

# TURISMO DE PORTUGAL

## PLANO DE ATIVIDADES 2019



2019		Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução	DEstratégia	DGConhecimento	DVOferta	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFinanceiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
<b>A DINAMIZAR E MONITORAR A ESTRATÉGIA ET 2027</b>																				
<b>1. DINAMIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DA ESTRATÉGIA DO TURISMO 2027</b>																				
DGPC		1. Realização de reuniões de dinamização e acompanhamento da ET 2027	7	7 218,50	Internos e externos	N.º de reuniões: 5	X	x	x	x	x	x	x							x
DGPC		2. Evento de apresentação dos resultados de implementação da ET 2027, grau de execução, projetos desenvolvidos/ apoiados	1	19 501,00	Internos e externos	N.º de sessões:1	X	x			x	x	x							x
<b>B OPERACIONALIZAR A ESTRATÉGIA ET 2027</b>																				
<b>I VALORIZAR O TERRITÓRIO</b>																				
DGPC_6.5.		1. Participação em representação do Turismo de Portugal no Grupo Dinamizador do Projeto Portugal Náutico	i); 8, ii) inclusão no VisitPortugal de projetos do Portugal Náutico: 1 e iii) Informações de progresso de projecto: 3		Internos	i) N.º de reuniões de acompanhamento de projetos: 6 e ii) inclusão de projeto em plataformas: 1 iii) elaboração de IS com novidades/avanços do projecto	X	x	x		x									
DGPC_4.		2. Análise e parecer sobre os Planos de Atividades e Orçamentos das ERT para 2019 (nº 4, artigo 6º da Lei nº 33/2013)	5	n/a	Recursos internos e Externos	N.º de contratos celebrados: 5	X				x						x			
DGPC_4.		3. Análise e parecer sobre os Relatórios de Atividades e Contas de Gerência das ERT do ano 2018 (nº 4, artigo 6º da Lei nº 33/2013)	5	n/a	Recursos internos e Externos	N.º de pareceres emitidos: 5	X				x						x			
DGPC_4.4.		4. Análise e proposta de decisão sobre financiamentos às ERT e acompanhamento de execução	5	3 500 000,00	Recursos internos e Externos (OE)	N.º de propostas para transferências financeiras: 5	X				x						x			
DGC_6.1.		1. <b>Projeto Portuguese Trails</b> Consolidação do projeto Portuguese Trails e monitorização do seu desenvolvimento (conclusão do carregamento de conteúdos no website, capacitação das empresas, segurança dos turistas, projeto de monitorização da procura)	i) aumento de 30%; ii) aumento de 10% e iii) 500 utilizadores no ano 0		Internos e externos	i) N.º de empresas no website ii) N.º de acessos no website e iii) N.º utilizadores rotas (ano 0)		X	x	x	x	x	x							x
DGC_6.2.		2. <b>Projeto Caminhos da Fé</b> Consolidação do projeto Caminhos da Fé e monitorização do seu desenvolvimento (conclusão do carregamento de conteúdos no website, capacitação das empresas, implementação da certificação do Caminho de Santiago em Portugal)	i) aumento de 10% de caminhos, 30% empresas e ii) 50000 visualizações;		Internos e externos	i) N.º de conteúdos (caminhos, recursos, empresas) e ii) N.º visualizações		X	x		x	x	x							x
DGPC_1.3.;		3. <b>Programa de Ação para o Enoturismo</b> i) Estudo técnico no âmbito do programa de ação para o enoturismo em Portugal - caracterização da oferta e perfil da procura ii) Elaboração do programa de ação para o enoturismo em Portugal	i) Número de estudos: 1 ii) Lançamento e apresentação do programa 1	i) 39.000	Internos e externos	i) N.º de estudos (1) ii) elaboração e apresentação do Programa de Ação (1)	X	x			x	x	x							x
DGC_6.4.		4. <b>Dinamização de outros Produtos Turísticos</b> i) Dinamização de projetos de desenvolvimento de produtos: surf, turismo militar, turismo equestre, estágios desportivos, literatura ii) Planos de marketing associados a produtos específicos, designadamente o Turismo Literário (responsabilidade DAV)	Realização de 2 ações com parceiros em cada um dos 5 produtos	ii) parte de 215.000	Internos e externos	N.º de ações realizadas	x	X		x	x	x	x							x
DGC_6.5.		5. <b>Framework Cultural Districts</b> Desenvolvimento de framework para implementação de Cultural Districts (metodologia a desenvolver no âmbito das "smart cities")	Concretização do plano com 4 ações		Internos e externos	N.º de ações do plano realizadas	x	X	x		x	x	x							x
DGC_6.6.		6. <b>Show Cases Turismo Acessível</b> Produção de case studies (no âmbito dos projetos apoiados na Linha de Apoio) e realização de Conferência Internacional com o apoio da OMT	3000 referencias internacionais a Portugal como destino acessível		Internos e externos	N.º de referências (ano 0)	x	X	x		x	x	x							x

