



Recursos formativos

área de competência 8

Inovação e transformação digital

desenvolvido por **CARDET**



Cofinanciado pela
União Europeia

Recursos formativos: **introdução**

Dirigido a:

- consultores de turismo sustentável
- prestadores de Ensino e Formação Profissional (EFP)
- pequenos operadores de turismo

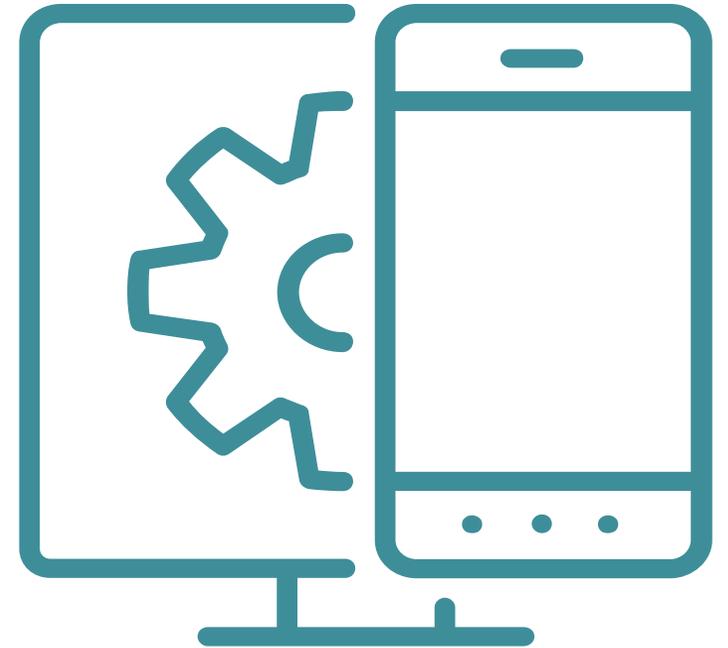
Disponibiliza um conjunto de oito recursos formativos combinados para apoiar o turismo e o desenvolvimento local através da promoção do uso sustentável e eficiente dos recursos naturais, culturais e económicos nas regiões com cursos de água.



inovação e transformação digital: sobre a área de competência 8

A inovação e a transformação digital respondem à procura crescente de um modelo de ecossistema empresarial de turismo digital, especialmente após a pandemia COVID-19. A utilização de tecnologias modernas nas operações comerciais fomenta a capacidade das empresas de construir resiliência, ganhar uma vantagem competitiva sobre os seus pares e assegurar a viabilidade.

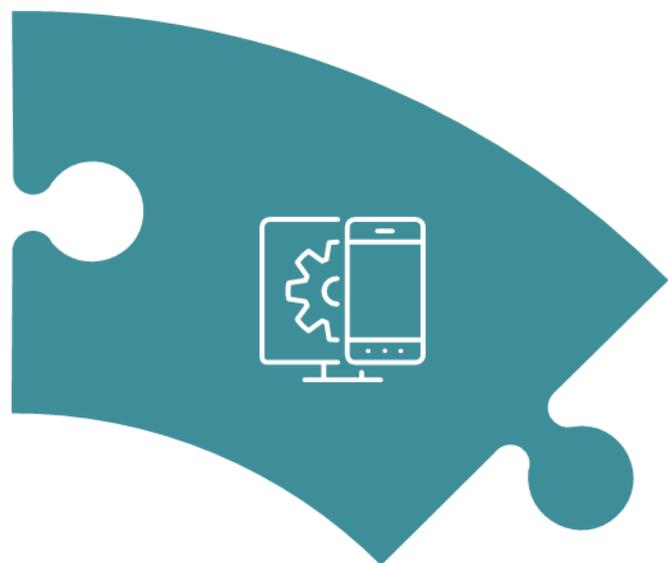
Esta área de competência descreve os conhecimentos, aptidões e atitudes que o consultor de turismo sustentável deve adquirir e desenvolver para orientar os pequenos operadores de turismo nas regiões com cursos de água a adotarem práticas mais sustentáveis nos seus negócios locais através da digitalização.



inovação e transformação digital: nesta área de competência, aprenderá a

- definir inovação e a transformação digital no setor do turismo e como a presença digital tem impacte na produtividade e nos lucros;
- dar exemplos de competências em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) necessárias nos diferentes setores do turismo (alojamento, alimentação e bebidas, recreação e entretenimento e serviços de viagem);
- fornecer exemplos de ambientes digitais apropriados (realidade virtual - VR), realidade aumentada - AR), etc.) em cada setor do turismo;
- selecionar os métodos de transformação digital mais adequados para melhorar os processos empresariais, bem como a experiência do cliente;
- aplicar as técnicas e métodos aprendidos para ajudar os pequenos operadores de turismo a adquirir um conjunto de competências digitais, independentemente da sua idade;
- aconselhar pequenos operadores de turismo sobre a utilização e gestão de ferramentas de TIC, incluindo VR, para que possam proporcionar uma excelente experiência aos clientes;
- monitorizar o processo de digitalização dos pequenos operadores de turismo nas três áreas de enfoque: modelos e processos empresariais, desenvolvimento de competências nos colaboradores e experiência do cliente.

