

Observatório do Emprego



NEWSLETTER #9 Agosto 2020

ISSN 2184-7894

Oportunidades para o desenvolvimento tecnológico no Turismo

O desenvolvimento tecnológico tem sido um dos principais motores para as transformações sentidas pelo setor económico relacionado com a atividade turística. No contexto das TICE (Tecnologia da Informação, Comunicação e Eletrónica), a Internet revolucionou a forma de atuação e de posicionamento de todos os intervenientes nos canais de distribuição turística (Ramos *et al*, 2009).

Segundo um estudo desenvolvido pelo Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico do Turismo Centro de Portugal, o setor do turismo soube evoluir acompanhado as novas tecnologias e tirando partido das suas funcionalidades. Para o núcleo, a internet veio mudar radicalmente a forma de viajar e até de experienciar as viagens. Se, antigamente, o destino era escolhido por catálogo, com a ajuda de operadores turísticos, agora são os turistas que procuram, na internet, a forma de viajar e todas as informações sobre o local que querem visitar.

De acordo com as atividades realizadas pelo Observatório do Emprego com o setor do Turismo, no que se refere às tecnologias, este é um setor que na região ainda apresenta baixos níveis de adoção. Nestas destacam-se principalmente as plataformas de gestão operacional do negócio ou de reservas online e App, ou os QR Codes, bastante potenciados nesta altura da pandemia. Para a maioria das empresas, digitalização significa essencialmente uma maior visibilidade no mercado, portanto, o foco passa inevitavelmente pela área do marketing digital.

A digitalização e as suas oportunidades não se resumem a esta área e o não aproveitamento das oportunidades pode ser crucial no futuro de um setor maioritariamente constituído por microempresas, com uma capacidade de investimento muito limitada. Urge, por isso, por um lado responder às suas necessidades imediatas, mas igualmente, no médio prazo apostar em outras competências digitais que potenciem o crescimento do negócio, mas também em outras competências digitais

que potenciem o crescimento do negócio, mas também a evolução necessária a beneficiar em pleno a digitalização.

O setor do Turismo da região apresenta-se a duas velocidades no que respeita à adoção tecnológica. Por um lado, organizações de maturidade digital extremamente baixa e onde a visão para iniciar processos de implementação digital não parece ser refletida nas atividades e, por outro lado, outras organizações que encaram a adoção tecnológica como fundamental (e mesmo vital) para o crescimento e competitividade dos seus negócios. Isto parece indicar que as entidades responsáveis pelo planeamento da e formação qualificação neste setor terão de definir duas estratégias distintas, adequadas a ambos os contextos. Se, no primeiro caso, se trata de uma questão de sensibilização (até) para a digitalização, no outro, importa igualmente disponibilizar a formação de base e contínua que alimentem as necessidades dos talentos e empresas da região neste setor.



Necessidades de competências em Aveiro:

A voz às empresas do Turismo

As entrevistas realizadas pelo Observatório do Emprego tiveram o objetivo de identificar as prioridades das competências digitais da região de Aveiro e a perceção das empresas sobre a disponibilidade regional dessas competências, substanciada na dificuldade ou facilidade que as organizações dos três setores envolvidos (TICE – Tecnologia da Informação, Comunicação e Eletrónica, Indústria e Turismo) apontam ao procurar essas competências na região.

No setor do Turismo, as entidades auscultadas apontaram como uma grande oportunidade a digitalização. Segundo os interlocutores ouvidos, praticamente não existem profissionais dedicados exclusivamente a áreas da

digitalização, sendo necessário o desenvolvimento de competências digitais nos técnicos do setor que permitam desempenhar as tarefas neste âmbito. Nestas competências destacam-se as competências técnicas de marketing digital, gestão de plataformas de reservas online, tratamento de dados em plataformas de *business intelligence* e/ou analítica, competências associadas ao *Big data* e competências digitais de utilização de plataformas de gestão de processos internos e de sistemas de informação.

Do ponto de vista das competências transversais, os interlocutores do Turismo auscultados, consideraram como mais importantes a polivalência e a inteligência

emocional, seguidas da orientação para o cliente e das competências comerciais, de visão de vendas, de negociação e gestão de conflitos, de métodos de trabalho (eficiência operacional), o gosto em aprender, a responsabilidade, e a proatividade, bem como o “Saber ser e Saber estar” (o que chamaram “ter amor à camisola”).

Dadas as limitações mencionadas na oferta regional de profissionais com competências digitais do setor, aquelas apontadas como necessárias também foram mencionadas como difíceis de encontrar, pelo que urge oferecer formação adequada aos colaboradores das empresas do Turismo e Serviços de Aveiro.