IFerreira

2019		Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução	DEstratégia	DGConhecimento	DVOferta	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFineiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
<b>II IMPULSIONAR A ECONOMIA</b>																				
DGPC_5.3.		3. Apoio na apresentação de candidaturas do TdP (SAMA, Internacionalização)	Candidaturas do TdP acompanhadas em 2017 e 2018 no âmbito do PT 2020: 7 Apoio na apresentação de candidaturas do TdP ao PT 2020: 2 (pressupondo a existência de Avisos e a instrução por parte das Direções responsáveis); META 2019: 10			Quantos recursos internos: 3	X	x	x	x	x	x	x		x	x				
DAL_1.1.		4. <b>Portugal 2020, P. Valorizar, PIT e LAQO</b> Analisar e seleccionar as candidaturas aos instrumentos de apoio financeiro geridos pelo Turismo de Portugal, I.P., incluindo no âmbito do Portugal 2020, e subsequente seleção dos projetos de investimento a apoiar em linha com as prioridades definidas para o setor	i) Cumprimento, a 90%, do prazo de análise das candidaturas (incluindo o prazo acordado com as AG no âmbito do PT 2020) ii) Aumento em, pelo menos, 30% do número de projetos apoiados e de investimento induzido face a 2018 iii) Aumento em, pelo menos, 30% do VAB a gerar pelos projetos apoiados face a 2018			Internos			x	X	x									
		1. <b>Candidaturas à Realização de Eventos</b> Analisar e seleccionar as candidaturas aos instrumentos de apoio financeiro geridos pelo Turismo de Portugal, I.P., para a realização de eventos, com excepção das ERTs	30 dias			internos		x		x	X									
		2. <b>Candidaturas à Realização de Filmagens</b> Analisar e seleccionar as candidaturas aos instrumentos de apoio financeiro geridos pelo Turismo de Portugal, I.P., para a realização de filmagens	30 dias			internos				x	X									
DAL_5.3.		3. <b>Roadshow internacional sobre "Investir no Turismo em Portugal", incluindo temática REVIVE</b>	i) Realização de 4 workshops em 2019 (Brasil, França, Médio-Oriente e China) ii) 100 participantes internacionais (investidores, brokers, instituições financeiras)	75.000		Internos			x	X	x	x								x
DAL_5.4.		4. Assegurar a realização de um evento de dimensão internacional, em articulação com parceiros estratégicos na área do financiamento, tendo por objetivo a captação de investimento estrangeiro na área do turismo e a internacionalização das empresas portuguesas	N.º de participantes: 250	50.000		Internos e externos		x	x	X	x	x								x
DAL_5.5.		5. Realização de evento nacional relevante sobre "Investir no Turismo em Portugal", incluindo temática REVIVE, em parceria com AHP, AHRESP, APR, fundos de investimento e sociedades financeiras	i) B2B com 50 investidores ii) Apresentação de 40 oportunidades de investimento iii) Follow-up em 5 matching de negócio	100.000		Internos		x	x	X	x	x								x
DGC_		2. Apoio à participação de startups em feiras internacionais de turismo	20 startups			Internos		X		x	x	x								x
DGC_		4. <b>Conferência sobre Inovação em Turismo</b>	150 participantes			Internos e externos		X		x	x	x	x							x
<b>III POTENCIAR O CONHECIMENTO</b>																				
DF_2.4.		13 Feiras e Eventos Educação	3	250.000		Internos e externos					x	x	X		x					x
DF_2.8.		16 Projeto HOSCO	i) inserir rede de 2.000 contactos de ex alunos, ii) inserir 3.000 alunos actuais na plataforma, iii) aumentar taxa de empregabilidade em 2 pp	11.713		Internos e externos					x		X							x
DF_5.4.		13 Registo da Marca Tourism Training Talente e Tourism Creative Factory	1	5.000		Internos e externos					x		X							x