Área de competência 8: **orientação**



Nesta secção, pode encontrar conteúdos baseados no saber, com informação-chave factual e conceptual sobre os temas abrangidos pela área de competência de **inovação e transformação digital**.

"A transformação digital é a adoção de *tecnologias disruptivas para aumentar a produtividade, a criação de valor e o bem-estar social.*" Christof Ebert.

É a adoção de ferramentas eletrônicas, dispositivos e sistemas como redes sociais, *smartphones*, sistemas de nuvem, *blockchain* e outros. Estas tecnologias digitais irão acrescentar valor, tanto aos processos empresariais (interno) como à experiência do cliente (externo).

Inovação e transformação digital

A transformação digital consiste em **reorientar a forma de funcionamento de uma empresa**, tornando toda a experiência turística mais **atractiva**, mais **eficiente** e mais **inclusiva**. Também assegura que as ofertas no setor do turismo sejam mais **sustentáveis do ponto de vista económico, social e ambiental**. Trata-se de um **processo contínuo**, mas para avançar, a inovação digital tem de o preceder. A inovação digital surge a par de uma inspiração para estar à frente do mercado. Aplica-se a **todas as empresas, independentemente da dimensão, setor e natureza das suas operações**.

Inovação e transformação digital

A internet das coisas (abreviado em inglês como IoT) descreve a **rede de dispositivos** que estão **ligados** entre si com o objetivo de recolher, trocar e operar sobre dados adquiridos a partir de um determinado ambiente. **Sensores, software e outras tecnologias** estão incorporadas nestes dispositivos. Estão ligados à Internet e, embora possa haver intervenção humana, podem funcionar sem ela. Um exemplo é a **Smart home security camera**, através da qual as pessoas podem receber alertas e ter uma câmara de vigilância em direto da sua casa.

IoT (internet das coisas)

As competências digitais, tal como definidas pela UNESCO, correspondem à capacidade de “*utilizar dispositivos digitais, aplicações e redes para aceder e gerir informação*”. Estas competências **aumentam a comunicação e a colaboração**, contribuem para a **resolução de problemas** e **facilitam a tomada de decisões**. Alguns exemplos são as competências informáticas, de comunicação e investigação baseadas na internet, de processamento seguro de informação, de análise de negócios digitais, de programação, de desenvolvimento de aplicações/web e de conceção de experiências para o utilizador.

Competências digitais

O setor do turismo é **altamente suscetível a violações de segurança** com **hackers que roubam informações pessoais**, que são recolhidas pelas empresas durante a reserva de voos ou de hotéis para um cliente. A segurança informática centra-se em **manter as redes informáticas protegidas** contra **violações de dados, roubo, danos** a software, hardware ou outros, aplicando-se medidas como a segurança da rede e a segurança da informação.

Cibersegurança

Cloud computing (ou computação na nuvem) refere-se a um modelo que **permite o acesso em rede sob pedido** a um **conjunto partilhado** de **recursos informáticos** configuráveis (por exemplo, armazenamento, servidores, redes, aplicações e serviços) através da internet ("a nuvem"). Tornou-se uma plataforma predominante, uma vez que **ultrapassa a limitação de um dispositivo físico** (recursos rápidos e flexíveis). É importante notar que **reduz os custos operacionais**, uma vez que as empresas pagam apenas pelos serviços da nuvem que utilizam.

Cloud computing (computação na nuvem)

Os pagamentos *contactless* são **fáceis e simples** e não requerem um PIN para o processamento da transação. Permitem aos clientes eliminar a utilização de numerário ou de um cartão de débito/crédito. É importante notar que utilizam uma **forma avançada de encriptação sem fios**, o que significa que qualquer possibilidade de perda ou adulteração de dados está virtualmente excluída. Por conseguinte, proporcionam uma abordagem **mais rápida, mais segura e mais ecológica** dos pagamentos.

Pagamentos *contactless* (sem contacto)

A tecnologia de reconhecimento refere-se a tecnologias capazes de **identificar ou verificar uma pessoa através de identificadores biométricos**. Inclui o **reconhecimento facial, impressões digitais, digitalização da retina** e outros. As empresas digitalmente avançadas começaram a utilizar o reconhecimento facial para a **autorização automática de pagamentos** e para o **processo de *check-in* e *check-out*** (hotéis).

Tecnologias de reconhecimento

A realidade virtual (abreviada em inglês como VR) é considerada a **melhor ferramenta** para alcançar **níveis elevados de experiência no cliente**. Um exemplo possível é a **visita virtual**. Os clientes podem ver a disposição de um destino/quarto através de uma **visita digital com vista de 360 graus**. A oportunidade de experimentar algo antes de reservar, cria **segurança** sobre o que estão a pagar e assim **atrai** mais clientes. Em última análise, esta estratégia de *marketing* “experimente antes de comprar” gera **mais lucros**.

