



Reativar o Turismo. Construir o Futuro.
• Plano de Ação •

• ENQUADRAMENTO •

A Estratégia Portugal 2030, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 98/2020, de 13 de novembro, consubstancia a visão do Governo para a próxima década e propõe-se constituir no elemento enquadrador e estruturador dos grandes programas de modernização que, com o financiamento de fundos da União Europeia (UE), serão executados nos próximos anos – o Plano de Recuperação e de Resiliência (PRR), o Acordo de Parceria e os Programas Operacionais no âmbito dos fundos da Política de Coesão e o Plano Estratégico da Política Agrícola Comum.

Esta estratégia consubstancia a visão da próxima década de recuperação e convergência de Portugal com a Europa, entretanto interrompida com a pandemia por COVID-19, assegurando simultaneamente a coesão e a resiliência social e económica interna e contribuindo para:

1. Uma Europa mais inteligente, graças à inovação, à digitalização, à transformação económica e ao apoio às pequenas e médias empresas (PME);
2. Uma Europa mais «verde», sem emissões de carbono, aplicando o Acordo de Paris e investindo na transição energética, nas energias renováveis e na luta contra as alterações climáticas;
3. Uma Europa mais conectada, com redes de transportes e digitais estratégicas;
4. Uma Europa mais social, concretizando o Pilar Europeu dos Direitos Sociais e apoiando o emprego de qualidade, a educação, as competências, a inclusão social e a igualdade de acesso aos cuidados de saúde;
5. Uma Europa mais próxima dos cidadãos, graças ao apoio a estratégias de desenvolvimento a nível local e ao desenvolvimento urbano sustentável na UE.

Enquadrado pela Estratégia Portugal 2030, e em face dos efeitos avassaladores causados pela pandemia, o Governo desenhou um PRR com base no Mecanismo de Recuperação e Resiliência da Comissão Europeia, refletindo nestes documentos, metas, agendas e roteiros fundamentais para assegurar a saída da crise pandémica e garantir um futuro resiliente para Portugal.

O turismo, que é reconhecidamente um setor prioritário para a estratégia de desenvolvimento do país, foi também aquele que sofreu um maior impacto com a pandemia. Este setor, que se mostrou vital para a recuperação e crescimento do país na década passada, pode contribuir de forma única não só para a recuperação, como também para a modernização e para o cumprimento das metas elencadas para o país para esta década, reforçando a sua competitividade internacional no médio e longo prazo.

Simultaneamente, inicia-se um novo ciclo de financiamento europeu, através do Quadro Financeiro Plurianual 2021-2027.

Justifica-se, portanto, a elaboração e aprovação de um plano que possa colocar novamente o setor na senda do crescimento pré-COVID-19, ao mesmo tempo dotando-o de mecanismos para o tornar mais sustentável, mais responsável, mais competitivo e ainda mais resiliente, que permita superar os objetivos e as metas definidas na Estratégia para o Turismo 2027, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 134/2017, de 27 de setembro (ET27), projetando-o para o futuro.



• O TURISMO NA ECONOMIA PORTUGUESA •

É amplamente reconhecido que a atividade turística desempenha um papel central na economia portuguesa, enquanto principal atividade exportadora do país e geradora de emprego e riqueza.

De acordo os dados da Conta Satélite do Turismo (Figura 1), divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística, I. P. (INE, I. P.), em dezembro último, o valor acrescentado bruto (VAB) gerado pelo turismo representou 8,5 % do total do VAB da economia nacional, em 2019, registando um aumento superior ao da economia nacional face ao ano anterior (10,3 % e 4,0 %, respetivamente). No mesmo período, a procura turística (Consumo do Turismo no Território Económico) foi equivalente a 15,4 % do produto interno bruto (PIB), aumentando 7,6% relativamente a 2018.



	2016	2017	2018	2019
Consumo do Turismo no Território Económico (CTTE) Valor (10 ⁶ euros) Taxa de variação nominal (%) Peso do Consumo do Turismo no Território Económico no PIB (%)	23 501 // 12,6	27 696 17,9 14,1	30 454 10,0 14,8	32 776 7,6 15,4
Despesa do Turismo Recetor Valor (10 ⁶ euros) Taxa de variação nominal (%)	14 800 //	18 140 22,6	19 904 9,7	x //
Despesa do Turismo Interno + Outras componentes Valor (10 ⁶ euros) Taxa de variação nominal (%)	8 701 //	9 556 9,8	10 550 10,4	x //
VAB Gerado pelo Turismo (VABGT) Valor (10 ⁶ euros) Taxa de variação nominal (%) Contribuição do VABGT para o VAB da Economia Nacional (%)	11 123 // 6,9	13 045 17,3 7,7	14 171 8,6 8,0	15 635 10,3 8,5
Emprego nas Atividades Características do Turismo Valor (ETC) Taxa de variação nominal (%) Peso do Emprego nas Atividades caraterísticas do Turismo no Total do Emprego Nacional	380 293 // 8,6	413 567 8,7 9,0	444 117 7,4 9,4	x // //
Remunerações nas Atividades Características do Turismo Valor (10 ⁶ euros) Taxa de variação nominal (%) Peso das Remunerações nas Atividades caraterísticas do Turismo no Total do Emprego Nacional	6 457 // 8,0	7 149 10,7 8,3	7 993 11,8 8,7	x // //

Fig. 1 – Principais resultados da Conta Satélite do Turismo
Fonte: INE

Por outro lado, o emprego nas atividades características do turismo, medido em equivalente a tempo completo, representou 9,4 % do total nacional, em 2018. O emprego nas atividades características do turismo aumentou 7,4 %, superando o crescimento do emprego na economia nacional (3,1 %) nesse mesmo ano.