2019		Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução
DF_7.2.	5	Programa Capacitar as Empresas: i) Desenvolver programas de formação que contribuam para melhorar o desempenho técnico e financeiro das empresas ii) Formação de profissionais para produtos emergentes como Golfe, "Herança Judaica; Cycling & Walking; Rota do Românico	30 profissionais	40.000 2.500	Internos e externos	numero de pessoas
DF_7.5.	8	Projeto Gastronomia e Vinhos - Afimar o produto gastronomia e vinhos como um produto estrategico para a formação, ministrando formação certificada WineSet	75% dos cursos das escolas com modelo/aulas sobre gastronomia e vinhos	20.000	Internos e externos	incluir gastronomia e vinhos no programa de formação de todos os cursos
DF_4.5.	5.	Presença em Feiras Internacionais: Divulgar a oferta formativa em feiras a ocorrer nos principais mercados alvo de captação de alunos.	4 feiras ou eventos	20.000	Internos e externos	presença em feiras e/ou eventos internacionais do sector escolar
DGC_1.1.	1.	Operações estatísticas (Inquérito Boas Práticas Ambientais e Responsabilidade Social EH; Inquérito à Animação Turística; Sondagem aos Estabelecimentos Hoteleiros, Ald. E Apartamentos; Inquérito aos Campos de Golfe; Inquérito aos Preços (reformulação da operação atual); Barómetro Hostels; Inquérito Turismo de Negócios; Inquérito Enoturismo; Inquérito Marinas e Portos de Recreio)	9 inqueritos		Internos	quantidade de inqueritos e divulgação da informação
DGC_1.2.	2.	Produção de Informação Estatística (Alojamento Local em Portugal; Anuário das Estatísticas do Turismo; Competitividade do Turismo em Portugal (WEF); European Tourism – Trends & Prospects Quarterly Report (ETC); Top 100 cidades mais visitadas (Euromonitor); Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal; Procura Monumentos, Museus e Palácios; Procura Turística e Operação Aérea; Tendências da Atividade Turística; Perfil Passageiros Long Haul Markets (8 mercados; Forwardkeys); Comportamento do Mercado Online; Indicadores Económicos Empresas (dados Informadb); Performance competitividade Hotéis, Restaurantes e Atrações (ReviewPro); Perspetiva abertura novos empreendimentos; Balanço do Ano Turístico)	24 relatorios e 52 conteudos informativos		Internos	quantidade de relatorios e divulgação
DGC_1.3.	3.	Informação de Mercado (Fichas e Dossiers de Mercado (28 mercados); Relatório Mercado Alemão; Estudos de mercado para mercados estratégicos)	28 fichas e dossiers de mercado		Internos e externos	quantidade de inqueritos e divulgação da informação
DF_9.1.	1.	Fórum/Observatório de Formação em Turismo: Criar uma estrutura informal com os principais stakeholders públicos e privados do setor da educação/formação e emprego no Turismo, de dimensão nacional e com expressão regional, com vista à identificação de necessidades, concertação de ofertas formativas e produtos emergentes.	1	20.000	Internos e externos	Ciração da estrutura e definir plano de ação
DGC_	6	Estudo de satisfação dos turistas	1		Externos	N.º de estudos
DGC_	7	Estudo do perfil do surfista em Portugal	1		Externos	Nº de estudos
DGC_2.3.	8	Inquérito aos residentes	1		Externos	N.º de estudos e N.º de projetos desenvolvidos/ apoiados
DGC_3.1.	11	Desenvolvimento de parcerias com entidades externas nacionais e internacionais tendentes à recolha e aquisição de informação sobre os mercados turísticos	10 novas fontes de dados		Externos	N.º de de novas fontes de dados
DGC_	14	Realização de estudos de mercado para mercados estratégicos para Portugal (Reino Unido, Alemanha, Espanha, França, Holanda, Irlanda, Índia, EUA, China, Brasil, Países Árabes), incluindo a caracterização do mercado, motivações e atitudes, processo de planeamento de viagens, características das viagens, canais de distribuição, oportunidades de desenvolvimento e recomendações de atuação	12 Estudos	274505		Nº de Estudos
DGC_	1.	Desenvolvimentos do sistema de Business Intelligence e do Travel BI e outras plataformas de suporte	40 dashboards		Externos	Dashboards em funcionamento
DGC_	3.	Sistema de Gestão de dados gerados pelos projetos apoiados Linha Wifi e Mobile Data	1		Externos	implementação do sistema
DAI_4.3.	3.	Realização de um "Roadshow" para divulgação dos apoios financeiros disponíveis para as empresas, em parceria com as ERT	i) Realização de 7 sessões informativas ii) Participação global de 500 participantes		Internos e externos	i) N.º de ações realizadas ii) N.º de participantes

DEstratégia	DGConhecimento	DVOferta	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFineiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
	x		x	x		X							x
x	x			x		X							x
				x	x	X							x
	X	x	x	x									x
	X	x	x	x	x								x
	X		x	x	x								x
	x	x		x		X		x					x
	X			x	x	x							x
	X	x		x		x							x
	X			x	x								x
X	X			x									
	X	x	x	x	x	x		x	x				x
	X		x	x									x
			X	x		x							x