Realidade virtual (VR)

A realidade aumentada (abreviada em inglês como AR) **melhora o ambiente físico**, sobrepondo em tempo real, **componentes digitais** no ambiente do cliente. É **facilmente acessível através de um *smartphone*** e por isso é considerada como uma opção **mais barata** em comparação com a VR. Exemplos de AR são ambientes interativos para **fins de entretenimento**, bem como para a **navegação no interior de um espaço**.

Realidade aumentada (AR)

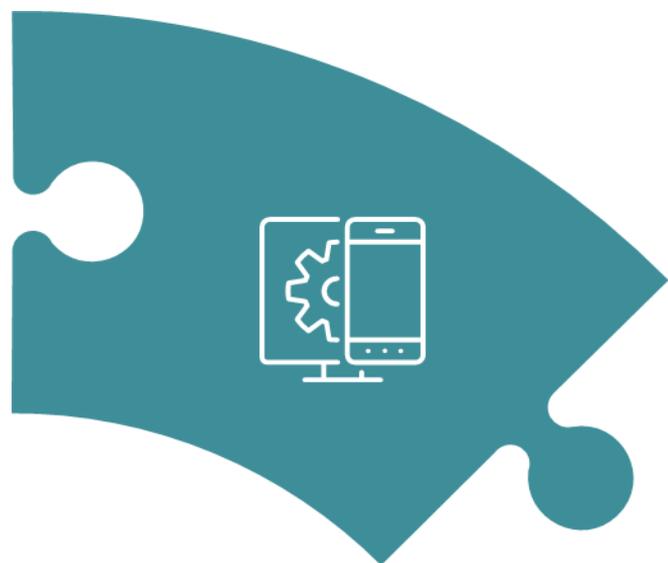
A inteligência artificial (IA) refere-se à **capacidade de um computador** ou **robô** controlado por um computador **executar tarefas** que tradicionalmente requerem a inteligência humana e discernimento. No mundo da IA, os **chatbots online alimentados por IA** são utilizados para fornecer informação **rápida e direta** aos clientes através de **chats ao vivo (24h por dia)**, em diferentes línguas. Os robôs podem ajudar nas **tarefas pesadas e repetitivas** e contribuir para a **eficiência operacional** de um negócio.

Robôs e *chatbots* com inteligência artificial (IA)

Uma das maiores inovações do nosso tempo, a *blockchain*, designa uma **tecnologia anónima de partilha de informação**. A informação é **armazenada em segurança em registos** chamados “blocos”, sem localização centralizada, o que a torna extremamente **resistente a modificações e ameaças de segurança**. São exemplos a reserva e rastreio de bagagem, programas de fidelidade (esquemas de recompensa dos clientes), e pagamentos online seguros (transparentes e encriptados pela *blockchain*).

Blockchain

Área de competência 8: **tutoriais**



Nesta secção, pode encontrar um conjunto de cartões de tarefa autoexplicativos, especificamente concebidos para fornecer desafios do mundo real e informações práticas para desenvolver as suas competências em **inovação e transformação digital**.

Cartão de tarefa 1: selecionar métodos de transformação digital

descrição

O turismo é um mercado competitivo e a **transformação digital é uma opção estratégica fundamental para as empresas** que se focam ativamente, tanto em proporcionar uma elevada experiência ao cliente, como em melhorar as suas operações comerciais.

