

**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO**

MARIA YLNAH DE MELO SANTOS

**SOFTWARE DE GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE
GESTÃO PÚBLICA DO SETOR TURÍSTICO**

**ARACAJU-SE
MAIO, 2022**

**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO**

MARIA YLNAH DE MELO SANTOS

**SOFTWARE DE GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE
GESTÃO PÚBLICA DO SETOR TURÍSTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe como requisito necessário à obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e inovação (DTPI).

Orientador:

Prof. Dr. Jaime Jose da Silveira Barros de Medeiros

Coorientador:

Prof. Dr. Jose Augusto de Andrade Filho

ARACAJU-SE
MAIO, 2022

FICHA CATALOGRÁFICA

MARIA YLNAH DE MELO SANTOS

**SOFTWARE DE GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE
GESTÃO PÚBLICA DO SETOR TURÍSTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe como requisito necessário à obtenção do título de Mestre em Turismo.

Aprovado em 18/05/2022

Orientador: Prof. Dr. Jaime José da Silveira Barros Neto
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS

Coorientador: Prof. Dr. José Augusto Andrade Filho
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe –IFS

Examinador Externo: Frederico Chaves Sampaio Junior
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe –IFS

Examinador interno: Profa. Dra. Wanusa Campos Centurion
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe –IFS

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir cópia dessa dissertação e emprestar ou vender tais cópias. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte dessa dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

Maria Ylnah de Melo Santos
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, por ter me dado saúde e força nas horas mais difíceis dessa caminhada. Gratidão eterna, aos meus pais, Maria e Robério, pelo incentivo, apoio e amor incondicional. Agradeço a todos aqueles que, direta ou indiretamente, estiveram ao meu lado e que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como acadêmica e profissional.

“Conhecimento tem a finalidade de servir à vida. Mas à vida de quem? De todas e todos. À vida coletiva.”.

(Mario Sergio Cortella)

RESUMO

O setor do turismo está em constante mudança e as tecnologias digitais de comunicação e informação representam um papel muito importante para o mercado. Essa realidade, permite considerar que, a proposta de desenvolvimento de um Software de Gestão do Conhecimento (SGC) aplicado ao Turismo é um incentivo ao avanço tecnológico no tocante ao uso crescente das tecnologias digitais, assim como um desafio junto ao atual cenário globalizado, sobretudo em relação ao grande volume de dados e informação que circulam na sociedade juntamente com a necessidade de lidarmos com problemas cada dia mais complexos. Nesse contexto, o objetivo do estudo é desenvolver um Software de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos. Para concretizar o objetivo a pesquisa de natureza aplicada e caráter qualitativo, foi desenvolvida a partir de um olhar transversal, identificando o todo a partir das mais variadas particularidades. O método adotado para fundamentar o estudo foi o método sistêmico, sob o viés da heurística sistêmica crítica de Ulrich, o pensamento complexo de Edgar Morin, e a visão sistêmica de Beni. Os resultados da pesquisa consideram que a criação de um produto tecnológico como o Gestur, software de Gestão de Conhecimento aplicado ao turismo, é capaz de estimular a produção de conhecimento sobre os destinos, apoiar os processos de gestão municipal (proporcionando o acesso à inovação, a geração de valor, a otimização das ações, manutenção da competitividade e difusão dos produtos turísticos). Destarte salienta-se a viabilidade de aplicação conforme modelo de negócio canvas apresentado.

Palavras-chave: Gestão do Turismo. Gestão do Conhecimento. Tecnologias Digitais.

ABSTRACT

The tourism sector is constantly changing and digital communication and information technologies play a very important role for the market. This reality allows us to consider that the proposal for the development of a Knowledge Management Software (GSG) applied to Tourism is an incentive to technological advances in the increasing use of digital technologies, as well as a challenge with the current globalized scenario, especially in relation to the large volume of data and information circulating in society along with the need to deal with increasingly complex problems. In this context, the objective of the study is to develop a Knowledge Management Software applied to Tourism, with the purpose of assisting the decision-making process of the public sector in the management of tourist destinations. To achieve the objective of the research of applied nature and qualitative character, it was developed from a transversal look, identifying the whole from the most varied particularities. The method adopted to support the study was the systemic method, under Ulrich's critical systemic heuristic bias, Edgar Morin's complex thinking, and Beni's systemic view. The results of the research consider that the creation of a technological product such as Gestur, knowledge management software applied to tourism, is able to stimulate the production of knowledge about destinations, support municipal management processes (providing access to innovation, value generation, optimization of actions, maintenance of competitiveness and dissemination of tourism products). Thus, the feasibility of application according to the canvas business model presented is emphasized.

Keywords: Tourism Management. Knowledge management. Digital Technologies.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de registros encontrados segundo as palavras-chave por base de dados	48
Tabela 2 - Distribuição das patentes segundo Classificação Internacional de Patentes (CIP)	50

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo Gráfico Sistor.....	25
Figura 1.1 - Etapas metodológicas.....	41
Figura 2 - Espiral do Conhecimento/Etapas.....	42
Figura 3 - Distribuição geográfica segundo ano de publicação.....	51
Figuras 4 e 5 - Aplicativos móveis resultante da busca.	52
Figura 6 - Distribuição de aplicativos móveis encontrados na Play Store	53
Figura 7 - Marca do Software GESTUR	53
Figura 8 - Esboços da construção da marca GESTUR	54
Figura 9 - Família Tipográfica	
Figura 10 - Padrão de Cores.	
Figura 11 - Malha de construção (Versão Horizontal)	
Figura 12 - Malha de construção (Versão Vertical)	
Figura 13 - Malha de construção (Versão Simbólica)	
Figura 14 - Área de Proteção (Versão Horizontal)	
Figura 15 - Área de Proteção (Versão Vertical)	
Figura 16 - Área de Proteção (Versão Simbólica)	
Figura 17 – Versão Logotipo Branco	
Figura 18 – Versão Logotipo Preto	
Figura 19 – Versão Logotipo em Tons de Cinza	
Figura 20 – Versão Logotipo em Cores Chapadas	
Figura 21 – Redução mínima permitida	
Figura 22 – Usos indevidos	
Figuras 23 e 24 – Tela inicial de app e publicação em rede social	
Figura 25 – Tela de Carregamento	
Figura 26 – Tela de Login	
Figura 27 – Tela inicial	
Figura 28 – Tela de socialização (Fórum de discussão)	
Figura 29 – Tela de externalização (gestão de projetos)	
Figura 30 – Tela de combinação (cenário organizacional)	
Figura 31 – Tela de internalização (acervo multimídia)	
Figura 32 – Tela apresentada pelo botão Gestur	
Figura 33 – Blog App Gestur	

Figura 34 – Perfil no Instagram

Figura 35 – Modelo de Negócios

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Delineamento do estudo.

Quadro 2 - Enfoques da Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento

Quadro 3 – Principais funções estratégicas e operacionais do turismo habilitadas pelas TICs

Quadro 4 - Registros de Programas de Computador na base de dados do INPI.

Quadro 5 – Requisitos funcionais.

Quadro 6 – Requisitos não funcionais.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível superior da CAPES

DOAJ - Directory of Open Access Journals

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

SciELO - Scientific Eletronic Library Online

SGC - Software de Gestão do Conhecimento

SISTUR - Sistema de Turismo

TDIC - Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

WoS - Web of Science

Sumário

1 INTRODUÇÃO	17
1.1 Contextualização	17
1.2.1 Objetivo geral	20
1.2.2 Objetivos específicos	20
2 REVISÃO TEÓRICA.....	23
2.1 Gestão municipal do turismo	23
2.2.1 Gestão do conhecimento	26
2.2.2 Dados, Informação e Conhecimento	26
2.2.3 Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento.....	27
2.2.4 Gestão do conhecimento para tomada de decisão em organizações de turismo.....	28
2.3 Tecnologias digitais e o turismo	34
2.3.1 A relação entre turismo e as tecnologias digitais de informação e comunicação	34
2.3.2 Impactos dos novos sistemas informacionais e das tecnologias.....	35
2.3.3 Tecnologia móvel para a governança turística	36
4 PERCURSO METODOLÓGICO	38
4.1.1 Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Documental e Revisão Sistemática da Literatura	39
4.1.1.2 Levantamento dos princípios norteadores da Gestão do Conhecimento que proporcionem suporte à gestão pública do setor turístico.....	40
4.1.2 Prospecção tecnológica	43
4.1.3 Desenvolvimento do software	43
4.1.3.1 Validação e Gestão do Software	44
4.1.4 Desenvolvimento da marca	45
5 PROSPECÇÃO TECNOLÓGICA	47
6 DESENVOLVIMENTO DA MARCA “GESTUR”	52
6.1 A marca	52
6.1.1 O layout.....	52
6.1.2 A construção	54
6.1.3 Área de Proteção.....	56
6.1.4 Variações cromáticas	58
6.1.5 Redução da marca.....	59
6.1.6 Uso incorreto.....	61
6.1.7 Aplicações	61
7 DESENVOLVIMENTO DA “FAMÍLIA TECNOLÓGICA GESTUR”	63
7.1 Aplicativo Gestur	63
7.2 Mídias de comunicação	72
8 PLANO DE NEGÓCIOS	74
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS	78
ANEXOS.....	81
ANEXO 1 – CARTA DE ANUÊNCIA SECRETARIA MUNICIPAL DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO DE ARACAJU	82

ANEXO 2 – CARTA DE ANUÊNCIA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE DE CANINDÉ DO SÃO FRANCISCO	83
APÊNDICES	85
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO CENÁRIO ATUAL SOBRE A GESTÃO DO CONHECIMENTO..	86
APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO DE USABILIDADE	88
APÊNDICE 3 – TERMO/REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	89

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC's) influenciaram profundas mudanças na sociedade contemporânea, principalmente, pelo rompimento das barreiras geográficas e o despertar de um novo modo de construção de conhecimento. Está nascendo outro tipo de percepção da realidade, com novos valores, novos sonhos, nova forma de organizar os conhecimentos, novo tipo de relação social, nova forma de dialogar e comunicar, novo modo de experimentar a última realidade e nova maneira de entender o ser humano em seu conjunto de relações.

Nesse ambiente revolucionário, encontra-se também o turismo. Uma atividade marcada pela flexibilidade e capacidade de adaptação. Por ter múltiplas facetas, essa atividade interage com diferentes áreas do conhecimento, e se apropria das inovações tecnológicas. De acordo com Buhalis et al (2004, p.), as tecnologias de informação e comunicação (TICs) têm mudado rapidamente a estrutura do turismo global, em que implicações da Internet e outras plataformas de multimídia interativa em crescimento para a promoção da atividade turística é de longo alcance e altera a estrutura da cadeia.

Nesse contexto, é percebido que as organizações se tornam mais conscientes do valor da informação e do conhecimento que são capazes de produzir. “Em consequência, não vão se limitar a utilizá-los apenas como meio de produção, mas também como um produto em si mesmo dotado de um alto valor estratégico.” (RIBEIRO; IZQUIERDO, 2017, p.15)

Essa realidade, permite considerar que, a proposta de desenvolvimento de um Software de Gestão do Conhecimento (SGC) aplicado ao Turismo é um incentivo ao avanço tecnológico no tocante ao uso crescente das tecnologias digitais, assim como um desafio junto ao atual cenário globalizado, sobretudo em relação ao grande volume de dados e informação que circulam na sociedade juntamente com a necessidade de lidarmos com problemas cada dia mais complexos.

Além disso, é pertinente destacar que, a nível organizacional, um sistema baseado na gestão do conhecimento, corrobora com a identificação dos pontos

críticos na gestão da atividade turística, evita a descontinuidade de projetos, tal como, possibilita a sustentabilidade do destino perante a alta competitividade presente no segmento.

Isto posto, pergunta-se: quais elementos de gestão do conhecimento podem compor um sistema para a gestão pública do setor turístico? Ou, de modo geral, como um Software de Gestão do Conhecimento pode se tornar uma estratégia de Gestão Pública para o Setor Turístico?

Neste cenário, o que impulsiona a pesquisa proposta por esse estudo é o desenvolvimento de uma nova tecnologia computacional que se configure como uma ferramenta significativa para o gerenciamento da atividade turística, sendo vital para sistematizar e evidenciar todos os elementos que compõem o destino.

A ferramenta será implementada por meio de um SGC, o qual, funciona como intermediário entre o planejamento da gestão e sua execução. Normalmente estes softwares são desenvolvidos para identificar, classificar, recuperar e compartilhar o conhecimento de acordo com os critérios selecionados pelo usuário.

Por se tratar de um software que reúne informações gerenciais, indica-se que o sistema tenha uma atuação mais ampla na gestão dos dados que retratam os elementos do produto turístico do município, sendo uma de suas principais funções o fornecimento de relatórios sobre a situação dessa oferta turística, possibilitando aos gestores o processamento de informações que auxiliem o monitoramento do cenário atual da atividade turística e até mesmo a previsão de desempenho futuro.

A presente pesquisa vincula-se a linha de pesquisa Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI), pois trata da análise dos sistemas e processos de planejamento e gestão de destinos turísticos, com base nos princípios de sustentabilidade, considerando suas relações e os reflexos nas políticas públicas, nos sistemas de governança, nos processos de inovação, competitividade e marketing e na aplicação de novas tecnologias em destinos turísticos.

Para a construção dessa solução tecnológica, verificou-se inicialmente a sua originalidade por meio da prospecção (identificação de produtos e serviços patenteados) nas bases de registros de propriedade intelectual Nacional e

Internacional, principalmente na base do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Com essa finalidade a inspeção foi realizada nas plataformas utilizando como termos chave: “Gestão do Conhecimento”, “Sistemas de Informação” ambos associados ao termo “Turismo”.

Como resultado das buscas foram encontradas propostas que se destinam a programas de gerenciamento e controle administrativo de agências de turismo, hotelaria, transportes, e serviços de guiamento. Neste cenário, é conveniente o desenvolvimento de um sistema que tenha como objeto central uma gestão alicerçada a uma política institucional que seja capaz de agregar valor as informações, e favoreça a organização e a disseminação de conhecimento através das TDIC's e que, ainda, proporcione a otimização de tempo em pesquisas e economia de recursos financeiros.

Saliente-se ainda que, há poucos esforços direcionados ao compartilhamento de conhecimento nos órgãos públicos de turismo, tornando visível a incipiência de informações ou até mesmo a fragmentação destas, além da comum perda de memória organizacional.

A partir destas constatações, a ideia de desenvolver um software como um Aplicativo Mobile de Gestão do Conhecimento torna-se ainda mais necessária. Em vista disso, pressupõe-se que uso desta ferramenta tecnológica poderá suprir tais deficiências e contribuir sobremaneira no processo de gestão do turismo local, convertendo-se em uma fonte de apoio à decisão, objetivando a disponibilidade de informações criteriosamente selecionadas e personalizadas para os gestores municipais do destino turístico.

O Gestur consiste em um aplicativo móvel nativo de Gestão do Conhecimento para auxiliar o seu público-alvo no desenvolvimento da gestão pública do turismo, contribuindo com o registro e reuso de informações, evitando assim a perda de conhecimento produzido pela equipe gestora, além de auxiliar de forma eficiente o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver um Software de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos.

1.2.2 Objetivos específicos

- (i) Identificar os princípios norteadores da Gestão do Conhecimento, Gestão do Turismo e a relação com as Tecnologias Digitais que proporcionem suporte à gestão pública do setor turístico;
- (ii) Desenvolver um aplicativo móvel capaz de sistematizar, captar e gerir o conhecimento dos seus colaboradores;
- (iii) Desenvolver e registrar uma marca para o software junto ao NIT/DTI/IFS;
- (iv) Elaborar um plano de negócios que demonstre a viabilidade de aplicação do software.

1.3 Delineamento do estudo

Logo que os objetivos do trabalho foram definidos, foi organizado o delineamento do estudo (Quadro 1), pelo qual se pretende alcançar cada um dos objetivos, bem como os principais métodos e procedimentos adotados, os quais serão descritos detalhadamente no percurso metodológico da pesquisa

Quadro 1- Delineamento do estudo.

OBJETIVOS	QUESTÕES DE PESQUISA	REFERENCIAL TEÓRICO	PROCESSO METODOLÓGICO
▪ Identificar os princípios norteadores da Gestão do Conhecimento, Gestão do Turismo e a relação com as Tecnologias Digitais que proporcionem suporte à gestão	▪ Existem diretrizes norteadoras para a gestão de destinos turísticos? ▪ As metodologias de gestão do conhecimento orientam a aplicação na gestão municipal?	▪ Chiavenato (1987; 2004); ▪ Kotler (1992); ▪ Ruschmann (1997); ▪ Beni (1998); ▪ Petrocchi (2001, 2002); ▪ Dias (2003); ▪ Molina (2005); ▪ Braga (2007); ▪ Brasil (2007).	▪ Análise das tendências de gestão turística, a partir de Revisão Sistemática da Literatura; Revisão bibliográfica e documental.

pública do setor turístico.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hall (2001); ▪ Petrocchi (2002); ▪ Dias (2003); ▪ Braga (2007) ▪ Fernandes (2011); ▪ Coelho (2004). 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver um aplicativo móvel capaz de sistematizar, captar e gerir o conhecimento dos seus colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existem ferramentas tecnológicas que facilitem a sistematização dos dados coletados nas etapas da gestão? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pressman (2011); ▪ Schwaber e Sutherland (2017) (Manual Scrum); ▪ Parreira Júnior (2010) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Criar um projeto de software, que contemple os requisitos necessários a sistematização das etapas de gestão do conhecimento; ▪ Aplicar questionários; ▪ Codificar; verificar e validar o software.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolver e registrar uma marca para o software junto ao NIT/DTI/IFS. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quais os elementos podemos vincular e representar o SGC? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cruz et al. (2011); 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registro junto ao Núcleo de Inovação e Tecnologia (NIT), do Departamento de Inovação e Empreendedorismo (DTI) do Instituto Federal de Sergipe (IFS).
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar um plano de negócios que demonstre a viabilidade de aplicação do software. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quais aplicações são passíveis de execução? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DORNELAS, José Carlos Assis. (2008); ▪ FINOCHCHIO, José Junior. (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Criar um plano de negócios conforme o modelo canvas.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

1.3 Estrutura do trabalho

O trabalho está estruturado em cinco seções. Na Seção 1, é descrito a introdução do trabalho, incluindo contextualização, justificativa, relevância da pesquisa, objetivos e delineamento do estudo.