SIAC Cluster

2019		Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução
	5	Apoio ao programa ALA+ T, de capacitação dos municípios para o desenvolvimento da atividade turística nos seus territórios	i) Aumentar 20% o número de municípios participantes na primeira edição ii) Aumentar 20% o número de participantes inscritos iii) Aumentar para 4 o número de projetos de desenvolvimento susceptíveis de implementação		Internos e externos	i) N.º de municípios participantes ii) N.º de participantes inscritos no programa iii) N.º de projetos de desenvolvimento enquadráveis nas linhas de apoio financeiro
	6	Parceria com GOOGLE sobre temas curated content, formação no digital para empresas, etc	1 protocolo e 4 ações implementadas		Internos e externos	Celebração de protocolo e plano de ação em vigor
<b>IV GERAR REDES E CONECTIVIDADE</b>						
	1.	VIP.pt - Campanhas de marketing conjuntas com Companhias Aéreas e Operadores Turísticos (inclui os compromissos do anterior programa Iniciative.pt): Aumentar a conectividade com Portugal através da sustentabilidade das operações existentes e captação de novas operações	24 campanhas e projectos celebrados em 2019; 60 rotas e operações, com aumento de 15% do volume	2.250.000	Internos	N.º de campanhas e projetos. N.º de rotas, operações e respetivos volumes
	2.	Organização de Fam trips.	40 famtrips; 120 empresas envolvidas	150.000	Internos	N.º de fam trips N.º de empresas envolvidas
	3.	Ações trade marketing nos mercados - Ação conjunta com CIA's e TO's: Reforçar a relação com as empresas internacionais e potenciar negócios com as empresas portuguesas	20 projectos, 60 empresas envolvidas	2.200.000	Internos	N.º de projetos, empresas envolvidas e potencial de volume de negócio
	4.	Planos de sazonalidade - Ação conjunta com CIA's e TO's: Reduzir a sazonalidade nos destinos turísticos mais afetados, designadamente no Algarve	10 projectos, 30 empresas e aumenyo de 15% volume	1.000.000	Internos	N.º de campanhas e projetos N.º de rotas, operações e respetivos volumes
	5.	Plano de desenvolvimento de rotas aéreas: Aumentar a conectividade com Portugal através da sustentabilidade das operações existentes e captação de novas operações e alargando a novos mercados	25 campanhas	1.000.000	Internos	N.º de campanhas e projetos N.º de rotas, operações e respetivos volumes
	6.	Assessoria especializada p/ comercialização do destino	3	126.000	Internos	nº de assessorias a implementar
	7.	Participação no Comite de Slots Aéreos	4			reuniões
	1.	Plano de comunicação dirigido à comunidade LGBTQI: Construir percepção de país gay friendly	3 projectos; 2000 noticias	50.000	Internos e externos	N.º de projetos; noticias sobre tema
	2.	Produção e disseminação de conteúdos relacionados com "Turismo para Todos", que inclua diferentes mercados e segmentos: Construir percepção de país associado a turismo inclusivo, nas várias vertentes	4 projectos; 5000 noticias	50.000	Internos e externos	N.º de projetos; noticias sobre tema
DGPC_6.3.	3.	Participação no Conselho Consultivo da Fundação INATEL, onde o TdP tem por incumbência assessorar e emitir parecer sobre os Relatórios e Contas e Orçamentos que o Conselho de Administração submete para aprovação	2		Internos	N.º de pareceres: 2
DGPC_2.	1.	Coordenação e dinamização do cluster Turismo 2020	i) Aprovação da Reprogramação da Candidatura SIAC Cluster		Internos	i) N.º de reprogramação aprovadas
DGPC_2.5.	3.	Conferência Internacional de ENOTURISMO - partilha de conhecimento e de boas práticas	1	85 680,00	Internos e Externos	N.º de conferências
DGPC_2.5.	5.	Programas de capacitação para a inovação e internacionalização recorrendo ao Benchmarking Internacional junto das instâncias internacionais - OCDE, OMT, UNESCO, Agência Europeia do Ambiente(AEA) Comissão Europeia ( DG Growth Unidade de Turismo) , bem como análise e deslocação a estudos de casos internacionais no desenvolvimento de Clusters Temáticos de Turismo, entre os quais o Enoturismo	5	59 400,00	Internos	N.º de Ações
	1.	Plano de dinamização de marketing territorial nos projetos das Redes Colaborativas i) Aumentar a notoriedade da oferta das redes colaborativas ii) Aumentar a atratividade para a distribuição	i) 3 ações ii) 10 redes	100.000	Internos	i) N.º de ações realizadas ii) N.º de redes com projetos de comercialização

DEstratégia	DGConhecimento	DVOferça	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFinancieiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
x	x	x	x	x		X							x
	X		x	x	x			x					x
				X									
				X									
				X									
				X									
				X	x								x
	x	x		X	x	x							
X	x			x									
X	x			x	x	x							x
X	x		x	x	x	x							
X				x	x								
x	x		x	X									x