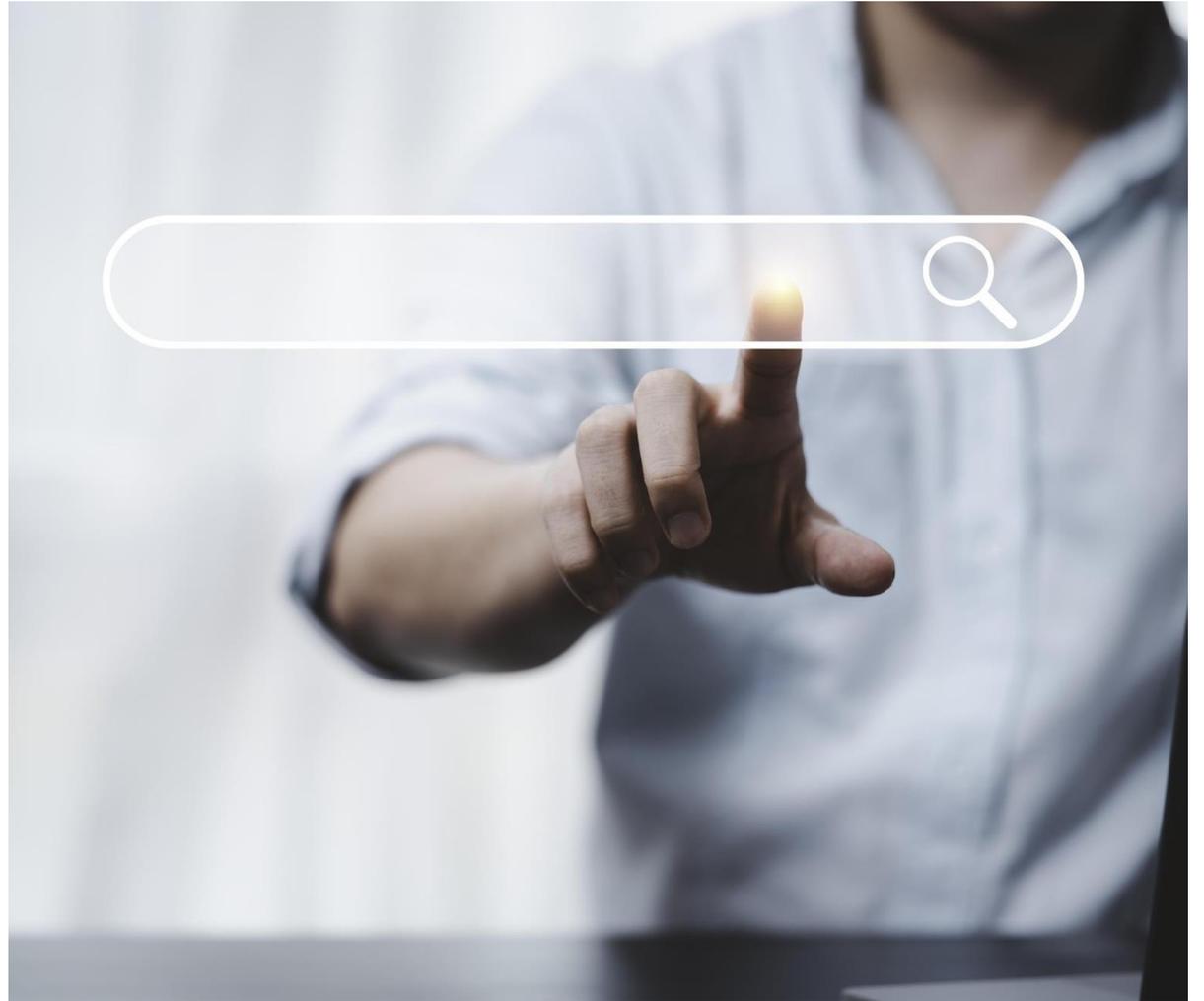
Este cartão de tarefa visa apoiar o **consultor de turismo sustentável** a orientar o pequeno operador de turismo a trabalhar para a **transformação digital**. Para tal, apresentará um conjunto de estratégias e ferramentas para que **os pequenos operadores de turismo** interessados na transformação digital, possam identificar e depois definir os **métodos de transformação digital mais adequados** para os seus negócios.

Ação 1: **pesquisar**

Passo 1: utilizar plataformas de pesquisa como a Google para recolher e ler informações sobre transformação digital;

Passo 2: ouvir exemplos de transformação digital de outras empresas via YouTube ou outras plataformas;

Passo 3: pedir a pessoas-chave do respetivo setor que partilhem exemplos locais de transformação digital.



fonte: freepik

Ação 2: **planejar**

Passo 1: documentar os atuais processos comerciais e como acrescentar valor aos clientes;

Passo 2: identificar lacunas e oportunidades nos processos para a criação de valor;

Passo 3: definir o foco e as prioridades empresariais com base nas lacunas e nas oportunidades identificadas.



fonte: Pixabay

Ação 3: avaliar

Passo 1: recolher informação sobre potenciais soluções tecnológicas;

Passo 2: avaliar as soluções com base em critérios estabelecidos (orçamento, cronograma, recursos);

Passo 3: fazer uma lista restrita da solução mais vantajosa e viável para o negócio, com base nesses critérios.



fonte: Pixabay

Com este cartão de tarefa, aprendeu **como uma empresa pode identificar métodos de transformação digital** através de uma pesquisa inicial sobre possíveis soluções tecnológicas. As etapas delineadas apoiaram-no/a no mapeamento da posição da sua empresa e para onde quer ir, através da identificação da posição atual, dos processos, das lacunas e das oportunidades. Tal permitiu ao seu negócio **relacionar as lacunas e as oportunidades com possíveis soluções.**

Este **processo é dinâmico** e deve ser **conduzido regularmente** para assegurar que o seu negócio **atua estrategicamente em direção a novas oportunidades de mercado** que assegurarão uma excelente experiência aos clientes e eficiência nos processos internos.

resumo

Cartão de tarefa 2: desenvolver competências digitais

descrição

A pandemia COVID-19 **acelerou a necessidade de adotar ferramentas digitais** e de abraçar a transformação digital. Trabalhar a partir de casa, participar virtualmente, realizar todas as transações e comunicações online requerem determinadas competências. As empresas e a mão-de-obra aperceberam-se da **lacuna de competências digitais existente**.