Estes dados permitem constatar o crescimento registado pelo turismo em termos de valor acrescentado e do seu contributo para a economia e para o emprego, assim como permitem concluir, conseqüentemente, que sob o turismo incide uma responsabilidade acrescida no processo de recuperação da economia portuguesa da atual situação de crise económica e financeira, tal como, aliás, sucedeu após a crise de 2008, motivada por fatores totalmente distintos, mas que encontrou no setor do turismo um dos principais motores da retoma e do crescimento da economia e do emprego.

O ano de 2019 foi o melhor ano turístico de sempre, com crescimentos significativos na generalidade dos indicadores turísticos, reforçando o seu contributo para o crescimento da economia portuguesa e para o equilíbrio das contas externas.

Com efeito, as receitas turísticas (representando os gastos dos não residentes em Portugal) atingiram um máximo histórico de 18,4 mil milhões de euros em 2019, o equivalente a 52,3 % das exportações de serviços e a 8,6 % do PIB. Importa ainda sublinhar que o saldo da balança turística (diferença entre as receitas e as despesas turísticas) ascendeu a 13,2 mil milhões de euros, o que corresponde ao contributo expressivo positivo do setor do turismo para a balança de pagamentos.

Importa, ainda, salientar que Portugal é, de acordo com o Fórum Económico Mundial, o 12.º destino turístico mais competitivo do Mundo, acima da posição que a economia portuguesa ocupa no ranking de competitividade da mesma organização (34.º) e do lugar que Portugal ocupa na generalidade dos rankings turísticos da Organização Mundial do Turismo (OMT) (15.º número de turistas; 20.º receitas do turismo), constituindo a segurança interna e a ausência de ameaças externas fatores determinantes para este posicionamento do destino.

Aquela posição traduz de uma forma clara a capacidade e a potencialidade que Portugal tem de, na dimensão da atividade turística, competir ao mais alto nível, com qualquer país do mundo, numa das maiores indústrias do mundo que, em 2019, valia perto de 1 500 mil milhões de dólares americanos¹.

¹ <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>.

É igualmente evidente e incontornável o contributo do turismo para o desenvolvimento transversal da economia portuguesa. Trata-se de um setor que, pelas suas características e relações com outras dimensões da economia (e.g. imobiliário, saúde, agricultura, vinho, indústria, transportes, comércio, serviços), se encontra especialmente dotado para alavancar e acrescentar valor a um conjunto alargado de outras atividades económicas.

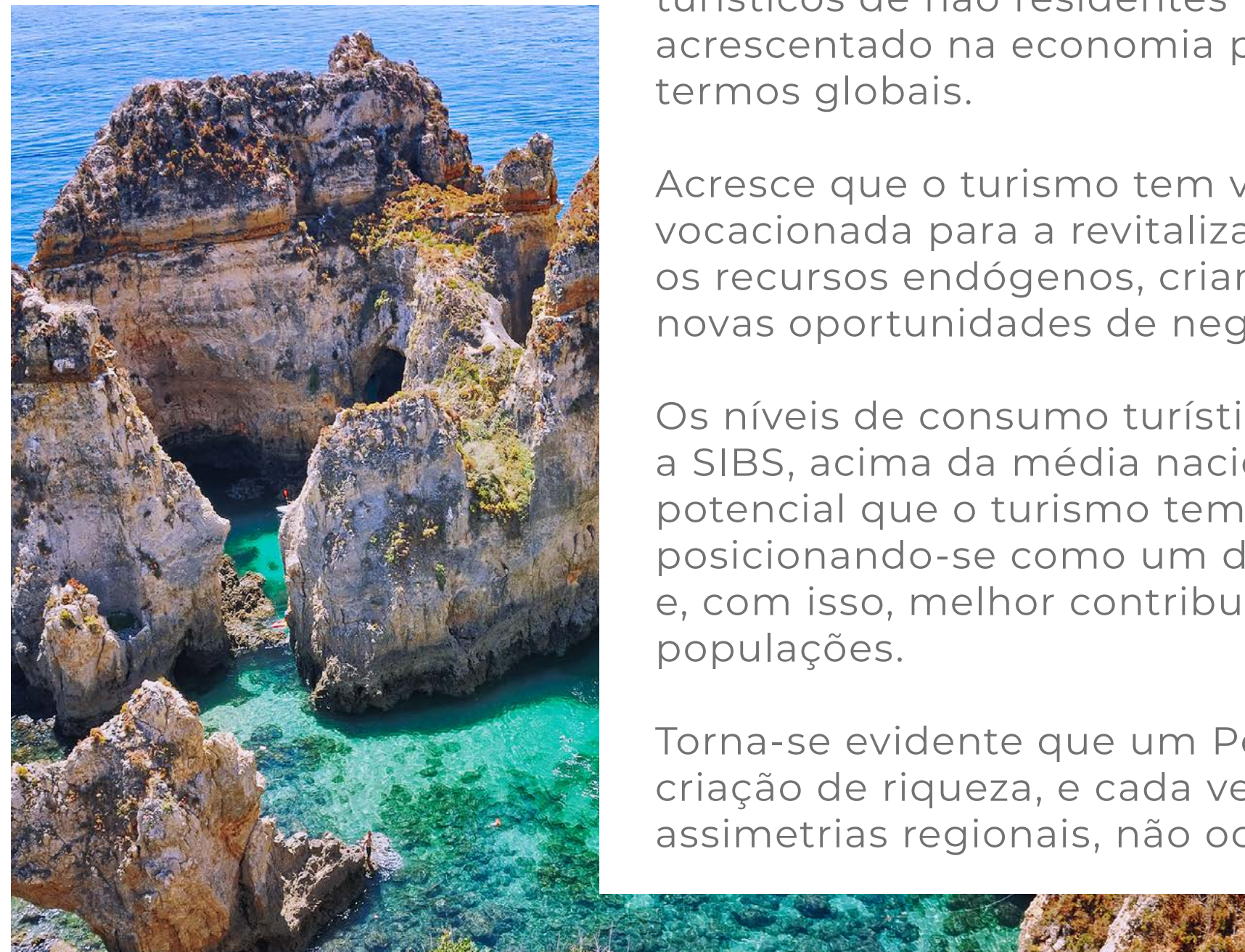
Veja-se o papel que o turismo tem tido no reforço substancial da imagem internacional e de perceção de qualidade da marca Portugal, do que tem inequivocamente resultado um aumento do valor acrescentado para o conjunto das empresas exportadoras nacionais.

