos são subordinados à dimensão simbólica. Diz Bahl, 2003:

O turismo atua como um dispositivo de afirmação política, dando origem a políticas de representação que utilizam e manipulam símbolos para reforçar os modelos de controle. Estas políticas, inevitavelmente, expressam e defendem os interesses de alguns setores específicos, o turismo tem sido objeto de numerosos estudos que buscam compreender a atividade e desenvolver métodos que se adaptem de maneira eficaz às peculiaridades locais, promovendo um desenvolvimento seguro.

Portanto, como colocado por Dias (2008), apesar das políticas públicas no Brasil estarem sendo elaboradas como um conjunto coeso e relativamente estruturado de metas e estratégias que refletem as necessidades dos sistemas sociopolíticos vigentes, devido à limitação de recursos, algumas funções sociais intimamente associadas ao turismo não recebem prioridade na agenda do governo.

De acordo o Ministério do Turismo (Brasil, 2020), para que ocorra a valorização dos elementos locais é fundamental iniciar com um processo de resgate do orgulho em relação à região. Não é possível potencializar o turismo em um local que não se valoriza, que não tem orgulho de seus próprios atributos. Além disso, é necessário que haja uma mobilização dos diversos atores do setor para implementar ações que cativem a opinião pública.

Outro ponto significativo é a compreensão da TradeTurística local, que consiste em agentes, operadores, hoteleiros, transportadores e prestadores de serviços turísticos. Essa definição abrange os diversos participantes que contribuem para a oferta e operação de serviços turísticos em uma determinada região (Brasil, 2022). A construção da imagem que a comunidade tem de seu próprio lugar, incentivando os moradores a conhecerem melhor sua região. Nesse sentido, é possível inferir segundo PanossoNetto (2019) que o turismo é muito mais do que apenas uma atividade pública, se trata de um pilar econômico, social e cultural que é instaurado estrategicamente em cada localidade e com seus devidos fins.

Seguindo a premissa de Palhares e Panosso Neto (2008), é possível concluir que o turismo estimula a mercantilização do lazer, transformando-o em um produto ou mercadoria, o que, por sua vez, promove a construção de empreendimentos de forma espontânea. Isso resulta na valorização do território e, por vezes, provoca disputas por áreas litorâneas, às quais podem surgir conflitos entre os habitantes locais e aqueles que buscam lucrar com a venda de terras.

A implementação do turismo está intrinsecamente ligada à política adotada pela gestão local, que se manifesta por meio de investimentos específicos, controle de acesso e estabelecimento de parcerias voltadas para o desenvolvimento turístico. De acordo com Plano Nacional de Turismo, políticas públicas específicas e regionalizadas são estratégias de fortalecimento para organizações regionais e para promoção de uma gestão descentralizada do turismo, assim como monitorar o planejamento e a organização dos diversos segmentos da oferta turística, que englobam o ecoturismo, turismo de aventura, cultural, rural, de negócios e eventos,

de estudos e intercâmbio, de saúde. Esse acompanhamento é essencial para garantir a eficiência desses segmentos, bem como para adaptar estratégias conforme as demandas e mudanças no mercado turístico (Brasil, 2018).

Levando em consideração esses conceitos, vale ressaltar, a importância do turismo, sendo ele o foco principal das fontes geradoras de renda e impulsionadora da economia do país (Carvajal, 1997). Dessa maneira, resalta-se a inclusão da cidade de Timon no mapa do turismo do Maranhão, tornando-se um dos 63 municípios maranhenses participantes do Mapa do Turismo do Brasil (Timon, 2022). São muitos os benefícios que surgem com essa inclusão, pois trata-se de um programa estruturante. O Mapa do Turismo Brasileiro guia as ações do Ministério do Turismo, focando na gestão regionalizada e descentralizada, além de ser construído em colaboração com os órgãos de turismo estaduais.

No Maranhão, o planejamento turístico é representado pelo Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo do Maranhão-Plano Maior, que tem orientado a política e a implementação de polos de desenvolvimento turístico desde o início dos anos 2000. Seu objetivo é estabelecer bases para um desenvolvimento sustentável, visando à preservação do patrimônio natural e cultural, a satisfação do turista, o retorno para os investidores e benefícios para a comunidade (Maranhão, 2020).

Em concordância, a política de turismo do Maranhão segue uma narrativa baseada em ações independentes do Plano Nacional de Turismo. Isso inclui iniciativas voltadas para a capacitação de empreendedores locais e investimentos em infraestrutura. Por fim, de acordo com o autor Bahl (2003), o estudo científico do turismo é uma abordagem relativamente recente e caracterizada por sua natureza multidisciplinar, uma vez que está imerso em um ambiente sujeito a influências de diversos paradigmas.

2.1.1 Tecnologia aplicada ao turismo

A tecnologia é dinâmica e está em constante evolução, o que impulsiona as cidades a se adaptarem e adotarem medidas para se tornarem mais inteligentes. A tecnologia desempenha um papel crucial na alteração dos hábitos das pessoas, levando o setor turístico a se ajustar a essas transformações (Gomezelj, 2016).

De acordo com a autora Aires (2021), a evolução tecnológica está

impulsionando uma rápida transformação no turismo e nos destinos, proporcionando aos viajantes um acesso mais amplo à tecnologia do que no passado. Ferreira (2023) assegura a rápida evolução das tecnologias impulsiona o desenvolvimento de aplicativos voltados para atender às demandas socioeconômicas, culturais e turísticas.

Podemos inferir que o desenvolvimento das tecnologias nas cidades está intimamente ligado, em grande parte, à vida nos centros urbanos. Biligi e Koc (2021) destacam a necessidade urgente de investimentos significativos em infraestrutura tecnológica, considerando também a concentração de recursos e usuários que tornam essa dinâmica possível. Logo, o que irá determinar a eficiência das decisões e ações de tecnologia associada ao turismo será a qualidade das informações obtidas sobre os atores locais, turistas e da análise dessas informações (Pencarelli, 2020).

A inovação no setor do turismo é um grande aliado para os pequenos empreendedores e para possíveis turistas, por ser um setor dinâmico (Aires; Costa; Brandão, 2023). Ainda sob a máxima dos autores, quando a inovação surge internamente e envolve os atores locais, torna-se um investimento no desenvolvimento social das cidades. Ao incorporar a comunidade como colaboradora, valorizando a população e promovendo a identificação com a atividade turística, isso contribui positivamente para o turismo na região.

Para impulsionar o crescimento do turismo no Brasil é essencial que haja um maior alinhamento entre o setor público e a iniciativa privada. Nesse sentido, esse processo permitirá atender a demanda e, conseqüentemente, estimular a atração de novos turistas. Assim, a transformação digital do turismo pode ser entendida como a introdução de um produto (ou serviço) novo ou significativamente aprimorado, um novo processo, um método de marketing inovador ou uma nova abordagem organizacional (Bessant, 2019). Pode abranger práticas empresariais, a organização do local de trabalho ou as relações externas.

Salientam, Alonso e Ribeiro (2018), salientam que os impactos negativos decorrentes da adoção de novas tecnologias no turismo podem ser minimizados por meio da adaptação do modelo de dinâmica da inovação para orientar políticas de gestão e planejamento.

Vale ressaltar que muitos aspectos tecnológicos proporcionam validade e inovação quando um está atrelado ao outro. Conforme Bilgili e Koc (2021), o avanço

da tecnologia da informação, juntamente com a disseminação da internet, tem levado as organizações, incluindo as do setor de turismo, a explorar como a tecnologia pode ser mais eficazmente empregada na gestão de seus negócios. O setor de turismo é inevitavelmente afetado pelo novo cenário empresarial, moldado pela difusão da transformação e inovação tecnológica no setor turismo. Segundo dados de uma pesquisa conduzida pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2009) sobre os comportamentos dos turistas brasileiros, cerca de 70% deles planejam suas viagens com antecedência, e aproximadamente 40% utilizam a internet para obter informações sobre o destino escolhido.

De acordo com Konstantinova (2019), as principais vantagens da utilização da internet no setor de turismo, na perspectiva do consumidor, incluem, entre outros aspectos, o acesso a uma quantidade maior de informações e a facilidade de comparação rápida, a partir de um único local, de diversos atributos de uma determinada atração turística. Portanto, utilizando o ambiente virtual, um turista pode tomar decisões mais embasadas e desenvolver expectativas mais realistas, contribuindo para uma experiência de férias mais satisfatória (Konstantinova, 2019). O modelo segue representado na figura 1.

Figura1: Modelo conceitual sobre o comportamento do consumidor.



Fonte: Adaptado de Serra e Alfinito (2020).

Na indústria do turismo, a informação é reconhecidamente relevante, e a web pode ser utilizada em benefício tanto das organizações quanto dos consumidores. A disponibilidade de informações precisas, relevantes e de maneira dinâmica

desempenham um papel fundamental em auxiliar os viajantes e as empresas a tomarem decisões apropriadas. Isso se deve ao fato de que, no turismo, é raro ter a oportunidade de fazer um pré-teste do produto ou receber reembolsos caso as expectativas não sejam atendidas, no mínimo (Konstantinova, 2019).

