

ANAIS III SEMINÁRIO NACIONAL

TURISMO
UFS

Turismo e Transformação Digital

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

Data: de 05 a 07 de novembro/2018

Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

ANAIS DO III SEMINÁRIO NACIONAL TURISMO/UFS

05 A 07 DE NOVEMBRO DE 2018

TURISMO

UFS

ORGANIZAÇÃO DOS ANAIS:

Prof^ª. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos (DTUR/UFS)

**Turismo e
Transformação Digital**

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

Data: de 05 a 07 de novembro/2018

Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

COMISSÃO ORGANIZADORA

Prof.^a Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos

Prof. Dr. Denio Santos Azevedo

Prof.^a Dra. Daniella Pereira

Prof.^a Dra. Jennifer Caroline Soares

Prof. Drando. Joab Almeida Silva

Prof.^a Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre

Prof.^a Dra. Rosana Eduardo da Silva Leal

Prof. Me. Wagner Araújo Oliveira

TURISMO

COMISSÃO CIENTÍFICA

Prof.^a Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos

Prof. Dr. Denio Santos Azevedo

Prof.^a Dra. Daniella Pereira

Prof.^a Dra. Jennifer Caroline Soares

Prof. Drando. Joab Almeida Silva

Prof.^a Dra. Laura Almeida de Calasans Alves

Prof.^a Dra. Lillian Maria de Mesquita Alexandre

Prof.^a Dra. Rosana Eduardo da Silva Leal

Prof. Me. Wagner Araújo Oliveira

Transformação Digital

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

Data: de 05 a 07 de novembro/2018

Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)

Copyright © 2018 – III Seminário Nacional Turismo/UFS. As contribuições assinadas são de responsabilidade exclusiva dos autores.

ISBN: 978-85-7822-681-7

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

	Seminário Nacional Turismo/UFS (3. : 2018 : São Cristóvão, SE)
S471a	Anais do III Seminário Nacional Turismo/UFS [recurso eletrônico] : turismo e transformação digital. V Semana Acadêmica e Cultural da UFS : SEMAC : 05 a 07 de novembro de 2018, São Cristóvão, SE / organização Cristiane Alcântara de Jesus Santos. – São Cristóvão, SE : Universidade Federal de Sergipe, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Departamento de Turismo, 2018.
T	265 p. : il.
	ISBN 978-85-7822-681-7
	1. Turismo – Inovações tecnológicas. 2. Patrimônio cultural. 3. Cultura e turismo. 4. Marketing turístico. 5. Sustentabilidade e meio ambiente. 6. Turismo e Estado. 7. Espaços públicos. 8. Turismo e gastronomia. 9. Museu da Gente Sergipana. 10. Museu de Arqueologia de Xingó. 11. Sergipe. 12. Rio Grande do Norte. I. Universidade Federal de Sergipe. II. Santos, Cristiane Alcântara de Jesus. III. Título. IV. Título: Turismo e transformação digital. V. Título: Semana Acadêmica e Cultural da UFS.
	CDU 338.48

A RELEVÂNCIA DA IMPLANTAÇÃO DE CENTRAIS MÓVEIS DE ATENDIMENTO AO TURISTA PARA A CIDADE DE ARACAJU/SE

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio³⁶

Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos³⁷

RESUMO

Os Centros de Atendimento ao Turista (CAT) configuram-se como estratégia de marketing e se inserem no sistema turístico como parte essencial da infraestrutura de que uma localidade necessita para atender ao turista, com vistas ao desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico mediante as premissas do bem receber, bem acolher e bem informar. Desse modo, essa pesquisa, de natureza teórico/aplicada, tem por objetivo apresentar uma análise acerca da viabilidade de implantação de uma central móvel de informações turísticas no município de Aracaju/SE. Para atingir o objetivo proposto, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documental, tratadas de modo qualitativo, bem como pesquisa de campo, através de visitas técnicas, com observação sistemática não participante. Quanto aos resultados da pesquisa, percebeu-se que o referido município carece de iniciativas inovadoras que corroborem com o desenvolvimento da hospitalidade no produto, de modo que o turista aproveite melhor os atrativos do destino, aumentando a sensação de hospitalidade e enriquecendo a experiência.

