



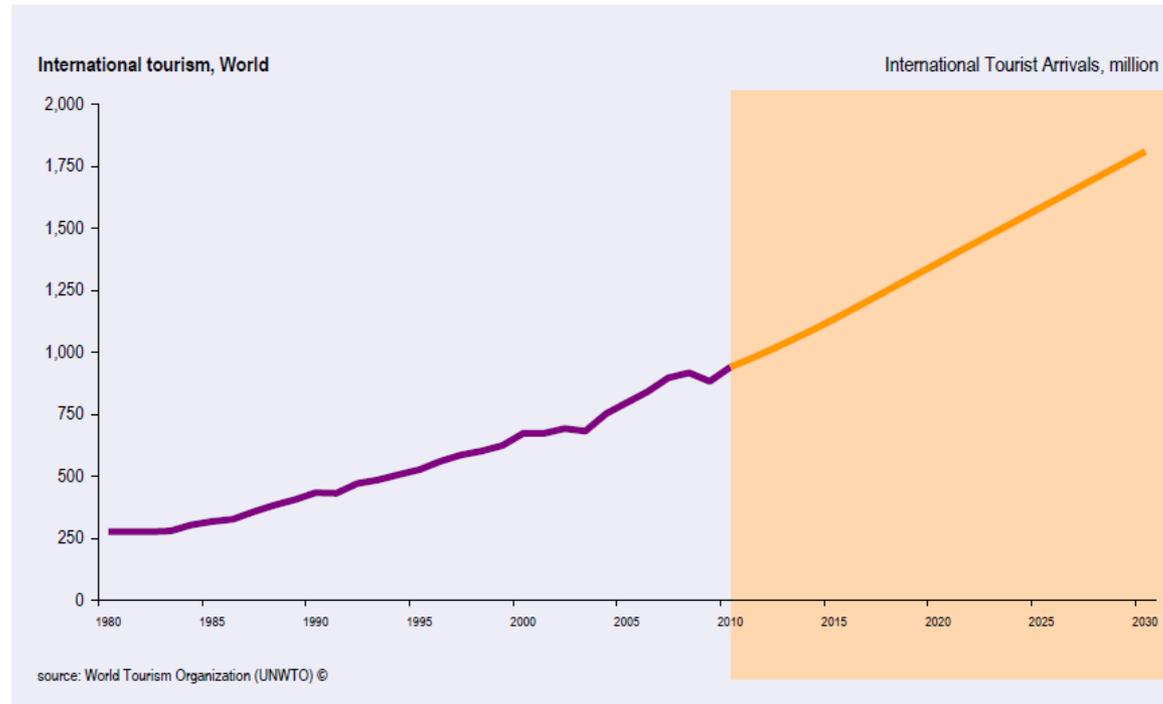
Seminário: Inovação e tecnologia para o turismo