Segundo Rocha, Yamanaka e Silva (2016), no ambiente online, surgem novos comportamentos por parte dos consumidores, comportamentos estes que muitas vezes não se manifestam na vida real devido às limitações de tempo, espaço ou recursos financeiros. Além disso, o autor argumenta que, quando os consumidores estão conectados na internet, eles têm basicamente três desejos e necessidades que orientam o seu comportamento: informação, entretenimento e relacionamento. Os consumidores buscam informações, reconhecendo que a internet é uma fonte valiosa de conhecimento, e as ferramentas de busca desempenham um papel crucial na sua busca por informações (Aires, 2021). Em contrapartida, ainda são ínfimas as propostas tecnológicas que visem otimizar o envolvimento dos órgãos públicos, consoante aos dados registados pela Secretaria de Turismo do município de Timon-MA (Timon, 2022), para fazer o mapeamento dos pontos turísticos de Timon-MA, intermediadas por canais eletrônicos, como aplicativos inovadores.

Ferreira (2023) compreende em seus estudos sobre transformação digital no turismo que as novas tecnologias têm sido essenciais para o turismo e também desempenham um papel significativo na economia global. As transformações digitais no setor do turismo proporcionam meios eletrônicos para transmitir uma variedade de informações digitalizáveis, abrangendo documentos de texto, análises matemáticas e financeiras, imagens, áudio e vídeo.

O consumidor estabelece relacionamentos, e em sua busca, encontra dois tipos de atividades: comunicação instantânea e redes sociais (Bilgili;Koc, 2021).Nesse cenário, o uso de um aplicativo assume uma importância crescente no setor de turismo, proporcionando novas formas criativas de interação com os turistas, essas atividades constituem um fenômeno cultural em constante crescimento e, devido à sua natureza colaborativa, estão continuamente evoluindo e o mercado turístico, ao utilizar a análise de dados obtidos por meio dessa tecnologia, pode proporcionar uma maior qualidade de produtos e serviços aos turistas, ao mesmo tempo em que oferece uma estratégia valiosa para os empreendedores locais (Rocha;Yamanaka; Silva, 2016).

2.1.2 Gestão do turismo e Arranjos Produtivos

Em certos destinos turísticos em todo o mundo, reconhece-se o potencial da identidade cultural para a criação de produtos turísticos capazes de atrair grandes números de visitantes. Nessa perspectiva, o turismo tem recebido destaque no Brasil, especialmente devido ao potencial da atividade em meio a transformações sociais e econômicas, afirma Beni e Moesch (2017). Consoante ao pensamento de Coelho (2015), que reconhece a gestão do turismo como um setor estratégico para o desenvolvimento de diversas localidades.

De acordo com o Modelo Nacional de Gestão do Turismo, o turismo é considerado uma das principais estratégias para o desenvolvimento territorial. De forma análoga, em determinados destinos turísticos pelo mundo, é reconhecido o potencial da identidade cultural na criação de produtos turísticos que atraem grandes grupos de visitantes e têm a capacidade de iniciar um ciclo virtuoso, no qual o turismo atua como um mecanismo de fortalecimento das identidades territoriais (Araújo; Posenatto, 2012).

Segundo o site oficial da prefeitura de Timon (Timon, 2022), município de Timon-MA possui uma área territorial total de 1.763,22 km² e a porcentagem territorial rural de 94% e urbana de 6% quando se analisam as informações que o turista recebe sobre o lugar que está visitando: são raras aquelas que explicam a diversidade de possibilidades de o município oferece, ou sequer reconhecem os pontos turísticos, hotelarias, restaurantes e pontos de artesanato vinculados.

Constatações como essas fundamentam suposições de que, a cidade de Timon, o potencial histórico-cultural estaria sendo vivenciado com muitas limitações pelo visitante, e que, além disso, processos de perda das identidades cultural e religiosa já estariam em curso como uma das consequências do turismo. Sem a capacidade de reconhecer a própria cultura no território, o esforço de conceber o turismo em relação à cultura e de desenvolver instrumentos de gestão do turismo seria limitado. Portanto, o reconhecimento da cultura no território é uma ação que precede o planejamento do turismo (Bramwell; Wang, 2011).

A literatura que aborda concentrações empresariais desenvolveu diversas terminologias para descrever essas aglomerações, incluindo clusters, arranjos produtivos locais, distritos industriais, polos e parques científicos, ambientes inovadores, consórcios, fóruns, e outras variações (Beni; Dias, 2012). No contexto

brasileiro, a análise desses conceitos levou à adoção do termo Arranjo Produtivo Local (APL), amplamente utilizado por instituições públicas e privadas no país.

Costa (2010) afirma em seus estudos e teorias sobre os benefícios do desenvolvimento local e regional das aglomerações de empresas tiveram início no século XIX, com as pesquisas de Alfred Marshall nas manufaturas inglesas, onde ele desenvolveu o primeiro conceito de distrito industrial. Dessa forma, o conceito de APL é entendido como uma aglomeração de empresas que operam na mesma atividade produtiva, reunidas em um mesmo espaço geográfico, podendo ser em escala municipal ou regional. Essas empresas podem desempenhar papéis diversos, como fornecedoras, consultoras, prestadoras de serviços ou comerciantes entre si (Azevedo;Schimidt, 2021).

Diante do exposto, Costa (2010) complementaram que na formação de um Arranjo Produtivo Local (APL) é essencial promover a interação entre as empresas e diversos agentes, como o governo, clientes, entre outros. O objetivo primordial é impulsionar a competitividade e o desempenho do APL.

O Plano Maior fez um levantamento das potencialidades dos 217 municípios e os organizou em Polos de Desenvolvimento, com a compreensão de que ações em regiões são mais produtivas, ampliam o impacto dos investimentos públicos e, ao agrupar os Polos com base em categorias de atratividade de características semelhantes, cria produtos complementares dentro do próprio estado. Os Polos e os municípios que fazem parte deles são, portanto, priorizados como alvos de investimentos públicos para o setor de Turismo, com o apoio da SETUR-MA. Atualmente, existem 10 polos turísticos no Maranhão (Maranhão,2012).

Para tanto, o arranjo produtivo é hoje uma ferramenta chave para o turismo, além de tornar-se um novo canal de integração, com os avanços do turismo inteligente. Enfatizam que uma atuação articulada é crucial para planejar o desenvolvimento de localidades e regiões. Essa coordenação de ações entre os agentes é essencial para evitar interesses desconexos, estabelecendo condições propícias para que os APL construam forças benéficas. Essa articulação é fundamental para introduzir uma nova perspectiva na promoção do desenvolvimento econômico de uma região, congregando diversos atores (Costa, 2010).

2.2 Pequenos Empreendedores

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), o empreendedorismo demanda uma personalidade e conduta específicas, diferentes do homem econômico racional. Embora a conduta empreendedora seja influenciada

pelo contexto do capitalismo, ela ao mesmo tempo transcende esse contexto, sendo racional por exigir planejamento e beneficiar-se de elementos como moeda, ciência e liberdade individual.

Por outro lado, essa conduta não é utilitária, pois é composta por impulsos autônomos de conquista, luta e criação. Assim, O empreendedorismo como inovação, isto é, uma atividade que envolve a combinação e transformação de fatores de produção, como trabalho, terra e capital, em novos bens e serviços de valor agregado que modificam as condições de oferta (Komatsu, 2017).

Atualmente, as organizações desempenham um papel central nas discussões sobre problemas sociais. Paradoxalmente, elas também são parte da solução, pois resultam de um processo de criação no qual é possível trabalhar na busca de visões e capacitações com impactos mais positivos para a sociedade. O empreendedorismo social destaca-se ao trazer soluções criativas que possibilitam a geração de ações frente às demandas socioambientais contemporâneas (Martinelli, 2009).

O empreendedorismo está intimamente relacionado à inovação, já que, como apontou a Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), o empreendedor é alguém que está sempre em busca de mudanças e reage a elas, a fim de explorar e criar oportunidades. Apesar desses resultados positivos, a pesquisa de 2019 a 2020 aponta também áreas que precisam melhorar para impulsionar o empreendedorismo no Brasil. Uma dessas áreas é a necessidade de investir na educação empreendedora em todos os níveis, com ênfase especial no nível básico. Destaca-se também a importância da capacitação dos empreendedores em aspectos de "gestão empresarial" e a preparação dos candidatos a empreendedores, temas que merecem atenção e reflexão abrangente.

De acordo com os autores Bessant e Tidd (2019), a ideologia do empreendedorismo destaca a busca pela vitória individual. No âmbito das políticas públicas, essa perspectiva favorece o fortalecimento do ambiente de negócios e o aumento do número de empreendedores, pois acredita-se que isso conduziria ao desenvolvimento econômico e ao aumento da renda.

O Microempreendedor Individual (MEI) abrange uma diversidade de trabalhadores com ocupações distintas, ampla variação de renda e diversos níveis educacionais. Ao avaliar essa política, é crucial considerar essas heterogeneidades. Além disso, é importante observar que a perspectiva sobre o MEI pode variar de

acordo com diferentes enfoques, como os efeitos fiscais, a visão das pequenas empresas, o contexto do mercado de trabalho e sua contribuição para a inclusão social e produtividade (Brasil, 2023). O MEI pode ser abordado sob um terceiro prisma, o da inclusão social e produtiva, ao possibilitar a formalização por meio do CNPJ, proporcionando acesso a direitos sociais, especialmente no que diz respeito à aposentadoria (GEM, 2020).