Note-se que, de acordo com a Comissão Europeia (2020), por cada euro gerado no turismo, são gerados € 0,56 de valor acrescentado na economia. No caso português, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico estima que cada 1 euro de gastos turísticos de não residentes (o equivalente às exportações do turismo) gera € 0,79 de valor acrescentado na economia portuguesa, acima dos € 0,59 gerados pelas exportações em termos globais.

Acresce que o turismo tem vindo a afirmar-se como uma atividade especialmente vocacionada para a revitalização da atividade económica nas regiões do interior, valorizando os recursos endógenos, criando polos de atração e fixação de população e construindo novas oportunidades de negócio e, conseqüentemente, de desenvolvimento regional.

Os níveis de consumo turístico registados em 2020 em algumas regiões do interior, segundo a SIBS, acima da média nacional no mesmo período, são claramente demonstrativos do potencial que o turismo tem de impulsionar a atividade económica nesses territórios, posicionando-se como um dos setores que melhor valorizará os recursos dessas regiões e, com isso, melhor contribuirá para o aumento da qualidade de vida das respetivas populações.

Torna-se evidente que um Portugal mais próspero, que consiga atingir elevados níveis de criação de riqueza, e cada vez mais justo, com menores desigualdades sociais e menores assimetrias regionais, não ocorrerá, definitivamente, sem o setor do turismo.



• O IMPACTO DA PANDEMIA COVID-19 NO TURISMO •

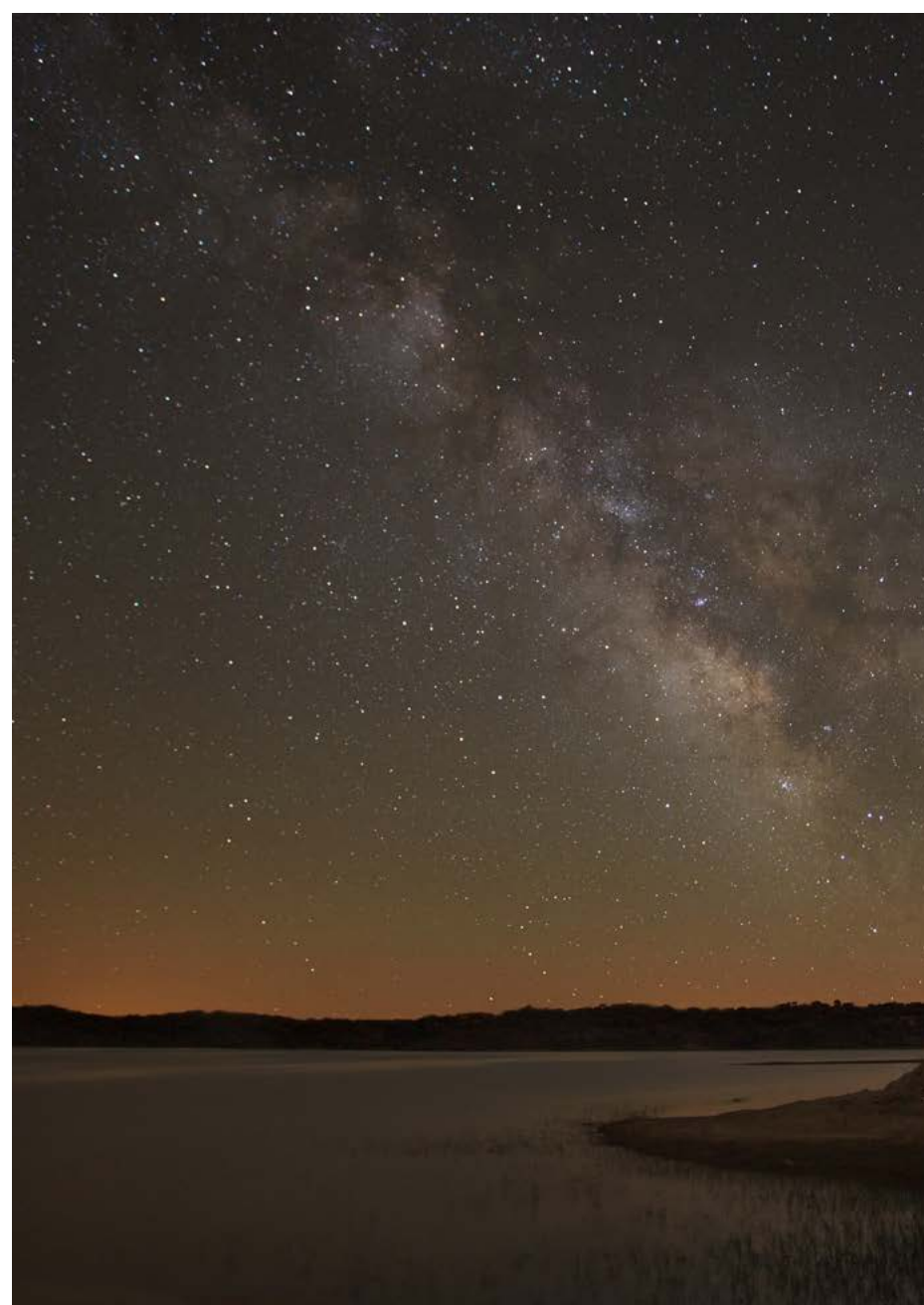
A pandemia por COVID-19 teve um impacto brutal na atividade turística a nível global, afetando a generalidade dos países a nível mundial. De acordo com a OMT, estima-se que a procura turística internacional tenha registado uma quebra na ordem dos 74 %, correspondendo ao cenário mais pessimista que havia sido perspetivado pela Agência das Nações Unidas.