**V PROJETER PORTUGAL**

Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução	DEstratégia	DGConhecimento	DVOferça	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFinanceiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
1. Criação e produção de conteúdos e ativação de marca. Inclui os conteúdos destinados às campanhas de publicidade, produção de filmes, material promocional, ativações de marca em eventos, distribuição de material promocional, entre outros	i) 150 conteúdos ii) 24 prémios iii) Lançamento de concurso público para a contratação de serviços de agência criativa	2.500.000	Internos e externos	i) N.º de conteúdos de suporte às campanhas de publicidade e de ações de comunicação e ativação de marca ii) N.º de prémios de criatividade					X					X	X			
2. Ações de relações públicas com a imprensa internacional, incluindo um plano de atividades nos mercados externos, a organização de press trips a Portugal e a monitorização de notícias sobre o país nos órgãos de comunicação social internacional.	50.000 artigos	1.230.000	Internos e externos	N.º de artigos e peças jornalísticas na media internacional, impacto e AVE.					X					X	X			X
3. Apoio à internacionalização dos Festivais de Música, através da comunicação dos destino ancorado nos Festivais e no apoio direto aos seus planos de comunicação internacional.	i) 100000 turistas ii) 10000 artigos	330.000	Internos e externos	N.º de turistas que viajam para Portugal expressamente para assistirem a um Festival de Música N.º de artigos internacionais sobre os Festivais de Música					X									
4. Apoio a eventos com relevância para a promoção do destino Portugal, designadamente, os eventos de diferentes campeonatos da WSL, Portugal Master de Golf, entre outros.	i) 22000 artigos	8.000.000	Internos e externos	Nº de artigos e peças jornalísticas na media internacional, impacto e AVE.					X									X
5. Assessorias de Marketing para apoio às ações a desenvolver nos mercados internacionais	10 países com assessoria de imprensa	500.000	Internos e externos	numero de países com Assessoria de Imprensa					X									
6. Planos de comunicação e marketing a realizar nos mercados externos, designadamente Portugal 360 no Brasil e outras iniciativas equivalentes noutros mercados: i) Reforçar a notoriedade e a reputação do destino turístico ii) Proporcionar cross selling entre diferentes setores económicos	5: Rio de Janeiro, São Paulo, Chicago, São Francisco e Londres	500.000		numero de eventos 360º realizados			X	X	X	X								X
1. Campanha internacional de publicidade	180 milhões pessoas impactadas; 130 países	12.600.300	Internos e externos	Vários KPI's de atração e de conversão do destino Portugal, designadamente impacto das campanhas e das propriedades da plataformas digitais					X					X				
2. <b>Portal e redes sociais visitportugal</b> - Gestão do visitportugal e das redes sociais do ecossistema - Acompanhamento dos sites temáticos Portuguese Music e Portuguese Waves - Assessoria técnica aos sites temáticos M&I, Portuguese Trails e Caminhos da Fé - Lançamento de concurso público para a construção do novo visitportugal	1,2 Milhões de visitas	746.389	Internos e externos	Media mensal de visitas ao VisitPortugal					X					X	X			
3. Serviços tecnológicos destinados ao ecossistema do visitportugal, designadamente serviço de CDN, SEO, Dashboard de campanhas, servidores, software e outras funcionalidades de gestão tecnológica, incluindo os serviços de assessoria tecnológica: i) Assegurar a acessibilidade e a disponibilidade às plataformas aos consumidores ii) Eficiência e eficácia dos sistemas e das campanhas iii) Melhorar planeamento estratégico e reporting das campanhas	otimização em 2% do tempo de disponibilização de conteúdos por mercado	600.000	Internos e externos	Tempo de disponibilização de conteúdos nos mercados externos (download time) e verificação da sua efetividade em vários pontos do globo.					X					X				
4. Programa de Ação para o Enoturismo: (i) criação de marca (ii) criação de plataforma para promoção do enoturismo	(i) criação de marca: 1 (ii) criação de plataforma para promoção do enoturismo: 1	a ser definido pela DAV	a ser definido pela DAV	(i) criação de marca (ii) criação de plataforma para promoção do enoturismo	X				X									
5. Estudo para auditar a imagem da Marca Portugal a Nível Global, utilizando a cobertura global do Brand Asset Valuator (BAV)	Elaboração de uma auditoria de marca	67 896,00	Internos e Externos	Nº de Estudos	X				X									