Este cartão de tarefa visa apoiar o consultor de turismo sustentável a orientar os pequenos operadores de turismo na **aquisição de um conjunto de competências digitais**. Para tal, apresentará os passos a seguir, com base nas **circunstâncias atuais e nas suas prioridades estratégicas**.

Ação 1: identificar

Passo 1: investigar sobre as tendências atuais do mercado em matéria de competências digitais e listar as essenciais e mais avançadas;

Passo 2: mapear o atual nível de competências dos colaboradores e identificar lacunas;

Passo 3: listar as competências mais importantes com base no setor e nas tendências do mercado.



fonte: freepik

Ação 2: **formar e apoiar**

Passo 1: proporcionar aos colaboradores seminários de formação relevantes, com base nos seus níveis de literacia digital;

Passo 2: atribuir um mentor a cada colaborador;

Passo 3: monitorizar o seu progresso; adquirir e melhorar competências.



fonte: freepik

Ação 3: praticar

Passo 1: aplicar competências digitais na vida quotidiana, fora do trabalho;

Passo 2: comprometer-se no processo de desenvolvimento de competências e fornecer *feedback 360.º*;

Passo 3: atualizar-se e procurar oportunidades de aquisição de competências.



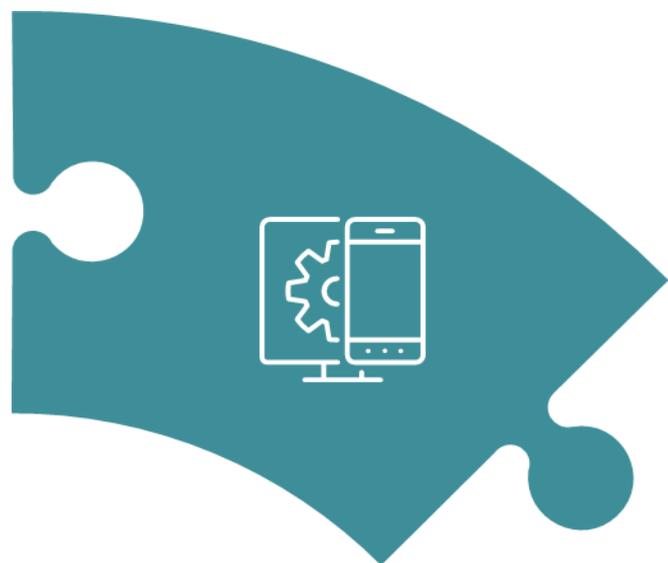
fonte: freepik

Com este cartão de tarefa, tomou conhecimento dos passos necessários para a **aquisição de um conjunto de competências digitais**, sejam essenciais ou avançadas, o que lhe permitirá explorar novas oportunidades à medida que os seus **colaboradores se tornam mais habilitados**. As competências podem estar relacionadas com a gestão das redes sociais, o armazenamento na nuvem, o desenvolvimento e edição de vídeo ou a avaliação e análise do tráfego do *site*.

O seu negócio deve focar-se no **incentivo dos colaboradores a utilizar estas competências e a apoiar os colegas**. A **monitorização e o *feedback 360*** (avaliação de todos por todos) são fundamentais para a introdução e adoção bem-sucedida de qualquer novo conjunto de competências numa empresa.

resumo

Área de competência 8: **recursos práticos**



Nesta secção, pode encontrar situações hipotéticas concebidas especificamente para ilustrar como a área de competência **inovação e transformação digital** pode ser posta em prática por pequenos operadores de turismo.



fonte: freepik

Cenário 1: aproximar-se da realidade com tecnologias digitais

Como parte da sua **estratégia de transformação digital**, um hotel de dimensão média está a considerar a implementação de uma **“visita ao hotel”**, um passeio virtual a todas as áreas, incluindo os quartos.

A direção do hotel está ansiosa por aprender mais **sobre a utilização e gestão das tecnologias da comunicação**, a fim de proporcionar uma excelente experiência ao cliente.

O **hotel** está **localizado na linha costeira, mas também perto do centro da cidade**. Tem piscina exterior e interior, spa, campo de ténis e parque infantil, bem como sítios arqueológicos interessantes nas proximidades.

No âmbito da estratégia de transformação digital, procura **utilizar tecnologias digitais a fim** de aumentar a sua base de clientes, cativar os atuais e novos clientes e **proporcionar-lhes uma experiência calorosa, antes mesmo de chegarem**. A equipa é consciente das muitas vantagens da realidade virtual e de outras tecnologias digitais e está atualmente a **debater as potenciais utilizações, tanto na infraestrutura hoteleira como fora dela, nas áreas circundantes**.