Portugal foi fortemente afetado de forma significativa pela pandemia, em linha com a tendência verificada nos países do sul da Europa.

De acordo com os dados divulgados pelo INE, I. P., as dormidas no alojamento turístico registaram uma quebra na ordem dos 63 %, particularmente marcante no que toca ao mercado externo, em que a quebra ascendeu a 74,9 % (em linha com os resultados globais do setor).

Esta tendência repercutiu-se igualmente de forma significativa em termos dos gastos de não residentes, que recuaram 57,6 %, correspondendo a uma perda global superior a 10,5 mil milhões de euros, reduzindo de forma significativa o contributo do turismo para o equilíbrio da balança de pagamentos da economia portuguesa em 2020.

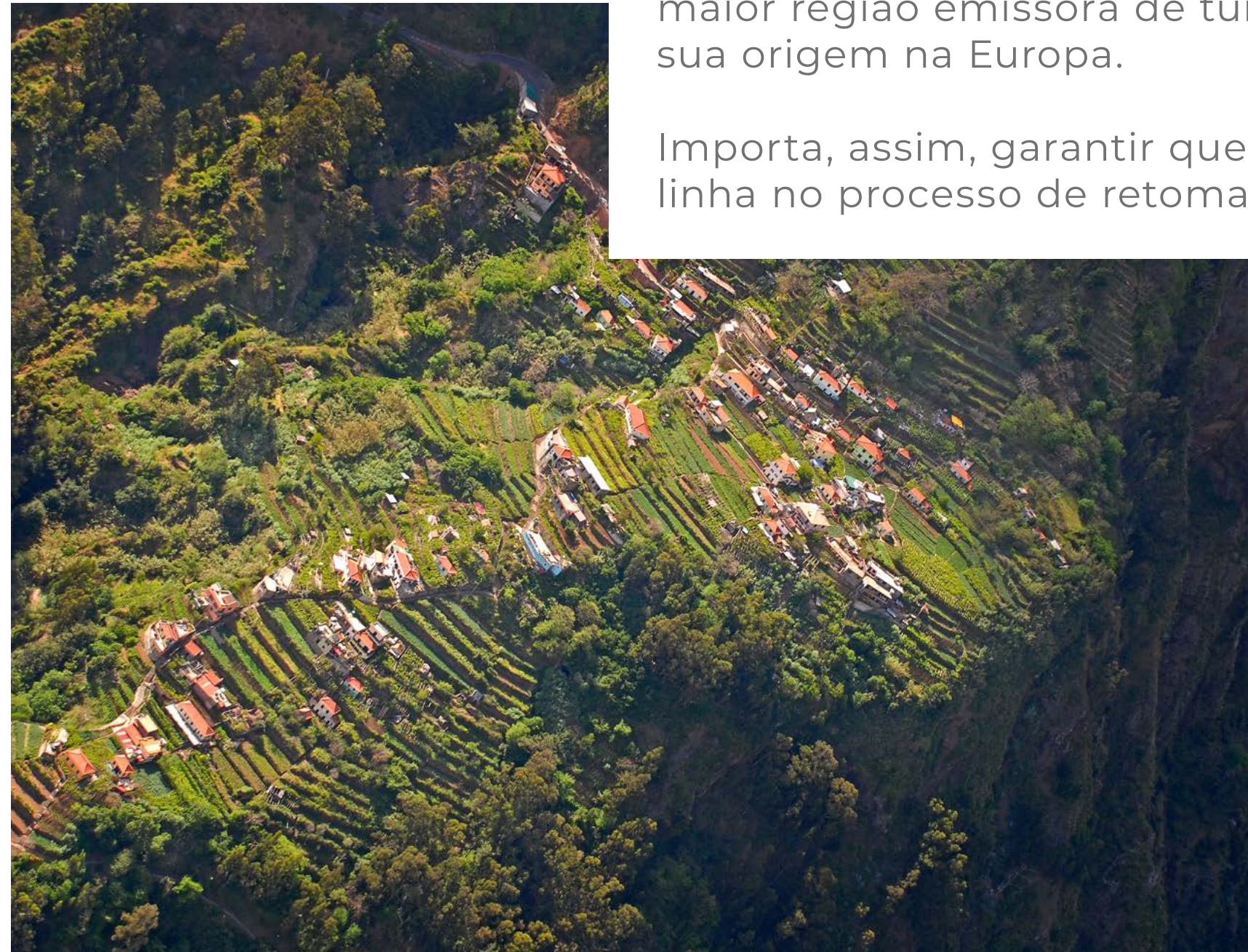
A recuperação dos volumes de procura pré-COVID-19 irá depender, no essencial, de dois fatores: da capacidade de controlo da pandemia por via da administração massiva de vacinas, que garanta a minimização do risco e a recuperação da confiança do consumidor, e, por outro lado, da capacidade de transformação e de antecipação do setor do turismo em face das alterações da procura turística internacional e da crescente concorrência que enfrenta nesse domínio.



Nesta matéria, importa recordar que a procura turística global recuperou muito rapidamente na sequência da crise económico-financeira de 2008/2009 (quebra de 4,0 %) e desde então tem crescido a um ritmo anual na ordem dos 5-6 % ao ano, em linha com as previsões de longo prazo que apontam para um número de chegadas de turistas internacionais superior a 1,8 mil milhões em 2030 (1,4 mil milhões em 2019).