Denominação/Descrição	Meta a alcançar	Recursos financeiros (Unid: EUR)	Recursos Internos/ Externos	Indicador de performance/ execução
6. Criação de area reservada no Visit para incluir Apps e/ou outras plataformas que possuam informação turística sobre Portugal ou, de qualquer forma, permitam ao turista uma melhor experiencia do turista em POrtugal	i) criação da pagina/area até 30 Junho 2019 ii) introdução de minimo 50 apps			i) prazo para criação da area no visit ii) numero de empresas ou apps/plataformas inseridas
1. Organização do stand nacional nas feiras internacionais. Incluem-se feiras generalistas e temáticas, designadamente de M&I e de turismo de luxo. Organização de workshops nos mercados externos: i) Reforço da notoriedade e reputação do destino turístico ii) Aumentar a geração de negocio para as empresas portuguesas	i) 14 Feiras ii) 600 Empresas iii) 50 Workshops	5.860.000	Internos e externos	i) Nº de feiras ii) Nº de empresas envolvidas iii) Nº de reuniões/Workshops realizadas
1. Gestão e acompanhamento dos Planos de Promoção Regional realizados pelas 7 ARPT's no âmbito do protocolo de contratualização da promoção externa: i) Reforço da notoriedade e reputação dos 7 destinos regionais ii) Aumentar a geração de negócio para as empresas de cada uma das regiões	600 empresas	16.600.000	Internos e externos	N.º de empresas envolvidas
2. Promoção institucional no âmbito de projetos especiais	N/a	100.000	Internos	N/a
3. Desenvolvimento de ações promocionais destinadas ao turismo interno, estimulando os portugueses ao consumo da oferta turística nacional, em fins de semana ou em férias.	1 Milhão de pessoas	1.000.000	Internos e externos	Alcance estimado da campanha
1. <b>365 Algarve (3ª edição)</b> Apoio à programação de eventos de índole cultural na região do Algarve, na média e baixa estação: i) Aumentar a procura turística na média e baixa estação ii) Aumentar o cross selling da programação cultural pelos agentes turísticos	Aumento de 20% espectadores; 90% satisfação		Externos	N.º de espetadores Nível de satisfação dos stakeholders com o programa
2. <b>365 Alentejo-Ribatejo (2ª edição)</b> Apoio à promoção de um calendário anual de eventos de índole cultural, desportiva e de natureza, na região do Alentejo	40 eventos; 90% satisfação		Externos	N.º de eventos que integram o calendário anual Nível de satisfação dos espetadores dos eventos Nível de satisfação dos stakeholders do programa
1. Fundo de Captação de Congressos e Eventos Corporativos	Aumentar 20% o número de congressos e eventos corporativos no país e em particular nas regiões com menos volume; 20% crescimento das dormidas directas	1.290.000	Internos	N.º de projetos financiados por região N.º de dormidas geradas
2. Análise de projetos no âmbito do Programa Valorizar - linha de apoio aos congressos e eventos corporativos nas regiões afetadas pelos incendios	200 projectos apoiados; aumento de 20% das dormidas directas		Internos	N.º de projetos apoiados e volume de dormidas geradas
3. Organização de Fam trips	24 famtrips com 50 empresas envolvidas	65.000	Internos	N.º de fam trips e de empresas envolvidas
4. Melhorar a plataforma MettingsinPortugal com novos conteúdos e funcionalidades	1) Aumento em 50% de conteúdos. 2) 15 pedidos de propostas (RFP's) p/ semana - aumento em 50% do RFP's	105.000	Internos e externos	N.º de conteúdos N.º de pedidos de propostas
5. Participação em fora internacionais do sector	Aumento de 50% do numero de reuniões/contactos	80.000	Internos	N.º de reuniões e de contactos
2. Acompanhamento da atividade do Grupo de Trabalho de Marketing da European Travel Commission e do visiteurope.com	i) Partilhar boas práticas de marketing turístico ii) Aumentar 20% os conteúdos sobre Portugal no visiteurope.		Internos	i) N.º de reuniões ii) Nº de conteúdos de Portugal

DEstratégia	DGConhecimento	DVOferta	DAInvestimento	DAVenda	DepInternacional	DFormação	SRIJogos	DRHumanos	DGFineiraTec	DJurídica	DGAuditoria	EMVOF	DepComunicação
				X									x
				X		x			x				
				X									
				X									x
				X									
				X	x								
				X	x								
				X									
				X									
				X									
				X	x								

Rosario TCosta

Rosario TCosta

## VI OUTRAS ATIVIDADES NA OPERACIONALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA ET 2027

## C ACTIVIDADE DE SUPORTE

## I PESSOAS

## II TECNOLOGIAS E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO













2019	Denominação/Descrição	VALORIZAR O TERRITÓRIO							IMPULSIONAR ECONOMIA					POTENCIAR CONHECIMENTO					GERAR REDES E CONECTIVIDADE					PROJETAR PORTUGAL				
		Conservar, valorizar e preservar a	Valorizar e preservar a	Afirmar o Turismo na	Potenciar economicam	Promover a regeneração	Estruturar e promover	Assegurar competitividade	Reduzir os custos	Atrair investimento	Estimular a economia	Afirmar Portugal	Valorizar as profissões do	Assegurar a transferência	Difundir conhecimento	Capacitar em contínuo os	Afirmar Portugal	Alargar e reforçar rotas	Melhorar os sistemas de	Promover o «turismo	Envolver ativamente a	Mobilizar o trabalho em	Reforçar a internacional	Posicionar o turismo	Tornar Portugal um	Afirmar Portugal nas		
5	Apoio ao programa ALA+ T, de capacitação dos municípios para o desenvolvimento da atividade turística nos seus territórios														😊													
6	Parceria com GOOGLE sobre temas curated content, formação no digital para empresas, etc															😊												