A Seção 2 apresenta a revisão teórica do estudo, subdivida em duas seções. A primeira, nomeada de: “Gestão Do Conhecimento aplicada ao Turismo”, em que serão abordados conceitos acerca da gestão do conhecimento e suas implicações para a gestão do turismo. A segunda seção, nomeada: Tecnologias Digitais e o Turismo, discutirá a apropriação das tecnologias digitais pelo setor turístico.

A Seção 3 relata a metodologia da pesquisa, abordando desde o método até as etapas práticas para a construção desse trabalho e alcance dos objetivos propostos.

A Seção 4 tratará sobre os resultados e discussão da pesquisa, apresentado em três subdivisões: Prospecção Tecnológica; Desenvolvimento da Marca Gestur; Desenvolvimento do App Gestur. E, por fim, a Seção 5 apresenta as considerações finais e as possibilidades de trabalhos futuros.

2 REVISÃO TEÓRICA

O referencial teórico que sustenta esse estudo é fundamentado em contribuições conceituais embasadas tanto nos estudos de gestão de conhecimento e a utilização das Tecnologias Digitais no setor de turismo como a Gestão do Conhecimento como estratégia de gestão no setor público do turismo.

2.1 Gestão municipal do turismo

Esta seção não possui a intenção de discutir os enfoques da gestão pública do turismo, mas sobretudo refletir sobre os elementos dessa gestão, destacando um instrumental metodológico essencial da governança pública do turismo.

Para tal, destaco o trabalho de Gimennes (2017), que visa apoiar o trabalho da liderança pública do turismo municipal, fornecendo informações sobre planejamento e gestão em diferentes níveis, contribuindo e promovendo o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos. A priori é relevante destacar o que autor descreve como elementos da gestão:

Para uma gestão eficaz não podemos esquecer que ela é um processo, que não se resume somente a planejamento, nem a realização de negócios e nem em estruturas organizacionais.

Ela envolve: • **Planejamento:** trabalho de preparação para qualquer gestão, que segue um roteiro e métodos determinados. Requer mudanças. Em suas diferentes etapas surgem documentos como planos, programas e projetos com objetivos definidos. • **Organização:** unidades sociais concebidas para atingir objetivos específicos. Organismos públicos e privados. Arte ou efeito de ordenar, arranjar, dispor. Disposição de uma coisa para certa finalidade. Associação ou instituição com objetivos definidos. • **Operacionalização:** estabelecer uma Estrutura Organizacional que permita uma melhor otimização das ações, com organograma, funções, recursos humanos... Meios para obter resultados. Fazer funcionar de forma gerencial e executiva. • **Execução:** dar funcionamento a estrutura organizacional. Cumprir e realizar ações/atividades. • **Controle:** Estabelecer formas de acompanhamento das ações/atividades. • **Avaliação:** Determinar a valia das ações/atividades realizadas, através de programa avaliatório.

E, sobretudo, as pessoas envolvidas direta e indiretamente no processo (Gimennes, 2017).

Nesse cenário destaca-se também o aparato instrumental metodológico de planejamento que a gestão pública municipal dispõe e que pode proporcionar enormes vantagens competitivas, quando bem utilizadas.

Gimennes (2017), apresenta esse aporte como:

- **Política:** Objetiva o desenvolvimento do Turismo e seu equacionamento como fonte de renda nacional. Pode ser entendida como um conjunto de atividades e estratégias, organizada por uma coletividade e adotada diante do fenômeno turístico.
- **Plano:** Implementação da Política. Mais abrangente e superficial, possibilita uma visão geral. Análise de todas as variáveis envolvidas com o fenômeno turístico, com menor grau de detalhamento, que resume o conjunto de propostas a serem consideradas no processo de planejamento. É um conjunto de programas.
- **Programa:** Conjunto de projetos que possuem similaridade ou complementaridade. Tem uma visão de articulação entre as várias alternativas/estratégias do Plano e sua implementação. Identifica necessidades específicas.
- **Projeto:** Aborda um elemento específico do Turismo e o estuda de forma detalhada. É qualquer propósito de ação definido e organizado, de forma racional que permite determinar os custos e benefícios de um investimento. Estabelece os passos, os envolvidos, os recursos necessários, os responsáveis pelas atividades, os estudos de viabilidade (Gimennes, 2017).

Contudo pode-se compreender o quão complexa é a gestão do turismo, especialmente a nível municipal, pois deve ser trabalhada conjuntamente com Estado e União no intuito de desenvolver uma atividade coesa, eficaz e sustentável.

Elucidando a complexidade do turismo, Beni (2006), apresenta uma metodologia de estudo do fenômeno turístico, o Sistema de Turismo (Sistur), este instrumento visa contribuir para o desenvolvimento de políticas governamentais e privadas do turismo. Destacando, ainda, a importância do planejamento estratégico no processo de desenvolvimento sustentável do turismo. Nesse sentido, o autor descreve que o objetivo do Sistur é:

Organizar o plano de estudos da atividade de turismo, levando em consideração a necessidade, há muito tempo demonstrada nas obras teóricas e pesquisas publicadas em diversos países, de fundamentar as hipóteses de trabalho, justificar posturas e princípios científicos, aperfeiçoar e padronizar conceitos e definições, e consolidar condutas de investigação

para instrumentar análises e ampliar a pesquisa, com a consequente descoberta e desenvolvimento de novas áreas de conhecimento em turismo (Beni, 1998).

Beni define também um modelo gráfico que serve como referencial para o estudo do sistema de turismo (Figura 1).

Figura 1 – Modelo Gráfico Sistrur



Fonte: Própria autoria, adaptado de Beni (2006, p. 50)

Ressaltasse que conforme Lobo (2010), a segmentação da cadeia em subconjuntos “não reflete a realidade da complexidade intrínseca à teoria geral dos sistemas. [...]Esta propõe uma análise integrada de baixa linearidade, buscando observar a realidade em baixo nível de fragmentação, considerando a sua totalidade”.

2.2 Gestão do conhecimento como estratégia competitiva para a gestão do turismo

2.2.1 Gestão do conhecimento

Antes de abordar sobre a gestão do conhecimento, é pertinente ressaltar sobre o que vem a ser o conhecimento e as suas particularidades. Drucker (2001), menciona que vivemos na era do conhecimento a qual emerge, diferentemente da era industrial, que concebe a criação e o gerenciamento do conhecimento como fatores decisivos no ambiente competitivo, uma vez que a sociedade contemporânea tem, nas tecnologias da informação e comunicação (TIC), a sua melhor estratégia de negócios.

Destarte, para compreender o que é a gestão do conhecimento é necessário investigar os termos informação e conhecimento, tendo em vista que são conceitos utilizados de forma frequente, principalmente no uso cotidiano das tecnologias ditais e ainda falar sobre o conceito dos dados, que é o capital primaz da informação. Assim, consideremos a tríade conceitual: Dados, Informação e Conhecimento.

2.2.2 Dados, Informação e Conhecimento

Conforme os autores, Davenport e Prusak (2003), o termo "dado"(dados) representa uma coleção de fatos referentes às transações e negociações, que não detém interpretações ou considerações de seu emissor, uma vez que possuem objetividade. Os dados são signos que compõe a informação, ou seja, são elementos não tratados e que ainda não apresentam valores relevantes. Eles representam um ou mais significados de um conjunto que isoladamente não pode comunicar uma mensagem ou reproduzir algum conhecimento (Silva, 2004).

Ainda sobre o pensamento de Davenport e Prusak (2003), a informação é compreendida como uma mensagem propagada e que possui a finalidade de proporcionar uma mudança naquele a quem a recebe, mediante alterações de julgamentos e ações deste indivíduo. Se tais informações não são transformadas em experiência, elas simplesmente serão esquecidas para ceder lugar à mais e novas informações.

Para Claro (2013), o conhecimento surge quando há informação sobre um determinado objeto, trazendo novas possibilidades e inovações. Nessa referência, o conhecimento é adquirido quando os indivíduos adquirem as informações e as combinam com os valores, experiências e outras questões pessoais que já

possuem. Em síntese, o conhecimento pode ser entendido como informação em contexto que permite uma sequência de ações úteis para a empresa e até mesmo em alguns casos, serão fontes geradoras de valor agregado, que será acompanhado de outra série de variáveis para sua implementação, em ação e passar para o nível de conhecimento, como a própria experiência das pessoas e aquela transmitida por outros, o modelo mental do indivíduo e, por fim, um grupamento de verdades, crenças, perspectivas, conceitos, julgamentos, expectativas, metodologias e procedimentos.

2.2.3 Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento

Discute-se na literatura que alguns estudiosos reduzem os dois modelos de gestão, ou ainda, confundem um modelo com o outro. Por esse motivo, é muito comum que os modelos aparentem algo muito complexo ou muito distante da realidade das pequenas ou médias organizações. Para elucidar os aspectos inerentes aos modelos de gestão da informação do conhecimento, são apresentados os enfoques mais importantes e suas similaridades no quadro 2:

Quadro 2 - Enfoques da Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento

GESTÃO DA INFORMAÇÃO	GESTÃO DO CONHECIMENTO
ESTRUTURA Fluxos formais	ESTRUTURA Fluxos informais
OBJETO Conhecimento explícito	OBJETO Conhecimento tácito
ATIVIDADES ESSENCIAIS COMUNS Identificar demandas e necessidades; Mapear e reconhecer fluxos; Desenvolver a cultura organizacional positiva em relação ao compartilhamento/socialização; Proporcionar a comunicação de forma eficiente, utilizando tecnologias de informação e comunicação; Desenvolver sistemas corporativos de diferentes naturezas; Fixar normas e padrões de sistematização; Retroalimentar o ciclo.	
ATIVIDADES ESSENCIAIS INDIVIDUAIS	ATIVIDADES ESSENCIAIS INDIVIDUAIS

<p>Prospectar e monitorar informações; Coletar, selecionar e filtrar informações; Tratar, analisar, organizar, armazenar informações, utilizando tecnologias de informação e comunicação; Elaborar produtos e serviços informacionais.</p>	<p>Criar espaços criativos dentro da corporação; Desenvolver competências e habilidades voltadas ao negócio da organização; Criar mecanismos de captação de conhecimento, gerado por diferentes pessoas da organização;</p>
---	---

Fonte: Adaptado a partir de Valentim (2004).

Assim, conforme exposto no quadro 2, os modelos de Gestão da informação e Gestão do conhecimento buscam valorizar os seus patrimônios intelectuais de modo que a estratégia organizacional otimize os seus resultados e proporcione a geração de valor agregado as suas atividades.

2.2.4 Gestão do conhecimento para tomada de decisão em organizações de turismo

A Gestão do Conhecimento é um conceito que está subjacente a uma forma totalmente nova de aproveitar os recursos internos da organização. Trata-se de um assunto que, embora de surgimento e desenvolvimento recentes, ocupa o interesse de organizações, profissionais, estudantes e comunidades em todo o mundo (NETO, 2011).

De acordo com Silva (2016), é evidente que todos os membros de uma organização têm acesso a uma quantidade de informações e, como consequência disso, pode-se afirmar que muito pouco de todas essas informações é realmente útil para o seu trabalho. A Gestão do Conhecimento é uma temática que pode ser definida como uma interação entre o processo, as pessoas e as organizações.

Da mesma forma Gonzalez e Martins (2017), apontam que a Gestão do Conhecimento é um conjunto de processos e sistemas que permitem que o capital intelectual de uma organização aumente significativamente, gerenciando suas capacidades de resolução de problemas de forma efetiva com o objetivo de gerar vantagens competitivas sustentáveis ao longo do tempo.

Atualmente, as organizações encontram-se imersas num processo imparável rumo ao que se convencionou chamar de “Era do Conhecimento” ou “Sociedade do

Conhecimento”, onde a tecnologia continua a ser uma alavanca fundamental; é o conhecimento e a gestão desse conhecimento que permitirá que as pessoas e as empresas se adaptem melhor e mais rapidamente às mudanças (LACERDA, 2020).

Dessa forma, a Gestão do Conhecimento se apresenta nas organizações modernas como uma instância de gestão que visa extrair valor de uma competência que sempre esteve presente e não foi considerada como tal até hoje: o conhecimento.

Para Gonzalez e Martins (2017), a chave está em compartilhar experiências e reaproveitar as mesmas que a organização já possui; a tecnologia é apenas um veículo que permite otimizar processos colaborativos e compartilhar ativos de conhecimento, que é o verdadeiro diferencial e valor competitivo de uma organização. O conhecimento é uma faculdade que reside nas pessoas e não nos equipamentos tecnológicos; portanto, o papel da tecnologia deve ser de suporte.

Em virtude do exposto, é importante mencionar que o portfólio de competências de uma empresa de turismo é constituído pelas origens das vantagens competitivas e uma competência que, para ser essencial, deve atender a três condições: a primeira é contribuir para a geração de valor agregado nos produtos atendidos pelas empresas e adquiridos ou contratados pelos clientes; a segunda, conseguir uma harmonização única de tecnologias e competências, que daria origem a uma difícil imitabilidade, adquirindo o carácter de exclusividade; e, finalmente, o terceiro, para permitir o acesso a novos mercados, favorecendo a expansão e diversificação (GONZALEZ; MARTINS, 2017).

A Gestão do Conhecimento, além de oferecer vantagens competitivas, implica muito mais, não é apenas acesso à informação, é transformá-la em conhecimento. Diante disso, compreende-se que a Gestão do Conhecimento deve ter um papel fundamental em organizações ligadas ao setor turístico, pois esses tipos de organizações lidam com uma quantidade significativa de informações e, portanto, devem converter o conhecimento em valor efetivo como principal fonte de geração de novos conhecimentos (SILVA, 2016).

Compreende-se, portanto, que, as organizações que tirem partido das capacidades intelectuais dos seus colaboradores, que desenvolvam a sua

capacidade de aprendizagem, que promovam a inovação constante e que desenvolvam os sistemas e tecnologia necessários para tal, poderão enfrentar novos desafios.

Em termos globais, a Gestão do Conhecimento pode ser definida como a gestão de recursos intangíveis que geram valor para a organização. A maioria desses intangíveis tem a ver com processos relacionados de uma forma ou de outra à coleta, estruturação e transmissão do conhecimento, portanto a Gestão do Conhecimento tem como principal ferramenta a aprendizagem organizacional, é um conceito dinâmico devido ao fato de que todo conhecimento é o resultado da ação humana sobre certas informações (SILVA, 2016).

Em geral, o que se destaca nos sistemas de Gestão do Conhecimento é que eles permitem que as organizações não apenas sejam flexíveis e respondam mais rapidamente às mudanças nas circunstâncias do mercado, mas também sejam mais inovadoras e melhorem a tomada de decisões e a produtividade.

Durante o ciclo de vida das organizações empresariais, os gestores tomam decisões que geralmente são analisadas, avaliadas e selecionadas em ambientes de informações incompletas. Isso ocorre devido a fatores como: as limitações na capacidade dos stakeholders em gerenciar o conhecimento interno e externo e a pressão exercida pela gestão operacional, especialmente aquela relacionada à alocação de recursos e ao cumprimento de metas de curto prazo. É por isso que os gestores geralmente visam reduzir as assimetrias de informação para reduzir a seleção adversa e aumentar sua capacidade competitiva na busca de alcançar objetivos organizacionais de longo prazo, optando pelas alternativas mais plausíveis (MENEZES; BRAMBILLA; SOARES, 2020).

Atualmente, as tendências da gestão estratégica ponderam a gestão da informação e do conhecimento como suportes fundamentais para o processo de tomada de decisão estratégica e a própria formulação da estratégia. A Gestão do Conhecimento, quando incorporada ao processo decisório, permite resolver as contradições entre a necessidade e a disponibilidade de informação e conhecimento nas empresas. Quando se concorre com organizações que possuem recursos e capacidades semelhantes, níveis de qualidade, capacidade de gerenciamento e

planejamento, a diferença pode estar em como gerenciar o conhecimento de forma eficiente para influenciar positivamente a eficácia das decisões (ROSSETTI *et al.*, 2008).

Lacerda (2020), aponta que as organizações de turismo são muitas vezes mutantes, pois precisam se adaptar ao meio ambiente. Compreensão por ambiente "computação de elementos, circunstâncias internas e externas que influenciam decisivamente as decisões e comportamentos empresariais" (LACERDA, 2020, p. 35). Entre os fatores que o autor destaca como modeladores de empresas de turismo estão:

- **Fatores Econômicos**

Esses fatores manipulam e criam uma dependência da empresa de turismo, tais como: O nível de desenvolvimento econômico do país onde a empresa atua, a distribuição da riqueza, o nível de salários e renda e políticas fiscais (LACERDA, 2020).

- **Fatores Políticos**

Afetam a empresa sejam políticas nacionais, regionais ou locais; entre eles estão: estabilidade política que afeta a demanda, ideologia política e tendências de não apoio à iniciativa privada, política de imigração e emigração que facilita ou não a entrada e saída de turistas, relações internacionais e seu impacto na demanda e oferta turística, política de desenvolvimento regional e política de emprego, que repercute na empresa ao nível da legislação laboral (LACERDA, 2020).