Significa isto que, resolvidas as questões relativas à pandemia e restrições às viagens internacionais, a procura turística deverá recuperar de forma rápida, particularmente no que concerne a viagens intracontinentais. Nesta matéria, importa sublinhar que a Europa é a maior região emissora de turistas a nível mundial e 78,7 % das dormidas em Portugal têm a sua origem na Europa.

Importa, assim, garantir que Portugal dispõe de todas as condições para estar na primeira linha no processo de retoma da atividade turística internacional.



• O CONTRIBUTO DO TURISMO PARA A ESTRATÉGIA PORTUGAL 2030 E O PLANO DE RECUPERAÇÃO E DE RESILIÊNCIA •

É neste contexto, e tendo presente a caracterização do setor já efetuada neste documento, que importa refletir sobre o contributo específico que o turismo pode ter e, a exemplo do que ocorreu na crise de 2008/2009, assumir um papel central na recuperação da economia portuguesa e seu crescimento no futuro.

Contudo, para que a economia nacional possa aproveitar cada unidade de valor acrescentado que o turismo gera e pode gerar, importa reconhecer a imperiosa necessidade de, por um lado, acelerar alterações ao próprio setor, que lhe permita continuar a competir internacionalmente ao mais alto nível, e, por outro lado, de intensificar a interconexão e interseção com os demais setores de atividade económica em todo o território.

Estas iniciativas correspondem a um esforço financeiro significativo, pelo que o PRR e o futuro Quadro Comunitário de Apoio para o período de 2021-2027, entre outros, representam oportunidades irrepetíveis de transportar o turismo para outro patamar de desenvolvimento. Mas são, sobretudo, oportunidades irrepetíveis de, com isso, gerar efeitos multiplicadores na economia e de a fazer crescer do modo sustentável e para os níveis de riqueza e de justiça social que Portugal e os portugueses ambicionam e merecem.

A agenda de retoma do turismo deverá estar alinhada e contribuir para as grandes metas nacionais para a década.



AGENDAS DA ESTRATÉGIA PORTUGAL 2030

A Estratégia Portugal 2030 está estruturada em torno de quatro agendas temáticas centrais para o desenvolvimento da economia, da sociedade e do território de Portugal no horizonte de 2030:

Agenda 1	Agenda 2	Agenda 3	Agenda 4
As Pessoas Primeiro: um melhor equilíbrio demográfico, maior inclusão, menos desigualdade	Digitalização, Inovação e Qualificações como motores do desenvolvimento	Transição climática e sustentabilidade dos recursos	Um país competitivo externamente e coeso internamente
1.1 Sustentabilidade demográfica 1.2 Promoção da inclusão e luta contra a exclusão 1.3 Resiliência do sistema de saúde 1.4 Combate às desigualdades e à discriminação	2.1 Promoção da sociedade do conhecimento 2.2 Inovação empresarial 2.3 Qualificação dos recursos humanos 2.4 Qualificação das instituições	3.1 Descarbonizar a sociedade e promover a transição energética 3.2 Tornar a economia circular 3.3 Reduzir os riscos e valorizar os ativos ambientais 3.4 Agricultura e florestas sustentáveis 3.5 Economia do mar sustentável	4.1 Competitividade das redes urbanas 4.2 Competitividade e coesão na baixa densidade 4.3 Projeção da faixa atlântica 4.4 Inserção territorial mercado ibérico

NOVE ROTEIROS PARA A RETOMA DO CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL E INCLUSIVO

Por seu lado, o PRR, enquanto instrumento de operacionalização da Estratégia, inclui nove roteiros em três dimensões prioritárias de atuação: Resiliência, Transição Climática e Transição Digital (Figura 2).

Resiliência	Vulnerabilidades Sociais	Potencial Produtivo e Emprego	Competitividade e Coesão Territorial
Transição Climática	Mobilidade Sustentável	Descarbonização e Bioeconomia	Eficiência Energética e Renováveis
Transição Digital	Escola Digital	Empresas 4.0	Administração Pública Digital