30 de MAIO de 2012

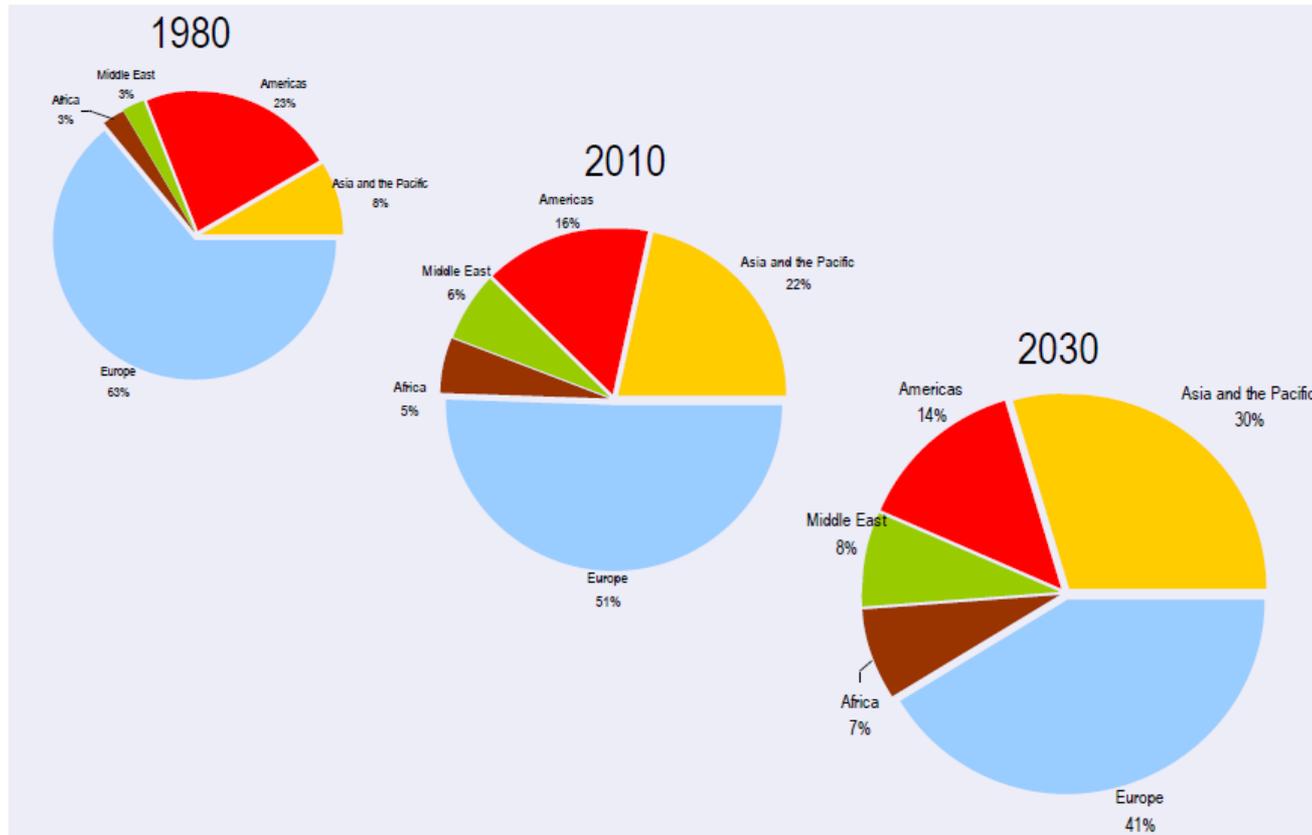


Turismo 2015: prioridades tecnológicas

Turismo: atividade de futuro



De acordo UNWTO, estima-se um crescimento médio anual de 3.3% entre 2010 e 2030. Levando o número de viagens anuais a situar-se para níveis na ordem dos 1.800 Milhões/ano.



A Europa perderá quota de mercado face aos destinos emergentes

O Turismo na Economia Portuguesa

9,2% do PIB

42,5% da balança corrente de serviços

8,2% do emprego.

Segundo o relatório do *World Economic Forum* para 2011, Portugal é o 18º destino mais competitivos do mundo.

Transformação do Turismo

A globalização do Mercado Turístico a que se assistiu nos últimos anos foi fortemente marcada pela revolução das tecnologias de informação e comunicação.

O seu impacto levou à emergência de **novos modelos de organização do negócio** turístico, à “democratização” do transporte aéreo, ao aparecimento de **novos destinos** e a uma **nova geração de clientes** mais exigentes, mais informados e com maior capacidade de escolha.

Modelo de produção

O modelo de produção em Turismo é **distribuído** e **cooperativo**, envolvendo a colaboração ativa de múltiplos atores que fornecem, de forma agregada ou dispersa, o conjunto de serviços que viabilizam a viagem e a fruição do destino.

Este modelo distribuído concretiza-se numa **rede que se articula à escala global**, a escala do processo de produção do turismo.