Durante a investigação sobre realidade virtual, a equipa responsável sugeriu que o hotel contratasse um especialista para o desenvolvimento de vídeos para realidade virtual com o seguinte esquema e características:

- vídeos VR para **cobrir diferentes secções do hotel**: um que seguirá o caminho desde a entrada, passando pela receção, o salão, o restaurante interior até à piscina e bar exteriores; outro mostrará instalações como a piscina interior, o ginásio e o spa; outro vídeo exibirá os quartos do hotel.

Outras características a serem consideradas para o desenvolvimento dos vídeos em realidade virtual:

- incluir **acolhimento** caloroso **por parte da rececionista**, mostrando o **serviço global ao cliente** nos vários locais e fornecendo **informação estimulante e útil** sobre a **lista de eventos ou o menu do restaurante**;
- estar disponível tanto na **língua nacional, como em inglês, de modo** a captar o interesse tanto dos turistas locais como dos estrangeiros.

Para além da visita virtual ao hotel, este planeia introduzir **visitas virtuais a zonas vizinhas**, incluindo a linha costeira e os sítios arqueológicos, visando **mostrar aos visitantes** o local e a sua história, num **ambiente interativo**.

Por último, estando interessado em implementar mais tecnologias digitais, o hotel identificou as potencialidades da **tecnologia de realidade aumentada**, especialmente **dirigida às crianças**. Desenvolveram um exemplo de **implementação da AR**, onde, **através de uma aplicação móvel**, as crianças podiam ver-se acompanhadas por personagens da Disney em diferentes locais do hotel, enquanto o exploravam.

Cenário 1

O hotel prosseguiu a implementação do plano e a utilização das tecnologias VR e AR. Estas foram **adicionadas ao website do hotel**, disponibilizadas em todos os **aparelhos Android e Apple** e em todos os **dispositivos de VR no mercado**. Seis meses depois, foi solicitado à equipa que fornecesse *feedback* e dados sobre o impacte desta implementação, na sequência da monitorização do tráfego do website, dos dados de reservas e dos comentários dos clientes. Os resultados foram **extremamente positivos**, uma vez que **a taxa de conversão de visitantes em clientes** tinha aumentado radicalmente, confirmando **os comentários dos clientes o valor acrescentado** pela aplicação daquelas tecnologias.

Cenário 1: aproximar-se da realidade com tecnologias digitais

- Que exemplos de tecnologias digitais o hotel implementou para melhorar a experiência do cliente?
- Que potencial têm estas tecnologias digitais em termos de funções?
- Como poderiam as tecnologias VR e AR beneficiar os hotéis?

Cenário 1: aproximar-se da realidade com tecnologias digitais

TENTE

- conduzir uma pesquisa exaustiva sobre os diferentes fornecedores das tecnologias que pretende implementar;
- ser flexível na sua decisão e ouvir o *feedback* dos clientes e dos colaboradores, enquanto adota novas tecnologias digitais;
- ser criativo no uso de tecnologias digitais;
- incorporar características baseadas nas necessidades dos seus clientes.

EVITE

- desenvolver planos cuja implementação poderia ter um prejuízo financeiro e de reputação;
- implementar um plano baseado principalmente no que a concorrência está a fazer;
- prosseguir com qualquer plano que não tenha em consideração as necessidades dos seus clientes e dos seus colaboradores.



fonte: freepik

Cenário 2: adotar uma abordagem mais inteligente

O hotel B é uma pequena empresa familiar. O **grande número de turistas especializados em tecnologia** que recebe levou à decisão de iniciar o processo de transformação digital.

No entanto, sendo um hotel pequeno, **desconhece que tipo de medidas são viáveis** de implementar para esse fim.

A clientela do pequeno hotel inclui **diferentes tipos de turistas**, desde famílias a nómadas digitais.

Embora tenha sido pioneiro na época, o hotel está atualmente preocupado com o **valor acrescentado e a experiência** que oferece aos seus hóspedes. A gerência apercebe-se que **os turistas se tornaram digitalmente conhecedores**, enquanto que os **processos e competências digitais dos colaboradores do hotel não se estão a desenvolver** ao mesmo ritmo. Segundo a gerência, embora o hotel tenha muito potencial, o facto de **ainda não ter “seguido” as atuais tendências tecnológicas** pode contribuir para a **descida na procura** e, eventualmente, da quota de mercado.

Cenário 2

Recentemente, ocorreu um incidente no hotel, que levou ao início do seu processo de transformação digital.

Durante uma tarde movimentada, havia apenas duas rececionistas. A hóspede B chegou exatamente à hora de *check-in* indicada na sua reserva. Havia uma **longa fila** com um grande grupo de turistas **à espera para fazer *check-in***. 25 minutos depois, pediu para falar com o gerente do hotel sobre o seu *check-in* atrasado. O gestor **não tem competências digitais**, no entanto, está consciente da importância de adotar ferramentas e métodos digitais e por isso ouviu atentamente o *feedback* da hóspede B.