- **Fatores Tecnológicos**

O grau em que o progresso tecnológico afeta o negócio do turismo ocorre através: da novidade e complexidade dos serviços prestados, inovações tecnológicas, procedimentos, equipamentos e materiais, bem como, mudanças nos mercados turísticos, consequência de mudanças tecnológicas (LACERDA, 2020).

- **Fatores Sociais**

Como a empresa é uma unidade de riqueza e uma unidade social, também sofre incidências de mudanças sociais e os problemas do meio social. Entre os principais fatores sociais estão: as tradições dos turistas em relação às tradições do país receptor, o nível de cultura do turista, o sistema educacional do país e o hábito de gastar (LACERDA, 2020).

Da mesma forma, Flores; Cavalcante; Raye (2012), concordando com o autor anterior em relação ao ambiente que afeta as empresas, desenvolvem uma série de conceitos retirados da teoria geral dos sistemas, a fim de compreender os ambientes organizacionais.

Flores; Cavalcante; Raye (2012), argumentam que as empresas em geral não são autossuficientes ou autossuficientes, pelo contrário, trocam recursos com o ambiente externo. Eles consideram o ambiente externo como todos os elementos externos à organização que são relevantes para sua operação, incluindo elementos de ação direta e elementos de ação indireta. Elementos de Ação Direta: também chamados de grupos de interesse, esses grupos de interesse podem ser externos ou internos. Elementos de Ação Indireta: Aqui são consideradas as variáveis, sociais, econômicas, políticas e tecnológicas.

Nesse contexto, devido à transversalidade e complexidade do turismo, as organizações que compõem os destinos turísticos tendem a competir por diferentes objetivos e razões e ao mesmo tempo coexistir como parte do ecossistema de negócios de um cluster turístico, onde é necessário estabelecer sinergias multifatoriais entre a administração pública e o setor para gerar alinhamentos que ajudem a aumentar a atratividade do destino, melhorar a capacidade de criação de valor e gerar respostas aos clientes para sustentar ou ampliar a participação de mercado (FLORES; CAVALCANTE; RAYE, 2012).

Contudo pode-se compreender o quão complexa é a gestão do turismo, especialmente a nível municipal, pois deve ser trabalhada conjuntamente com Estado e União no intuito de desenvolver uma atividade coesa, eficaz e sustentável, pautada nas abordagens da gestão do conhecimento.

Para Tavolara (2006), as ligações entre conhecimento, informação e tomada de decisão em turismo têm sido abordadas sobretudo ao nível dos destinos

turísticos. Assim, são analisadas dimensões como o turista, o meio ambiente, o desenvolvimento local, os gestores, os sistemas de informação e apoio à decisão e a competitividade. No entanto, percebem-se deficiências no estudo desses vínculos no campo das organizações que interagem dentro de um mesmo destino. Essas limitações são frequentes em pesquisas relacionadas ao turismo. Da mesma forma, inconsistências podem ser observadas no desenvolvimento teórico de conceitos como o de empresa turística, pois é sustentado na perspectiva da demanda e não da oferta, conforme estabelecido pela abordagem da Teoria Econômica.

De acordo com Sanches; Sauer; Binotto (2019), na academia a atenção tem sido redobrada sobre essas questões no campo do turismo, mas sua análise teórica é insuficiente. O supracitado é evidenciado na escassa produção científica de artigos acadêmicos que contribuem para explicar a tomada de decisão e a gestão do conhecimento em organizações relacionadas ao setor de turismo, onde se evidenciam abordagens empíricas insuficientes, falta de modelos e poucas visões sistêmicas.

A tomada de decisão e a gestão do conhecimento, por sua estreita relação no nível socioantropológico como formas complexas de sobrevivência e adaptação, têm raízes evolutivas comuns. Nesse sentido, é possível citar os sistemas de assessoria adotados pelos líderes tribais para tomar decisões sobre assuntos comerciais, sociais ou de conflagração e fenômenos relacionados ao desenvolvimento da comunicação humana, como pictogramas, que consistem em sinais que, permitem desenvolver a representação de algo por meio de uma figura ou de um símbolo, bem como, de linguagem de sinais, que foram registrados entre os primeiros conhecimentos métodos de transferência utilizados pela humanidade (GONTIJO; MAIA, 2004).

Mais tarde, no contexto da organização empresarial moderna, surgiram formas documentadas de transferir e usar o conhecimento para a tomada de decisões, refletidas em métodos e manuais científicos de gestão o estudo do conhecimento tácito e a análise da transferência e transformação do conhecimento por meio de processos de internalização e externalização (SANCHES; SAUER; BINOTTO, 2019).

Desta forma, as relações ambiente-empresa ganharam complexidade, o que fez com que os métodos analíticos utilizados para explorar o ambiente e as suas diversas características passassem por uma metamorfose de abordagens fundamentalmente positivistas, funcionais e mecanicistas para outras multi e transdisciplinares, onde alcançam uma ótima adaptação às mudanças para alcançar e sustentar vantagens competitivas usando flexibilidade no uso de tecnologias abertas e gestão do conhecimento. Esse quadro evolutivo fez com que a Gestão do Conhecimento e a Tomada de Decisão se estabelecessem e se consolidassem como campos de interesse disciplinar no meio acadêmico (GONTI; MAIA, 2004).

2.3 Tecnologias digitais e o turismo

2.3.1 A relação entre turismo e as tecnologias digitais de informação e comunicação

O setor do turismo está em constante mudança e as tecnologias de informação e comunicação representam um papel muito importante para o mercado. Mendonça (2002), já estabeleceu a ligação entre turismo e tecnologias ao afirmar que ao contrário do que pareça, o Turismo e as TIC's podem ser consideradas duas faces de uma mesma moeda. Pois ao realizar um recorte histórico do turismo, facilmente percebe-se que ele é intrinsecamente ligado a revolução tecnológica.

A tecnologia revela novas perspectivas para o sistema turístico. Podemos constatar as suas vantagens em diversos relatos de experiências pelo mundo. O crescente uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação - TDIC's pressiona todo o setor por maior eficiência nas cadeias de suprimentos, comunicações de marketing e operações comerciais e gestão pública. De fato, essas pressões exigem que as organizações em toda a cadeia de valor do turismo melhorem a eficiência e criem vantagem competitiva por meio da inovação.

Segundo Mazaro e Panosso Netto (2012):

A inovação tem sido tema de diferentes estudos e, nesse momento, é beneficiada pela intensa publicação de ensaios e pesquisas sobre seus fundamentos, processos e implicações. Notadamente o enfoque predominante nos estudos sobre inovação é o organizacional ou de negócios, que se entende, ser a unidade última de efetivação da inovação, ou seja, quando a ideia se concretiza em um produto ou serviço. (MAZARO e PANOSSO NETTO, 2012, p. 374).

Destarte, o papel da tecnologia no turismo é evidente pelo fato de que a própria tecnologia é um atrativo para as pessoas e pode contribuir para a imagem geral do destino. Pode oferecer novas formas de interação com as pessoas e com o meio ambiente. A tecnologia também pode oferecer novas oportunidades para planejamento e execução de viagens, além de fornecer informações. O turismo pode ser descrito como uma indústria complexa, dinâmica e em rápido desenvolvimento.

2.3.2 Impactos dos novos sistemas informacionais e das tecnologias

A princípio é preciso considerar como o uso das tecnologias de informações afeta os agentes da cadeia turística. Atualmente é possível considerar que a relação com a tecnologia é extremamente essencial para o sucesso de uma organização, no entanto o uso das TDIC's implica diretamente sobre o cotidiano das organizações e os seus indivíduos.

Petrini apud Laudon & Laudon (2002), defini o Sistema de Informações como: “um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam (ou recuperam), processam, armazenam e distribuem informações para o suporte, a tomada de decisão, coordenação e controle de um processo”. Logo, as organizações observando que estão constituídas em um cenário altamente dinâmico devem adequar-se às mudanças pertinentes aos Sistemas de Informações promovendo inovações tecnológicas mantendo assim em seus consumidores a plena satisfação tornando-se um forte diferencial competitivo no seu setor.

Com a expansão da internet, as tecnologias digitais de informação e comunicação passaram a atuar como o papel essencial para a administração, servindo como base para novos modelos empresariais e novas formas de compartilhar informações, contribuindo para conhecer melhor o ambiente competitivo em que a organização está.

Nesse contexto, Buhalis (2004), discorre que as TICs suportam diversas funções de negócios e são essenciais para operar o segmento como um todo, e apresenta as principais funções habilitadas pelas TIC's, conforme o quadro 3:

Quadro 3 – Principais funções estratégicas e operacionais do turismo habilitadas pelas TICs

FUNÇÕES ESTRATÉGICAS	FUNÇÕES OPERACIONAIS
<p>Melhorar a eficiência e eficácia organizacional;</p> <p>Melhorar a qualidade dos serviços;</p> <p>Realizar pesquisas estratégicas para novos mercados e produtos;</p> <p>Acompanhar a competitividade;</p> <p>Penetrar mercados novos e existentes e expandir o mercado;</p> <p>Diversificar para novos produtos e serviços ou novos mercados;</p> <p>Formular novas combinações de produtos turísticos;</p> <p>Diferenciar e personalizar produtos e agregar valor em tudo;</p> <p>Reduzir custos e obter vantagem competitiva de custo;</p> <p>Alcançar vantagem competitiva de tempo maximizando eficiência para os consumidores e criação de valor para o tempo;</p> <p>Reengenharia de processos de negócios e racionalização de operações;</p> <p>Reinventar constantemente novas e inovadoras práticas de negócios;</p> <p>Superar a concorrência a longo prazo;</p> <p>Desenvolver parcerias e explorar corporações virtuais.</p>	<p>Distribuição de informação e processo de reserva;</p> <p>Gestão e marketing do turismo internacional;</p> <p>Facilitação da interação produtor/consumidor;</p> <p>Produção e entrega de produtos turísticos;</p> <p>Organização, gestão, controle de empreendimentos turísticos;</p> <p>Front office: reservas, check-in, cobrança, comunicação;</p> <p>Back office: contabilidade, folha de pagamento, compras, administração;</p> <p>Entretenimento e serviço ao cliente;</p> <p>Comunicação com consumidores e parceiros;</p> <p>Gerenciamento de rendimento dinâmico e ajuste de preço e capacidade;</p> <p>Monitorar o desempenho e construir mecanismos de feedback;</p> <p>Controle e administração.</p>

Fonte: Adaptado a partir de Valentim (2004).

2.3.3 Tecnologia móvel para a governança turística

Perante o contexto analisado, o estudo de Martins (2019), salienta a importância do uso da tecnologia pelo segmento turístico, discutindo sobre o surgimento de novos canais de informação e comunicação, e o alto crescimento de uso de tecnologias móveis, como os smartphones.

Com o avanço da tecnologia, os celulares passaram a ser telefones inteligentes, (*smartphones*), oferecendo recursos muito úteis reunidos em um único aparelho, além de disponibilizar funcionalidades por meio de inúmeros aplicativos que facilitam a rapidez no acesso à informação e à resolução de situações profissionais e pessoais (MARTINS, 2019, p 57).

A revolução tecnológica proporciona muitas mudanças na gestão do turismo, principalmente no planejamento, comercialização, promoção e coordenação das atividades da oferta do serviço, para assim, acompanhar a exigente demanda e ter vantagem competitiva no mercado. (MARTINS, 2019, p 58).

O uso da tecnologia, além de ser um instrumento de apoio para o turismo, está inserido na sua forma de trabalho, resultando em novas possibilidades de vantagem competitiva em uma função importante no desenvolvimento do turismo (MARTINS, 2019, p 59).

Nesse contexto, fica evidenciado a importância das TDIC's na gestão do turismo, especialmente nos setores públicos, tendo em vista que as governanças dispõem de muitas informações, muitas vezes, concentradas em um ou dois atores principais. Assim, a intenção das TDIC's é distribuir de forma assertiva e acessível o maior quantitativo de informações.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Conforme o pensamento de Gil (2002), a pesquisa é compreendida como um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.

Paralelamente, Ciribelli, (2003), contribui com o estudo ao definir que o método científico é, “um conjunto de etapas e instrumentos pelo qual o pesquisador científico, direciona seu projeto de trabalho com critérios de caráter científico para alcançar dados que suportam ou não sua teoria inicial”.

A partir da problemática da pesquisa, tentou-se identificar uma metodologia que fosse capaz de compreender a complexidade da gestão de destinos turísticos, tal como a gestão do conhecimento. Destarte, o método adotado foi o método sistêmico, sob o viés da heurística sistêmica crítica de Ulrich, o pensamento complexo de Edgar Morin, e a visão sistêmica de Beni.

Segundo Kasper, a Heurística Sistêmica Crítica de Ulrich caracteriza-se por ser:

Uma nova filosofia tanto para o pensamento sistêmico como para a filosofia prática, uma abordagem que almeja ajudar o cientista aplicado quanto a esta tarefa. Não busca provar porquê e como a razão prática é possível (...) mas, ao invés disso concentra-se em prover os planejadores bem como os cidadãos afetados com um suporte heurístico necessário para praticar a razão prática, isto é, estar aberto e refletir sobre a definição de problemas ou avaliação de programas sociais (KASPER, 2000, p. 174).

Partindo da compreensão do termo complexidade de Morin:

Existe complexidade, de fato, quando os componentes que constituem um todo (como o econômico, o político, o sociológico, o psicológico, o afetivo, o mitológico) são inseparáveis e existe um tecido interdependente, interativo e inter-retroativo entre as partes e o todo, o todo e as partes (MORIN, 2003, p. 14).

Já a conceituação adotada por Beni e Moesch (2016, p. 18) define um sistema como: “conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios logicamente ordenados e coesos, com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo, de modo a produzir um modelo”.

Nesse contexto, o desenvolvimento desta pesquisa, de natureza aplicada e caráter qualitativo, será a partir de um olhar transversal, identificando o todo a partir das mais variadas particularidades.

4.1 Etapas metodológicas

Com a finalidade de atender aos objetivos específicos da pesquisa, e produzi-la conforme processos técnicos e metodológicos, foram empregados procedimentos teóricos quanto práticos em diferentes etapas da pesquisa e desenvolvimento do produto tecnológico, conforme a descrição das etapas (Figura 1.1):

Figura 1.1 – Etapas metodológicas



Fonte: Própria autoria

4.1.1 Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Documental e Revisão Sistemática da Literatura

A consulta a documentos e dados bibliográficos foi realizada através de bases físicas e virtuais por meio de consultas em livros, dissertações e artigos científicos, a partir de bibliotecas, periódicos virtuais e sites acadêmicos, tais como: Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível superior da CAPES, *Scopus*

da Elsevier, Scientific Eletronic Library Online (SciELO), Directory of Open Access Journals (DOAJ) e Web of Science (WoS), Google Scholar, Biblioteca Virtual Pearson, além, dos bancos de dados oficiais de entidades governamentais nacionais e internacionais, tal como, os sites do Ministério do Turismo, Ministério da Inovação e Tecnologia, Instituto Brasileiro do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo.

Nessa etapa, foram identificadas considerações relacionadas aos conceitos de Planejamento e Gestão do Turismo; Tecnologias da Informação e Comunicação; Gestão da Informação; Gestão do Conhecimento; Gestão do Conhecimento aplicada a Gestão Municipal; Metodologias de desenvolvimento de software; Apropriação das TIC's pelo Turismo.

As etapas supracitadas, serão de suma importância para a escrita do referencial teórico, pois permitirá a consolidação do grande volume de informações, contribuindo como sustentação para o desenvolvimento das tecnologias no campo do turismo (metodologia de Gestão do Conhecimento aplicado ao Turismo), tal como, no computacional (software para implementação das informações).

4.1.1.2 Levantamento dos princípios norteadores da Gestão do Conhecimento que proporcionem suporte à gestão pública do setor turístico

Sob a ótica do pensamento sistêmico, e do levantamento das variáveis pertinentes ao desenvolvimento da gestão do conhecimento, trabalhado pelos autores, Nonaka e Takeuchi (2008), foram definidas as variáveis que influenciam o processo de tomada de decisão na gestão municipal do turismo.

Nesse contexto, adotou-se ainda como referência a metodologia do espiral do conhecimento, que sugere que o processo de criação do conhecimento nas organizações ocorra a partir da interação do conhecimento tácito e explícito. Este macroprocesso é desdobrado em quatro modos de criação: a socialização, a aprendizagem, a internalização, tal como exposto na figura 2.

Figura 2 – Espiral do Conhecimento/Etapas



Fonte: Autoria Própria, adaptado de Nonaka e Takeuchi.

Estruturando o aporte conceitual, será possível debater a gestão do conhecimento dentro de um cenário abrangente e unificado com base nos processos dinâmicos, ferramentas e técnicas, conduzidas pelos atores envolvidos no processo de gestão.

A partir das teorias estudadas, a implantação de um modelo para a gestão do conhecimento em uma organização municipal de Turismo deve contemplar os seguintes estágios:

- (i)** Mapeamento dos processos de criação do conhecimento;
- (ii)** Diagnóstico da gestão do conhecimento;
- (iii)** Definição de métodos e ferramentas em gestão do conhecimento;
- (iv)** Elaboração do plano de ações;
- (v)** Execução do plano de ações;
- (vi)** Avaliação do software de gestão do conhecimento.

No cenário organizacional, a etapa de levantamento de variáveis ocorreria em um processo dinâmico e flexível, que contemplassem atualizações habituais, e que proporcionassem um processo de melhoria contínua do software.

Para o desenvolvimento desta etapa foi realizada a adaptação de um questionário semiaberto (APENDICE 1), que seria aplicado nas instituições públicas de turismo sem a interferência do pesquisador, por meio de uma ferramenta digital. O instrumento contempla as questões norteadora necessárias para construir os estágios supracitados.