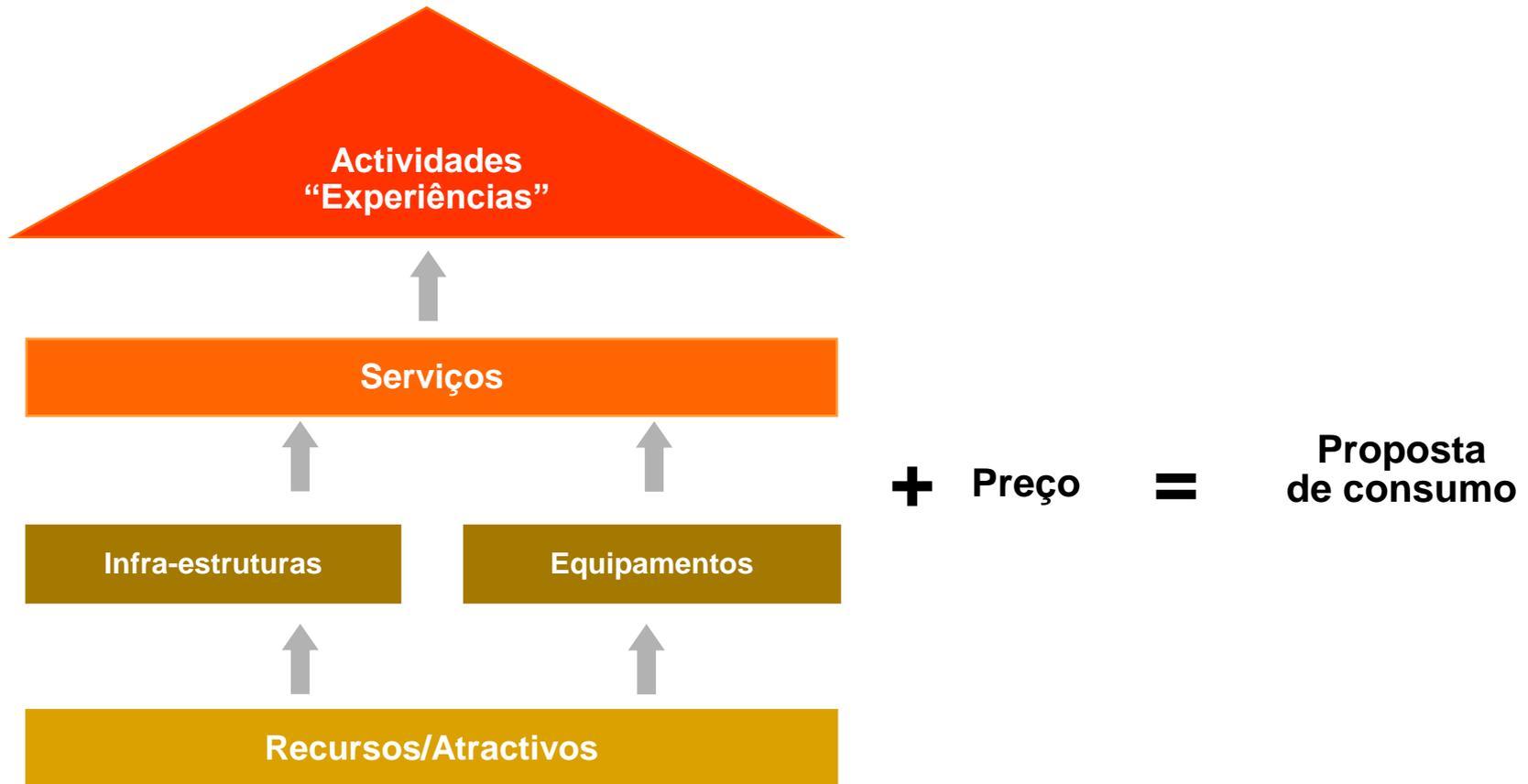
Assim, o desenvolvimento da internet e das tecnologias de informação trouxe consigo a alteração profunda do processo de produção turística, viabilizando o tratamento automático da informação e a sua partilha em grande quantidade, a custos reduzidos.

Clientes

Os clientes da atividade turística, protagonistas deste novo paradigma da sociedade do conhecimento e do relacionamento, tornaram-se consumidores (e mais recentemente produtores) de informação, em todas as fases do ciclo de viagem:

- Na preparação da viagem, para informar a decisão e limitar o risco;
- Durante a viagem, facilitando a sua permanência no destino e a sua vivência experiencial;
- No regresso, partilhando a experiência da viagem nas suas redes de relacionamento ou prolongando sob novas formas a experiência vivida.