Palavras-chaves: Atendimento ao Turista, CAT, Informações Turísticas, Aracaju.

RESUMEN

Los Centros de Atención al Turista (CAT) están configurados como estrategia de marketing y se insertan en el sistema turístico como esencial de la infraestructura que una localidad necesita para servir al turista, con el fin de desarrollar la hospitalidad en el producto turístico a través de las premisas del bien recibir, acogida y la información. De esta manera, esta investigación, teórica/ aplicada tiene como objetivo presentar un análisis sobre la viabilidad de implementar un centro móvil de información turística en la ciudad de Aracaju/SE. Para lograr el objetivo propuesto, se han realizado investigaciones bibliográficas y documentales, tratadas cualitativamente, así como, investigación de campo, a través de visitas técnicas, con observación sistemática no participante. En los resultados de la investigación, se ha observado que el municipio necesita de iniciativas innovadoras que corroboren el desarrollo de la hospitalidad en el producto, para que los turistas puedan disfrutar mejor de las atracciones del destino, aumentando la sensación de hospitalidad y enriqueciendo la experiencia.

Palabras clave: Servicio turístico, CAT, Informaciones turísticas, Aracaju.

³⁶ Mestranda em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe-IFS; Pós-graduada em Planejamento do Turismo pela Universidade Federal de Sergipe/UFS. Especialista em docência do Ensino Superior pela Estácio Fase-SE; Bacharel em Turismo/UFS; Técnica em Hotelaria/ IFS. E-mail: elianeavelina@yahoo.com.br.

³⁷ Geógrafa. Mestre em Geografia/UFS. Doutora em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental/Universitat de Barcelona, España. Professora Adjunta do Curso de Turismo da UFS. E-mail: cristie09@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A informação é um elemento presente no contexto das viagens, e por esse motivo, é parte integrante do processo de decisão por um destino a ser visitado. As informações referentes aos aspectos presentes no destino que está sendo avaliado são importantes e necessárias, por estarem associadas aos riscos financeiros e emocionais que estão envolvidas no processo de escolha de um destino em detrimento de outro.

De início, o turista busca informações prévias referentes ao destino turístico que ele escolheu ou irá escolher, através de pesquisas, principalmente, pela *internet*. Durante a viagem, surge a necessidade de informações referentes às atividades que serão desenvolvidas durante a estadia no destino selecionado. Desta forma, torna-se necessário um canal entre o turista e os serviços oferecidos na localidade escolhida. Um desses canais pode ser os Centros de Informações Turísticas (CIT's), Postos de Informações Turísticas (PIT's) e/ou Centro de Atendimento/Apoio ao Turista (CAT's).

Os Centros de Atendimento ao Turista têm por objetivo primário orientar, informar e apoiar os turistas em sua estada no destino, e, ao mesmo tempo, acumula a função de auxiliar na divulgação do destino e na eventual aferição de dados sobre a demanda, registro de comentários e sugestões; informações que, posteriormente, possam vir a subsidiar a elaboração e o acompanhamento do planejamento do turismo do destino, bem como, de planos de marketing (BRASIL, 2008). Estes espaços também servem a população local dos municípios onde estão inseridos, quando esta procura informações de como desfrutar de uma melhor forma dos espaços turísticos oferecidos em toda região (PRODETUR RJ, 2012).

É importante ressaltar que os Postos de Informações Turísticas, Centros de Atendimento ao Turismo, e/ou Centros de Informações Turísticas configuram-se como estratégia de marketing através do desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico e que são de responsabilidade do setor público. Ademais, se inserem no sistema turístico como parte da infraestrutura que uma localidade necessita para atender ao turista (BENI, 2003).