Fig. 2 – Roteiros do Plano de Recuperação e Resiliência

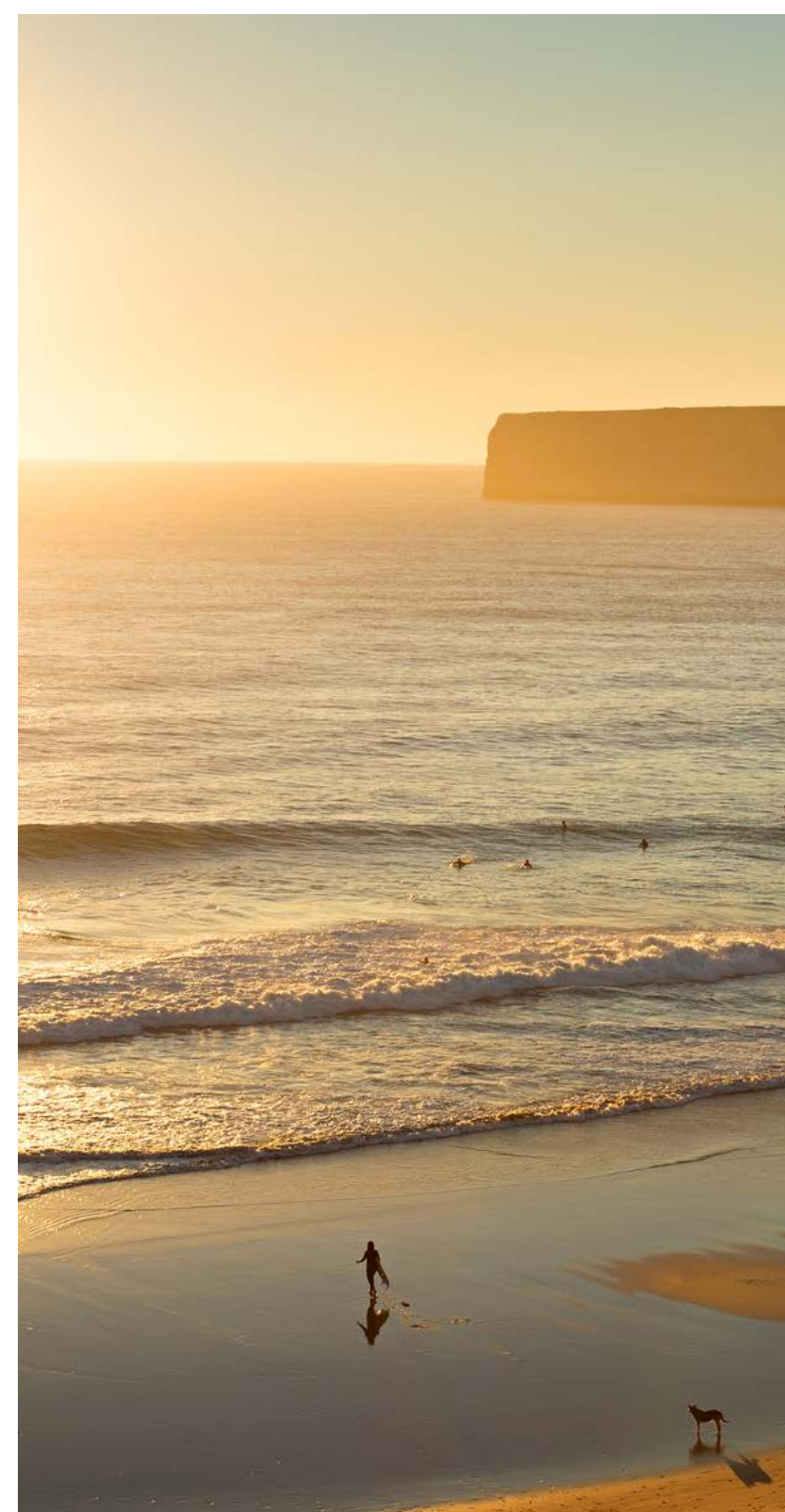
Fonte: Plano de Recuperação e Resiliência. A versão preliminar do PRR foi apresentada à Comissão Europeia em 15 de outubro de 2020, tendo o documento sido densificado e consolidado desde essa data, culminando numa versão atualizada em 15 de fevereiro de 2021, que esteve em consulta pública até ao dia 1 de março de 2021 e que constitui a base de trabalho para este documento.

Já a ET27, define qual a estratégia para o futuro do Turismo. Baseada em cinco eixos estratégicos (valorizar o território e as comunidades, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar redes e conetividade e projetar Portugal) com as Pessoas no centro da Estratégia: os Turistas (a quem deve ser prestada a melhor experiência), os Residentes (para que reconheçam o Turismo como uma «força para o bem» geradora de riqueza e bem estar para as populações) e os Colaboradores (assegurando que a força de trabalho dedicada ao setor – 10 % da força de trabalho nacional – possui as qualificações que lhes permita progredir na carreira).

O turismo desempenhou um papel fundamental na recuperação da economia portuguesa no pós-crise económico-financeira de 2008/2009 e na sequência da intervenção externa, reforçando consecutivamente o seu peso no emprego nacional. De acordo com a Conta Satélite do Turismo, o emprego no setor ascendeu a 444.117 pessoas, passando de 8,6 % da força de trabalho total para 9,4 % em 2018.

Tradicionalmente visto como uma atividade com baixas qualificações, a ET27 elegeu a elevação dessas qualificações como objetivo estratégico. Verificou-se uma redução no número pessoas empregadas com formação apenas ao nível do ensino básico. Em 2019, o valor baixou para os 53 %, sendo que em 2013 situava-se nos 68 % (em 2016 estava nos 62 % e em 2018 estava nos 56 %).

De acordo com o INE, I. P., os postos de trabalho com formação superior cresceram 19 % entre 2017 e 2019, bastante acima da média de crescimento do emprego no setor, o que confirma uma tendência para alteração do padrão de emprego no turismo. Mesmo em 2020, com um impacto expressivo da pandemia no setor, a população empregada no turismo decresceu apenas 9 %, encontrando-se ainda 4,6 % acima do emprego existente em 2016, o que demonstra a resiliência do setor e o seu potencial de criação de postos de trabalho.



Esta tendência, aliada ao forte investimento na geração de procura ao longo de todo o ano e em regiões com menos desenvolvimento, e que se tem traduzido numa redução estável da taxa de sazonalidade da procura, tem um potencial de reforço da importância do setor em termos de geração de emprego de qualidade e de fixação das populações mais jovens no interior, contribuindo para o modelo de desenvolvimento territorial que se pretende mais equilibrado e inclusivo. O potencial de criação de pequenos negócios no interior tem sido amplamente demonstrado nos últimos anos. Por exemplo, o número de empresas de animação turística com sede nas NUTS II Norte, Centro e Alentejo quase duplicou entre 2016 e 2020 e a atividade turística nestas regiões demonstrou uma enorme resiliência mesmo em contexto de pandemia, com diversos municípios a registarem gastos de turistas acima da média de anos anteriores.

De referir ainda o peso do emprego jovem (menores de 24 anos) no setor (15 %) quando comparado com a média nacional (de 6 %) bem como o grau de empreendedorismo em que 22 % das pessoas trabalham por conta própria quando a média nacional é de 17 %.

