**Resumo:** O turismo é uma atividade socioeconômica marcante na sociedade contemporânea e cada vez mais influenciada pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), que por sua vez vem transformando também a forma como o marketing é realizado. Nesse contexto, o projeto de pesquisa de iniciação científica se propôs a comparar os aplicativos ( *apps* ) para *smartphones* desenvolvidos para os destinos turísticos mineiros, Diamantina e Ouro Preto, e sua relação com o marketing digital; buscando não só a análise dos *apps* a partir do turismo, bem como, as ferramentas apresentadas por esses no âmbito do marketing digital. Metodologicamente trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, exploratória, com parte descritiva e finalidade de avaliação, realizada em três etapas. Primeiro uma pesquisa bibliográfica em 17 revistas científicas de turismo, além da biblioteca da UFVJM, cujos resultados foram a construção do referencial teórico acerca de turismo, marketing, marketing digital, tecnologia e aplicativos para *smartphones* . A segunda etapa apresentou os destinos e descreveu a situação atual dos mesmos em relação aos *apps* , e levantou os principais aplicativos encontrados nas plataformas disponíveis, sendo 3 para o destino Ouro Preto (Ouro Preto APP, Ouro Preto 360 e Cachoeiras Estrada Real) e 2 localizados para Diamantina (Cachoeiras Estrada Real e Guia Ache Aqui Diamantina). Por fim, foi realizada a análise dos aplicativos, verificando funcionalidades a partir de testes, descrevendo-os acerca do conteúdo de turismo e serviços encontrados, além de sinalizar as principais ferramentas de marketing digital identificadas em cada aplicativo. Como resultados da pesquisa visualizaram-se quais os aplicativos mais completos, do ponto de vista do turismo e do marketing digital. Assim, foi constatado que a maioria dos aplicativos utiliza alguma ferramenta apontada como tendência no âmbito do marketing digital, mas nenhum faz uso de toda a potencialidade dos mesmos. Do ponto de vista do turismo, considerando às devidas especificidades de cada aplicativo, uns são mais fracos em relação às informações oferecidas aos turistas e outros são mais completos. Além disso, nenhum deles oferece conteúdo *off-line* , o que prejudica a experiência de acesso à informação com mobilidade dos turistas. Outra possibilidade que se identificou para investigações futuras é compreender a percepção acerca dos aplicativos por parte dos empreendimentos.

**Coordenação:** Juliana Medaglia Silveira

**Vice coordenação:** Izabel Cristina Carvalho de Oliveira

**Colaboradores:** Não se aplica

**Alunos envolvidos:** Eberton da Costa Siqueira;

**Financiamento:** Fapemig

**Data de início:** 01/03/2018

**Data de término:** 28/02/2019