Por entender a importância dos CATs para uma determinada região, o presente artigo de caráter teórico - aplicado, foi desenvolvido com o intuito de responder o seguinte questionamento: de que forma um CAT pode contribuir para que o turista aproveite melhor os atrativos do município de Aracaju, Sergipe, aumentando a sua sensação de hospitalidade e enriquecendo a sua experiência?

Sob essa perspectiva, o artigo em tela apresenta um recorte de uma pesquisa preliminar que forneceu subsídios teóricos para uma proposta de implantação de uma central móvel de informações turísticas na cidade de Aracaju, como componente essencial do sistema turístico, desenvolvimento da hospitalidade no produto turístico e estratégia de competitividade.

A cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe, no nordeste brasileiro, apresenta uma extensão territorial de 182 km², correspondendo a apenas 1% do território sergipano e tem uma população estimada em 650.106 habitantes de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018)³⁸. O município de Aracaju faz limite com os municípios que compõem a chamada “Região da Grande Aracaju”: São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro e Barra dos Coqueiros.

De acordo com Santos (2017, p. 189), Aracaju “es el más importante centro de la red urbana del estado de Sergipe destacándose por sus funciones político-administrativa, comercial, industrial y de prestadora de servicios³⁹”. Ademais, por ser considerado destino indutor e receber a maior demanda entre turistas nacionais e internacionais, principalmente através do modal aéreo, é normalmente a principal responsável pela comunicação inicial do turista com o destino. Assim sendo, torna-se de fundamental importância o desenvolvimento desta pesquisa para a referida localidade.

No percurso metodológico empreendido nessa pesquisa de natureza aplicada, adotou-se procedimentos tanto teóricos quanto práticos. Com abordagem qualitativa e objetivo exploratório, adotou-se como procedimentos técnicos a análise bibliográfica com base na revisão da literatura, que forneceram subsídios informacionais acerca de temáticas como: hospitalidade no contexto do turismo, a importância da informação para a conformidade do produto turístico e importância de iniciativas de marketing e hospitalidade para a cidade de Aracaju. Além da pesquisa documental através dos relatórios técnicos do município, sobretudo, os do Ministério do turismo, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável e da Fundação Getúlio Vargas.

Outro procedimento aplicado foi a pesquisa de campo, realizado através de visitas técnicas com observação sistemática não participante. As visitas ocorreram entre os meses de Maio e Agosto/2018 nos CAT's do referido município tendo como objetivo central observar o atendimento aos turistas, a infraestrutura local e o material de folhetaria disponível.

³⁸ IBGE. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/aracaju/panorama>. Acesso em 10/05/ 2018.

³⁹ “é o mais importante centro da rede urbana do estado de Sergipe se destacando por suas funções político – administrativa, comercial, industrial e de prestadora de serviços” (tradução nossa).

O percurso metodológico realizado considerou os aspectos de investigação e análise fundamentais na garantia de uma eficiente aplicabilidade do projeto que encontra-se em desenvolvimento. Para tanto, construiu-se um mapeamento diagnóstico para embasamento teórico, que será apresentado nesse recorte de pesquisa.

A IMPORTÂNCIA DAS CENTRAIS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

Apesar de nomenclaturas distintas, conceitualmente, as Centrais de Informações Turísticas apresentam finalidades similares. De acordo com De Lucca Filho (2005), os CIT's, PIT's e/ou CAT's são unidades cujo objetivo principal é fornecer informações turísticas, além da possibilidade de prestar serviços às agências de viagens (reservas de serviços em estabelecimentos turísticos - meios de hospedagem, traslados, serviços de guias de turismo, reservas em *shows* e outros eventos, dicas de atrativos turísticos), disponibilizar banheiros, e, disponibilizar serviços de alimentação (restaurantes, lanchonetes e lojas de conveniência), a depender do objetivo, localização, porte, estruturação, gestão e finalidade ao qual se destinam.