Nesse contexto, as questões foram divididas conforme a seguinte estrutura:

(i) Bloco 1: Avaliação das Práticas em Gestão do Conhecimento

(ii) Bloco 2: Recursos de Tecnologia da Informação Utilizados

A população estudada nesta pesquisa seria composta por uma amostra não probabilística do tipo intencional, pois considera fundamentalmente a opinião da população que detêm função/cargo capaz de influenciar ou determinar a tomada de decisão na gestão pública dos destinos de Aracaju e Canindé do São Francisco. Os municípios foram escolhidos por se apresentarem como os principais destinos indutores de Sergipe.

Seriam analisados os dados coletados nos questionários e através da categorização das respostas seriam observados a percepção dos servidores a cada questão. A análise de cunho qualitativo buscará o cruzamento de informações para que se possa identificar os temas mais notáveis e recorrentes, e permitirá o diagnóstico do cenário atual e fornecerá subsídios para elaboração da metodologia para a gestão do conhecimento que possa ser materializada em uma interface de software.

No entanto, a etapa supracitada foi inviabilizada em virtude do cenário incerto vivido no período de pandemia, pois as instituições passaram a exercer o regime de trabalho home-office, adequando de forma emergencial todo o processo de trabalho e de gestão.

4.1.2 Prospecção tecnológica

A prospecção tecnológica realizada com abordagem sistêmica que permite analisar o ambiente macro considerando todos os aspectos de dependência e influência, assim como definido por Beni e Moesch (2017), que adota o sistema como: “conjunto de procedimentos, doutrinas, ideias ou princípios logicamente ordenados e coesos, com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo”.

A busca foi realizada nos bancos de patentes: Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), United States Patent and Trademark Office (USPTO), Espacenet - base de dados do Escritório Europeu de Patentes (EPO). O processo de busca ocorreu entre os meses de janeiro a agosto de 2021. Foram utilizadas como chave de busca os termos “Turismo” em português e “Tourism” em inglês. A fim de complementar a investigação e capturar a literatura não convencional (literatura cinzenta), os termos também foram buscados na loja online de aplicativos Play Store (disponível para sistema operacional Android).

A princípio, foram contabilizados todos os registros que tratavam da temática de modo geral. Após análise dos títulos e resumos foi realizado o refinamento para a análise integral dos registros pertinentes ao tema pesquisado. A extração dos dados considerou informações de ano de depósito, país de depósito e a Classificação Internacional de Patentes (CIP).

4.1.3 Desenvolvimento do software

Para a proposta aqui apresentada, foi adotado o paradigma clássico da engenharia de software, por utilizar conceitos que preveem as atividades de verificação, validação e de controle de qualidade.

Segundo Parreira Júnior (2002), este paradigma abrange atividades de:

(i) Engenharia de Software: quanto mais dados forem coletados em nível de sistema, menor será a probabilidade de haver "bugs" no sistema (PARREIRA JÚNIOR, 2002);

(ii) Análise e Especificação de Requisitos de software: saber o que o cliente quer que o software tenha (PARREIRA JÚNIOR, 2002);

(iii) Projeto: traduz quanto à qualidade antes de iniciar a codificação (PARREIRA JÚNIOR, 2002);

(iv) Codificação: o projeto deve ser transformado em programa, isto é, traduzido em uma linguagem computacional (PARREIRA JÚNIOR, 2002);

(v) Testes e Integração do sistema: devem-se testar todos os programas a procura de erros e a integração consiste das junções das várias unidades e programas desenvolvidos (PARREIRA JÚNIOR, 2002);

(vi) Manutenção e Operação: o sistema é instalado e colocado em uso. A manutenção ocorre basicamente com a correção de erros não detectados, com a adaptação da aplicação às mudanças do ambiente e na adição de novas características e qualidades do software (PARREIRA JÚNIOR, 2002).

As etapas para implantação do software produzirão instrumentos para a instituição, a qual se privilegiará com a produção do conhecimento. Afinal, todas as fases do processo de gestão do conhecimento estarão bem mapeadas e modeladas, de modo a facilitar a criação e disseminação de conhecimento.

4.1.3.1 Validação e Gestão do Software

A concepção do sistema prioriza as possibilidades de aplicação com abrangência local, o que possibilita a padronização do instrumento de pesquisa e facilita a sistematização das informações. Então, no intuito de atender às necessidades de cada agente envolvido, o software será alimentado com características de entradas de dados, cruzamento de informações, formas de consulta, atualização, geração de relatórios e estatísticas, de acordo com as exigências de cada usuário. Ou seja, os gestores de acordo com a hierarquia ocupada na instituição, terão uma visão macro da demanda e oferta turística local, da dimensão e natureza dos seus elementos, podendo assim gerenciar as informações, compará-las com concorrentes e conseqüentemente seguir as tendências e aprimorar ou inovar nessa gestão.

Na gestão do software é de extrema importância que os administradores vislumbrem que precisam além dos elementos já mencionados, de uma equipe de colaboradores motivados e capacitados para utilizar a ferramenta tecnológica, inserindo dados no sistema, retirando informações concisas do software, transformando-as em conhecimentos específicos, no tempo ideal para subsidiarem a tomada de decisões e atingirem os objetivos planejados.

Nesse sentido, a gestão do sistema deverá ser estabelecida por uma equipe multidisciplinar envolvendo os gestores municipais da atividade turística, além de pesquisadores. Estes últimos podem ser provenientes de parceria com o Instituto Federal de Sergipe, especificamente com o Curso de Gestão de Turismo, proporcionando aos estudantes desse curso a experiência de realização da coleta, tratamento e a inserção dos dados no sistema, sempre com a supervisão e orientação de professores e equipe técnica.

No processo de manutenção dos dados do sistema deve haver ainda uma etapa de homologação das informações, a qual deve acontecer por meio dos gestores locais do turismo, bem como pelas entidades de classe que fomentam a atividade.

Para o desenvolvimento desta etapa, o município que apresentar a maior aceitação em desenvolver a metodologia de gestão do conhecimento será adotado como piloto para os testes de usabilidade. Para esta análise será utilizado um questionário (APENDICE 2) baseado nas boas práticas de Interação Humano-Computador (IHC), buscando analisar se a interação dos usuários utilizou ao máximo o apoio computacional oferecido pelo SGC.

A validação permitirá a evolução do trabalho, e consolidará assim a proposta para que o software possa ser registrado na base do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

4.1.4 Desenvolvimento da marca

A construção de uma marca exige uma forte integração de todas as etapas do projeto detentor dessa marca, pois é a partir da marca que as organizações passam a formatar o seu negócio perante seus clientes e sociedade. Além disso, diante o

alto índice de oferta de bens de consumo no mercado, só é possível distinguir as organizações por meio de suas marcas. Perez (2004), discorre que: “A marca representa a possibilidade de os produtos, mesmo que fugazmente serem apreciados, reconhecidos e ocuparem na memória do consumidor um lugar um pouco mais seguro”.

Nesse contexto, foi definido a construção de um Sistema de Identidade Visual (SIV), capaz de comunicar de forma clara e rápida o nome da marca. Um SIV é composto por elementos primários, como logo, cores, tipografia, e elementos secundários como as aplicações da identidade visual.

Segundo Peón (2001), define o SIV como:

Sistema de normalização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de apresentação de um dado objeto, através de seu aspecto visual. Este objeto pode ser uma empresa, um grupo ou uma instituição, bem como uma ideia, um produto ou um serviço. (Peón, 2001, p. 15)

Salienta-se ainda, que a implantação do Sistema de Identidade Visual permitirá a construção de uma comunicação clara e sólida para o público, tal como permitirá o registro que confere direito de uso exclusivo pelo seu inventor.

5 PROSPECÇÃO TECNOLÓGICA

As pesquisas nas bases de dados por meio das palavras-chave resultaram em 43 patentes encontradas. Em seguida, foram analisados os títulos e resumos das patentes. A tabela 1 apresenta as palavras-chave utilizadas nas buscas de patentes, registros de software e os respectivos números de documentos encontrados. O termo em português foi utilizado na busca na base de dados do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

Tabela 1 - Número de registros encontrados segundo as palavras-chave por base de dados

Palavras-chave	Bases de Pesquisa		
	INPI	USPTO	ESPACENET
“Turismo”	19	-	-
“Mobile Tourism”	-	0	0
“App Mobile Tourism”	-	0	15
“Application Mobile Tourism”	-	8	0

Fonte: Autoria Própria (2021)

Através da busca pelo termo “Turismo” nos registros de “Programas de Computador” na base do INPI, obteve-se 19 resultados. Entre os 19 registros apenas um dos mais recentes possui uma tecnologia para telefonia móvel. Este faz uso de tecnologias de realidade aumentada em um destino turístico já consolidado no mercado brasileiro.

Dentre as patentes observadas podemos destacar que grande parte das patentes retornadas da busca da palavra-chave (Turismo) apresentam sistemas que visam atender propósitos administrativos, comerciais, financeiros e de gerenciamento. Porém, ressalta-se que a partir de 2019 as patentes depositadas buscam a implementação de tecnologias que refletem a crescente busca de informações, principalmente, concebidas por aplicações computacionais sensíveis ao contexto e ao usuário.

Em virtude da insipiência de registros para a telefonia móvel ponderou-se para análise todos os depósitos relacionados a sistemas computacionais relacionados a área do turismo, conforme apresentados no Quadro 4.

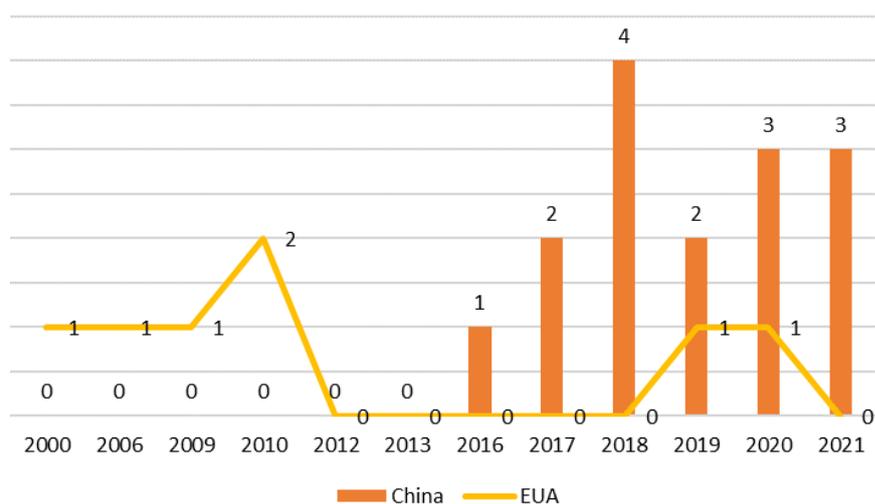
Quadro 4 - Registros de Programas de Computador na base de dados do INPI.

Depósito	Título
16/08/2021	Assistente Digital de Acessibilidade e Deslocamento Inteligente para o setor de turismo (IDA)
23/02/2021	Realidade Aumentada como Ferramenta de Especialização do Turismo em Campina Grande
08/12/2020	Sistema de Ordenamento do Turismo
10/08/2020	AITour - Agente Inteligente aplicado a problemas envolvendo rotas de Turismo
08/06/2020	TATU - Tecnologia Assistiva aplicada ao Turismo
18/05/2020	Turismo, Férias e Compras - Guia Comercial
23/08/2019	SPOTUR - Sistema de Planejamento Operacional do Turismo
30/07/2014	UBITOUR: Guia Eletrônico de Turismo Para Dispositivos Móveis
28/11/2013	GSN TURISMO
08/10/2013	Nuvolla Sistemas de Turismo
05/03/2013	Sistema de Gestão de Viagens BB Turismo - SGV
20/04/2011	SITH - Sistema Informatizado de Turismo Nos Hotéis
22/12/2009	Módulo De Turismo Do CPQD GEO Inteligência - V.2.3
09/10/2008	Módulo de Turismo Do SIGSEC - CPQD SIGSEC - Módulo Turismo - V.1.0
27/06/2002	Turismo
29/10/1999	Sistema Guia Turismo Urbano Terrestre E Aéreo
23/03/1999	Turismo Virtual
11/03/1998	Voyage - Sistema De Turismo

Fonte: Autoria Própria (2021)

Nas bases de dados do *European Patent Office* (EPO – ESPACENET) e *United States Patent and Trademark Office* (USPTO) foram encontradas patentes publicadas entre os anos de 2000 a 2021, exclusivamente depositadas nos Estados Unidos e na China (Figura 3).

Figura 3 - Distribuição geográfica segundo ano de publicação.



Fonte: Autoria Própria (2021)

As patentes encontradas pertencem principalmente as categorias (G06F) - informática; calculando; contagem; (H04W) – redes de comunicação sem fio; (G06T) - processamento ou geração de dados de imagem, em geral (Tabela 2).

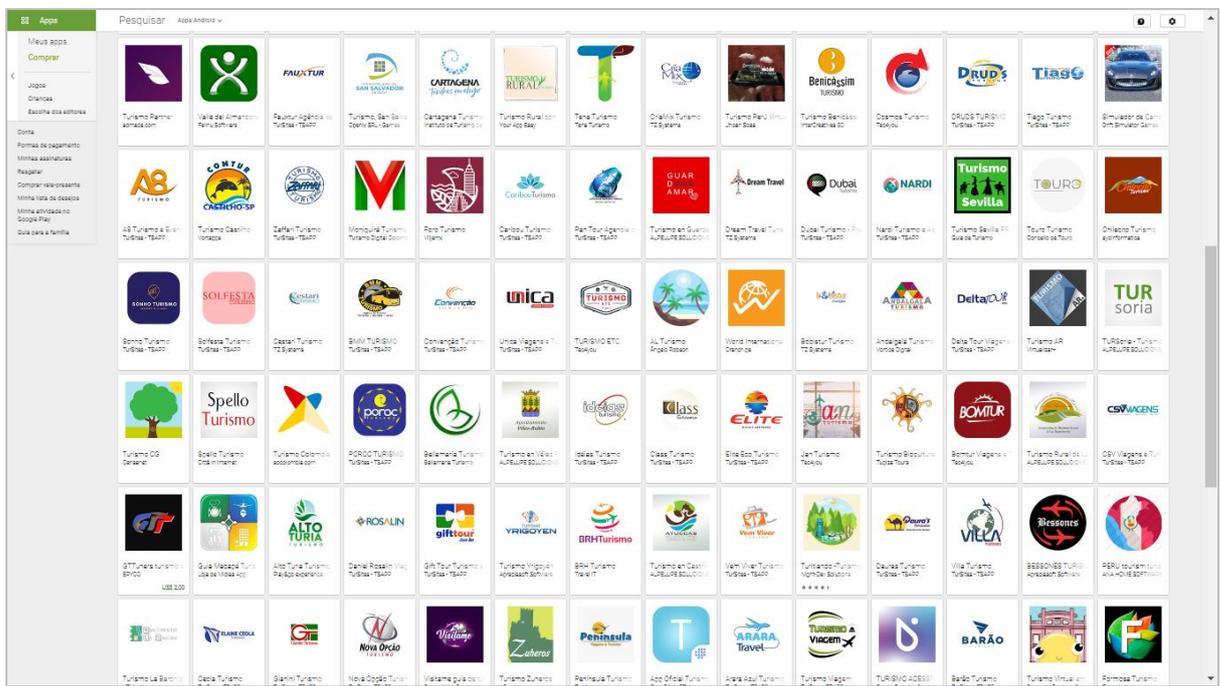
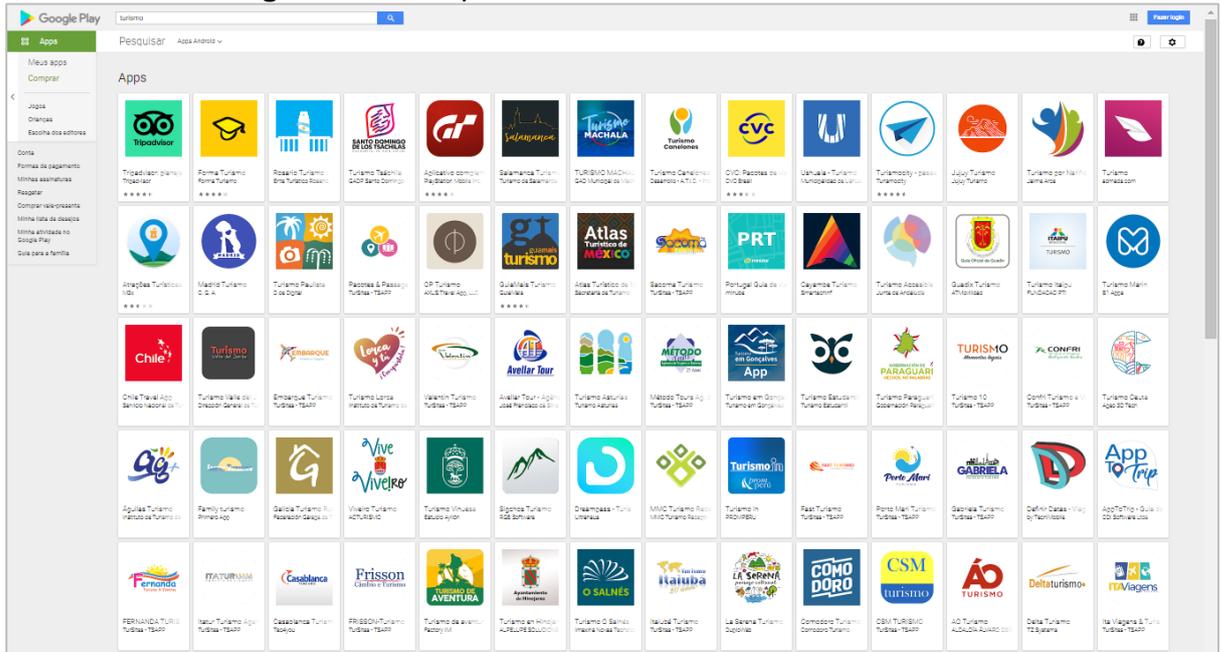
Tabela 2 - Distribuição das patentes segundo Classificação Internacional de Patentes (CIP)

Classificação Internacional de Patentes (CIP)	
Subseção (CIP)	Nº de patentes
G06F – Informática; calculando contagem	7
G06T – processamento ou geração de dados de imagem em geral	3
H04W – redes de comunicação sem fio	5
G06Q – sistemas ou métodos de processamento de dados, especialmente adaptados para fins administrativos, comerciais, financeiros, gerenciais, de supervisão ou de previsão	13
G08G – sistemas de controle de tráfego	1

Fonte: Autoria Própria (2021)

Em consequência da baixa de registros de aplicativos móveis nos bancos de patentes analisados e a fim de identificar tais produções foi realizada consulta à literatura cinza disponível. Com base em tal premissa foram realizadas buscas na loja de aplicativos *Play Store* onde foram encontrados 500 aplicativos relacionados ao termo “turismo” (Figuras 4 e 5).