A hóspede B sugeriu a introdução de um **auto *check-in* na receção** para reduzir o **tempo de espera** dos clientes e dar-lhes a **flexibilidade** para fazer o seu *check-in* ao longo do dia, independentemente da hora. O processo de auto *check-in* é suportado por um **Sistema de Gestão de Propriedade (PMS)**, uma aplicação de software centrada em procedimentos hoteleiros, como a gestão de reservas. Embora esta sugestão parecesse atraente, o gestor do hotel mostrou-se cético quanto ao **custo deste software** e da sua respetiva implementação.

A hóspede B aconselhou o gestor a procurar **subsídios locais para a transformação digital das empresas**, pois estava ciente de que muitos países têm candidaturas abertas para esse fim.

O objetivo da estadia da hóspede B estava relacionado com trabalho. A sua agenda era apertada com reuniões – dentro e fora do hotel – e por isso quaisquer pedidos aos colaboradores do hotel precisavam de ser feitos **remotamente** e resolvidos **rapidamente**.

Uma manhã, no intervalo das reuniões, decidiu **solicitar o serviço de quarto**. Devido a alguns requisitos alimentares especiais, **prefere sempre falar com um membro do pessoal da cozinha**, a fim de partilhar detalhes sobre as suas necessidades alimentares. Telefonou para a receção para pedir o reencaminhamento da chamada para a cozinha, uma vez que esta era a **única forma contactar**. Infelizmente, **não havia pessoal disponível** nessa altura, devido à carga de trabalho na cozinha e no restaurante.

A hóspede B sugeriu a introdução de **chatbots, chat ao vivo com o pessoal** ou ambos. As **respostas instantâneas** que os clientes procuram seriam facilitadas através desta aplicação de software. Os *chats* ao vivo complementaríamos a funcionalidade dos *chatbots*, **acrescentando a variável humana** na equação e realizando uma **abordagem centrada no cliente**.

O gerente do hotel estava ciente destas tecnologias digitais mas não tinha explorado estas ferramentas antes. Sabia que existiam algumas **plataformas de conceção de chatbot gratuitas**, bem como **bons preços para chatbot e chat ao vivo disponíveis para PME**.

Um ano depois, a hóspede B regressou ao hotel para uma conferência. Imediatamente viu **dois dispositivos de auto *check-in***. **O financiamento local**, que estava de facto disponível, permitiu ao hotel adquirir os dispositivos, bem como o software PMS. Além disso, o hotel comprou um pacote de IA (***chatbots e chats ao vivo***), que disponibilizava a um preço com desconto. A **gerência garantiu sessões de formação para os colaboradores** especificamente sobre as novas tecnologias. O hotel também **colaborou com outros hotéis** para a execução de sessões de formação sobre tecnologias de inteligência artificial no setor hoteleiro.

Cenário 2: adotar uma abordagem mais inteligente

- Que outras medidas relacionadas com a transformação digital poderia o proprietário do hotel adotar?
- Como é que a adoção de novas tecnologias pode aumentar a satisfação do cliente?
- As medidas tomadas proporcionaram uma requalificação digital à direção e aos colaboradores do hotel?

Cenário 2: adotar uma abordagem mais inteligente

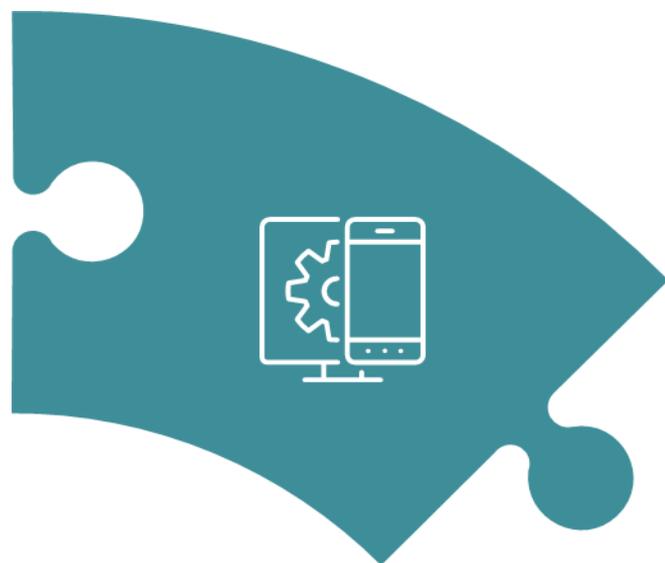
TENTE

- identificar boas práticas que já estão a ser implementadas noutros locais;
- estar aberto/a ao *feedback* dos clientes e envolver os colaboradores no processo de digitalização do atividade;
- ser transparente e manter os seus clientes informados sobre as novidades tecnológicas;
- procurar financiamento e apoio locais durante o processo de digitalização.