Dessa forma, o empreendedor é aquele que está constantemente impulsionando produtos e/ou serviços, o que pode proporcionar um estímulo adicional à inovação (Martinelli, 2009). Além disso, a redução da burocracia nos órgãos públicos é essencial, uma vez que ainda há obstáculos que limitam e dificultam a atividade empreendedora. O empreendedorismo em uma região produtora ou em um setor específico pode gerar um maior crescimento econômico e se espalhar de várias maneiras, conforme descrito na Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019). E outro aspecto a ser aprimorado é a maior articulação dos órgãos federais na promoção do empreendedorismo e dos pequenos negócios no Brasil, ainda de acordo com pesquisa supracitada.

Empreendedorismo de Oportunidade – Neste tipo de empreendedorismo, o empreendedor identifica uma oportunidade de negócio no mercado e inicia uma empresa com planejamento e metas definidas para melhorar sua situação financeira. Esse tipo de empreendimento contribui para o desenvolvimento econômico por meio do crescimento da organização, geração de lucro, criação de empregos e aumento da riqueza (Genú, Gómez e Muzzio, 2018).

Segundo Genú, Gómez e Muzzio (2018), o empreendedor pode ser definido como alguém capaz de identificar oportunidades em seus negócios por meio de seu conhecimento e explorar essas oportunidades, gerando inovação. Além disso, de acordo com Staicu e Poc (2018), em seu artigo, existem duas correntes no empreendedorismo. A primeira está associada à inovação, enquanto a segunda corrente descreve o empreendedor como alguém intuitivo e criativo. Analisando os

dados fornecidos pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) em colaboração com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), foi identificado um crescimento de 75% no empreendedorismo por oportunidade no Brasil. No entanto, é fundamental ter em mente que 2020 foi afetado por uma pandemia, e embora a taxa de abertura de empresas tenha aumentado, muitas delas surgiram por necessidade.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

(SEBRAE), MEI significa Microempreendedor individual, o que se refere a pessoas que trabalham por conta própria. Para se tornar um MEI, é necessário fazer um cadastramento, e a partir desse processo, o indivíduo passa a ter um CNPJ, o que facilita autônomos na abertura de contas bancárias, na solicitação de empréstimos e na emissão de notas fiscais, além de conferir deveres e direitos similares aos de uma pessoa jurídica (SEBRAE, 2023). Uma nova revolução social, trazendo benefícios para a saúde, economia e impactando a forma de trabalhar, socializar e negociar, representa, para uma parcela da sociedade, a ampliação do poder de comunicação, a redução de custos e até mesmo a otimização de tempo (Cavalcante, 2020).

Conforme descrito por Castro (2021), a situação de pandemia tem se transformado em uma ocasião propícia para o desenvolvimento profissional, a reestruturação das atividades, a exploração de novos métodos de trabalho, a adaptação dos modelos de negócios, a melhoria do comércio eletrônico e um período de reflexão e crescimento pessoal. Os comerciantes que não tinham seu comércio eletrônico tiveram que se adaptar ao cenário atual para conseguir sobreviver na nova realidade imposta (Komatsu, 2017).

A escolha de um modelo de negócio define a estrutura do percurso a ser percorrido, no qual a empresa comercializará as inovações de produtos e tecnologia. Em outras palavras, o mesmo produto ou tecnologia trabalhado por diferentes modelos de negócio resultará em diferentes desempenhos econômicos. Portanto, aderir à lógica convencional e dominante de modelos de negócio pode fazer com que as empresas deixem de aproveitar o potencial valioso de uma inovação (Staicu; Pop, 2018).

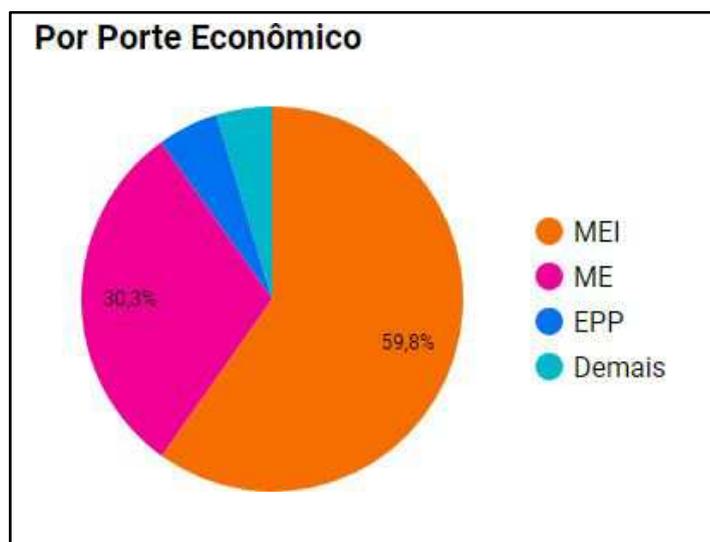
As micro e pequenas empresas desempenham um papel fundamental na sustentação da economia brasileira, uma vez que não apenas contribuem significativamente para a criação de empregos, mas também representam uma parcela expressiva dos estabelecimentos no Brasil (SEBRAE, 2024). Concomitante a isso, é possível ressaltar que a realidade empreendedora no município de Timon ainda é desproporcional, segundo o painel de indicadores da plataforma —Timon Digital (Timon, 2022). A figura abaixo representa a realidade do pequeno empreendedor na região.

Figura 2: Base de dados das empresas ativas em Timon-MA, 2022

EMPRESAS					
EMPRESAS ATIVAS:					Base de dados: 27/09/2023
Setor	MEI	ME	EPP	Demais	Ativa Total
Comércio	2.051	1.307	217	209	3.784
Serviços	1.916	792	124	112	2.944
Indústria	545	193	42	37	817
Construção	350	155	35	24	564
Agropecuária	16	12	3	4	35
Total geral	4.878	2.459	421	386	8.144

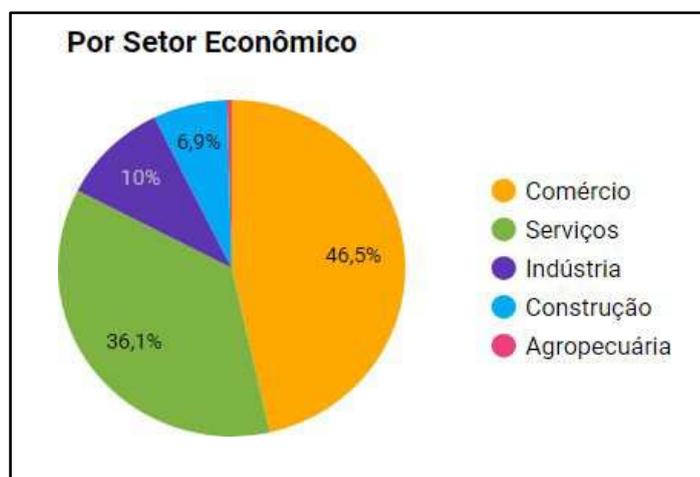
Fonte: Adaptação do site Timon Digital, 2022.

Figura 3: Gráfico de porte econômico das empresas formalizadas de Timon-MA.



Fonte: Adaptação do site Timon Digital, 2022.

Figura 4: Gráfico explicativo do desenvolvimento econômico de cada setor da região de Timon-MA



Fonte: Adaptação do site Timon Digital, 2022.

Nesse contexto, de acordo com Martinelli (2009), o empreendedorismo está intrinsecamente ligado à inovação e à flexibilidade, desempenhando um papel crucial na criação de valor econômico nas sociedades. Staicu e Pop (2018), destacamem sua obra o contexto do empreendedorismo e a função do empreendedor que pode ser descrita em reformar ou revolucionar o padrão de produção, explorando invenções ou métodos tecnológicos desconhecidos para criar um produto ou dar uma nova utilidade a um produto antigo, tornando-o inovador.

Segundo Komatsu (2017), é possível concluir que os empreendedores atingem o sucesso em seus empreendimentos graças ao seu alto grau de resiliência mental para solucionar problemas e tomar decisões estratégicas. Em contrapartida, a cidade de Timon-MA possui maior parte da sua concentração territorial na zona rural, que também provém não só mão de obra, como igualmente matéria-prima, gastronomia local e balneários, e ainda assim não é bem explorado, divulgado e devidamente valorizado pela comunidade e pelos atores locais conforme afirma plataforma oficial do município (Timon, 2022).

2.2.1 Inovação no turismo

A inovação de um produto refere-se à incorporação de um bem ou serviço que é inédito ou consideravelmente aprimorado em relação às suas características ou finalidades previstas, pode fazer uso de novos conhecimentos ou tecnologias, ou podem ser fundamentadas em novos modos de utilização ou combinações de conhecimentos e tecnologias já existentes (Aires, 2017).

O tema inovação ganhou grande destaque no cenário empresarial. Assim, devido à evolução das tecnologias de informação e comunicação, a informação tornou-se mais acessível e desempenha um papel crucial no processo de decisão de compra de produtos turísticos (Ferreira, 2023).

[...] uma inovação bem-sucedida é aquela que não apenas recupera o investimento original em seu desenvolvimento, mas também gera retornos adicionais. Isso requer a presença de um mercado significativo para a efetivação da inovação. As inovações surgem como resultado do processo de inovação, que é caracterizado pelas atividades combinadas que conduzem ao desenvolvimento de produtos e serviços novos e comercializáveis, ou a novos sistemas de produção e

distribuição (Gomezelj, 2016).