Figura 1 – Ranking das competências técnicas mais relevantes para o Turismo em Aveiro

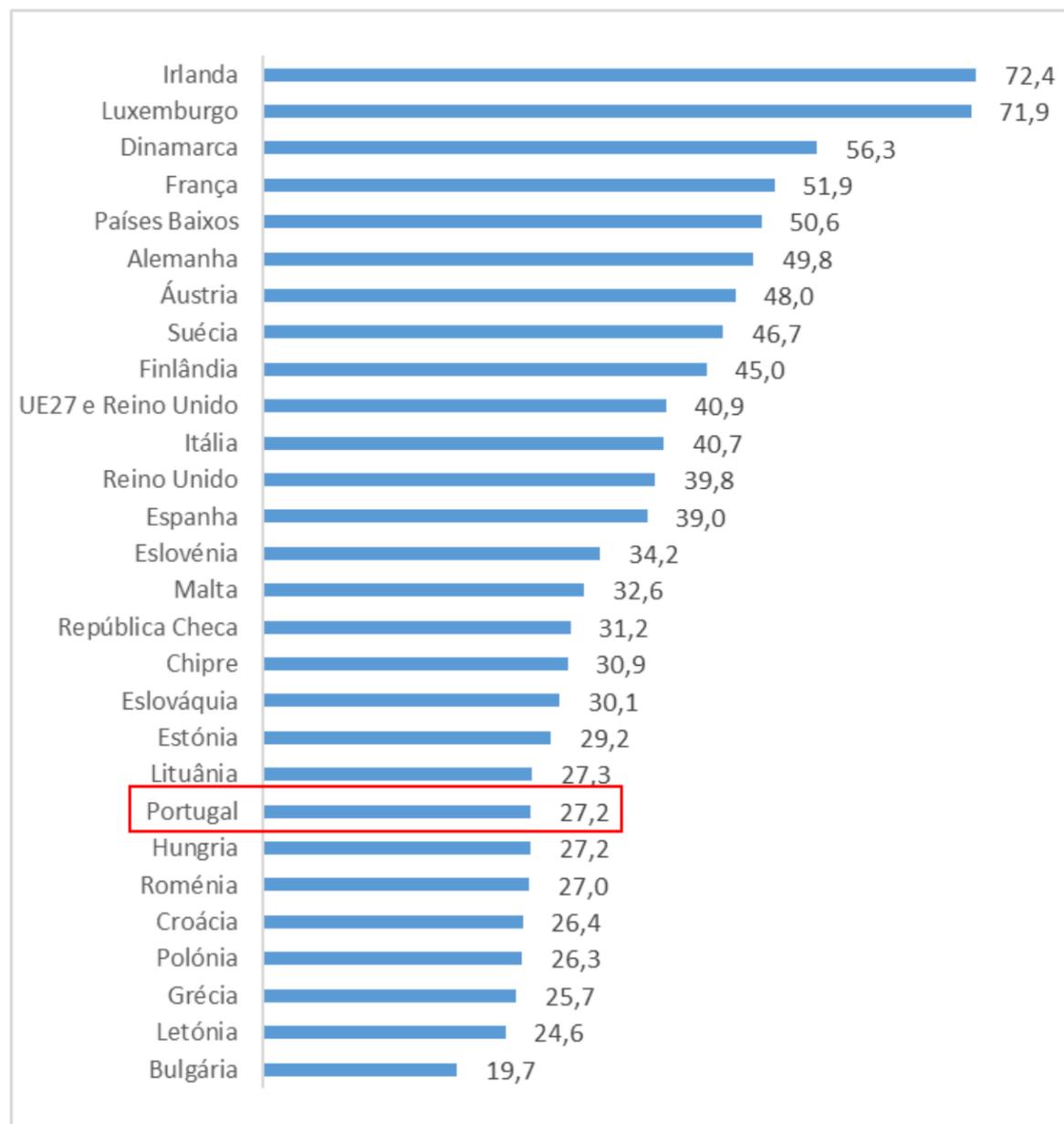


Fonte: Adaptado do Relatório da Identificação de Gaps e Prioridades de Qualificação no Contexto da Transformação Digital (2020), Observatório do Emprego de Aveiro

Sabia que?

O **Índice de Produtividade Real do Trabalho por Hora**, disponibilizado pelo Pordata – Base de dados de Portugal Contemporâneo, é um indicador de competitividade da economia que se baseia no PIB (Produto Interno Bruto) em PPS* preços correntes no ano civil dividido pelo número de horas trabalhadas no ano civil. Portugal tem um dos valores mais baixos da UE27 + Reino Unido (RU). Em 2019, Portugal ocupou o 20º lugar deste grupo de países e gerou 27,2 unidades de riqueza em PPS*, o que representa 66,5% da média da UE27 + RU. A produtividade é um dos desafios mais importantes que Portugal tem que vencer e a digitalização da economia pode ser uma alavanca neste processo. Segundo Pedro Brinca no livro “Como trabalham os portugueses”, Portugal apresenta um grande potencial para a difusão da automação. Isto deve-se ao facto de se reconhecer a existência de um elevado número de tarefas repetitivas em diversos setores de atividade, que poderiam substituídas por tecnologia já existente. Exemplos incluem o setor da indústria transformadora ou as atividades de comércio por grosso e retalho que apresentam um potencial de automação com tecnologia, já existente, de 69% e 55%, respetivamente .