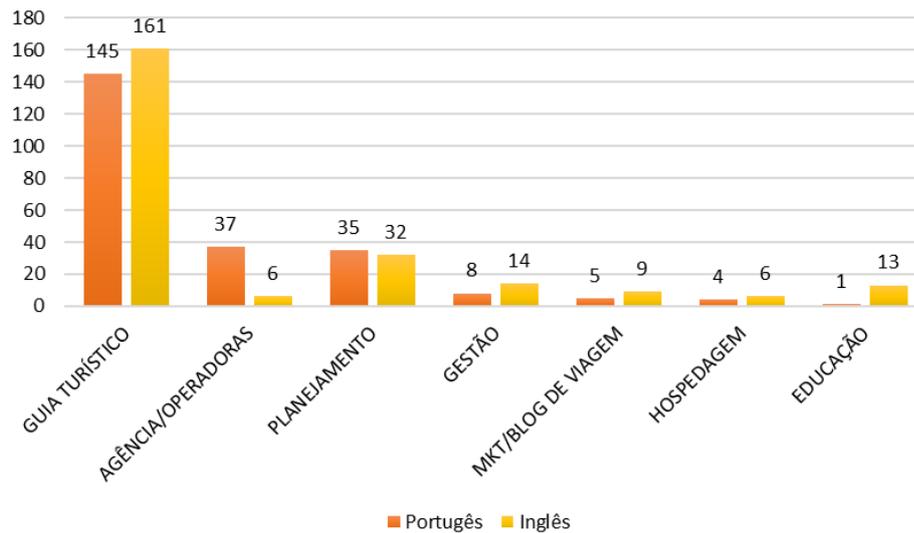
Figuras 4 e 5 - Aplicativos móveis resultante da busca.



Fonte: Autoria Própria (2021)

Após análise e remoção de registros duplicados restaram 476 aplicativos. Destes, foi verificado que 306 aplicações se encaixavam na categoria Guia Turístico. Na figura 6 é possível verificar a distribuição de aplicativos segundo as categorias identificadas na busca. Vale ressaltar que a pesquisa foi realizada com o termo “turismo” em português e sua variação em inglês.

Figura 6 - Distribuição de aplicativos móveis encontrados na Play Store



Fonte: Autoria Própria (2021)

Entre os aplicativos encontrados é possível notar a transformação digital que o turismo vem passando. Muitos aplicativos já fazem uso de novas tecnologias como a realidade virtual e a realidade aumentada, recursos que agregam valor a experiência da viagem.

No cenário encontrado, podemos perceber que é insipiente o número de patentes destinadas a aplicativos móveis para o turismo, bem como é salutar a proposta de desenvolvimento de uns aplicativos móveis para setor turístico, especialmente voltados para a gestão.

6 DESENVOLVIMENTO DA MARCA “GESTUR”

6.1 A marca

O logotipo do software Gestur (Figura 7) tem o objetivo de representar de forma minimalista o nome da marca. Com o uso de uma tipografia urbana, com alta legibilidade, apresenta-se simples e moderna, com traços leves e regulares.

Figura 7 - Marca do Software GESTUR

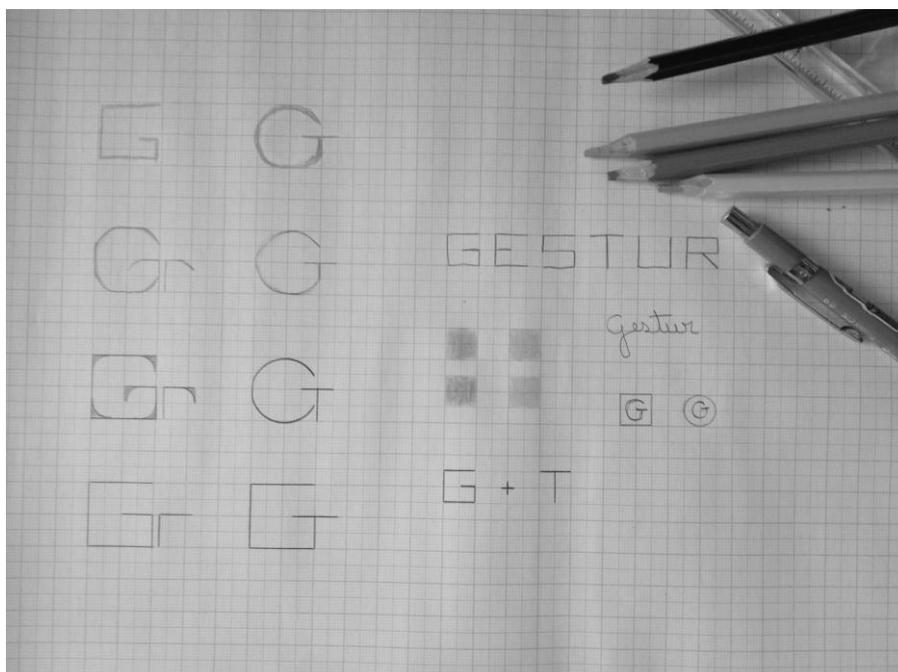


Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.1 O layout

A primeira etapa da produção da marca foi a criação de esboços (Figura 8), baseando-se nas premissas do minimalismo, com o uso de formas geométricas, traços regulares e foco nas letras iniciais, o G e o T, das palavras elementares que compõem a marca Gestur (Gestão e Turismo).

Figura 8 - Esboços da construção da marca GESTUR



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Definida a versão do logotipo, iniciou-se a escolha da fonte para ser utilizada no nome do software e demais elementos da marca.

Conforme Wheeler (2008), descreve:

A tipografia é parte essencial em um programa de identidade eficaz. Empresas como Apple, Mercedes-Benz e Citi são imediatamente reconhecidas devido em grande parte, ao estilo tipográfico distinto e consistente que é usado com inteligência e propósito em milhares de aplicações (Wheeler, 2008).

Entre as famílias tipográficas testadas, a que mais harmonizou com o traço do logotipo foi a Montserrat (Figura 9), que possui direitos autorais liberados pela Open Font License. A família tipográfica sem serifa da Montserrat se destacou pois apresenta um traço forte e consistente que garante a fácil visualização em tamanhos reduzidos. No logotipo foi escolhida a Montserrat Light.

Figura 9 - Família Tipográfica

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	Montserrat Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	Montserrat Normal
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	Montserrat Medium

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Na última etapa de construção da logomarca, foi definida a paleta de cores da marca. Ainda, conforme explicação de Wheeler (2008): “A cor é usada para evocar emoção, expressar personalidade e estimular associações.”

Assim, para a proposta aqui apresentada foi adotada as tonalidades de azul e amarelo, pois conforme Heller () descreve, “O azul é a cor mais vezes citada como a cor da simpatia, da harmonia, da amizade e da confiança. [...] O amarelo é a cor do otimismo, da iluminação e do entendimento”.

Na tipografia da marca foram adotadas as cores sólidas e no símbolo o gradiente dessas mesmas cores (Figura 10).

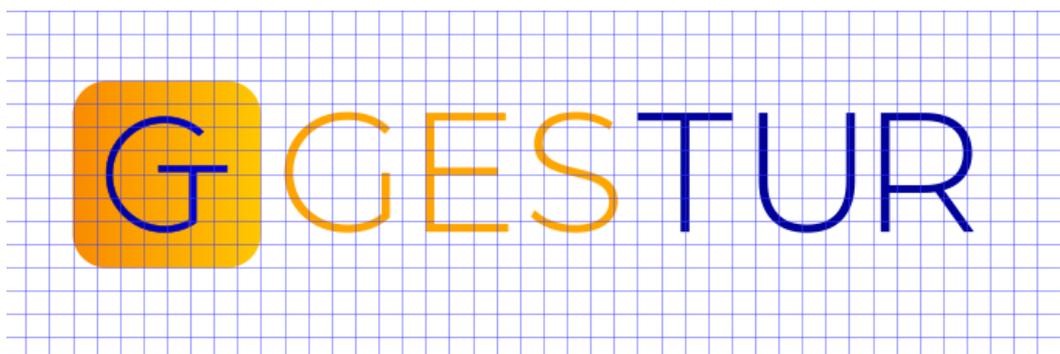
TIPOGRAFIA	Figura 10 – Padrão de Cores.	
	SÍMBOLO	
 C:0 M:35 Y:100 K:0 R: 255 G:165 B:0 HEX: #FFA500	 C:0 M:44 Y:100 K:2 R: 249 G:139 B:0 HEX: #F98B00	 C:0 M:122 Y:100 K:0 R: 255 G:199 B:0 HEX: #FFC700
 C:100 M:100 Y:0 K:40 R: 0 G:0 B:154 HEX: #00009A	 C:100 M:100 Y:0 K:40 R: 0 G:0 B:154 HEX: #00009A	 C:100 M:100 Y:0 K:13 R: 0 G:0 B:221 HEX: #0000DD

Fonte: Elaboração própria, 2020.

5.1.2 A construção

A versão horizontal da marca (uso preferencial) foi construída com uma malha de 10 x 41 módulos (Figura 11). A malha de construção serve como orientação para casos de reprodução. Cada módulo foi dimensionado por 1x1cm. A versão vertical tem 17 x 32 módulos (Figura 12). Já a versão simbólica tem 10 x 10 módulos (Figura 13).

Figura 11 - Malha de construção (Versão Horizontal)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 12 - Malha de construção (Versão Vertical)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 13 - Malha de construção (Versão Simbólica)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.3 Área de Proteção

Para preservar a integridade da marca, não se deve interferir nas áreas determinadas, com quaisquer desenhos, fotografias ou textos. A área de proteção (NI - Não interferência) foi definida pelo módulo "NI", onde NI equivale a 5 x 5 módulos (Figuras 14, 15 e 16).

Figura 14 - Área de Proteção (Versão Horizontal)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 15 - Área de Proteção (Versão Vertical)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 16 - Área de Proteção (Versão Simbólica)



Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.4 Variações cromáticas

As variações foram definidas para o uso em ocasiões na qual a visibilidade da marca seja prejudicada (Figuras 17, 18, 19 e 20).

Figura 17 – Versão Logotipo Branco



C:0 M:0 Y:0 K:0
R: 255 G:255 B:255
HEX: #FFFFFF

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 18 – Versão Logotipo Preto



C:0 M:0 Y:0 K:100
R: 0 G:0 B:0
HEX: #000000

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 19 – Versão Logotipo em Tons de Cinza



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Figura 20 – Versão Logotipo em Cores Chapadas



Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.5 Redução da marca

O limite de redução é uma orientação para que a marca não perca sua perfeita legibilidade e identificação em nenhum momento de sua representação. Para garantir sua legibilidade a marca não deve ser reduzida a medidas inferiores a:

- 1 - Assinatura Horizontal, 6 cm de largura;
- 2 - Assinatura Vertical, 5 cm de largura;
- 3 - Assinatura Simbólica, 1,8 cm de largura (Figura 21).

Figura 21 – Redução mínima permitida



Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.6 Uso incorreto

Os diferentes designers da marca Gestur existem não apenas por sua diversidade estética, mas, principalmente, por uma razão funcional, que é a adaptação em variados dispositivos e aplicações digitais. Assim, a marca não deve ser apresentada em cores alternativas, bordas e textos adicionais ou distorcidos (Figura 22).

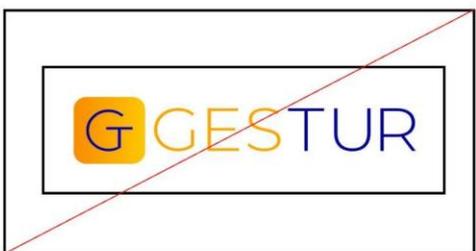
Figura 22 – Usos indevidos



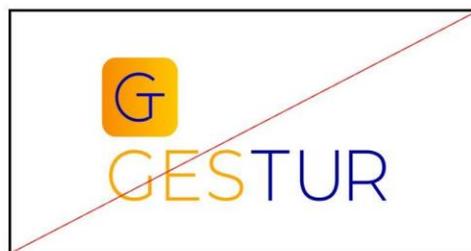
Não distorcer.



Não rotacionar.



Não aplicar bordas.



Não desalinhar os elementos.



Não utilizar cores não especificadas.



Alterar a fonte da assinatura da marca.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

6.1.7 Aplicações

Por fim, é apresentado algumas aplicações da marca, mostrando a forma correta dela ser aplicada em diferentes situações. A primeira é a representação na

tela inicial do aplicativo mobile. Já a segunda apresenta as aplicações feitas nas redes sociais, focando na utilização do símbolo da marca para dar ênfase ao mesmo (Figuras 23 e 24).

Figuras 23 e 24 – Tela inicial de app e publicação em rede social



Fonte: Elaboração própria, 2020.

7 DESENVOLVIMENTO DA “FAMÍLIA TECNOLÓGICA GESTUR”

7.1 Aplicativo Gestur

O aplicativo proposto por este trabalho visa criar uma base de conhecimento com os princípios de uma gestão pública descentralizada, identificando os processos e fluxos de informações existentes, além de registrar os saberes individuais de cada colaborador.

O desenvolvimento do software foi realizado utilizando a ferramenta Bubble, que se trata de uma plataforma de desenvolvimento no-code, ou seja, uma ferramenta de desenvolvimento baseada na lógica e na programação visual. A ferramenta utiliza uma infraestrutura própria de armazenamento de dados em nuvem que permitem a persistência dos dados modelados. A plataforma permite a criação de aplicações web com design responsivo, o que torna a sua aplicação publicável em diversos formatos (site responsivo, web app, app nativo).

Para o desenvolvimento do aplicativo foi realizado o levantamento dos requisitos funcionais e requisitos não funcionais do software. Segundo Sommerville (2011), os requisitos de são as descrições do que o software deve fazer, os serviços oferecem e as restrições a seu funcionamento.

O quadro abaixo (Quadro 5) descreve os requisitos funcionais da primeira versão da aplicação.

Quadro 5 – Requisitos funcionais.

CÓDIGO	REQUISITO	DESCRIÇÃO
RF01	Login	O usuário deve ser capaz de fazer login no aplicativo
RF02	Cadastro	O usuário deve ser capaz de realizar o cadastro no sistema
RF03	Recuperação de senha	O usuário pode recuperar sua senha
RF04	CRUD de Postagens	O usuário deve ser capaz de criar, visualizar, editar e deletar postagens

RF05	Adicionar mídia a uma postagem	O usuário deve ser capaz de adicionar uma mídia do tipo imagem a uma postagem
RF06	CRUD de Projetos	O usuário deve ser capaz de criar, visualizar, editar e deletar postagens
RF07	Estatística dos Projetos	Mostrar para o usuário o percentual de desempenho em relação ao status de um projeto.
RF08	Finalizar projetos	O usuário deve ser capaz de finalizar um projeto que foi criado
RF09	CRUD do Cenário Organizacional	O usuário deve ser capaz de criar, visualizar, editar e deletar um elemento do cenário organizacional
RF10	Adicionar uma missão	O usuário deve ser capaz de adicionar uma missão ao cenário organizacional
RF11	Adicionar uma visão	O usuário deve ser capaz de adicionar uma visão ao cenário organizacional
RF12	Adicionar valores	O usuário deve ser capaz de adicionar valores ao cenário organizacional
RF13	Adicionar um organograma	O usuário deve ser capaz de adicionar um organograma ao cenário organizacional
RF14	CRUD do acervo multimídia	O usuário deve ser capaz de criar, visualizar, editar e deletar um elemento do acervo multimídia.
RF15	Adicionar mídias	O usuário deve ser capaz de adicionar mídias (som, imagem, vídeo, texto, hipertexto) ao arcevo

Fonte: Autoria Própria (2021)

O Quadro 6 descreve os requisitos não funcionais da primeira versão do aplicativo proposto por este trabalho.

Quadro 6 – Requisitos não funcionais.

CÓDIGO	REQUISITO	DESCRIÇÃO
RFN01	Design responsivo	O aplicativo deve possuir um design responsivo.
RF02	Integridade dos dados	Os dados dos usuários devem ser mantidos de forma segura.

Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1 Telas do aplicativo

7.1.1.2 Tela de Carregamento

Enquanto é realizada a conexão com o banco de dados, a tela apresentada na Figura 25 será exibida ao usuário. O tempo de exibição é determinado pela qualidade de Internet do usuário, no entanto, a funcionalidade foi otimizada para que não ultrapasse 4 segundos.