A todo o momento, segundo os autores Rodrigues e Anjos (2016), novos produtos e serviços surgem envolvidos por grande criatividade, tanto no setor privado quanto nos segmentos públicos. Isso ressalta que, raramente, a inovação pode ser percebida como uma ação isolada ou específica de uma única entidade, organização ou empresário. Tanto o fenômeno da inovação quanto o turismo não são assuntos recentes; eles estão intrinsecamente entrelaçados ao longo da história da humanidade. O desenvolvimento de suas práticas precede consideravelmente o surgimento e a evolução de seus corpos teóricos ou campos de conhecimento acadêmico (Netto; Trigo, 2010).

Nesse sentido, as atividades turísticas assim como a inovação, evoluem dentro da lógica do sistema capitalista, que constantemente incentiva as pessoas ao consumo. É essa mesma lógica que dá origem e estimula a necessária sustentabilidade econômica do turismo. A inovação deve estar alocada aos negócios turísticos devido à natureza das rápidas mudanças presentes no turismo globalmente. Dessa forma, a inovação se configura como um processo com valor agregado (Brasil, 2023).

Outro sim, de acordo a máxima do autor Bahl (2003), as atividades do amplo e diversificado conjunto de organizações que compõem a oferta turística são direcionadas para atender as necessidades dos consumidores, cujo perfil, motivação ou propósito da viagem/deslocamento nem sempre se enquadra nas classificações técnicas e básicas de organismos oficiais. A partir dessa perspectiva, a inovação é imprescindível e vital para o setor do turismo, sendo este um setor de serviços para que se mantenha no mercado de forma competitiva e assegurando uma melhoria constante aos visitantes (Rodrigues; Anjos, 2016).

Diante de todas essas considerações, resumimos em um conceito central que o turismo, enquanto setor econômico, é intrinsecamente ligado à inovação e à ideia de singularidade territorial. Assim, consoante à autora Ferreira (2023), o turismo representa uma interconexão de empreendimentos, lugares, relações, esforços, estratégias e apropriação de recursos por parte de empreendedores. Esses empreendedores, sensíveis aos diversos contextos espaço-temporais e às necessidades da demanda, devem se reinventar para se adequar, sustentar e estimular um mercado promissor fundamentado na venda do consumo e experiências, não necessariamente vinculado ao deslocamento físico dos

consumidores(Bilgili;Koc, 2021).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa realizou uma análise bibliográfica feita a partir de estudos anteriores e informações oficiais para contribuir com o estudo. Como ferramenta de pesquisa, utilizou entrevista feita com 10 representantes do Trade Turístico, sendo (2 do setor de hospedagem, 2 do setor de bares e restaurantes, e 2 artesãos) da cidade de Timon, além de 4 representantes do poder público (2 municipais e 2 estaduais).A entrevista contém 6 perguntas distribuídas em duas categorias: Uso de Aplicativos para o Turismo e Promoção do Turismo (com 3 perguntas em cada categoria).A entrevista foi feita realizada presencial e online pela plataforma do Google Meeta análise do estudo foi feita a partir das respostas dadas pelos entrevistados e apresentada em quadros.

4 RESULTADO E ANÁLISE DA PESQUISA

Análise e resultados das respostas dadas à entrevista com 10 representantes do Trade Turístico, sendo (2 do setor de hospedagem, 2 do setor de bares e restaurantes, e 2 artesãos) cidade de Timon-MA, além de 4 representantes do poder público (2 municipais e 2 estaduais).

Quadro 1: Que tipo de serviço turístico você já acessou através de um aplicativo?

Categoria	Participante	Respostas
Aplicativos para o Turismo	E1	Já durante a pandemia quando o governo do Maranhão nos proporcionou um curso online em que tivemos que criar aplicativos de promoção dos nossos produtos e do turismo.
	E2	Serviços turísticos para viagem, hospedagem, viagens e pontos turísticos.
	E3	Sim, já viajei para uns 4 países e as informações sempre eram por meio dos aplicativos.
	E4	Usei o Google para viagens, quando vou buscar um hotel e seus serviços de gastronomia e os pontos mais visitados. A ideia é entender como cada local funciona.
	E5	Viagens, somente viagens. Reservas em hotéis, consulta dos valores, ter um norte das atrações que terão. Basicamente, isso mesmo.
	E6	Atualmente, muito diferente do que se espera e agora o investimento do governo já existem várias formas de ter esse acesso. Já acessei roteiros e serviços, são as duas coisas que procuro quando uso algum aplicativo de turismo, agências de viagens, localização, distâncias, culinárias e atrativos.
	E7	Durante as viagens, sim, utilizei a culinária como ponto de interesse.
	E8	Nas viagens, é crucial ter uma plataforma que facilite as reservas de hotéis, consulte os valores e forneça informações sobre as atrações disponíveis.
	E9	Não, nunca utilizei. Conheço o de uma cooperativa de receptivo, cheguei a me afiliar no G7 para receber o comissionamento.
	E10	Sim, com certeza. Uso quando vou fazer alguma viagem, pegar alguma informação sobre os pontos, os valores e a culinária. E em questão de reserva, temos vários como o Booking, speedsystem e outros que disponibilizam as reservas e os serviços.

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 – Elaborado pela autora.

Quando questionados no Quadro 1, sobre os serviços turísticos que já

acessaram, a maioria dos representantes apontam que já tiveram contato com alguma plataforma e pode-se perceber, que um dos principais serviços explorados dentro desses aplicativos são viagens, culinária, reservas de hotel e informações sobre pontos turísticos. Já com base na resposta E9 foi possível identificar uma negativa quando a entrevistada foi questionada sobre o acesso aos aplicativos, ela apresentou que não possuía contato com essas plataformas, demonstrou não ter domínio e nem familiaridade com esses tipos de plataformas. As respostas fornecidas destacam diferentes perspectivas sobre o acesso aos serviços turísticos por meio de aplicativos e alguns refletem a tendência atual de utilização aplicativos para facilitar a organização e planejamento de viagens, incluindo consulta de valores, localização de pontos turísticos e exploração da culinária local.

Quadro 2: De que forma você acha que um aplicativo voltado para a atividade turística conectando empreendedores e clientes poderia ajudar no seu setor de atuação?

Categoria	Participante	Respostas
Aplicativos para o Turismo	E1	Na divulgação dos produtos aqui produzidos, Timon é rico em artesanato, rico. Aqui no CocaisShopping, no bairro Guarita, onde fica o Centro de Artesanato de Timon, onde estão os pilãozeiros que é a uma das fontes de turismo em Timon.
	E2	Totalmente, em se tratando no nosso município eu acho primordial. Esse nosso espaço (Centro de Artesanato Raimundo Nonato de Sousa) é um exemplo, tem moradores aqui que não sabem que o centro existe, com um aplicativo como esse seria uma grande propaganda excelente.
	E3	Completamente, minha área de atuação necessita muito de iniciativas como essas. O que pode auxiliar ainda mais nossos trabalhos aqui no município, principalmente no artesanato.
	E4	Enquanto secretaria de turismo, isso seria muito importante e mais importante ainda se tivesse o apoio da prefeitura e da SEMDEST que responde pelo turismo. Traria uma evidência ainda maior e um reconhecimento que ainda não temos, divulgando nossa cadeia turística, a cidade, os serviços e atuação. Não é só o ecoturismo, como falei sobre o turismo de begócio e a gastronomia.
	E5	Em relação às comodidades, é importante garantir praticidade na localização de estabelecimentos, por exemplo, através de uma interface amigável que permita aos clientes encontrarem informações sobre preços, serviços, pacotes e destacar os locais de interesse, permitindo que os usuários desfrutem ao máximo da sua experiência.

Aplicativos para o Turismo	E6	Quando falamos de aplicativos, estamos falando de tecnologia e da conexão que isso traz, colocando o mundo literalmente na palma da mão através dos celulares. A praticidade está intrinsecamente ligada a esse contexto, junto com a confiabilidade, especialmente quando o aplicativo é endossado pelo poder público, como a secretaria de turismo do estado ou do município. Ou seja, se o aplicativo possui a aprovação desses órgãos por meio de um cadastro oficial, ele traria muita facilidade e, acima de tudo, confiança ao consolidar todos esses serviços e com a chancela das autoridades mencionadas.
	E7	Melhorar significativamente é uma necessidade, especialmente no que diz respeito à percepção de nossa cidade vizinha, Timon, em relação ao preconceito. Muitos preferem ir a Teresina em busca de lazer, enquanto Timon oferece uma variedade de polos de comercialização, saúde, lazer e parques. Um aplicativo poderia destacar esses pontos, promovendo conscientização sobre os atributos de Timon
	E8	Um programa de fidelização poderia ter um impacto positivo, especialmente se os clientes tivessem acesso a um histórico completo do estabelecimento e acumulassem pontos.
	E9	Acredito que ajudaria muito com relação ao tempo, para atender um fluxo maior de pessoas, ajudaria muito na divulgação do destino, ajudando a cadeia turística e na questão de inovar e subirmos um pouco mais o patamar para destinos turísticos inteligentes, mas conseguir que outros municípios também tenham.
	E10	Facilidades, praticidade de encontrar uma local, por exemplo: —quero conhecer um lugar para isso tenho que me inteirar sobre os preços, quais serviços, pacotes e como esses lugares vão ser colocados em evidência e como você pode usufruir e aproveitar cada parte dessa experiência.

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 – Elaborado pela autora.