#### IV GERAR REDES E CONECTIVIDADE

	1. VIP.pt - Campanhas de marketing conjuntas com Companhias Aéreas e Operadores Turísticos (inclui os compromissos do anterior programa Iniciative.pt): Aumentar a conectividade com Portugal através da sustentabilidade das operações existentes e captação de novas operações																😊									
	2. Organização de Fam trips.																😊									
	3. Ações trade marketing nos mercados - Ação conjunta com CIA's e TO's: Reforçar a relação com as empresas internacionais e potenciar negócios com as empresas portuguesas																😊									
	4. Planos de sazonalidade - Ação conjunta com CIA's e TO's: Reduzir a sazonalidade nos destinos turísticos mais afetados, designadamente no Algarve																😊									
	5. Plano de desenvolvimento de rotas aéreas: Aumentar a conectividade com Portugal através da sustentabilidade das operações existentes e captação de novas operações e alargando a novos mercados																😊									
	6. Assessoria especializada p/ comercialização do destino																😊									
	7. Participação no Comite de Slots Aéreos																😊									
	1. Plano de comunicação dirigido à comunidade LGBTQI: Construir percepção de país gay friendly																	😊								
	2. Produção e disseminação de conteúdos relacionados com "Turismo para Todos", que inclua diferentes mercados e segmentos: Construir percepção de país associado a turismo inclusivo, nas várias vertentes																	😊								
DGPC_6.3.	3. Participação no Conselho Consultivo da Fundação INATEL, onde o TdP tem por incumbência assessorar e emitir parecer sobre os Relatórios e Contas e Orçamentos que o Conselho de Administração submete para aprovação													😊												
DGPC_2.	1. Coordenação e dinamização do cluster Turismo 2020																					😊				
	3. Conferência Internacional de ENOTURISMO - partilha de conhecimento e de boas práticas																					😊				
DGPC_2.5.	5. Programas de capacitação para a inovação e internacionalização recorrendo ao Benchmarking Internacional junto das instâncias internacionais - OCDE, OMT, UNESCO, Agência Europeia do Ambiente(AEA) Comissão Europeia ( DG Growth Unidade de Turismo) , bem como análise e deslocação a estudos de casos internacionais no desenvolvimento de Clusters Temáticos de Turismo, entre os quais o Enoturismo														😊							😊				
	1. Plano de dinamização de marketing territorial nos projetos das Redes Colaborativas i) Aumentar a notoriedade da oferta das redes colaborativas ii) Aumentar a atratividade para a distribuição																					😊				

#### V PROJETAR PORTUGAL

2019	Denominação/Descrição	VALORIZAR O TERRITÓRIO						IMPULSIONAR ECONOMIA					POTENCIAR CONHECIMENTO					GERAR REDES E CONECTIVIDADE				PROJETAR PORTUGAL				
		Conservar, valorizar e preservar a	Valorizar e preservar a	Afirmar o Turismo na	Potenciar economicam	Promover a regeneração	Estruturar e promover	Assegurar competitividade	Reduzir os custos	Atrair investimento	Estimular a economia	Afirmar Portugal	Valorizar as profissões do	Assegurar a transferência	Difundir conhecimento	Capacitar em contínuo os	Afirmar Portugal	Alargar e reforçar rotas	Melhorar os sistemas de	Promover o «turismo	Envolver ativamente a	Mobilizar o trabalho em	Reforçar a internacional	Posicionar o turismo	Tornar Portugal um	Afirmar Portugal nas
	1. Criação e produção de conteúdos e ativação de marca. Inclui os conteúdos destinados às campanhas de publicidade, produção de filmes, material promocional, ativações de marca em eventos, distribuição de material promocional, entre outros																					☺				
	2. Ações de relações públicas com a imprensa internacional, incluindo um plano de atividades nos mercados externos, a organização de press trips a Portugal e a monitorização de notícias sobre o país nos órgãos de comunicação social internacional.																						☺			
	3. Apoio à internacionalização dos Festivais de Música, através da comunicação dos destino âncorado nos Festivais e no apoio direto aos seus planos de comunicação internacional.																						☺			
	4. Apoio a eventos com relevância para a promoção do destino Portugal, designadamente, os eventos de diferentes campeonatos da WSL, Portugal Master de Golf, entre outros.																						☺			
	5. Assessorias de Marketing para apoio às ações a desenvolver nos mercados internacionais																						☺			
	6. Planos de comunicação e marketing a realizar nos mercados externos, designadamente Portugal 360 no Brasil e outras iniciativas equivalentes noutros mercados: i) Reforçar a notoriedade e a reputação do destino turístico ii) Proporcionar cross selling entre diferentes setores económicos																						☺			
	1. Campanha internacional de publicidade																						☺			
	2. <b>Portal e redes sociais visitportugal</b> - Gestão do visitportugal e das redes sociais do ecossistema - Acompanhamento dos sites temáticos Portuguese Music e Portuguese Waves - Assessoria técnica aos sites temáticos M&I, Portuguese Trails e Caminhos da Fé - Lançamento de concurso público para a construção do novo visitportugal																						☺			
	3. Serviços tecnológicos destinados ao ecossistema do visitportugal, designadamente serviço de CDN, SEO, Dashboard de campanhas, servidores, software e outras funcionalidades de gestão tecnológica, incluindo os serviços de assessoria tecnológica: i) Assegurar a acessibilidade e a disponibilidade às plataformas aos consumidores ii) Eficiência e eficácia dos sistemas e das campanhas iii) Melhorar planeamento estratégico e reporting das campanhas																						☺			
	4 Programa de Ação para o Enoturismo: (i) criação de marca (ii) criação de plataforma para promoção do enoturismo																						☺			
	5. Estudo para auditar a imagem da Marca Portugal a Nível Global, utilizando a cobertura global do Brand Asset Valuator (BAV)																						☺			