Figura 25 – Tela de Carregamento

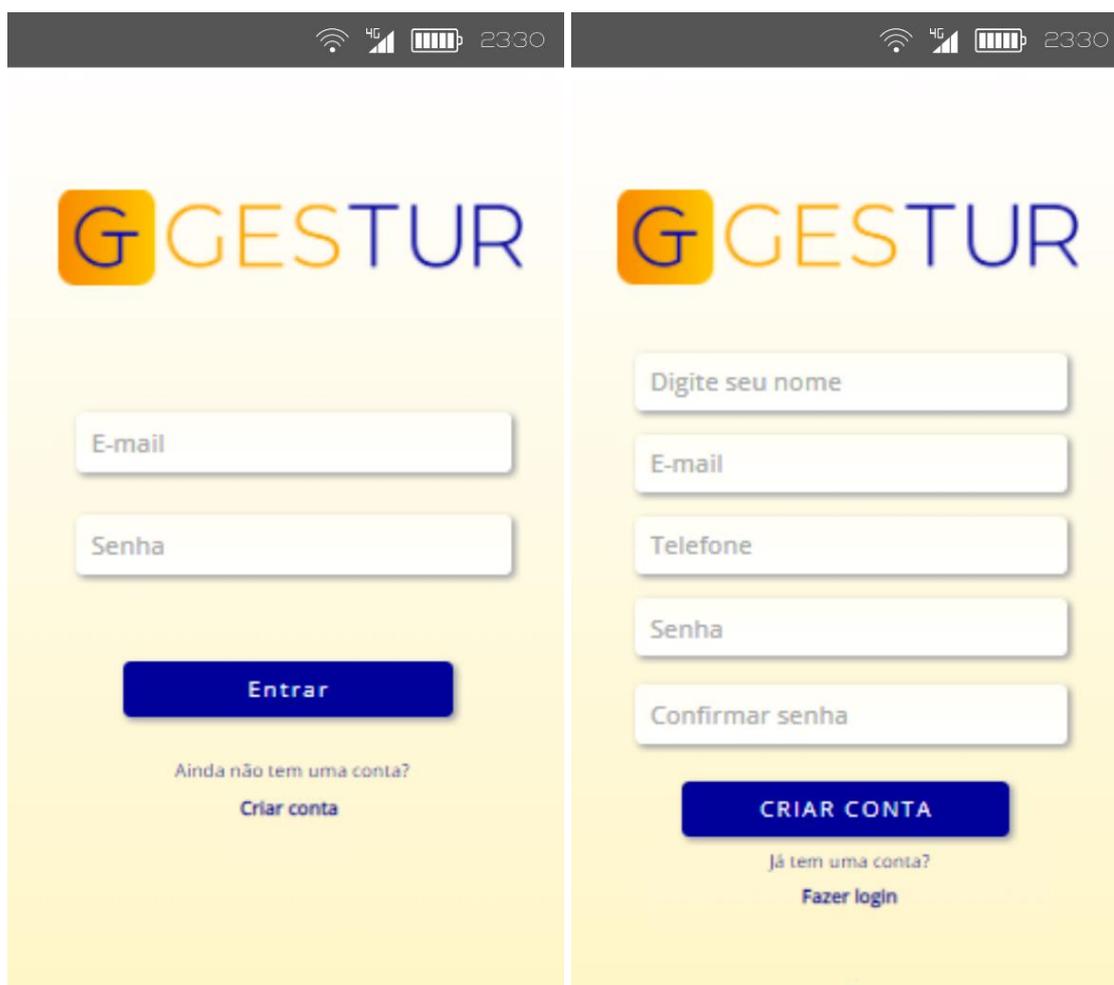


Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1.3 Tela de login

A área de login e criação de conta de usuário é representada pela Figura 26. Para realizar o acesso o usuário informa e-mail e senha cadastrados e seleciona o botão de acesso ao aplicativo. Caso o usuário não possua cadastro, o mesmo deve solicitar um novo cadastro pelo *link* criar conta.

Figura 26 – Tela de Login

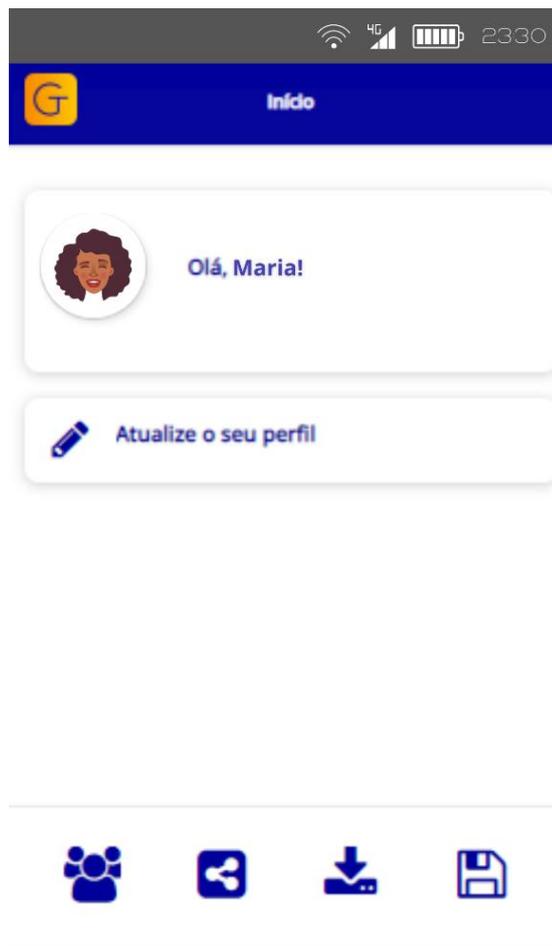


Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1.4 Tela inicial

A tela inicial possui uma interface simplificada com saudação e botão para atualização de perfil. A partir dessa tela o usuário tem a disposição um menu fixo que agrupa as funcionalidades do aplicativo. Esses grupos foram definidos com base no espiral do conhecimento descrito na Seção 41.3. E representam respectivamente, ícone 1: socialização; ícone 2: externalização; ícone 3: combinação; ícone 4: internalização. As telas também possuem um botão representado pela marca Gestur (descrito adiante na seção 5.3.1.7) e ainda um título de identificação.

Figura 27 – Tela inicial



Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1.5 Tela socialização

Na tela de socialização o usuário é capaz de visualizar e criar postagens (Figura 28 a). Na interface é exibido as postagens contendo a identificação do usuário que realizou a postagem, além da data de publicação. Também é possível criar uma publicação através do botão “nova mensagem” conforme exemplificado na Figura 28 b.

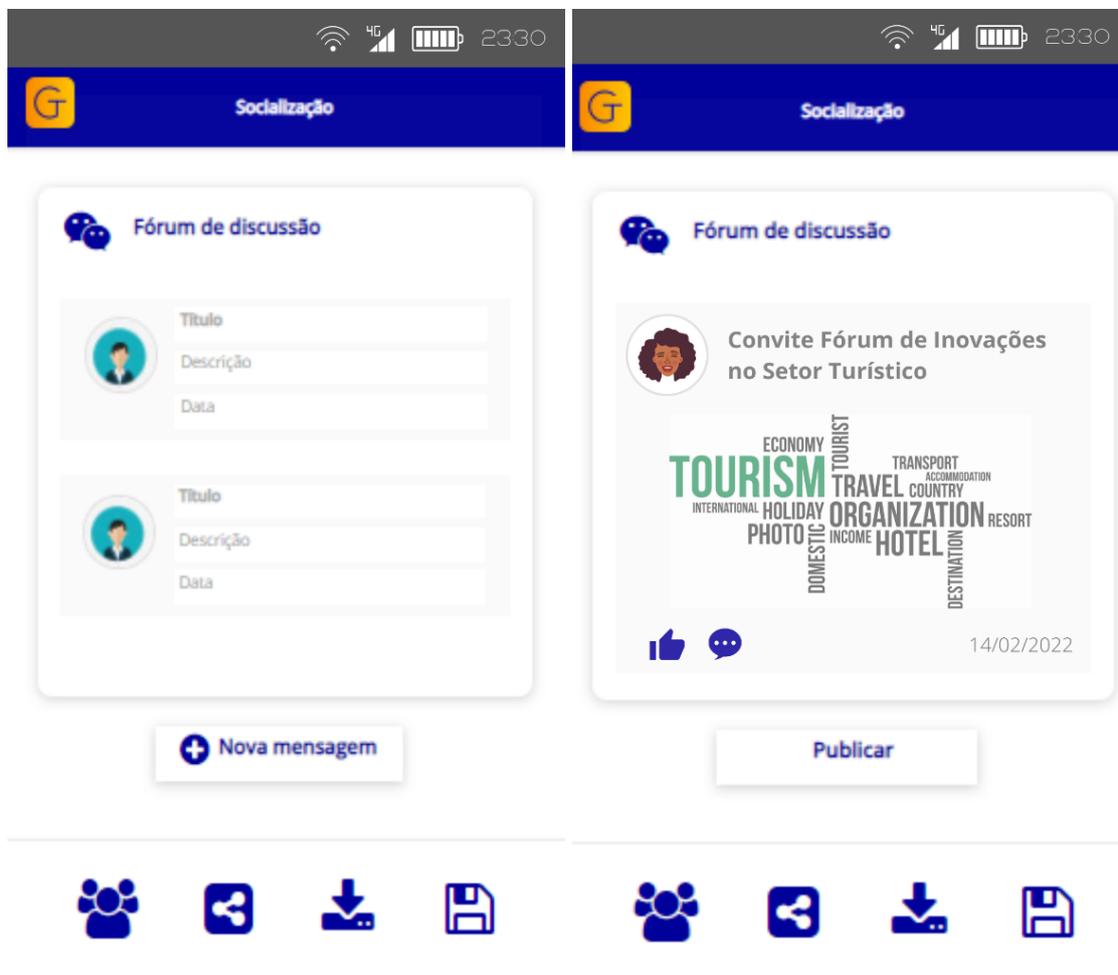
Este é o ambiente de colaboração e gerenciamento de informações rápidas que mantém todos atualizados e que incentiva a participação e o engajamento entre colaboradores por meio de *brainstorming*¹ em busca de novas soluções.

No contexto da socialização, o compartilhamento de experiências é a força

¹ Brainstorming: técnica de discussão em grupo que se vale da contribuição espontânea de ideias por parte de todos os participantes, no intuito de resolver algum problema ou de conceber um trabalho criativo.

motriz do processo. É a partir da interação entre colaboradores que o ocorre a transformação de conhecimento tácito para um novo conhecimento tácito.

Figura 28 – Tela de socialização (Fórum de discussão)



Fonte: Autoria Própria (2021)

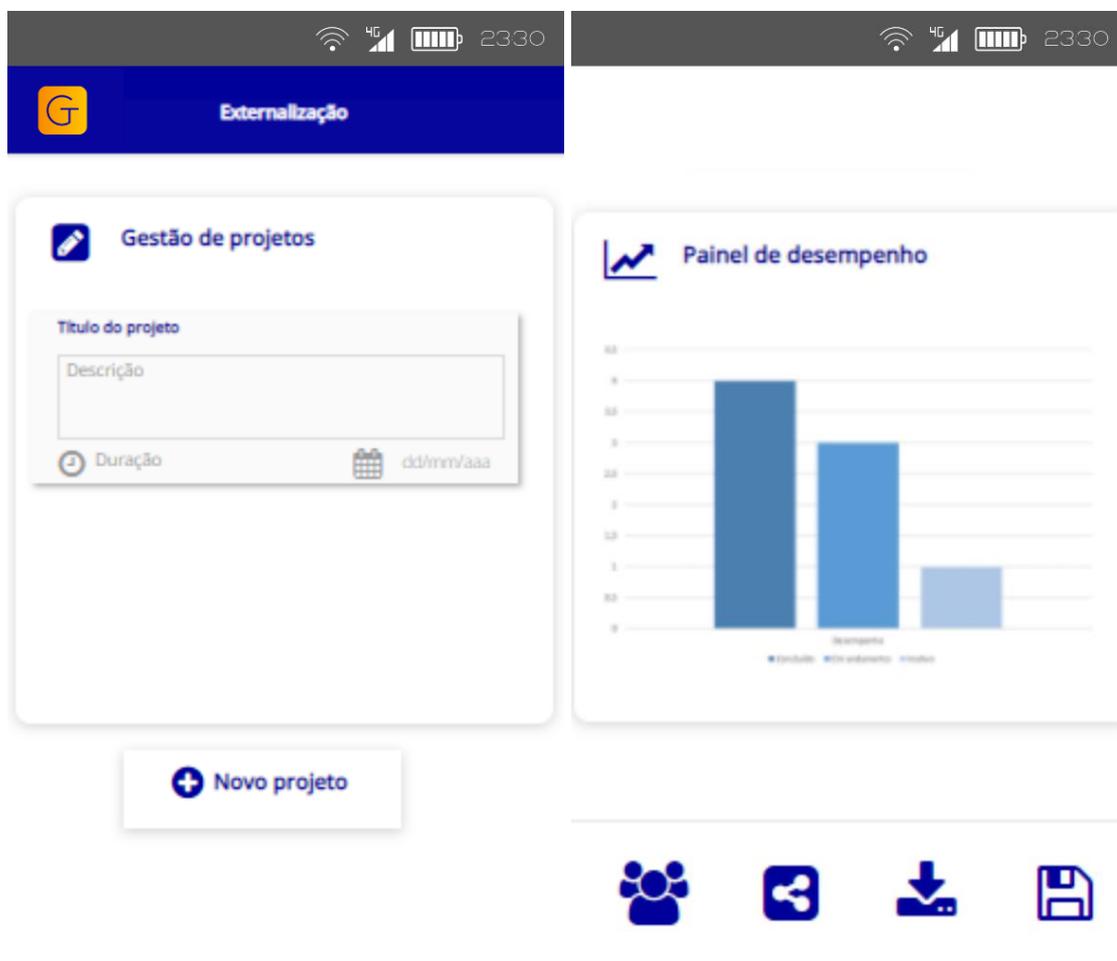
7.1.1.6 Tela externalização

Na tela de externalização o usuário é capaz de visualizar e criar projetos, tal como, descrito na interface de postagem. Esse ambiente apresenta um painel de desempenho que apresenta de modo estatístico o quantitativo de projetos de acordo com o status atual do projeto (Concluído, Em andamento e Inativo).

No cenário de externalização o conhecimento tácito é convertido em conhecimento explícito por meio do seu registro. Através da criação de projetos, o diálogo e a reflexão são direcionados para o planejamento e criação de um cenário futuro para executar as ações necessárias à concretização do projeto.

O projeto turístico criado nesse momento é, portanto, um documento que compõe o planejamento turístico.

Figura 29 – Tela de externalização (gestão de projetos)



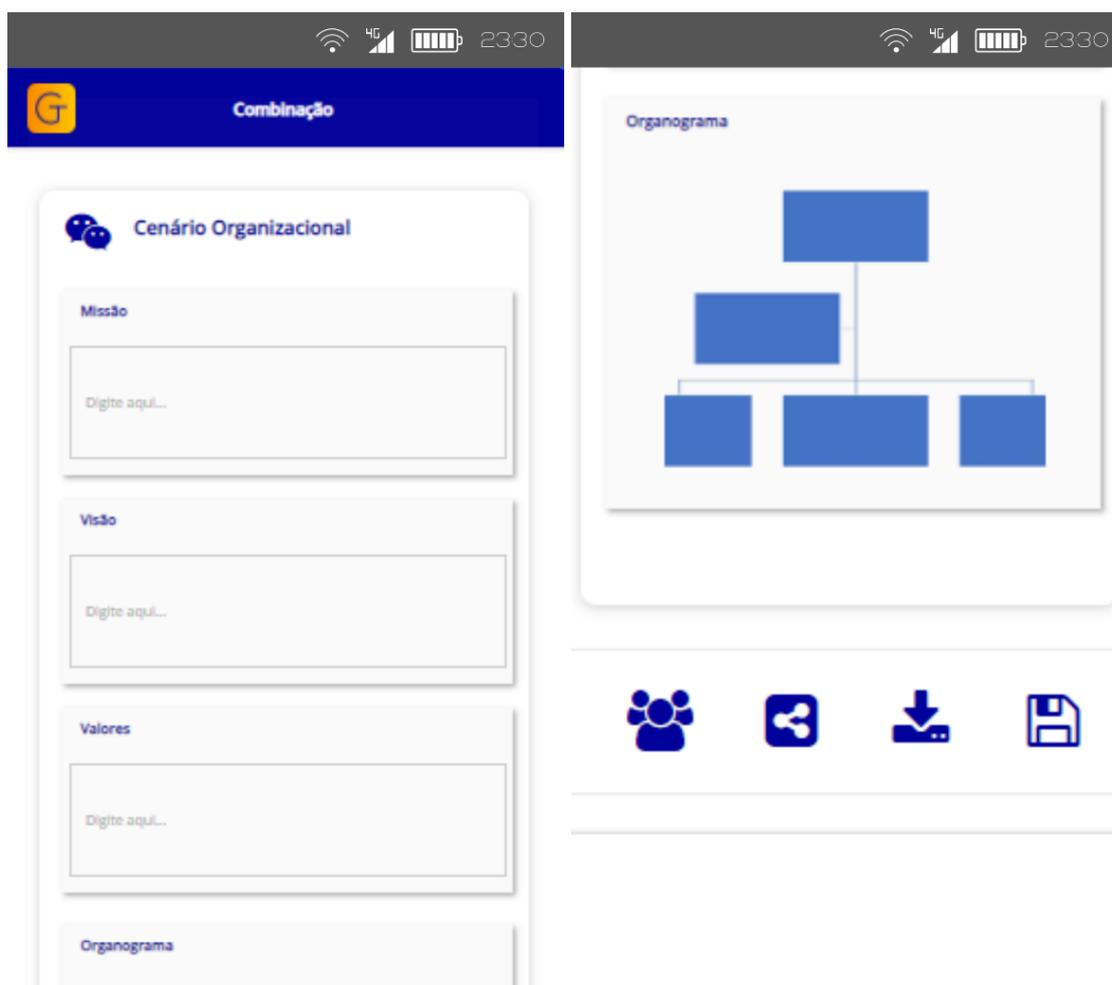
Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1.7 Tela combinação

A interface apresenta o contexto organizacional atual, expondo a estratégia de gestão adotada, por meio da definição da missão, visão e valores e representação visual da organização através do organograma. Dentro desses elementos, podemos identificar as premissas do planejamento estratégico ao apresentar de forma objetiva contemplando uma projeção de tempo e espaço.