Tendo como base o quadro 2, pode-se compreender que há um consenso sobre a importância da divulgação dos produtos, como artesanato, gastronomia, cultura, cadeia turística, ecoturismo, turismo de negócio e os serviços de hotelaria que a cidade de Timon-MA oferece aos moradores e aos turistas que chegam na região. A fim de não só expor a importância de cada um desses fatores, mas também evidenciar os seguintes pontos, como destaca o entrevistado E6, que a sociedade moderna está com a conexão na palma da mão e que um aplicativo bem construído passa ainda mais credibilidade e segurança para os turistas.

Indagados sobre como um aplicativo voltado para a atividade turística

conectando empreendedores e clientes poderia ajudar no seu setor de atuação, foram explicitadas diferentes opiniões, uma (E5) delas é em relação à comodidades, praticidade na localização de estabelecimentos que permita aos clientes encontrarem informações sobre preços, serviços, pacotes e destacar os locais de interesse, permitindo que os usuários desfrutem ao máximo da sua experiência. Em E5, E6 e E10, as respostas apontaram que a utilidade do aplicativo como auxílio direto no momento de escolher um destino turístico, ajudaria de forma mais efetiva, os respondentes ratificaram um ponto principal: a praticidade.

Nesse sentido, segundo as percepções dos representantes (E9 e E4), é possível compreender também, que a utilização de um aplicativo voltado para o turismo teriam influência nas ações de incentivo e de promoção no setor turístico, sem deixar de incluir a importância da participação do poder público, por intermédio da SEMDEST (Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e do Turismo), órgão de responsabilidade pelo turismo na cidade de Timon-MA, a fim de evidenciar os atrativos da cidade e trazer o reconhecimento que os habitantes de Timon provavelmente não possuem.

Quadro 3: Se você pudesse contribuir com esse aplicativo o que não poderia faltar?

Categoria	Participante	Respostas
Aplicativos para o Turismo	E1	Pessoas para divulgar, não poderia faltar. Não basta apenas criar um aplicativo, tem que ter alguém para divulgar. II
		Não poderia faltar as informações dos produtos, dos artesões, do que realmente é nosso potencial e do que temos para oferecer.
	E3	A divulgação da beleza que a cidade tem e assim dar mais oportunidades para todos.
	E4	Os balneários. Dentro do aplicativo deve ter todas as informações de todos os balneários, é claro, com autorização dos donos dos balneários já que eles não são públicos. E mostrar a experiência, exemplo portal da amazônia, a comida, a tirolesa, os cavalos.
	E5	Além disso, é essencial oferecer promoções aos nossos clientes, proporcionando-lhes conforto e liberdade na escolha de onde se hospedar, onde se alimentar e quais pontos turísticos visitar na cidade.

Aplicativos para o Turismo	E6	Eu acredito que seria muito benéfico oferecer uma ampla variedade de serviços e atividades turísticas, conectando produtos e serviços, agências de viagens, opções de transporte aéreo e terrestre, além de destacar especialmente bares, restaurantes e outros serviços disponíveis nas regiões. Dessa forma, os turistas teriam acesso a todas essas informações através de um único aplicativo, facilitando sua experiência e proporcionando uma visão abrangente das opções disponíveis durante sua visita.
	E7	O aplicativo deveria abranger diferentes segmentos, incluindo culinária, pontos atrativos e narrativas sobre a história e cultura de Timon, revelando o que a cidade tem a oferecer.
	E8	É essencial incluir dados dos clientes, como identificação e preferências, para possibilitar a realização de promoções personalizadas.
	E9	Não poderia faltar um chat de atendimento instantâneo, foi o que percebi no aplicativo do G7, as pessoas necessitam de alguém real para tirar as dúvidas, mas também precisam de respostas prontas e rápidas para que elas tenham o mínimo de dúvidas possíveis e possam realmente usufruir de uma atividade turística. Uma interação através de chat daria mais confiança e isso seria fundamental.
	E10	Promoções para os nossos clientes, deixar cada um deles bem a vontade nos momentos da escolha de onde se hospedar, de onde comer, onde conhecer aqui na cidade.

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 – Elaborado pela autora.

No Quadro 3 quando questionados sobre o que não poderia faltar dentro de um aplicativo voltado para o setor do turismo os entrevistados relataram relevância de um aplicativo que seja construído com base em uma ampla variedade de informações sobre: serviços e atividades turísticas, com o fito de conectar os produtos e serviços disponíveis na região aos turistas e habitantes.

Nota-se a partir da resposta E9 que uma plataforma de turismo que ofereça um chat de atendimento instantâneo mitigaria ainda mais possíveis lacunas dos seus usuários, com respostas prontas e rápidas para que eles possam se sentir seguros no momento de escolher um destino turístico dentro da região, a fim de ampliar as formas de interação entre turista e os destinos disponíveis no aplicativo. Segundo o que foi relatado pela maioria, os representantes concordam que não poderia faltar as informações que valorizem a cidade de Timon-MA dentro do aplicativo, a fim de

fornecer aos turistas mais facilidades em suas escolhas, por exemplo, acerca de balneários, bares, restaurantes, artesanato, hotéis e pontos turísticos. Assim, pode-se também ratificar a fala E3, que um aplicativo voltado para o turismo deve divulgar as belezas que Timon-MA possui e assim oferecer mais oportunidades para todos.

Quadro 4: Para você o que seria mais interessante ser divulgado no aplicativo para desenvolver o turismo na cidade de Timon?

Categoria	Participante	Respostas
Promoção do Turismo	E1	Mostrar realmente os pontos turísticos de Timon, em 2017 fui orientadora de uma turma de turismo da UESPI por intermédio da SEMDEST e nós visitamos locais lindos em Timon, por exemplos na comunidade Jacaré ue possui uma das maiores quedas d'água de Timon. E é aqui, Timon tem muito além dos balneários.
		Endereços. Destinando a atenção dos turistas para as atividades culturais que temos aqui que hoje estão destinadas para a cidade vizinha por ausência de divulgação.
	E3	Divulgar os pontos de hotéis, que são ótimos, os artesãos, a culinária e muito mais.
	E4	Nossa gastronomia e ter dentro da plataforma algo voltado para o turismo de negócio.
	E5	É fundamental compartilhar o conhecimento sobre nosso hotel, incluindo sua história e as oportunidades únicas que cada espaço oferece. Isso contribui para que tanto os turistas quanto os moradores locais.
	E6	Além dos roteiros turísticos convencionais encontrados nas regiões turísticas, especialmente no Maranhão, é importante ressaltar que temos muito mais a oferecer. Frequentemente, quando se pensa no Maranhão, a primeira coisa que vem à mente são os Lençóis Maranhenses. No entanto, essa não é a única atração que temos por aqui. Temos parques, dunas, lagoas e uma variedade de experiências únicas para oferecer aos visitantes. Atualmente, uma tendência importante no cenário nacional é a comercialização de produtos turísticos internacionais, onde a experiência desempenha um papel fundamental. Este contexto da experiência tem um grande impacto no turismo, especialmente no turismo de base comunitária. É fundamental destacar as experiências únicas que podem ser agregadas às atividades turísticas, especialmente nas regiões litorâneas. Isso não apenas enriquece a experiência do turista, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais e a preservação do meio ambiente.

Promoção do Turismo	E7	É fundamental valorizar a culinária regional, que é um dos principais atrativos de Timon e muitas vezes subestimada. Observando o exemplo de Caxias, que se destaca nesse cenário gastronômico, há muito a ser explorado.
	E8	Os diferenciais encontrados em outras cidades, que ainda não estão presentes em Timon, são cruciais, especialmente em setores com concorrência direta. A falta de atrativos, como espaços climatizados e bem estruturados, afeta a notoriedade da cidade.
	E9	Todos os equipamentos turísticos devem estar presentes nesse aplicativo, os proprietários estarem realmente embasados e envolver os bares, restaurantes, guias de turismo não só os atrativos em si, mas tudo que a cidade dispõe, ver o quanto a cidade está estruturada.
	E10	Conhecimento do nosso hotel, a história que cada local carrega e quais as possibilidades.
		de cada um deles. Fazer com que o turista e quem já está aqui conheça nosso verdadeiro potencial e ajudar ainda mais no desenvolvimento da cidade e conseqüentemente da população

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 - Elaborado pela autora.

Quando indagados sobre o que seria mais interessante ser divulgado no aplicativo para desenvolver o turismo na cidade de Timon-MA foi possível observar a partir das respostas dadas os respondentes que há um apelo maior pela divulgação dos pontos turísticos, da gastronomia local, dos hotéis disponíveis na região, dos diferenciais de Timon-MA, da história que alguns empreendimentos da cidade possuem e dos aparelhos turísticos.

De acordo com o representante E6, a tendência atual no turismo nacional é valorizar experiências únicas agregadas às atividades turísticas. Por outro lado, em E8, há uma consciência das deficiências em infraestrutura e na divulgação dos atrativos, indicando áreas para melhoria e investimento.

Quadro 5: Como você avalia um aplicativo voltado para o turismo que tivesse tanto a divulgação dos atrativos da cidade de Timon, quanto opções de hospedagem, alimentação, entretenimento e cultura?