Conservar, valorizar e

Valorizar e preservar a

Afirmar o Turismo na

Potenciar economicam

Promover a regeneração

Estruturar e promover

Assegurar competitividade

Reduzir os custos

Atrair investimento

Estimular a economia

Afirmar Portugal

Valorizar as profissões do

Assegurar a transferência

Difundir conhecimento

Capacitar em contínuo os

Afirmar Portugal

Alargar e reforçar rotas

Melhorar os sistemas de

Promover o «turismo

Envolver ativamente a

Mobilizar o trabalho em

Reforçar a internacional

Posicionar o turismo

Tornar Portugal um

Afirmar Portugal nas

6. Criação de area reservada no Visit para incluir Apps e/ou outras plataformas que possuam informação turística sobre Portugal ou, de qualquer forma, permitam ao turista uma melhor experiencia do turista em PORTugal

1. Organização do stand nacional nas feiras internacionais. Incluem-se feiras generalistas e temáticas, designadamente de M&I e de turismo de luxo. Organização de workshops nos mercados externos:  
i) Reforço da notoriedade e reputação do destino turístico  
ii) Aumentar a geração de negocio para as empresas portuguesas

1. Gestão e acompanhamento dos Planos de Promoção Regional realizados pelas 7 ARPT's no âmbito do protocolo de contratualização da promoção externa:  
i) Reforço da notoriedade e reputação dos 7 destinos regionais  
ii) Aumentar a geração de negócio para as empresas de cada uma das regiões

2. Promoção institucional no âmbito de projetos especiais

3. Desenvolvimento de ações promocionais destinadas ao turismo interno, estimulando os portugueses ao consumo da oferta turística nacional, em fins de semana ou em férias.

1. **365 Algarve (3ª edição)**  
Apoio à programação de eventos de índole cultural na região do Algarve, na média e baixa estação:  
i) Aumentar a procura turística na média e baixa estação  
ii) Aumentar o cross selling da programação cultural pelos agentes turísticos

2. **365 Alentejo-Ribatejo (2ª edição)**  
Apoio à promoção de um calendário anual de eventos de índole cultural, desportiva e de natureza, na região do Alentejo

1. Fundo de Captação de Congressos e Eventos Corporativos

2. Análise de projetos no âmbito do Programa Valorizar - linha de apoio aos congressos e eventos corporativos nas regiões afetadas pelos incendios

3. Organização de Fam trips

4. Melhorar a plataforma MettingsinPortugal com novos conteúdos e funcionalidades

5. Participação em fora internacionais do sector

2. Acompanhamento da atividade do Grupo de Trabalho de Marketing da European Travel Commission e do visiteurope.com

## VI OUTRAS ATIVIDADES NA OPERACIONALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA ET 2027

## C ACTIVIDADE DE SUPORTE

## I PESSOAS

## II TECNOLOGIAS E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

2019		VALORIZAR O TERRITÓRIO						IMPULSIONAR ECONOMIA					POTENCIAR CONHECIMENTO					GERAR REDES E CONECTIVIDADE					PROJETAR PORTUGAL				
Denominação/Descrição		Conservar, valorizar e preservar a	Afirmar o Turismo na	Potenciar economicam	Promover a regeneração	Estruturar e promover	Asegurar competitividade	Reduzir os custos	Atrair investimento	Estimular a economia	Afirmar Portugal	Valorizar as profissões do	Assegurar a transferência	Difundir conhecimento	Capacitar em contínuo os	Afirmar Portugal	Alargar e reforçar rotas	Melhorar os sistemas de	Promover o «turismo	Envolver ativamente a	Mobilizar o trabalho em	Reforçar a internacional	Posicionar o turismo	Tornar Portugal um	Afirmar Portugal nas		
DTSI_6	6	Análise e desenvolvimento de novas funcionalidades e correção de inconformidades no âmbito de diversas soluções aplicacionais de suporte e apoio ao negócio																									
III PATRIMÓNIO, APROVISIONAMENTO E MONITORIZAÇÃO CONTRATUAL IV CONTABILIDADE E TESOURARIA V PLANEAMENTO E CONTROLO ORÇAMENTAL VI AUDITORIA E CONTROLO DE GESTÃO VII COMUNICAÇÃO																											
DCOM_4	1.	Criação de Prémio Imprensa Turismo																									