No âmbito do espiral do conhecimento, a etapa de combinação permite que as ideias de todos os colaboradores sejam agrupadas de modo sistemático convertendo um conhecimento explícito individual em coletivo.

Figura 30 – Tela de combinação (cenário organizacional)



Fonte: Autoria Própria (2021)

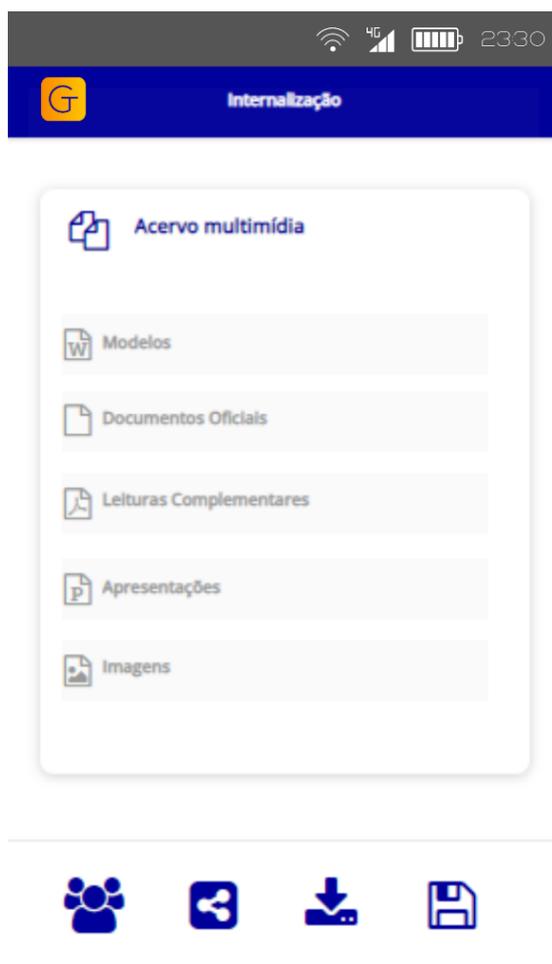
7.1.1.8 Tela internalização

Na tela de internalização é permitido ao usuário criar uma central multimídia (DOC; PDF; MP3; MP4; JPEG; PNG; HTTP...) para armazenar todas os documentos corporativos que contribuam para a gestão. Nessa etapa o *know how* técnico é exposto por meio de cinco categorias fixas (Figura 31). A primeira se refere a modelos, esta permite a adição de arquivos que possuem um *layout* previamente configurado com informações gerais. A segunda categoria é a de documentos oficiais, aqui o usuário poderá inserir instrumentos legais como: leis, decretos, políticas de Turismo, bem como planos, programas e projetos. As demais categorias, correspondem respectivamente a agrupamentos gerais a partir da tipologia dos arquivos, assim a categoria leituras complementares corresponde a documentos textuais, a categoria apresentações contempla arquivos de vídeo e áudio de

explicações realizadas pela equipe, e por fim a categoria imagens, apresenta uma galeria para concretiza uma memória fotográfica para a instituição.

No contexto da internalização, essa interface permite que os usuários internalizem o conhecimento para a vivência das suas experiências, ou seja, é possível adquirir na prática um conhecimento tácito novo.

Figura 31 – Tela de internalização (acervo multimídia)

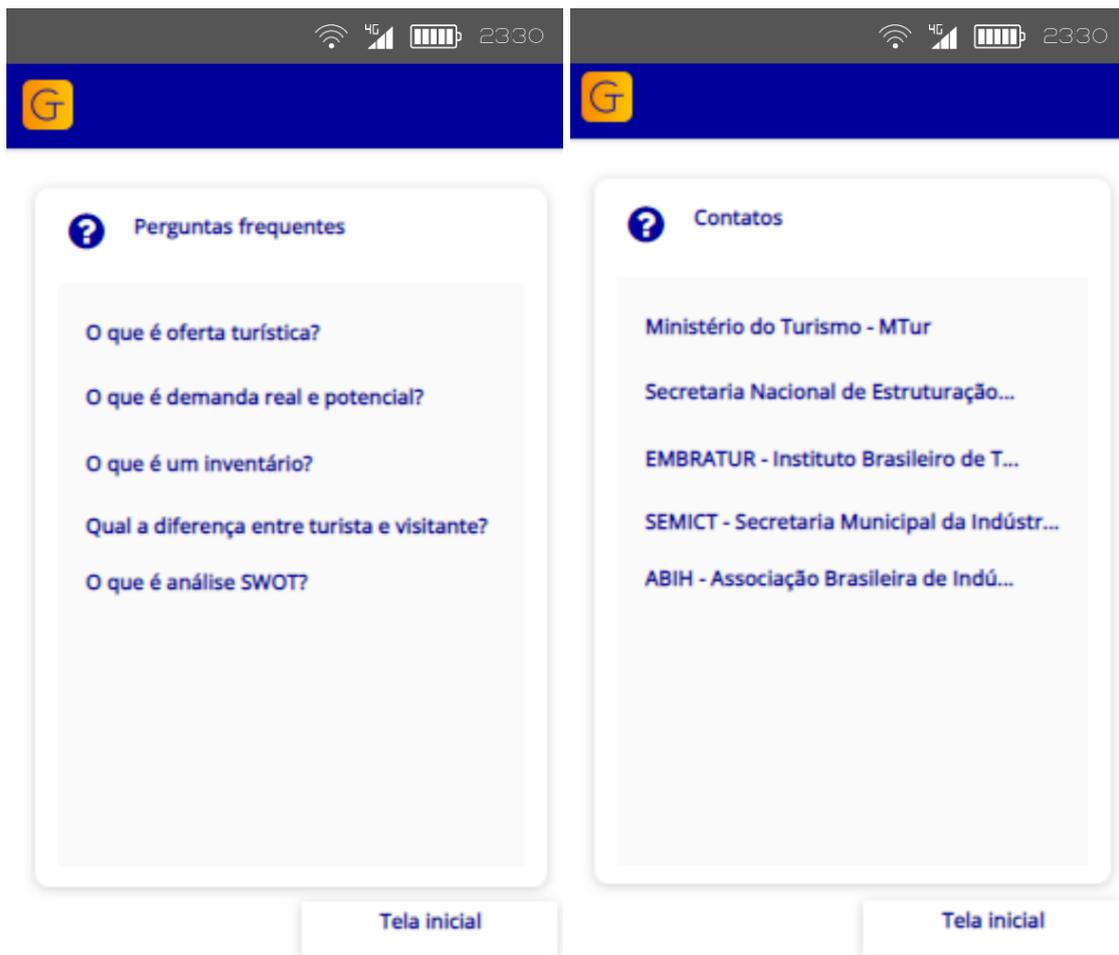


Fonte: Autoria Própria (2021)

7.1.1.9 Botão Gestur

Na interface do botão Gestur o usuário dispõe de duas seções que apresentam uma área de perguntas frequentes e uma área de contatos que possibilitam a troca de informações relevantes com base na colaboração.

Figura 32 – Tela apresentada pelo botão Gestur



Fonte: Autoria Própria (2021)

7.2 Mídias de comunicação

Além do aplicativo, também foi realizado o desenvolvimento de um blog e uma página no Instagram para o aplicativo (Figuras 33 e 34). As páginas são utilizadas para compartilhar conteúdos sobre gestão do conhecimento, gestão do turismo e tomada de decisão para os usuários do aplicativo. A partir de notificações no aplicativo, os usuários podem ter acesso às postagens do blog ou perfil do Gestur no Instagram.

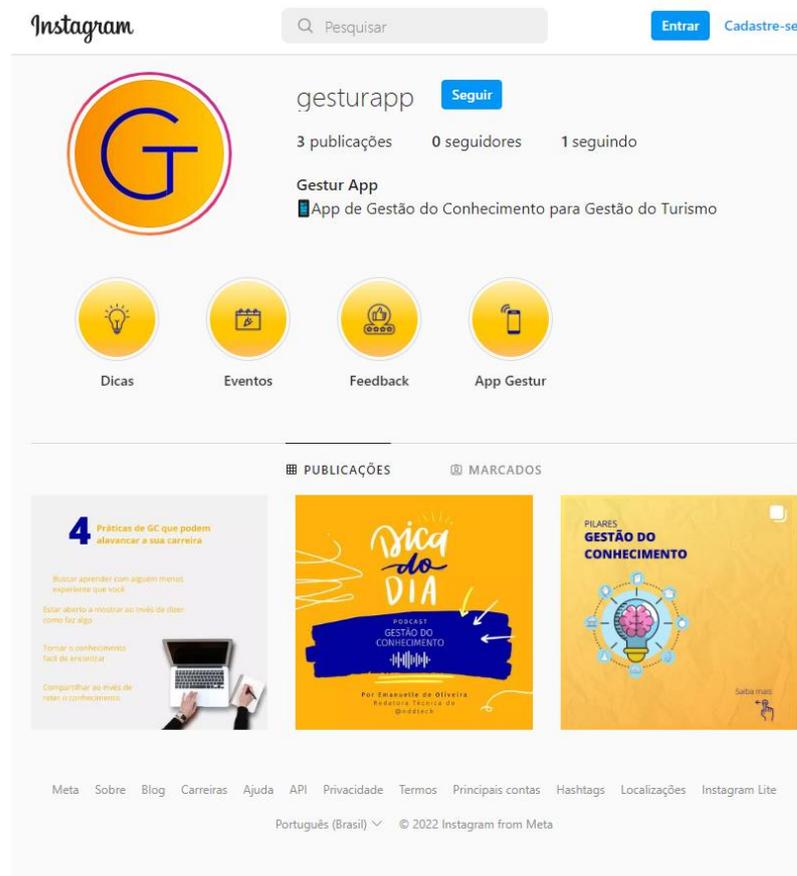
A criação dessas aplicações (blog e perfil no Instagram) visa estreitar a relação com os usuários por meio do compartilhamento de conteúdo, tal como a captação de novos usuários.

Figura 33 – Blog App Gestur



Fonte: Autoria Própria (2022)

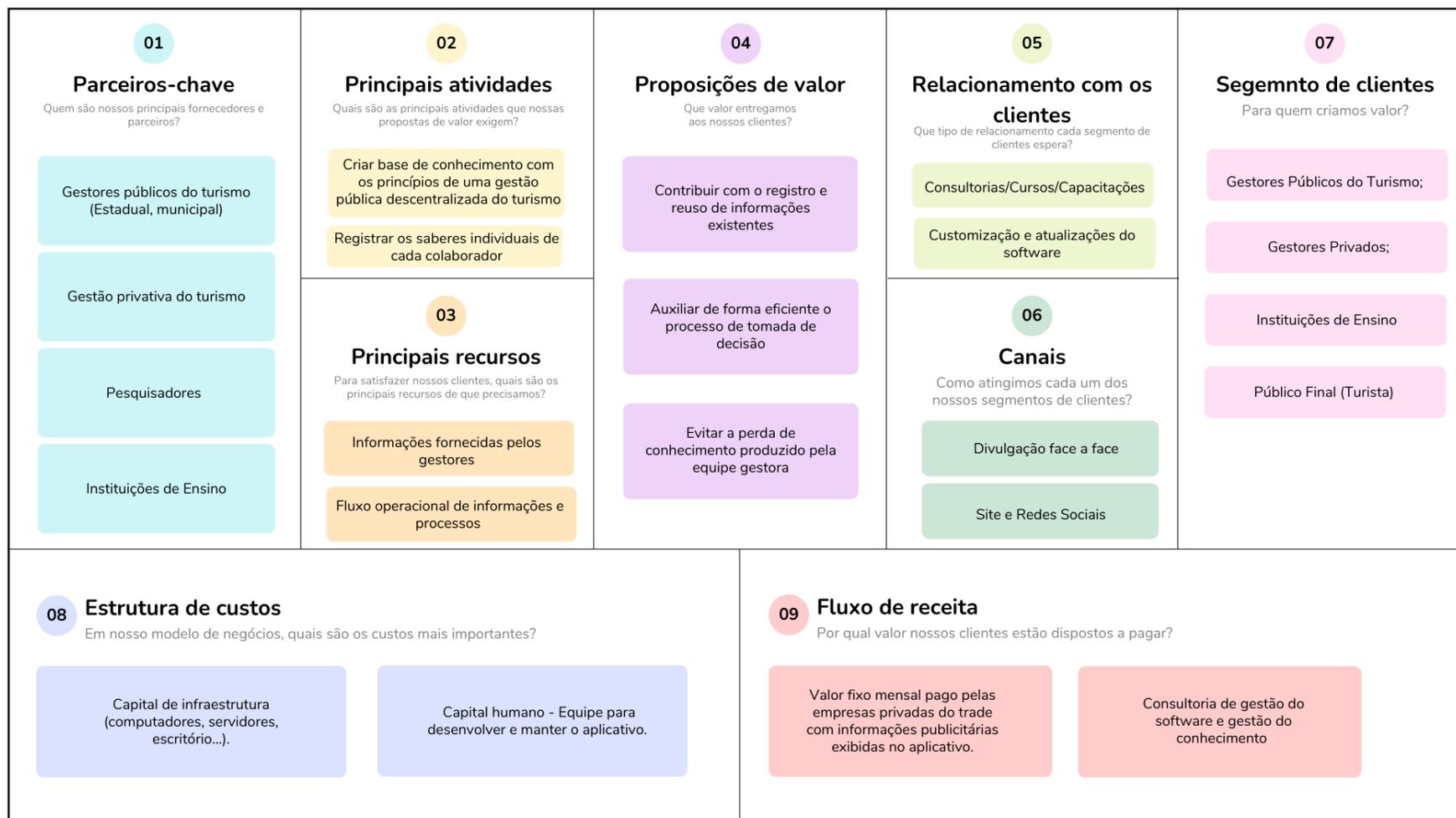
Figura 34 – Perfil no Instagram



Fonte: Autoria Própria (2022)

8 PLANO DE NEGÓCIOS

Figura 35 – Modelo de Negócios Canvas



Fonte: Autoria Própria (2022)

No cenário de globalização, o turismo é uma atividade marcada pela flexibilidade e capacidade de adaptação. Por ter múltiplas facetas, ela interage com diferentes áreas do conhecimento, e vem se apropriando cada vez mais das inovações tecnológicas. Essa apropriação resulta em uma forte oportunidade de estabelecer um cenário de empreendedorismo no setor turístico.

Este cenário dinâmico cria a necessidade de novas estratégias de gerenciamento, planejamento e controle visando uma maior qualidade e eficiência do segmento turístico. Nesse cenário, o plano de negócios ganha destaque e se apresenta como uma ferramenta essencial para esse planejamento. Um plano bem elaborado ajudará você a acompanhar seu progresso e definir metas para o futuro, além de levar em consideração os riscos e desafios que você pode enfrentar ao iniciar e operar seu negócio.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No âmbito teórico desse estudo, percebeu-se que a gestão do conhecimento atua em uma organização como um significativo instrumento para integração dos setores funcionais, conferindo uma gestão operacional excepcionalmente eficiente. A otimização do fluxo de informações de uma organização pública que objetiva a agilidade no acesso às informações, potencializa e refina os processos em relação a gestão, conferindo maior valor ao conhecimento de seus colaboradores, pilar da organização.

Como resultado, tem-se a disponibilização de um aplicativo mobile de Gestão do Conhecimento aplicado ao Turismo, atendendo ao objetivo geral deste trabalho, que consiste em desenvolver um Desenvolver um Software de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos.

Conclui-se também que os objetivos específicos do trabalho foram atingidos, tendo sido desenvolvido o Sistema de Identidade Visual da marca criada para representar o software, o desenvolvimento do software em conformidade com as especificações de armazenamento, processamento e compartilhamento de conhecimento aplicados a gestão pública do turismo. Além disso, foi possível realizar, por meio do INPI, o registro de garantia de direitos sobre as invenções produzidas.

Salienta-se, ainda, que para a elaboração do software foi definido como etapa metodológica de levantamento dos princípios norteadores da Gestão do Conhecimento que proporcionem suporte à gestão pública do setor turístico, através da coleta de dados em dois órgãos de gestão municipal do turismo, porém com o advento da pandemia, as instituições adotaram sistemas de trabalho remoto e medidas de proteção a saúde que impossibilitaram o processo de imersão com a população estudada.

Nesse cenário, o desenvolvimento da proposta se tornou ainda mais desafiador ao realizar o levantamento desses princípios norteadores por meio da revisão sistemática de literatura, e relacioná-los em busca da melhor interpretação e aplicação.

Assim, há de se considerar como trabalho futuro a realização da implantação do software em uma instituição modelo, para que ocorra o amadurecimento e correções da proposta. Visto que para verificar a viabilidade do software como estratégia de gestão, necessita-se de ao menos seis meses com a utilização do software no gerenciamento do conhecimento.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Anderson Wagner Santos de; SOUZA, Keyla Mirelly Nunes de. A Continuidade e a descontinuidade de Políticas Públicas na Gestão Municipal de Petrolina-PE. *Id on Line Revista Multidisciplinar e Psicologia*, vol.13, n.45, p. 282-301, 2019.