Categoria	Participante	Respostas
Promoção do Turismo	E1	Primeiro, o aplicativo deve estar em mãos seguras para mostrar o que realmente tem. Por aí ninguém come panelada, já nós comemos, ninguém por aí come feijão com arroz e piaba, nós comemos e nossa culinária vai bem além disso, ela é vasta e maravilhosa. E se você quiser mais temos a galinha caipira por onde você chegar.
	E2	Será primordial, em Timon a cada dia está em processo de melhoria e um aplicativo voltado para isso ajuda a mostrar para os timonenses e quem vem de fora o que temos, temos muitas coisas para oferecer, como parque sucupira, tem o parque das mangueiras, temos o centro de artesanato que breve terá eventos e exposições e muito mais, tudo isso precisa ser divulgado.
	E3	O aplicativo entra como um diferencial para o município, para quem souber usar. Um aplicativo desse jeito pode trazer muitas oportunidades para os trabalhadores e para os moradores da cidade.
	E4	Como uma plataforma que vai apresentar a cidade de Timon, as pessoas não sabem que tem o SEBRAE, Senac, Uema, Jucema, sala do empreendedor que fomenta os negócios e as ideias. Timon tem tudo isso, as pessoas precisam conhecer a nossa cidade.
	E5	Entendi perfeitamente, estamos buscando exatamente isso e já considero isso como um ponto a nosso favor.
	E6	Sem dúvida, a avaliação é extremamente positiva e, sem sombra de dúvida, uma ferramenta crucial quando discutimos as práticas mundiais e os hábitos das pessoas, especialmente considerando o crescente interesse delas em pesquisar os destinos para onde estão viajando. Atualmente, vemos que os turistas estão mais interessados em realizar uma imersão mais profunda nos locais que desejam visitar. Antigamente, a relação entre turista e agente de viagens era mais centralizada, mas hoje esse processo tornou-se muito mais independente, com as pessoas buscando informações, comprando pacotes e serviços de forma online e presencial. Observamos que as pessoas estão cada vez mais pesquisando sobre viagens, preços e atividades disponíveis, o que agrega um valor significativo a qualquer destino que adote esse tipo de prática. A disponibilidade de

		informações online e aplicativos só contribui para fortalecer a indústria do turismo, que naturalmente é complexa. Quanto mais serviços e tecnologia desenvolvida estiverem disponíveis, maior será a credibilidade e a facilidade de acesso a esses destinos, beneficiando toda a cadeia do turismo.
	E7	A ideia de criar mídias para promover o reconhecimento de Timon é excelente, visando conscientizar os clientes sobre as riquezas disponíveis na cidade.
	E8	A criação de um aplicativo seria uma iniciativa positiva, pois muitas vezes é difícil encontrar estabelecimentos e informações sobre eles. Além disso, setores como bares e restaurantes podem se beneficiar com um incentivo do poder público para adotar a tecnologia e garantir segurança e publicidade aos empreendimentos locais.
	E9	Positivamente, é fundamental ter recursos que possibilitem que a pessoa possa resolver, de forma mais rápida e mais prática, como vai ser a estadia, as possibilidades dentre desse destino.
	E10	Maravilha, é exatamente isso estamos procurando e já teria mais que um ponto positivo para nós. Vai trazer muitas oportunidades para nós empreendedores e para quem estiver usufruindo do aplicativo em si. Com toda a certeza será uma evolução no turismo da cidade.

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 - Elaborado pela autora.

No que tange a avaliação dos entrevistados sobre um aplicativo que seja voltado para o turismo que tenha tanto a divulgação dos atrativos da cidade de Timon-MA, quanto opções de hospedagem, alimentação, entretenimento e cultura, as declarações refletem uma visão positiva e destacam a importância da diversidade dos recursos locais. Além disso, ressalta-se a relevância dos aplicativos na indústria do turismo, fornecendo informações e facilitando o acesso aos serviços para os visitantes.

Um dos pontos abordados foi que o aplicativo seria uma ferramenta crucial quando se trata das práticas mundiais e dos hábitos das pessoas, especialmente considerando o crescente interesse delas em pesquisar os destinos para onde estão viajando, mas também, observou-se a partir da perspectiva E2 a necessidade de divulgar melhor os atrativos da cidade, como parques e centros de artesanato. Assim, a corroborar com a perspectiva da maioria a cerca do não aproveitamento das oportunidades que a cidade possui.

Quadro 6: Que tipo de oportunidades o uso desse tipo de aplicativo poderia trazer para a promoção do turismo de Timon?

Categoria	Participante	Respostas
Promoção do Turismo	E1	A visibilidade sobre o que é produzido em Timon, além do que se produz em Timon. Aqui temos o artesanato em madeira, que é um dos pontos fortes em Timon, o crochê, o bordado, os profissionais de reciclagem. O que falta em Timon para que o turismo crescer é que as pessoas conhecem os pontos que nós temos porque nós mesmos de Timon não valorizamos o que temos.
	E2	Toda promoção. porque o artista precisa ser valorizado e nada mais significativo do que ser reconhecido e poder mostrar sua arte em uma local destinado para isso.
	E3	Ajudaria e muito. Porque é através desses aplicativos que as pessoas conseguem ter mais noção do que está sendo feito, como hoje, através do sistema de divulgação estamos tendo mais visitas de turistas e vendendo ainda mais.
	E4	O que eu vejo é que a medida que colocamos a cidade em uma vitrine, como Timon que é a quarta maior Do maranhão, dando oportunidades de negócio e sair da caixinha implementando e procurando novas.
	E5	Você está se referindo à colaboração entre todos os negócios locais que trabalhariam em conjunto para oferecer essas novas oportunidades de serviços e produtos da região. Essa sinergia entre empresas é crucial para impulsionar ainda mais o setor turístico e econômico da nossa cidade.
	E6	Sem dúvida, a promoção através de aplicativos é extremamente positiva, principalmente por sua acessibilidade e facilidade de uso. Sendo uma plataforma digital, torna-se simples de baixar e manusear, o que facilita o conhecimento das regiões não apenas a nível local, mas também nacional e até internacional, dependendo da escala do aplicativo na região. Vejo com muito otimismo o papel dos aplicativos voltados para o turismo, especialmente considerando que o governo estadual pode endossar essas práticas, como já fez desenvolvendo aplicativos para promover os atrativos do Maranhão. Os aplicativos vão além de apenas facilitar a visita do turista ao destino. Eles fornecem informações detalhadas sobre o município ou estado, permitindo pesquisas, acesso a dados e até mesmo a criação de perfis personalizados. Além disso, essas plataformas são essenciais para ações promocionais e de incentivo, que podem

Promoção do Turismo		revolucionar o turismo em qualquer região que reconheça o turismo como um vetor fundamental para o desenvolvimento econômico e geração de renda.
	E7	A simples existência de um aplicativo despertaria a curiosidade sobre Timon, especialmente em relação à oferta de hotéis e culinária. A cidade possui diversos diferenciais, como parques ambientais, artesanato e pontos atrativos, que podem cativar os visitantes, mesmo aqueles que estão apenas de passagem.
	E8	O primeiro passo é iniciar o desenvolvimento do aplicativo, com foco na divulgação e no apoio da secretaria responsável pelo empreendedorismo. Uma vez em funcionamento, todos serão beneficiados e afetados, e é fundamental que as empresas sejam inseridas no mercado e aproveitem os benefícios proporcionados pela plataforma.
	E9	Uma parceria entre a Secretaria de Turismo de Timon e a Secretaria do Estado para incluir um QR code no aplicativo é uma ideia excelente. Esse QR code pode direcionar para materiais promocionais que serão utilizados em feiras de turismo nacionais e internacionais, permitindo que cheguem até as operadoras em âmbito nacional. Dessa forma, o destino será divulgado de maneira mais eficaz. É importante destacar que o aplicativo não é apenas uma ferramenta de vendas, mas também uma fonte valiosa de informações para os usuários. Ao escanear o QR code, os usuários perceberão que têm acesso não apenas a oportunidades de compra, mas também a uma variedade de informações sobre o destino. Isso agregará valor à experiência do usuário e aumentará a eficácia da promoção do destino turístico de Timon.
	E10	Eu esqueci a palavra em si, mas basicamente é uma junção de todos os negócios que trabalharia com essas novas possibilidades de serviços e produtos da região.

Fonte: Pesquisa realizada em 02/2024 - Elaborado pela autora.

No que diz respeito a quais oportunidades o uso desse tipo de aplicativo poderia trazer para a promoção do turismo de Timon-MA, pode-se perceber que as declarações destacam a importância de promover a produção local e os atrativos de Timon-MA para impulsionar o turismo na região. Há ênfase na necessidade de valorizar os artistas locais e utilizar aplicativos como ferramenta eficaz de divulgação e promoção.

Além disso, referente as oportunidades que o aplicativo poderia trazer para a promoção do turismo, exaltou-se que a colaboração entre empresas locais como

fundamental para o desenvolvimento do setor turístico. Além disso, a inclusão de tecnologias como QR codes nos aplicativos é mencionada como uma estratégia para

ampliar a visibilidade do destino. Nesse sentido, os entrevistados responderam levando em consideração seus respectivos setores de atuação, a valorização da produção local e dos atrativos da cidade de Timon-MA, com o intuito de promover a valorização cultural da cidade de forma direta.

5 DISCUSSÃO

Segundo Serra (2008), embora nas últimas décadas as tecnologias tenham transformado substancialmente o setor do turismo, alcançando níveis elevados de automação em algumas atividades, o uso de aplicativos ainda está em estágio inicial. Uma das principais tendências de inovação e disrupção é o uso de dispositivos em setores de serviços (Rocha, Yamanaka; Silva, 2016). Dessa forma, os resultados da pesquisa deste trabalho revelaram respostas positivas em relação ao uso de um aplicativo para promover o setor do turismo, o que pode indicar um diferencial no comportamento da sociedade e o nível de conscientização que possuem.