Ao analisar o papel dos postos de informações, Montejano (2001) aponta que estes devem se basear em informações de empresas e instituições turísticas, assim como, divulgar os recursos turísticos. Ademais, o autor também ressalta que os postos de informações devem ser utilizados para levantar informações dos turistas (pesquisa de demanda).

De fato, do ponto de vista da gestão, os CAT's devem contribuir para medir o grau de satisfação dos visitantes durante suas estadas, além de possibilitar a realização de estudos de fluxo turístico, demanda e etc., enriquecendo o planejamento turístico, sobretudo, através do direcionamento do processo de elaboração de novos produtos turísticos, a fim de aumentar o tempo de permanência do turista e distribuir o fluxo de visitantes para outros destinos da região (PRODETUR, 2012).

O avanço e crescimento do turismo, seja ele local, nacional ou internacional, torna-se condição relevante a existência de um local que concentre informações sobre a localidade e os destinos da região, disponibilizando folhetos e mapas, atendimento em idioma estrangeiro e, se possível, a opção de efetuar reservas em atrativos, hotéis e restaurantes.

Desse modo, os CAT's devem ser considerados um instrumento padrão para a competitividade de um destino, pois estudos indicam que os locais que possuem CAT bem localizados, com funcionários fluentes em diversos idiomas e bem qualificados e com boa provisão de material e informações, tornam-se mais competitivo "inclusive por possuírem

melhor controle sobre o tipo e a qualidade da informação prestada ao turista, garantindo um alinhamento com a imagem que deseja ser associada ao local” (BRASIL, 2008, p.16).

Os CAT's constituem-se também como um dos elementos responsáveis para a formatação do produto turístico, já que é um componente indispensável à recepção do turista na localidade, facilitando o seu deslocamento e o uso dos atrativos da cidade. Portanto, são também responsáveis por influenciar o envolvimento do turista com mais atividades no destino e, conseqüentemente, na visitação de outros atrativos em cidades turísticas do estado, aumentando o seu tempo de permanência e a satisfação do turista no local visitado.

Por outro lado, Araújo (2012) destaca que os centros de atenção ao turista precisam ter bastante responsabilidade acerca das informações que são utilizadas, como também, aptos ao uso de tecnologias de informação, a fim de atender às necessidades e satisfação do turista.

Dentre as abordagens culturais do fenômeno do turismo, a hospitalidade é um dos temas mais relevantes, e vem sendo discutido sistematicamente. Essa relevância se apresenta na intrínseca relação entre o fazer turismo - ao sair e permanecer temporariamente nos locais que não são os de residência habitual-, e o ser (bem) recebido em outras localidades, uma vez que como explica Cruz (2002) todo turista está sendo, de alguma forma recebido nos lugares, o que vai diferenciar a experiência entre um e outro, no que se refere a hospitalidade, é a forma como se desenvolve esse acolhimento no destino.

Logo, a qualidade dos espaços apropriados pelo e para prática turística, no que abrange a infraestrutura, seja ela primária ou secundária, é um fator determinante para a percepção da hospitalidade turística de um destino. Desse modo, é imprescindível a criação de novos espaços que agreguem mais valor e hospitalidade a atividade.

CENTRAIS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS NA CIDADE DE ARACAJU/SE

Os CAT's são elementos chaves no desenvolvimento da hospitalidade, e por isso devem ser considerados imprescindíveis no sistema turístico ao passo que, são uma via de comunicação efetiva que oportuniza o acolhimento e aproximação dos turistas com os recursos existentes no destino visitado.

O estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional, realizado em 2008 teve por objetivo avaliar sessenta variáveis, contidas em 13 dimensões: Infraestrutura geral, Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, Atrativos turísticos,

Marketing, Políticas públicas, Cooperação regional, Monitoramento, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos sociais, Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Na dimensão serviços e equipamentos turísticos foi realizada a análise da variável: Centro de Atendimento ao Turista da cidade de Aracaju. Esta, por sua vez, obteve 46,3 pontos de uma pontuação que vai até 125, ficando abaixo das médias de outras capitais brasileiras e sendo identificado como uma das variáveis de baixa prioridade para o destino, ou seja, não foram traçadas ações a partir do estudo realizado, o que resultou em uma estagnação de ações propositivas para o desenvolvimento, e ampliação de oferta dos CAT no município.

Atualmente, Aracaju conta com apenas 7 Centros de Atendimento ao Turista, sendo que três deles são administrados pela Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo (SEMICT), que são os CATs localizados no Mercado Municipal Thales Ferraz, na Orla pôr do Sol e na colina Santo Antônio, sendo que este último encontra-se desativado para reforma; e, os outros quatro administrados pela Empresas Sergipana de Turismo (EMSETUR), que são os localizados no Mirante 13 de Julho, Aeroporto, na orla de Atalaia e no Centro de Turismo.

Quanto ao tipo de informações disponibilizadas nos referidos CAT's, na maioria deles estão disponíveis materiais de apoio, tais como: mapas de orientação turística, folheteria sobre os principais atrativos, guias, prospectos de shows e passeios. Porém, através de observação sistemática realizada nos CAT's da cidade de Aracaju, verificou-se que não há um banco de dados atualizado para que os turistas possam ter informações sobre a gastronomia local, a hospedagem, transportes, entretenimentos, atrações turísticas, dentre outros serviços, além de informações direcionadas aos eventos que estejam ocorrendo nos municípios. Em sua maioria, são disponibilizados materiais que foram produzidos para campanhas paralelas de participação em feiras, eventos, etc., o que torna relevante a produção de um banco de dados e material próprio dos CAT's.

Desse modo, destacamos que não contempla nenhuma Central Móvel de Informações Turísticas que possa estar disponível em todos os atrativos turísticos da cidade, de modo articulado, bem como em eventos dentro e fora do entorno, o que dificulta a prestação desse tipo de serviço.

A proposta de viabilização de uma Central Móvel de Informações Turísticas para a cidade de Aracaju favorecerá na flexibilidade da prestação de serviços de auxílio aos turistas nacionais e internacionais, no que concerne as demandas de informações acerca de recursos, atrativos e

produtos turísticos existentes na cidade, bem como, no auxílio aos roteiros autoguiados, com o objetivo de potencializar as experiências no destino.

Assim sendo, a proposta de implantação da Central Móvel de Informações turísticas será uma relevante contribuição para as ações de marketing turístico, uma vez que como explica Balanzá e Nadal (2003), o marketing turístico é um conjunto de técnicas aplicadas para a comercialização dos produtos e serviços para satisfazer as necessidades dos diferentes grupos de consumidores e obter lucro. No caso das informações turísticas é oferecido um serviço de comunicação e esse serviço é utilizado antes, durante e depois da prestação do serviço efetivamente, contribuindo assim para a imagem que o cliente forma do produto/destino.

Partindo-se desse princípio, afirmamos que a cidade de Aracaju necessita adotar uma estratégia competitiva diferenciada através da prestação de serviço qualificada a partir de uma central móvel de informações turísticas, uma vez que o turista terá acesso à informação de uma forma mais prática e ágil. Kotler (1999) ao estudar marketing para o século XXI afirma que atender um cliente é estar atento às suas exigências e necessidades associando-se a agilidade, conhecimento e, sobretudo, a solucionar problemas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa foi interessante para emoldurar uma análise acerca da relevância das Centrais de Informações turísticas, sobretudo, para a cidade de Aracaju. Conforme abordado neste artigo, os PITs são essenciais ao sistema turístico, pois garantem uma melhor fluidez das informações e assume um papel relevante na divulgação do destino turístico. Ademais, os postos de informação criam uma imagem positiva favorecendo na qualidade da informação turística, o que torna o destino mais hospitaleiro e competitivo.