Ainda no domínio da inclusão, refira-se que seis em cada 10 colaboradores do setor são do sexo feminino (mais 9 % que a média nacional) ainda que concentradas em funções que não são de gestão e, conseqüentemente, com salários inferiores. Importa sublinhar que o turismo tem apostado ainda de forma significativa na integração dos imigrantes, desenvolvendo oferta formativa que permita a integração dos imigrantes na força de trabalho, contribuindo para fazer de Portugal um país ainda mais inclusivo.

Pelo exposto, verifica-se que o turismo é um setor não só alinhado como prioritário para a estratégia de desenvolvimento do país. Este setor mostrou-se vital para a recuperação e crescimento do país na década passada e pode contribuir de forma única não só para a recuperação, como também para a modernização e para o cumprimento das metas elencadas para o país para esta década, reforçando a sua competitividade internacional no médio e longo prazo. Este setor foi, também, aquele que sofreu um maior impacto com a pandemia.

Justifica-se, portanto, a elaboração e aprovação de um plano que possa colocar novamente o setor na senda do crescimento, dotando-o simultaneamente de mecanismos que o tornem mais sustentável, mais responsável, mais competitivo e ainda mais resiliente, e que permitam superar os objetivos e as metas definidas na ET27, acelerando a sua transformação, preparando-o para o futuro.

Com efeito, o impacto avassalador da pandemia sobre a estrutura financeira das empresas torna imperativo assegurar mecanismos financeiros que promovam a capitalização das empresas, tendo em vista a sua sustentabilidade financeira, que agilizem a entrada de novos investidores (nomeadamente através do mercado de capitais) e que incentivem processos de concentração de empresas, que permita ganhos de escala e de maior resiliência. São ainda necessários instrumentos que apoiem o investimento e processos de internacionalização, alargando o alcance e os mercados de expansão das nossas empresas turísticas.

Gerar negócio num cenário de forte concorrência internacional exige uma posição reforçada e de liderança na comunicação do destino, incluindo o reconhecimento de um destino seguro. Impera, também, abordar as reconhecidas debilidades ao nível das infraestruturas, sobretudo as que dizem respeito à conetividade aérea e à conetividade/mobilidade interna, nomeadamente da via férrea, fatores basilares na geração de negócio.

Concomitantemente, é essencial colmatar algumas vulnerabilidades existentes e robustecer a oferta, promovendo a inovação, a eficiência e a produtividade, transportando-a para patamares mais elevados de criação de riqueza. Para tal, é vital adotar uma política particularmente forte e ativa que promova a transformação digital e a transição para um setor mais sustentável. O desenvolvimento do setor poderá ainda ser potenciado por uma agenda de *clusterização*, que permita pensar de forma global, mas atuar de modo focado e integrado em produtos com maior potencial de inovação e de crescimento e com maior efeito de arrastamento (termas, saúde, desporto, são apenas alguns exemplos). O reforço internacional do setor assegurará um ambiente de negócios internacional mais favorável para as empresas exportadoras nacionais.

Torna-se ainda indispensável desenvolver as competências e robustecer as qualificações dos recursos humanos do setor, promover a captação e atração de talento, assim como revigorar as competências de gestão das empresas, tornando-as mais competitivas e mais resilientes para gerir situações de crise como a atual.

Estas transformações implicam uma administração pública eficiente, que promova o trabalho em rede e a participação de todos no processo de construção do turismo do futuro.

Posto isto, dando resposta às necessidades de curto e longo prazo, integrando-as com os objetivos do PRR e da Estratégia Portugal 2030, é essencial um Plano de Ação para o setor turístico, público e privado, que seja um guião orientador para o relançamento pós-COVID-19 do turismo.

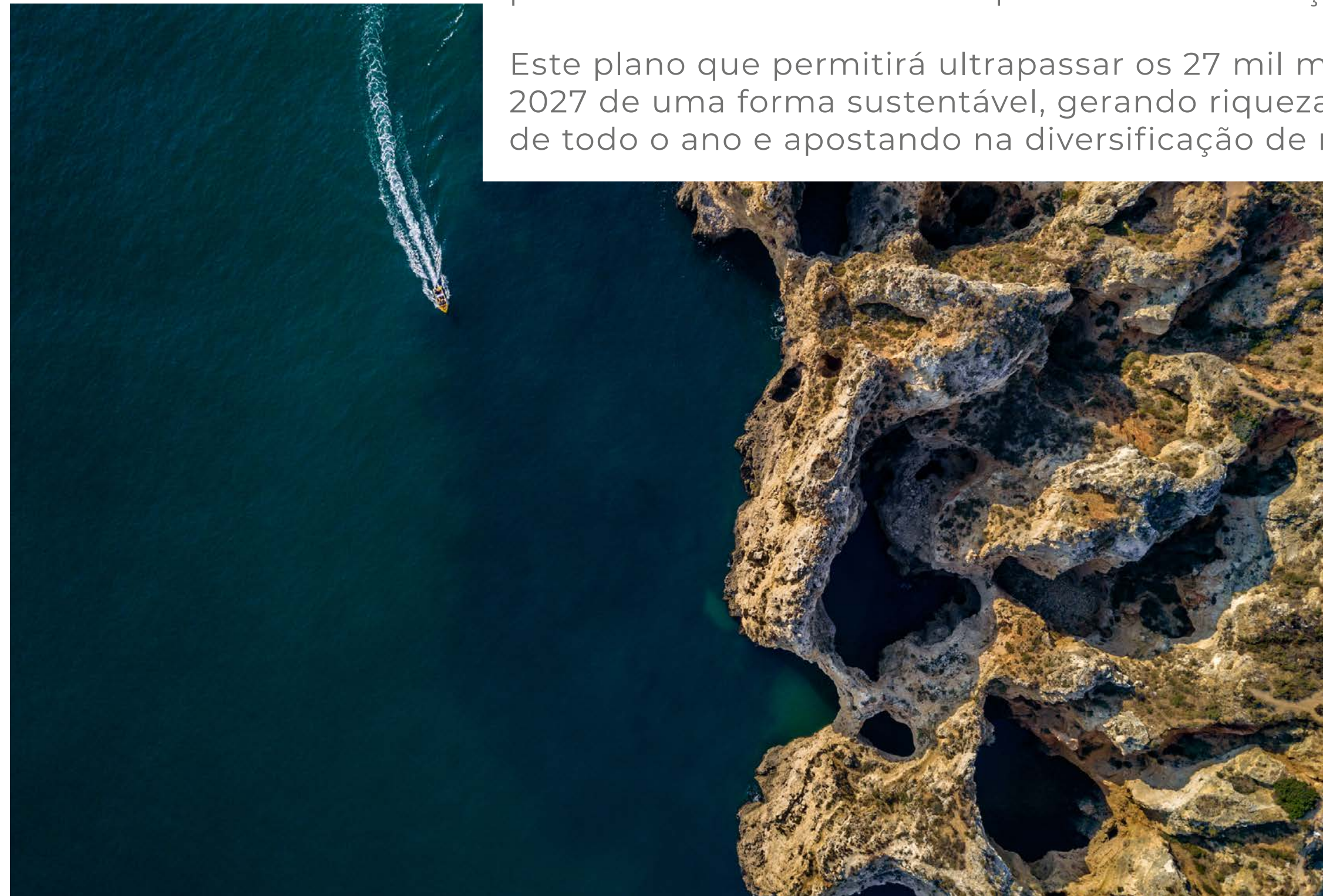
Um Plano para estimular a economia e a atividade turística, e que permita superar os objetivos e as metas de sustentabilidade económica, ambiental e social definidas na ET 2027. Um Plano que mantenha as pessoas – profissionais, turistas e residentes - no centro da Estratégia e da Ação.