Em contrapartida, apenas um dos entrevistados demonstrou não ter contato com aplicativos de turismo na sua rotina e quando todos foram questionados sobre as oportunidades que um aplicativo voltado para o turismo traria em seus respectivos setores foi unânime o ponto de vista positivo. No que está relacionado a avaliação de cada um dos representantes, um fator foi preponderante na maioria das respostas, um aplicativo permitiria que o município fosse reconhecido pelos turistas e pelos moradores da região.

Em concordância com Braga e Selva (2020), pensar em desenvolvimento local implica em modificar a condição presente de uma região, visando aprimorá-la e torná-la melhor. Para isso, é essencial compreender a situação inicial da localidade e definir os objetivos de desenvolvimento, identificando as melhorias necessárias, as áreas a serem aprimoradas e o estado de desenvolvimento almejado. Podemos observar que este resultado é semelhante ao encontrado na pesquisa conduzida neste trabalho, onde de acordo com dados obtidos pela pesquisa a maioria compreende a importância de um aplicativo que demonstre as vantagens que a cidade possui, assim como, que evidencie a identidade cultural da cidade visto que muitas vezes Timon-MA está associado com a cidade de Teresina por conta da circunvizinhança.

Grande parte dos entrevistados identifica a forma que as atividades turísticas, os atrativos da região e a diversificação cultural são expostos para os visitantes e para os habitantes e ainda concordam que existem necessidades de aplicativos que gerem conectividade entre a empreendedores e clientes da

localidade a fim de promover conveniência, rapidez e facilidade para os clientes durante o processo de escolha de um roteiro turístico. Gomes (2019) sugere que os interesses e a capacidade de gestão da população local, bem como a habilidade de aproveitar suas características endógenas e os recursos exógenos a ela destinados, são fatores fundamentais para o ocorrido do desenvolvimento. Isso destaca que o desenvolvimento local busca fortalecer o potencial do território por meio de ações internas, coordenadas pelos diversos atores envolvidos: sociedade civil, poder público e mercado.

Nessa abordagem, é crucial considerar a percepção dos atores locais em relação à tecnologia aplicada ao turismo. Pencarelli (2020), ao identificar e promover as características potenciais da região, incluindo aspectos socioculturais e geográficos, que os atores locais podem perceber a tecnologia como uma ferramenta capaz de potencializar ainda mais essas características e impulsionar o desenvolvimento do turismo local. Por exemplo, aplicativos de turismo que destacam tradições locais, pontos históricos e eventos culturais podem ser vistos como uma forma de ampliar a visibilidade desses aspectos, atrair mais visitantes e fortalecer a economia local. Portanto, a percepção dos atores locais sobre a tecnologia aplicada ao turismo pode ser fundamental para determinar como essas ferramentas são adotadas e integradas ao contexto local, contribuindo para um desenvolvimento mais sustentável e alinhado às características específicas da região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho é analisar a percepção dos atores locais sobre a tecnologia aplicada ao turismo por meio do uso de aplicativos como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA, respondendo à seguinte problemática: "Qual a percepção dos atores locais sobre o uso de aplicativos como forma de auxiliar a atividade turística na cidade de Timon-MA?". Com base na pesquisa realizada, constatou-se que os aplicativos são considerados um elemento significativo pelos representantes da Trade Turística. Eles têm o potencial de influenciar positivamente o posicionamento de Timon-MA como destino turístico no Maranhão, exercendo um considerável poder de atratividade.

Assim, constatou-se a partir da pesquisa que o uso de aplicativos é destacado como uma ferramenta fundamental para promover o turismo em Timon-MA e tem um impacto significativo nas atividades turísticas. Além disso, pode-se confirmar que os turistas estabelecem conexões com o destino, buscando informações sobre pontos turísticos da região, como: culinária, reservas de hotel, restaurantes, pontos turísticos e outros serviços turísticos. Ressalta-se a necessidade de visibilidade, valorização da produção local e dos recursos da região. É possível compreender a eficácia dos aplicativos na divulgação dos atrativos da cidade, na geração de oportunidades econômicas para os empresários locais, no reconhecimento cultural e da história da região.

E dessa forma, o uso dos aplicativos também possibilita a cooperação entre empresas e é mencionado como uma estratégia crucial para fortalecer o setor turístico e econômico da região. A acessibilidade e facilidade de utilização dos aplicativos voltados para o turismo são vistas como vantagens significativas, capazes de atrair um público mais amplo. Dessa maneira, é apropriado afirmar que as inovações tecnológicas inseridas no contexto do turismo representam grandes desafios para as cidades e destinos, resultando em mudanças significativas no setor turístico. Consequentemente, esses destinos buscam constantemente se renovar para manter seu crescimento e se destacar como um ponto de referência econômica e proporcionar uma qualidade de vida elevada.

Sugere-se, portanto, que estudos futuros incorporem uma amostragem mais

robusta, utilizando métodos que abordem tanto aspectos quantitativos quanto qualitativos. É crucial que continuem sendo conduzidos estudos que identifiquem os caminhos adequados para que o turismo possa contribuir efetivamente para o desenvolvimento local. Para isso, é essencial considerar o crescimento econômico, o fortalecimento das capacidades e habilidades dos residentes, melhorias na infraestrutura local, o respeito às tradições e costumes locais.

REFERÊNCIAS

- AIRES, Jussara Danielle Martins; COSTA, Carlos Manuel Martins da; BRANDÃO, Ana Filipa Fernandes Aguiar. Rumo a um conceito de inovação no turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2577, 2023.
- _____. A inovação na perspectiva de diretores de hotéis em Aveiro - Portugal. **Turismo: Visão e Ação**, v. 19, n. 3, p. 487-512, 2017.
- _____. **Avaliação de dinâmicas e orientações para a medição da inovação empresarial no turismo**. 2021. Tese de doutorado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal. <http://hdl.handle.net/10773/31508>
- ALONSO- ALMEIDA, M. M.; RIBEIRO, C. 2018: Use of Social Media withintourismtravelbehaviour. In: **Final Conference Social Networks andTravelBehaviour. Milan**, 2018.
- ALLIS, Thiago. Viajantes, visitantes, turistas... Em busca de conceitos em um mundo urbano. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, n. 1, p. 23-38, 2014.
- ARAÚJO, Richard Medeiros de; POSENATTO, Amanda Fonseca Guimarães. Plano de Fortalecimento da Gestão do Turismo (PFGT): uma avaliação ex ante no município de Nísia Floresta (RN). **Revista de Administração Pública**, v. 46, p. 221-248, 2012
- AZEVEDO, Débora Mara Correa de; SCHMIDT, Verônica; BRUCH, Kelly Lissandra. A Relação de Confiança no Arranjo Produtivo Local (APL) de confecção e artefatos de algodão colorido da Paraíba. **Anais..[do] VIII Simpósio da Ciência do Agronegócio**, 2020.
- BAHL, Miguel. Turismo: enfoques teóricos e práticos. **São Paulo: Roca**, 2003.
- BILGILI, Bilsen; KOC, Erdogan. Digital transformation in tourism. In: **Emergingtransformations in tourism andhospitality**. Routledge, 2021. p. 53-65.
- BRAGA, Maíra Batista; SELVA, Vanice Santiago Fragoso. O turismo de base comunitária pode ser um caminho para o desenvolvimento local?.**REDE-Revista Eletrônica do PRODEMA**, v. 10, n. 1, 2016.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Cultural: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- **Brasília: Ministério do Turismo**, 2010.
- _____.Ministério do Turismo. **Dados e Fatos – Trade Turístico**, 2021. Disponível em: [DIVULGACAO Revista Dados e Informacoes A1 2ed jun2021.pdf](#). Acesso em: 01 de fevereiro de 2024.
- _____.Ministério do Turismo. Disponível em: [Brasil supera estimativa da OMT com chegada de cerca de 6 milhões de turistas em 2023 – Ministério do Turismo \(www.gov.br\)](#). Acesso em: 01 de fevereiro de 2024
- _____. Ministério do Turismo. **Portal de Dados Abertos**.2017. Disponível em: http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/dados_abertos/feiras/Perfil-de-Mercado.ods. Acesso em: 05 jan. 2024

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo: Mais emprego e renda para o Brasil (2018-2022) – PNT**. Brasília, 2018. Disponível em: [pnt-2018-2022-pdf \(www.gov.br\)](https://www.gov.br/pnt/2018-2022-pdf). Acesso em: 01 de fevereiro de 2024.

_____. Ministério do Turismo. **Brasileiros se adaptam às tecnologias em novo formato de turismo**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimasnot%C3%ADcias/13679-brasileiros-se-adaptam-%C3%A0s-tecnologias-em-novoformato-de-turismo.html> . Acesso em: 28 de set. 2023.

_____. Ministério da Economia. **Governo Brasileiro, 2023**. Disponível em: [Resol. CGSN nº 165/2022 \(fazenda.gov.br\)](https://fazenda.gov.br/resol-cgsn-n-165-2022). Acesso em: 04 jan. 2024

BENI, Mario Carlos; MOESCH, Marutscka. **A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo**. *Turismo: Visão e Ação*, v. 19, n. 3, p. 430-457, 2017.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Bookman Editora, 2019.