Também foi destacado que os PITs de Aracaju, atualmente, estão dispostos na cidade em um quantitativo bastante reduzido, devendo haver uma ampliação do número de unidades para que atenda outros atrativos turísticos da cidade, facilitando o processo de informação por parte do turista. Fato este que demandaria bastante recurso financeiro por parte do poder público, uma vez que teria que implantar novas estruturas físicas, contratar e capacitar corpo técnico, a fim de realizar o atendimento ao turista, além de modernizar os postos de informação adotando a informatização.

Nesse aspecto, percebe-se a necessidade de empreender ações inovadoras para o destino, a fim de que se criem condições favoráveis a receptividade do turista na cidade como

estratégia de hospitalidade e marketing. Desta forma, a Central Móvel de Informação poderá se deslocar na cidade e, a partir de um planejamento prévio, atenderá os principais atrativos turísticos da cidade, de modo articulado, bem como em eventos dentro e fora do entorno, o que dificulta a prestação desse tipo de serviço.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. A. **Qualidade no atendimento ao turista: uma análise dos centros de atendimento ao turista da cidade de Natal-RN.** Natal/RN, 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo, UFRN).

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 8. ed. São Paulo: Senac, 2003.

BALANZÁ, I. I. M.; NADAL, M. C.. **Marketing e Comercialização de produtos turísticos;** Tradução Miguel Cabrera. São Paulo: Pioneira Thompson learning, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional – Relatório Brasil.** Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

_____. Ministério do turismo. **Plano Nacional do Turismo 2013-2016- O turismo fazendo muito mais pelo Brasil,** MTur, 2013.

_____. Fundação Getúlio Vargas, Ministério do Turismo e Sebrae. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional.** Brasília, 2015. Disponível em :<
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/Aracaju_RA_2015.

CRUZ, R. C. A.. Uma abordagem geográfica do fenômeno da hospitalidade turística. In: DIAS, C. (org). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas.** São Paulo: Manole, 2002.

DE LUCCA FILHO, V. **Estudo do fluxo de informações em centros de informações turísticas de Santa Catarina: programa portais do lazer.** 134f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

FGV. **Caracterização da Demanda Turística de Sergipe.** Coordenador Luiz Gustavo Medeiros Barbosa- Rio de Janeiro: FGV projetos, 2018. 54p.

KOTLER, Philip. **Marketing para século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados.** Tradução de Bazan Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 1999.

MENDES, D. S.; RIBEIRO, S. D. D.; MEZZAROBBA, C.; SANTOS, A. C.; ARAGÃO, P.; GARCIA, L. C. P.; OLIVEIRA, T. S.; SANTOS, S. M. A Orla de Atalaia em Aracaju/SE e seus equipamentos de esporte e lazer como problemática de pesquisa: levantamento e discussão dos dados. **Scientia Plena,** Vol. 9, Num. 8, 2013.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico.** 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PRODETUR. **Manual de Operações do Programa-MOP.** Prodetur Nacional, Rio de Janeiro, 2012.

SANTOS, C. A. J. **El Turismo como Factor de Desarrollo: El caso de Sergipe.** Barcelona, 2017. Tese (Doutorado em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental). Departamento de Geografía Humana, Universitat de Barcelona.

SERGIPE. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Polo Costa dos Coqueirais.** Brasília, DF: Technum Consultoria, 2013.

SILVA, J. A.; SANTOS, C. A. J. Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju. *Revista Turismo Contemporâneo*, v.3, n. 2, 2015.



III SEMINÁRIO NACIONAL
TURISMO
UFS

TURISMO
UFS

**Turismo e
Transformação Digital**

V Semana Acadêmica e Cultural da UFS - SEMAC

Data: de 05 a 07 de novembro/2018
Local: Universidade Federal de Sergipe (Campus São Cristóvão/SE)