EVITE

- adotar medidas de transformação digital, que a sua infraestrutura atual não consegue suportar;
- tomar decisões sem ter em mente tanto os seus clientes como os seus colaboradores;
- omitir informação aos clientes sobre novas implementações e ignorar as questões relacionadas com a privacidade dos dados;
- fazer tudo individualmente, o que pode ter um impacto negativo na viabilidade financeira do seu negócio.

Área de competência 8: dicas práticas



Nesta secção, pode encontrar uma lista de verificação para integrar práticas de **inovação e transformação digital** nas empresas de turismo locais.

Familiarize-se com as tecnologias digitais como parte do processo de transformação digital e identifique as vantagens e as oportunidades que trazem em termos de construir resiliência empresarial, ganhar vantagem competitiva sobre os seus pares e assegurar a viabilidade do seu negócio.

Dica prática 1

Explore diferentes exemplos de tecnologias digitais e avalie a sua viabilidade com base no estado atual do seu negócio e dos seus objetivos estratégicos.

Dica prática 2

Envolva os colaboradores no processo de transformação digital, procurando a sua opinião relativamente ao *feedback* diários dos clientes, aos desafios nos procedimentos e às suas necessidades de formação e desenvolvimento.

Dica prática 3

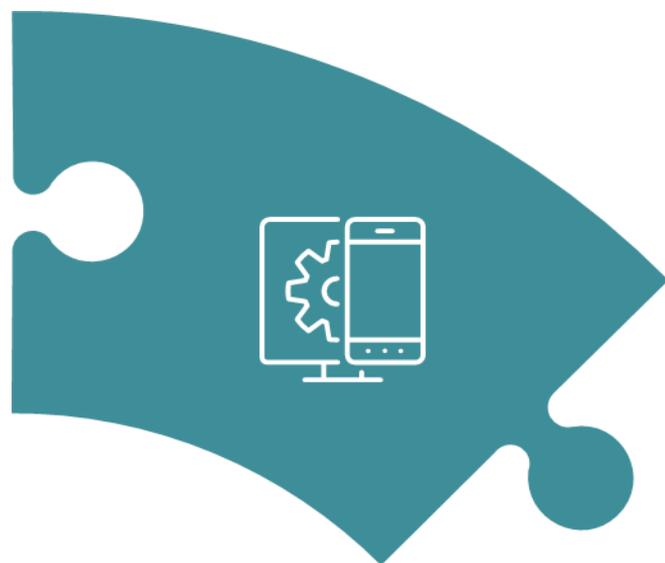
Comece com pequenos passos, adotando métodos de transformação digital que sejam mais facilmente alcançáveis e avaliando o impacto que têm no seu negócio. Meça resultados com base em eficiências operacionais e na satisfação dos clientes, utilizando análises feitas através de software, bem como de pequenos questionários.

Dica prática 4

Promova as suas ações com vista à transformação digital e assegure-se de que se mantém a par das tendências atuais do mercado.

Dica prática 5

Área de competência 8: **leituras úteis**



Nesta secção, pode encontrar uma lista de recursos online relevantes para o/a ajudar a ir mais além sobre o tema **inovação e transformação digital**.

Inovação e transformação digital

hub.pme-digital.pt/o-conceito/o-que-e-a-transformacao-digital/

IoT (Internet das coisas)

welectric.pt/2018/03/09/o-que-e-a-internet-das-coisas-iot-internet-of-things/

Competências digitais

skillsdigital.pt/competencias-digitais-empregabilidade/

Cibersegurança

www.tecnohotelnews.pt/news/tecnologia/3-estrategias-para-proteger-o-seu-hotel-de-ciberataques

***Cloud computing* (computação na nuvem)**

aws.amazon.com/pt/what-is-cloud-computing/



Pagamentos contactless (sem contacto)

www.santander.pt/salto/tecnologia-contactless-como-funciona

Tecnologias de reconhecimento

lidermagazine.sapo.pt/reconhecimento-facial-em-portugal-como-utiliza-lo-nas-empresas/

Realidade virtual (VR) e realidade aumentada (AR)

tnews.pt/turismo-investe-em-realidade-aumentada-para-melhorar-a-experiencia-dos-visitantes/

Robôs e *chatbots* com inteligência artificial (IA)

www.publituris.pt/2019/03/29/qual-vai-ser-o-papel-dos-robots-no-turismo

www.tecnohotelnews.pt/news/tecnologia/como-selecionar-o-melhor-chatbot-para-o-seu-hotel

Blockchain

turisver.pt/blockchain-em-turismo-e-hotelaria-parte-i-por-joao-pronto/



Concluiu a área de competência 8, bom trabalho!



PARCERIA



MINDSHIFT
Talent Advisory



O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um aval do seu conteúdo, que reflete unicamente o ponto de vista dos autores, e a Comissão não pode ser considerada responsável por eventuais utilizações que possam ser feitas com as informações nela contidas.
PROJETO NÚMERO 2021-1-PT01-KA220-VET-000032948



Cofinanciado pela
União Europeia