

EDITORIAL

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) são consideradas um dos pilares da inovação. Porém, para que haja inovação, é imprescindível aliar os esforços da tecnologia, das pessoas e das organizações, de forma a contribuir para o aparecimento de produtos inovadores e diferenciados, que poderão satisfazer as necessidades dos indivíduos.

As organizações em geral, e as da área do turismo e da hotelaria em particular, nas últimas décadas, têm evoluído com as inovações das TIC e, em consequência, viram crescer as suas exigências tecnológicas, sempre com a ambição de progresso tanto ao nível da produtividade, como da competitividade.

De facto, as TIC revolucionaram a atividade turística, quer na difusão de informação, quer na comunicação com os seus consumidores. Neste contexto, as TIC permitiram a maximização da eficiência e da eficácia das organizações, a transformação dos processos de negócio e de toda a cadeia de valor e, ainda, contribuíram para a definição de novos modelos de negócio e para o aumento do envolvimento dos consumidores.

Também na hotelaria, as tendências atuais apontam para a utilização das TIC como um meio que permite: (i) a maximização da receita, através da integração de mecanismos inteligentes de *revenue*; (ii) a análise da reputação *online*, por auscultação dos comentários que os hóspedes colocam nas redes sociais; e (iii) a elaboração de previsões que permitem controlar e ajustar os modelos de negócios às atividades diárias, com vista à definição de novas estratégias de negócio adaptáveis à realidade do momento como, por exemplo, no escalonamento dos funcionários ou na alocação de recursos, entre outros.

Também os profissionais do marketing recorrem cada vez mais às TIC com o objetivo de aceder a meios que permitam analisar o perfil dos consumidores, definir novos modelos de negócio, identificar padrões e tendências de consumo, principalmente aqueles que são suportados por meios tecnológicos, de forma a

aumentar a produtividade e eficácia como acontece, por exemplo, no desenvolvimento de campanhas adequadas a determinados segmentos.

Verificamos igualmente que a produtividade e a competitividade apoiadas pela utilização das TIC têm potenciado o surgimento de novos processos de negócio quer em termos colaborativos, quer em termos de complexidade do *modus operandi*, concretamente no que respeita ao aumento da criatividade e da valorização de ideias inovadoras para a administração de recursos financeiros, recursos humanos e de matérias-primas, e ao surgimento de novos modelos de gestão organizacionais.

Este número especial da revista *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, dedicado ao tema das “TIC aplicadas ao Turismo, Hotelaria, Marketing e Gestão”, pretende contribuir para a promoção de conhecimento e para a divulgação de pistas de investigação futura nesta temática. Este número divide-se em dois volumes, constituídos por onze artigos escritos em português, espanhol e inglês. Os artigos centram-se nas potencialidades da aplicação das TIC às áreas do Turismo, Hotelaria, Marketing e Gestão.

Na área do **Turismo** e do **Marketing**, os artigos investigam as novidades tecnológicas que podem ser adotadas pelos profissionais e pelos turistas, nomeadamente a realidade aumentada e a *gamificação*, uma vez que estas duas estratégias podem contribuir para rapidamente divulgar e comunicar a informação turística. Nestas duas áreas, os artigos apresentam ainda contribuições para (i) a análise da experiência do consumidor através da utilização de dispositivos móveis e da caracterização do seu perfil, (ii) a identificação do papel desempenhado pela *internet* na difusão da informação do turismo rural na Galiza, (iii) a utilização das redes sociais, na análise de comentários e do seu papel desempenhado nas Organizações de Gestão de Destinos, e, por fim, (iv) para a aquisição de conhecimento que permite compreender o interesse do público pelo Turismo do Algarve.

Na **Hotelaria**, a investigação pretende clarificar que a análise e desenho de um sistema contribui para aumentar o desempenho dos decisores na gestão da atividade hoteleira, de forma a apoiar as tarefas operacionais e as estratégicas que os gestores hoteleiros realizam no desempenho das suas atividades.

Na área de **Gestão**, um dos trabalhos publicados analisa os sistemas integrados de gestão associados a um estudo de caso no Instituto Politécnico de Portalegre, e um

outro apresenta um interface natural de utilizador baseado em reconhecimento de gestos, recorrendo à utilização de um sensor, designado por *Leap Motion*.

Por fim, é de manifestar o agradecimento a todos os que contribuíram para a concretização deste número especial da revista *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*. Esperamos ter contribuído para a construção e promoção de conhecimento que, acreditamos, vir a potenciar a descoberta de novos caminhos científicos.

As editoras convidadas

Célia M.Q. Ramos
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve, Portugal

Marisol B. Correia
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve, Portugal