Figura 1 – Ranking dos países mais produtivos em 2019 da UE27 e Reino Unido



Fonte: Pordata

* PPS é a sigla para Purchasing Power Standard (Paridade de Poder de Compra), uma unidade de medida que permite para comparar os níveis de bem-estar ou despesa entre países, anulando a diferença dos níveis de preços existentes naturalmente entre os países.

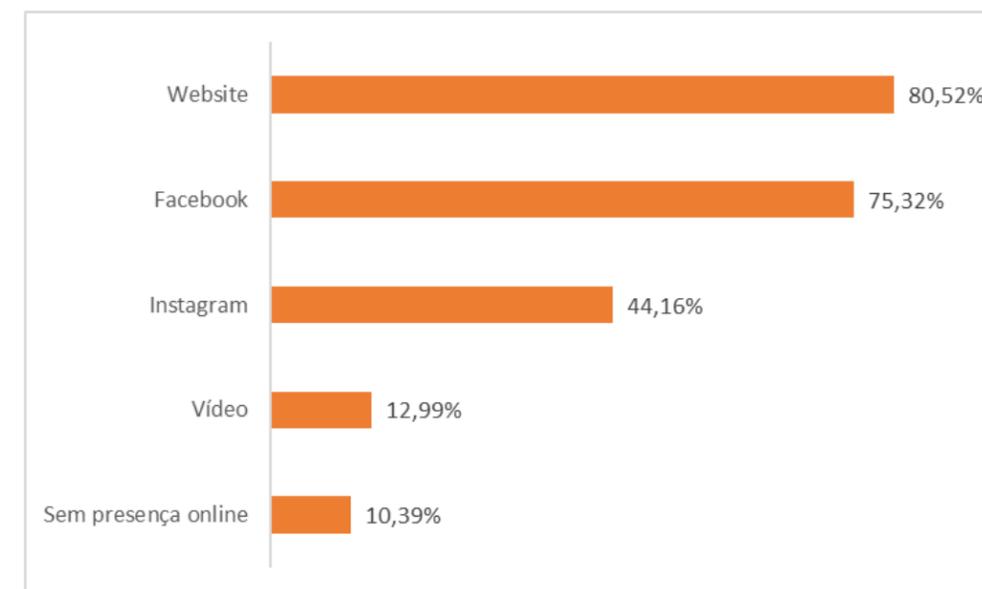
Presença digital no turismo em Aveiro

As redes sociais têm-se afirmado como uma ferramenta de promoção turística de baixo custo, alta visibilidade e de resultados rápidos e positivos. Diversos fatores são apontados como fundamentais para uma promoção turística de sucesso, e é de suma importância para os promotores turísticos a compreensão das principais motivações que orientam os potenciais clientes no momento da escolha por um destino ou produto (Arruda, 2014).

Arruda (2014) aponta que, dentre os fatores de influência é possível destacar a identidade, a confiança, a fidelidade e o reconhecimento de uma marca turística como os mais importantes a serem considerados no momento em que é feita a decisão na utilização das redes sociais como estratégia de promoção. O objetivo é através destas

estratégias convencer os clientes satisfazendo as suas motivações. Segundo o estudo do Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico do Turismo Centro de Portugal, a região de Aveiro possui 6,98% dos empreendimentos turísticos (hotéis, turismo em espaço rural e campismo) do Centro de Portugal. O mesmo estudo apresenta a região de Aveiro com uma forte presença digital, onde apenas cerca 10% dos empreendimentos turísticos não tem presença online. A preferência dos empreendimentos turísticos da região de Aveiro vai para a criação de página virtual (80,52%) e facebook (75,32%) da empresa. Tem-se verificado igualmente um crescimento no número de páginas do Instagram (44,16%) como imagem online dos empreendimentos.

Figura 1 – Presença digital dos empreendimentos turísticos na região de Aveiro



Fonte: Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico do Turismo Centro de Portugal

Para saber mais sobre o Observatório do Emprego de Aveiro <http://observatoriodoemprego.web.ua.pt/>

Para saber mais sobre as Urban Innovative Actions: <https://www.uia-initiative.eu/en/uia-cities/aveiro>

Para saber mais sobre o projeto: <https://www.aveirotechcity.pt/pt/atividades/observatorio-do-emprego>

Gostaria de receber mais informações? Inscreva-se e receba a newsletters do OE: observatoriodoemprego@ua.pt

Contatos

Observatório do Emprego
observatoriodoemprego@ua.pt
@observatoriodoemprego

Câmara Municipal de Aveiro
www.cm-aveiro.pt

Universidade de Aveiro
www.ua.pt



Inovaria
www.inovaria.pt

Main Urban Authority



Delivery Partners



Funding