BASSO, LUANA MARTINS . Desafios da Gestão do Conhecimento no Setor Público: Um estudo bibliométrico no portal Capes. 2017. Disponível em: <<https://simsad.ufms.br/files/2017/05/DESAFIOS-DA-GEST%C3%83O-DO-CONHECIMENTO-NO-SETOR-P%C3%9ABLICO-1.pdf>> Acesso em: 17 de janeiro de 2021.

BENI, M.C. Análise estrutural do turismo. 11.ed. rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2006. 512 p.

BOFF, L. In: Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_6_sistema_de_informacoes_turisticas_do_programa.pdf> Acesso em: 28 de fev. de 2017.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Instituto Nacional da Propriedade Industrial: Consulta à Base de Dados do INPI. Disponível em: <<https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/programas/ProgramaSearchBasico.jsp>> Acesso em: 01 de mar. de 2019.

BRASIL, Ministério do Turismo. Inventário da oferta turística: estratégia de gestão. Curitiba, 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. Orientação para Gestão Municipal de Turismo

BUHALIS, Dimitrios; DEIMEZI, Ourania. E-tourism developments in Greece: Information communication technologies adoption for the strategic management of the Greek tourism industry. *Tourism and hospitality research*, v. 5, n. 2, p. 3, 2004. Disponível em: <http://www.academia.edu/download/50951936/E-Tourism_Developments_in_Greece_Informa20161218-7140-vkuvre.pdf> Acesso em: 25 de agosto de 2020.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. Como elaborar uma dissertação de Mestrado através da pesquisa científica. Marilda Ciribelli Corrêa, Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

COOPER Chris et al. Turismo, princípios e prática. Porto Alegre: [S. n.], 2002.

CROUCH, Geoffrey I.; RITCHIE, JR Brent. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, v. 44, n. 3, p. 137-152, 1999. Disponível em: <https://klas.khu.ac.kr/common/downloadFile.do?fileId=FILE_16053107453712fd4a98> Acesso em: 10 de mar. de 2019.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo, SP: Pioneira, 2001. 168 p.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. Ed. São Paulo, Atlas, 2002. Disponível em: <http://www.urca.br/itec/images/pdfs/modulo%20v%20-%20como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf> Acesso em: 26 de nov. de 2019.

GIMENNES J. Orientação para gestão municipal de turismo. Curitiba. 2017 (Apostila com Orientação para Gestão Municipal do Turismo Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo). Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Apostila_Gestao_Municipal.pdf>. Acesso em: 25 de julho de 2020.
GOOGLE Fonts: Montserrat. 2021. Disponível em: https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?preview.text=GESTUR&preview.text_type=custom#about. Acesso em: 10 jul. 2021.

GURGEL, Geraldo. Sergipe tem novo mapa turístico. Ministério do Turismo, 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6461-sergipe-tem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>> Acesso em 10 de julho de 2020.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. Editora Olhares, 2022.

KASPER, Humberto. O Processo de Pensamento Sistêmico: um estudo das principais abordagens a partir de um quadro de referência proposto. 2000. 380 f. Dissertação (Pósgraduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000.

LIMA, H.A. M.; CONCEIÇÃO, I.A.; VINHAS, R.D.; HAMA, D.S. Proposta para um modelo de gestão do conhecimento em empresas de engenharia subsector edificações. Monografia (Especialização), Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2004. Disponível em: <<http://www.gerenciamento.ufba.br/Monografias%202002-2004/Gest%C3%A3o%20do%20Conhecimento%20-%20Empresas%20de%20Engenharia.pdf>> Acesso em: 26 de abril. de 2020.

LOBO, H. A. S. Equilíbrio Dinâmico em Sistemas Socioambientais Complexos: Contribuições Teóricas Para o Estudo da Modelagem Sistêmica do Turismo apresentadas durante o VII Seminário da ANPTUR. Anais... VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Link, n. 854, 2010. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/67.pdf>> Acesso em: 26 de maio de 2020.

MORENO, M. A.; SARRIEGO, L. I.; ÁVILA, B. R. La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. TURYDES Revista Turismo y Desarrollo local sostenible, Malaga, v. 11 n. 25, dezembro 2018. Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html>> Acesso em: 10 de mar. de 2019.

MORIN, Edgar. A Cabeça Bem-Feita – repensar a reforma e reformar o pensamento. Trad. de Eloá Jacobina. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. Gestão do conhecimento. Trad. de Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman, 2008.

O'CONNOR, Peter. Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria. Porto Alegre, RS Bookman 2000.

PANOSSO NETTO, Alexandre.; MAZARO, Rosana Mazaro. Competitividade e inovação no Turismo. in: BENI, MC. Turismo: Planejamento estratégico e capacidade de Gestão. Barueri: Manole, p.367-381, 2012.

PARREIRA JÚNIOR, Walteno M. Apostila Engenharia de Software. Universidade do Estado de Minas Gerais: Minas Gerais. 2010. Disponível em: <http://www.waltenomartins.com.br/ap_es_v1.pdf> Acesso em: 17 de fev. de 2017.

PEÓN, Maria Luísa. Sistema de Identidade Visual. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2001.

PEREZ, Clotilde. Signos da Marca: Expressividade e Sensorialidade. São Paulo: Editora Thomson Learning, 2004.

RIBEIRO, Elizabeth Matos *et al.* Gestão do Conhecimento e Governança no Setor Público. Salvador: Ufba, 2017. 102 f. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/174973/4/eBook_Gest%C3%A3o_do_Conhecimento_e_Governanca_no_Setor_Publico_Especializacao_em_Gestao_de_Pessoas_UFBA.pdf> Acesso em: 08 jul. 2020.

SOMMERVILLE, I. (2011). Engenharia de software-8a edição (2007). Ed Person Education

ULRICH, W. Critical Systems Heuristics. In: DAELLENBACH, H. G.; FLOOD, R. L. The Informed Student Guide to Management Science. London: Thomson Learning, 2002, p. 72s.

VALENTIM, Marta Ligia Pomim. Gestão da Informação e Gestão do Conhecimento: Especificidades e Convergências. INFOhome, Novembro, 2004. Disponível em: <http://www.ofaj.com.br/colunas_conteudo.php?cod=88>. Acesso em: 25 de julho de 2020.

VIRGINIO, D. F.; FERREIRA, L. V. Gestão pública do turismo: uma análise da política de regionalização no período 2004-2011 no Rio Grande do Norte, Brasil. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2., p.162-182, ago. 2013.

WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Bookman, 2008.

ANEXOS

ANEXO 1 – CARTA DE ANUÊNCIA SECRETARIA MUNICIPAL DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO DE ARACAJU



ESTADO DE SERGIPE
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU
SECRETARIA MUNICIPAL DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO

CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora Maria Yinah de Melo Santos, a desenvolver o seu projeto de pesquisa Sistema de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico, que está sob a coordenação/orientação do Prof. Dr. Jaime José da Siveira Barros Medeiros, cujo objetivo é desenvolver um Sistema de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta Instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Aracaju, 27 de novembro de 2020.

Marlysson Talhuanho Magalhães de Souza
Secretário Municipal da Indústria, Comércio e Turismo de Aracaju

Nome/assinatura e carimbo do responsável onde a pesquisa será realizada

ANEXO 2 – CARTA DE ANUÊNCIA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE DE CANINDÉ DO SÃO FRANCISCO



ESTADO DE SERGIPE
PREFEITURA MUNICIPAL DE CANINDÉ DO SÃO FRANCISCO
Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esporte.

CARTA DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins, que aceitaremos a pesquisadora Maria Yinah de Melo Santos, a desenvolver o seu projeto de pesquisa Sistema de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico, que está sob a coordenação/orientação do Prof. Dr. Jaime José da Siveira Barros Medeiros, cujo objetivo é desenvolver um Sistema de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos.

Esta autorização está condicionada ao cumprimento da pesquisadora aos requisitos das Resoluções do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares, comprometendo-se utilizar os dados pessoais dos participantes da pesquisa, exclusivamente para os fins científicos, mantendo o sigilo e garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades.

Antes de iniciar a coleta de dados o/a pesquisador/a deverá apresentar a esta instituição o Parecer Consubstanciado devidamente aprovado, emitido por Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos, credenciado ao Sistema CEP/CONEP.

Canindé de São Francisco-SE, 01 de fevereiro de 2021.



Patricia Vitor Santos da Silva
Secretária Municipal de Turismo, Cultura e Esporte



Welido Mariano de Souza
Prefeito Municipal

Pça. Ananias Fernandes, S/N – CEP 49.820-000 - Centro – Canindé de São Francisco – Sergipe
CNPJ: 13.120.225/0001-23 – Email: securcaninde@gmail.com Tel: (79) 3346-1920

ANEXO 3 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SERGIPE/



Continuação do Parecer: 4.656.272

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Sistema de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico

Pesquisador: MARIA YLNAH DE MELO SANTOS

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 45089421.3.0000.8042

Instituição Proponente: INSTITUTO FEDERAL DE EDUCACAO, CIENCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.656.272

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

ARACAJU, 17 de Abril de 2021

Assinado por:
JAIME JOSÉ DA SILVEIRA BARROS NETO
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia Bairro Jardins | Aracaju - SE | CEP: 49025-330
Bairro: Jardins CxP: 49.025-330
UF: SE Município: ARACAJU
Telefone: (79)3715-1437 e-mail: cep@ifes.edu.br

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO CENÁRIO ATUAL SOBRE A GESTÃO DO CONHECIMENTO

Esta pesquisa faz parte do TCC Software de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico - e visa conhecer a posição atual das instituições públicas de turismo em relação a gestão do conhecimento.

A Gestão do Conhecimento é uma estratégia que transforma os bens intelectuais da empresa - informações registradas e o talento dos seus profissionais - em maior produtividade, novos valores e aumento de competitividade.

A implantação de um Projeto de Gestão do Conhecimento aplicado ao Turismo facilitará a detectar, selecionar, organizar, filtrar, difundir e utilizar o conhecimento gerado nas organizações contribuindo para:

- aproveitar melhor os recursos já existentes na organização, agilizando os processos de tomada de decisões;
- qualificar melhor as decisões com base em informações mais seguras;
- preservar a memória organizacional;
- facilitar o acesso a fontes de informação;
- reduzir custos e retrabalho;
- contribuir para o desenvolvimento dos profissionais.

QUESTIONÁRIO

1 - COMO ESTÁ A GESTÃO DO CONHECIMENTO NA INSTITUIÇÃO (cenário atual)

A secretaria possui alguma metodologia para gerenciamento de informações, documentos e projetos?

- Sim Descrever:
 Não

A secretaria possui dificuldades na obtenção de dados e informações?

- Sim
 Não

Se a resposta anterior foi sim, marque quais os motivos que mais dificultam a obtenção de informações por parte da instituição.

- Falta de tempo
 Falta de recursos financeiros
 Falta de interesse para obtenção de informação
 Falta de capacidade técnica
 Falta de uma sistemática para coleta, organização e divulgação da informação
 Outros Descrever:

A secretaria incentiva e facilita o compartilhamento do conhecimento entre os seus colaboradores?

- Sim Descrever:
 Não

Quais os tipos de fontes externas que são utilizadas pela secretaria para busca de informações?

- Revistas especializadas, artigos, periódicos
 Catálogos, folder e folhetos
 Associações comerciais e sindicatos científicos [Cursos, feiras e seminários]
 Instituições de Ensino
 Livros
 Internet
 Consultorias
 Outras Fontes Descrever:
 Jornais
 Fornecedores
 Eventos técnico-

Como é vista a procura externa por informações produzidas pela secretaria, tanto por meio virtual ou presencial:

- Grande
 Pequena
 Esporádica (Somente quando surge a necessidade para resolução de um problema)

Quais os tipos de informações que são buscadas com mais frequência (selecionar até 5 opções)

- Indicadores de projetos Indicadores de preço / custos
 Indicadores de produtividade Fornecedores de serviços
 Aplicação de novas tecnologias Informações sobre concorrentes
 Legislação Outra:

Quais os meios utilizados pela secretaria para divulgar internamente suas informações?

- Informal (telefone, chefias etc) Quadro de Avisos
 Por Escrito (memorando, circulares etc) Boletins Periódicos
 Internet Intranet Outros Meios - Descrever:

Quais destes itens abaixo são registrados na instituição, para posterior estudo e análise?

- Melhores Práticas Erros e Fracassos
 Indicadores de Custo Indicadores de Produtividade
 Informações de Concorrentes Avaliação de Fornecedores e Projetistas
 Histórico dos Empreendimentos Outros - Descrever

A secretaria registra o conhecimento produzido internamente?

- Sim Descrever:
 Não

Qual o grau de aplicabilidade destas afirmações na instituição

ESCALA 1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Algumas Vezes 4 - Frequentemente 5 – Sempre

- Trabalhos duplicados
 Ideias são compartilhadas
 Dependência a indivíduos chaves
 Lançamento de novos produtos
 A instituição utiliza frequentemente equipes multidisciplinares
 Foco no prazo de entrega
 Consenso dos pontos fortes da instituição
 Rotatividade de técnicos e gerentes

2 – RECURSOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO UTILIZADOS

Quais as ferramentas da TI utilizadas na instituição

- Planilhas Eletrônicas Editores de Texto Correio Eletrônico
 Banco de Dados Especialistas Internet Intranet
 Gerenciamento Eletrônico de Documentos Outras-Descrever:

Quais os equipamentos da TI utilizadas na instituição

- Computador/Notebook Tablet Smartphones
 Câmera fotográfica Filmadora Gravador de áudio
 Outros-Descrever:

Qual o meio de comunicação mais utilizado entre os colaboradores

- Rede social - Descreva:
 E-mail
 Ferramentas de organização de projetos - Descreva:

APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO DE USABILIDADE

Esta pesquisa faz parte do TCC Software de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico - e visa testar e verificar a usabilidade do software resultante deste trabalho.

QUESTIONÁRIO

1 - EXPERIÊNCIA DE NAVEGAÇÃO E ASPECTOS VISUAIS

QUESTÕES	Concorda fortemente 	Concorda 	Indeciso 	Discorda 	Discorda fortemente 
Este sistema tem uma apresentação gráfica agradável e legível.					
Eu sempre sei em que página estou e como chegar onde quero chegar.					
Mesmo antes de clicar em um link (ligação com outra página) eu já sei o destino dele.					
De um modo geral, considero rápido o acesso às informações do sistema.					
Os recursos de navegação (menus, ícones, links e botões) estão todos claros e fáceis de achar.					
O conteúdo textual está claro e consistente.					
Os títulos das páginas deste sistema são muito intuitivos.					
É fácil a navegação neste sistema.					

2 - SUGESTÕES

Você tem algum comentário adicional sobre o uso deste sistema?

Como você acha que o sistema pode ser melhorado?

APÊNDICE 3 – TERMO/REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO DEPARTAMENTO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

TERMO/REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Este termo foi elaborado de acordo com as Normas da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde.

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa intitulada “Software de Gestão do Conhecimento como Estratégia de Gestão Pública do Setor Turístico”, que está sob a responsabilidade da pesquisadora Maria Ylnah de Melo Santos, sob a orientação do prof. Dr. Jaime Jose da Siveira Barros de Medeiros.

O objetivo do trabalho é desenvolver uma solução tecnológica baseada no desenvolvimento de um Software de Gestão de Conhecimento aplicado ao Turismo, com o propósito de auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos. Esta pesquisa faz parte do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS).

A importância do trabalho se dá a medida em que irá abordar um tema de extrema relevância para os dias atuais: A gestão do conhecimento como estratégia competitiva para a gestão pública do turismo. Assim, a perspectiva do estudo é auxiliar o processo de tomada de decisão do setor público na gestão de destinos turísticos, contribuindo com a valorização do capital intelectual, e o fomento de decisões realistas e inovadoras para o segmento.

A metodologia utilizada para essa pesquisa será baseada na pesquisa científica de natureza aplicada através do método sistêmico, caracterizada pela natureza qualitativa a partir do trabalho de campo com a coleta de dados por meio de questionários estruturados em ferramenta digital (Google Forms) sendo constituído de perguntas abertas e fechadas. O tempo de médio de resposta é inferior a 20 minutos.

Solicitamos a vossa colaboração para participar da pesquisa, como também sua autorização para apresentar os resultados desse estudo. O questionário será guardado junto à equipe executora e ficará disponível para você a qualquer momento, num período máximo de cinco anos. Os dados coletados serão utilizados somente para os fins dessa pesquisa e serão divulgados apenas em eventos ou publicações científicas e serão tratados com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade.

Informamos que essa pesquisa não oferece riscos de cunho físico e/ou biológico para sua saúde, porém apresenta riscos mínimos referentes a um possível constrangimento em responder algum questionamento e de desconforto pelo tempo despendido para participar do questionário.

Você estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade. Ao final das

respostas ao questionário, você receberá uma via deste documento.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa, a pesquisadora Maria Ylnah de Melo Santos ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do IFS.

Este termo também está disponível para baixar, caso seja necessário sanar alguma dúvida sobre o processo de pesquisa.

Nestes termos, agradecemos sua colaboração.

Pesquisador responsável:

Maria Ylnah de Melo Santos
Endereço: Rua 43/38, nº 30, Nossa Senhora do Socorro- SE
Telefone: (79) 9 8825-5027
E-mail: ylnahmelo@gmail.com

Dados do Comitê de Ética em Pesquisa do IFS:

Coordenador do Comitê de Ética: José Espínola Júnior
Endereço: Av. Jorge Amado, 1551, Loteamento Garcia, Bairro Jardins, Aracaju - SE.
Reitoria/PROPEX/2º andar – CEP: 49025-330. Horário de Atendimento: Segunda-feira à sexta-feira, das 8h às 12h.
Telefone (79) 3711-1437
E-mail: cep@ifs.edu.br