BUHALIS, Dimitrios. Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism management*, v. 19, n. 5, p. 409-421, 1998.

BRAMWELL, Bill; WANG, Yi. Prioridades de proteção do patrimônio e desenvolvimento do turismo em Hangzhou, China: Uma perspectiva de economia política e governança. *Tourism Management, Elsevier*, 2011. Disponível em: . Acesso em: 07 nov. 2023.

COSTA, Eduardo José Monteiro da. Arranjos produtivos locais, políticas públicas e desenvolvimento regional. **Brasília: Mais gráfica editora**, p. 405, 2010. https://antigo.mdr.gov.br/images/stories/ArquivosSNPU/Biblioteca/publicacoes/Livro_APL.pdf

CARVAJAL, Julio E. **La cara oculta del viajero: reflexiones sobre antropología y turismo**. Editorial Biblos, 1992.

DE FREITAS COELHO, Mariana. O que atrai o turista? Gestão da competitividade de destinos a partir de atrações e da atratividade turística. **Rosa dos Ventos**, v. 7, n. 4, p. 489-505, 2015.

DIAS, Cleidson Nogueira. Arranjos produtivos locais (APLs) como estratégia de desenvolvimento. **Desenvolvimento em Questão**, v. 9, n. 17, p. 93-122, 2011

DIAS, Reinaldo. **Planejamento Do Turismo: Política E Desenvolvimento Do Turismo No Brasil**. Editora Atlas SA, 2000.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Futura, 2000.

FERREIRA, Maria Manuela Ribeiro. **Transformação digital do turismo: mapeamento das soluções tecnológicas**. 2023. Tese de Doutorado.

FREEMAN, Chris. (1982). *The economicsof industrial innovation* FrancesPinter. **London**, 1982.

GOMES, Cristiane Soares Cardoso Dantas. Potencial turístico de destinos: proposição de um modelo de avaliação com base nos Recursos Endógenos. 2019.

Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.

GOMEZELJ, Doris Omerzel. A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 28, n. 3, p. 516-558, 2016.

GENÚ, Jéssica Moliterno; GÓMEZ, Carla Regina Pasa; MUZZIO, Henrique. A criatividade no empreendedorismo social: motivação, experiência e habilidade, juntas para o bem comum. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 3, 2018.

JUNIOR, Claudelino Martins Dias; DE MELO MOREIRA, Bruno César. Proposta de caracterização de apIs (arranjos produtivos locais) a partir do uso de indicadores de desempenho relacionados à interação e aprendizagem. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 9, n. 2, 2013.

<https://doi.org/10.54399/rbgdr.v9i2.1023>

JUNIOR, Marsis CABRAL; SUSLICK, Saul Barisnik; SUZIGAN, Wilson. Caracterização dos arranjos produtivos locais de base mineral no Estado de São Paulo: subsídio à mineração paulista. **Geosciences= Geociências**, v. 29, n. 1, p. 81-104, 2010.

KOMATSU, K. Y. C.; YC, A. **A estruturação dos modelos de negócio circulares na cadeia produtiva das embalagens plásticas pet**. 2017. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

KONSTANTINOVA, Snezhinka. Digital transformation in tourism. **KNOWLEDGE-International Journal**, v. 35, n. 1, p. 188-193, 2019.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. 2012.

MARTINELLI, Alberto. O contexto do empreendedorismo. **Redes e sociologia econômica**, p. 207-238, 2009.

MACHADO, D. F. C.; GOSLING, M. A. Teoria geral do sistema na ótica do turismo: uma revisão dos modelos de sistemas turísticos. **Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, v. 6, 2009.

MARANHÃO. Plano estratégico de turismo do estado do Maranhão, Relatório. Plano Maior 2020. **Governo do Maranhão, 2020**. Disponível em: [4-PLANO-MAIOR-2020_Relatório-Final.pdf \(turismo.ma.gov.br\)](#). Acesso em: 03 jan. 2024

NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Indicadores de cientificidade do turismo no Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n. 13/14, p. 387-397, 2010.

ONU - Organização das Nações Unidas. Nações Unidas marcam dia Global da Resiliência do TANG, David. What is digital transformation?. **EDPACS**, v. 64, n. 1, p. 9-13, 2021.

PALHARES, Guilherme Lohmann; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas.

PENCARELLI, Tonino. The digital revolution in the travel and tourism industry. **Information Technology & Tourism**, v. 22, n. 3, p. 455-476, 2020.

Programa Nacional de Municipalização do Turismo: Brasília: [s.n.], 2013b. Disponível em: [Esboço do Plano de Trabalho \(ucs.br\)](#) . Acesso em: 09 jan. 2024.

ROCHA, Carlos Sousa; YAMANAKA, Flávio Iwao; SILVA, Eli Lopes. Tecnologias da informação e comunicação aplicadas ao turismo: possibilidades e tendências. **Navus-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 6, n. 5, p. 13-34, 2016.

RODRIGUES, Gilson de Jesus Mota; DOS ANJOS, Francisco Antônio. A Percepção de inovação dos gestores das micro e pequenas empresas turísticas, localizadas no bairro da Praia Grande, Centro Histórico de São Luís-MA. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 4, n. 2, 2016.

ROSENBERG, Natham. Por dentro da caixa-preta: tecnologia e economia. Unicamp, 2006.

SEBRAE. **Portal SEBRAE**, 2023. Disponível em: [Qual é o apoio que o SEBRAE oferece para o empreendedor? - SEBRAE](#). Acesso em 04 jan. 2024

SERRA, Jaime. As Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo:-a emergência do e-tourism. 2008. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10174/2671>

SOUZA JUNIOR, Eraldo Gomes de. **Percepção de visitantes, empresários e gestores públicos do turismo sobre o Polo Moveleiro de Gravatá, em Pernambuco**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso.

SCÓTOLO, Denise; NETTO, Alexandre Panosso. Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. **CULTUR: Revista de Cultura e Turismo**, v. 9, n. 1, p. 36-59, 2015.

STAIKU, Daniela; POP, Oana. Mapping the interactions between the stakeholders of the circular economy ecosystem applied to the textile and apparel sector in Romania.

Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, v. 13, n. 4, p. 1190-1209, 2018.

TIMON. **Prefeitura de Timon, 2022**. Timon é incluído no mapa do turismo do Brasil - PMT (2022). Disponível em: [Prefeitura de Timon](#). Acesso em: 03 jan. 2024.

_____. **Prefeitura de Timon, 2022**. Timon painel de indicadores, dinâmica populacional. Disponível em: [Timon Digital - Painel de Indicadores > Dinâmica Populacional \(google.com\)](#). Acesso em: 03 jan. 2024. TUSSYADIAH, Lis P.; JUNG, Timothy Hyungsoo; TOM DIECK, M. Claudia.

Embodiment of wearable augmented reality technology in tourism experiences. **Journal of Travel Research**, v. 57, n. 5, p. 597-611, 2018. VARAJÃO, João et al. Success Management-From theory to practice. **International Journal of Project Management**, v. 40, n. 5, p. 481-498, 2022.

<http://www.sciencesphere.org/ispmsig/dtc/downloads/dtcv9.pdf>

APÊNDICE 1 - ROTEIRO DE ENTREVISTA CONTENDO 6 PERGUNTAS PARA OS 10 REPRESENTANTES DO TRADE TURÍSTICO, SENDO (2 DO SETOR DE HOSPEDAGEM, 2 DO SETOR DE BARES E RESTAURANTES, E 2 ARTESÃOS) DA CIDADE DE TIMON, ALÉM DE 4 REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO (2 MUNICIPAIS E 2 ESTADUAIS). DA CIDADE DE TIMON-MA.

Pesquisadora: Rayris Millena Barbosa Lira

Orientador: Prof. Dr. Bruno Mezenga

Sujeitos da pesquisa e dados de identificação: 2 Representantes do governo do município de Timon e 2 representantes do governo do estado do Maranhão, 2 artesãos do município, 2 empresários do ramo de bares e restaurantes, 2 representantes do setor de hospedagem.

Roteiro de Entrevista

Prezado(a) senhor(a) investigado(a)

A presente entrevista tem a finalidade de coletar dados autênticos para a construção do trabalho de Conclusão de Curso TCC do Curso de Administração do Centro de Estudos Superiores de Timon - CESTI da Universidade Estadual do Maranhão - UEMA.

Solicitamos que as questões sejam respondidas com a maior brevidade possível, a fim de contribuir de forma significativa para o estudo da problemática proposta.

Agradecemos, antecipadamente, sua participação na presente pesquisa. Muito grata pela colaboração

Obs.: Todos os dados serão mantidos em estrito sigilo.

- 1) Que tipo de serviço turístico você já acessou através de um aplicativo?
- 2) De que forma você acha que um aplicativo voltado para a atividade turística conectando empreendedores e clientes poderia ajudar no seu setor de atuação?
- 3) Se você pudesse contribuir com a criação desse aplicativo, o que não poderia faltar?
- 4) Para você o que seria mais interessante ser divulgado no aplicativo para desenvolver o turismo na cidade de Timon?

5) Como você avalia um aplicativo voltado para o turismo que tivesse tanto a divulgação dos atrativos da cidade de Timon, quanto opções de hospedagem, alimentação, entretenimento e cultura?

6) Que tipo de oportunidades o uso desse tipo de aplicativo poderia trazer para a promoção do turismo de Timon?