Produto



Desenvolvimento turístico no novo ambiente competitivo

TURISMO 2015 PÓLO DE COMPETITIVIDADE E TECNOLOGIA



Estímulo à
competitividade

Desenvolvimento
selectivo da oferta

Reforço da atractividade
do destino Portugal

Projeto Âncora

Rede de I&DT para o Turismo

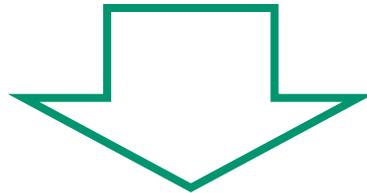
suscitar a discussão em torno das necessidades tecnológicas para a competitividade e sustentabilidade

identificar iniciativas de I&DT que associem Centros de Investigação e agentes da atividade turística na busca de novas soluções que desequilibrem positivamente o posicionamento no mercado turístico global.

Rede de I&DT para o Turismo: Áreas de prioridade:

Tecnologias de informação e comunicação

Planeamento do espaço e gestão dos recursos (água e energia)



Reduzir custos, agilizar os processos, aumentar as margens, preservar recursos naturais e paisagísticos, inovar o produto.

Rede de I&DT para o Turismo: agenda

Aumentar a eficiência da cadeia de produção (destinos e empresas) reduzindo os custos, maximizando a visibilidade no mercado e a capacidade de relacionamento com o cliente.

Generalizar o acesso das empresas à tecnologia, especialmente PME

Quadro 1 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, por dimensão do estabelecimento (%)

2011					
Escalão de pessoal ao serviço	Utilização de computador	Acesso à Internet	Banda larga	Presença na Internet	Reservas online ^(*)
Total	86.5	85.5	77.8	86.6	74.1
250 e mais pessoas ao serviço	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
50 a 249 pessoas ao serviço	100.0	100.0	99.1	100.0	96.5
10 a 49 pessoas ao serviço	98.2	97.8	92.6	98.7	89.4
1 a 9 pessoas ao serviço	73.9	72.3	61.0	73.9	55.3

(*) A informação relativa às reservas *online* é reportada ao ano anterior do inquérito

Assegurar a publicação regular de **conteúdos digitais diferenciadores** (web site otimizado para a boa visibilidade nos motores de pesquisa, redes sociais e blog, plataformas e aplicações móveis)

Interagir e monitorar a **relação com o cliente**

Assegurar a **gestão do inventário e dos canais de distribuição** e do *pricing* de forma integrada, inteligente e flexível, permitindo a reação rápida às solicitações do mercado.

Permitir a **integração fácil com novas plataformas de promoção e distribuição** por via da interoperabilidade tecnológica e das regras de negócio.

Integrar dinamicamente os componentes da experiência

Desenvolver para os **novos ambientes da Web:**

novos conceitos de organização do espaço informativo digital, como a **web semântica**,

preocupações com a **privacidade dos dados**,

novos modelos de negócio que colocam do lado do **cliente** a condução do processo comercial (Vendor Relationship Management),

Website as a **Webservice**

ECOSISTEMA DIGITAL DO TURISMO?

Enriquecer a experiência do cliente (otimizando a sua estadia, facilitando a localização dos recursos relevantes para o seus interesses e mediando de forma criativa a sua relação com esses recursos).

Realidade virtual, realidade aumentada, novas superfícies táteis, novos modelos de socialização no destino, “embeded intelligence”.....



O Restaurante do Futuro, Hotel Lab, Novo modelo de sítio de património.... Tecnologia + Criatividade

Rede de I&DT para o Turismo: Próximas iniciativas

Interoperabilidade (14 de Junho - Aveiro)

Repensar o uso do espaço, da energia e da
água no Turismo (20 de Junho - Coimbra)

Plataformas de serviços para as empresas
(Julho)

TIC e a intensificação da experiência turística
(Setembro)

Contactos:

<http://idturismo.blogspot.com>

<http://www.facebook.com/IDTTurismo>

idgeturismo@turismodeportugal.pt

Coimbra, 30.05.2012

luis.costa@turismodeportugal.pt