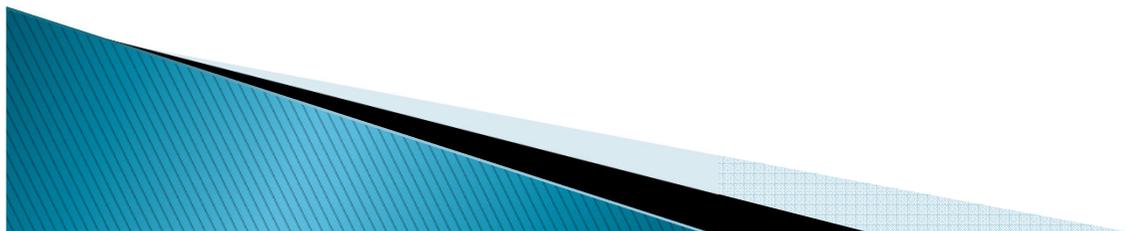


**I SEMINÁRIO
OBSERVATÓRIO DE
TURISMO
RIO GRANDE DO SUL**

**António Jorge Fernandes
UA-AVEIRO/UCS-CAXIAS DO SUL**

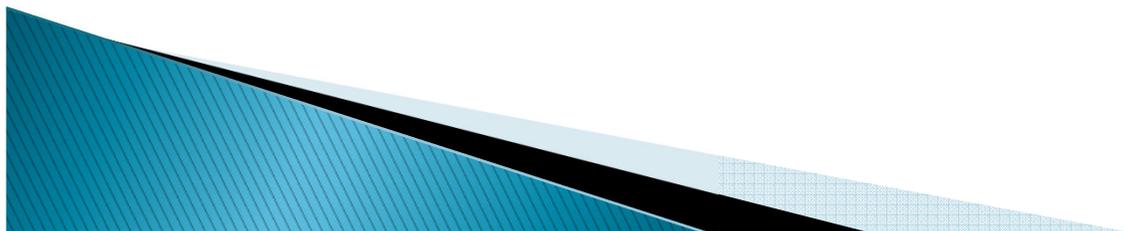
I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ A organização mundial do turismo estima que até 2030, o setor crescerá a uma taxa de 3,3% ao ano, o que significa algo em torno de 40 milhões de turistas a mais por ano, atingindo-se em 2030, um fluxo global de aproximadamente 1.800 bilhões de turistas.



▶ **Grandes Desafios**

- ▶ Necessidade de os países serem mais competitivos em relação a outros destinos, associados à sazonalidade da demanda, problemas que a diversificação da oferta não tem conseguido resolver.
- ▶ Aqui surge uma variável chave, o fator inovação, no sentido de que inovar significa implementar novas soluções que criam valor para as empresas, os accionistas e os clientes.



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ As experiências e as tendências de mercado, dizem-nos que o sector do turismo, para combater as ineficiências, deve estruturar uma estratégia de inovação, orientada para a experiência do cliente, com base num novo modelo de negócio e potenciada por iniciativas de colaboração que promovam o trabalho em rede.
- ▶ Assim será possível reduzir custos e aumentar receitas, captando mais turistas e incrementando a perceção de valor, impulsionando o crescimento do sector.



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ Para encontrar novas soluções é essencial compreender que o sector está em fase de mudança da demanda o que exige também mudanças do lado da oferta.
- ▶ Atualmente além de existirem novas exigências relacionadas com a relação qualidade-preço, o papel do consumidor ultrapassa a simples pesquisa e compra de serviços, para abranger também a área das críticas e da publicidade. Por isso, a experiência digital, neste contexto é cada vez mais importante.



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ Tendo em conta estes indicadores, é necessário que exista uma oferta de alta qualidade, que esteja disponível a maior parte do ano e que se distinga pela diferenciação, pela acessibilidade, pelo produto, pela distribuição, pelo apoio à venda e pela experiência do cliente.
- ▶ Para promover estas soluções complementares, as empresas do sector devem dotar-se de estratégias bem estruturadas e planeadas de inovação, reflectidas nas seguintes acções:



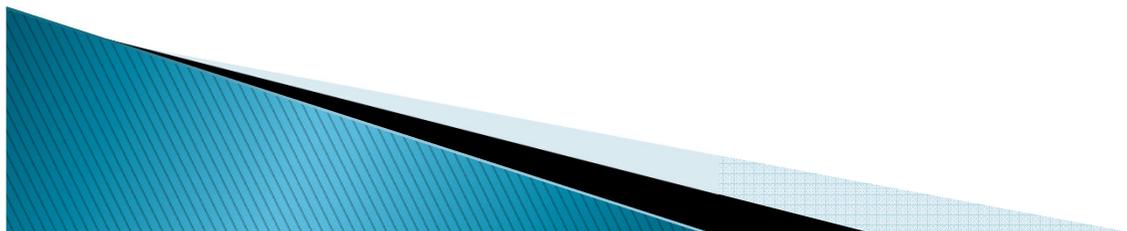
I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ 1. Apostar nas plataformas digitais e nas redes sociais.
- ▶ O turista hoje já não depende das operadoras turísticas, preparando ele mesmo a sua viagem. As empresas do sector turístico devem acompanhar estas mudanças e extrair delas a capacidade e oportunidade de crescerem.



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ Exemplo disso é um estudo do Cornell Center para “Hospitality Research”, que refere que a satisfação dos clientes dos hotéis, medida pelos comentários online, teve um impacto positivo na performance do hotel.
- ▶ O estudo mostra que o aumento de 1% na avaliação positiva (numa escala de 100 pontos) do hotel, gera um aumento de 0,89 no preço, 0,54% na taxa de ocupação e 1,42% no Revpar (receita por quarto disponível).



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

		2003	2010	2015	2020	
	População Mundial	6,3	6,8	7,2	7,6	
	Dispositivos Ligados à Internet	500	12.500	25.000	50.000	
	Dispositivos ligados por/pessoa	0,08	1,84	3,47	6,58	
	The rise of the "Internet Things"					
	Fonte: Cisco Internet Bussiness Solutions Group, April 2011					

I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ 2. investir na melhoria da qualidade do capital humano
- ▶ É possível definir uma estratégia de investimento em capital humano, centrado em quatro níveis:
- ▶ *“desenho de estruturas organizacionais em função da cadeia de valor, na qual o cliente é a peça central e onde se incluiu o desenho das funções e das competências associadas.*
- ▶ *“definição de perfis de talento-conhecimento, experiência e competências técnicas e pessoais- para cada função.*



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ *“desenho de planos de desenvolvimento - formação pelo reforço de conhecimento, percursos de experiência e modelos de apoio ao desempenho da função - que assegurem a produção de talento”.*
- ▶ *“implementação de modelos de remuneração que conciliem a valorização do perfil e incentivem a performance”.*



I SEMINÁRIO OBSERVATÓRIO DE TURISMO RIO GRANDE DO SUL

- ▶ 3. Inovar em termos de modelos de negócios
- ▶ A inovação deve ser usada para alterar os modelos de negócio e sobretudo definir novas formas de criar valor.
- ▶ No que diz respeito ao turismo, torna-se ainda mais importante este fator, uma vez que os clientes exigem ofertas diferenciadas.
- ▶ Logo o acesso a novas experiências e a qualidade das mesmas sentidas pelos consumidores, serão capazes de determinar a maior ou menor competitividade das empresas do sector turístico (melhorar a experiência do cliente, encontrar novas formas de comercializar produtos e serviços existentes, servir novos clientes e/ ou clientes insatisfeitos e reduzir custos).



▶ PORTUGAL

▶ O Caso de Portugal

- ▶ 8% do emprego, 10% do PIB, 14% das exportações totais, 46% das exportações de serviços.
- ▶ Sustentabilidade (Praias)
- ▶ Empreendedorismo (Pousadas)
- ▶ Inovação (Maravilhas)