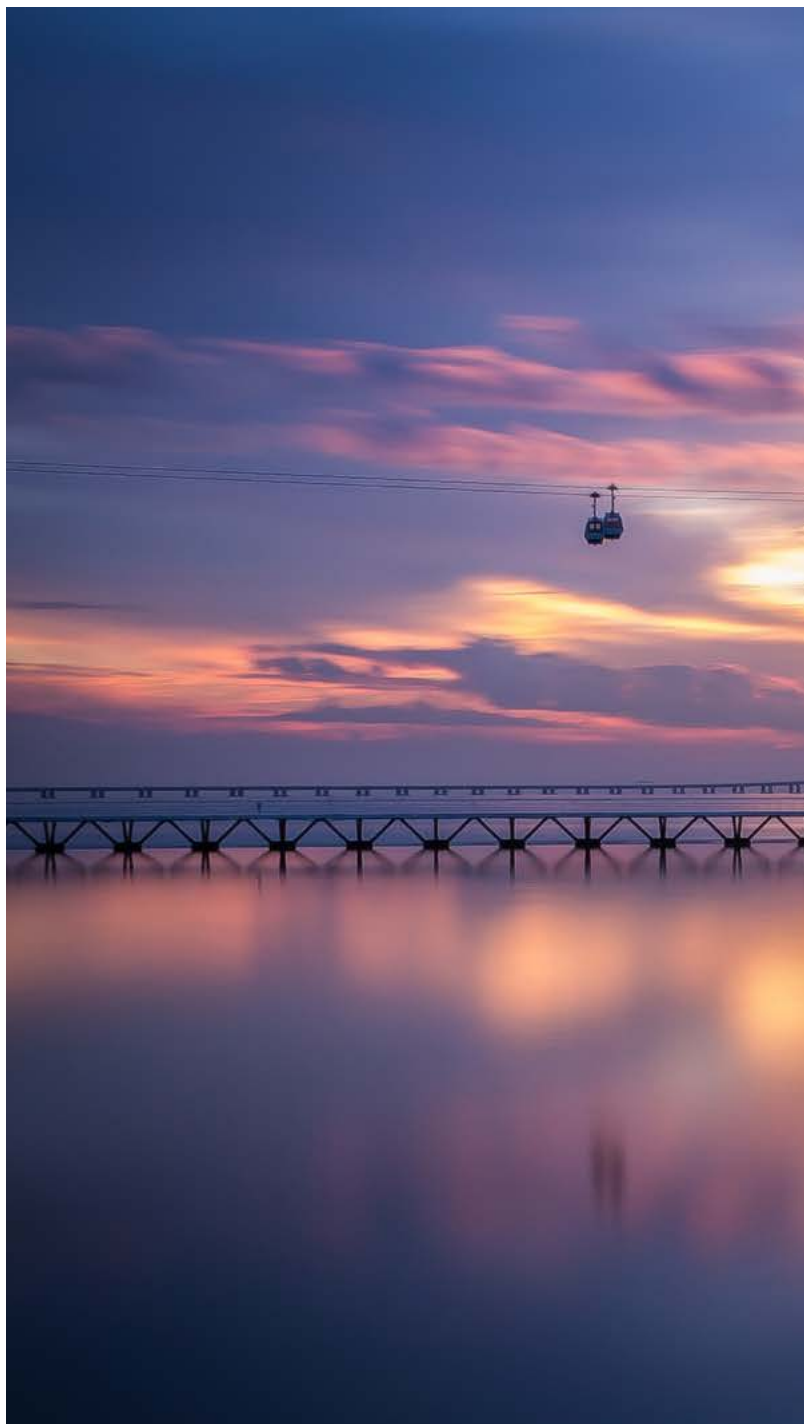
• PLANO DE AÇÃO •

O plano que agora se estabelece incide em quatro pilares de atuação – apoiar empresas, fomentar segurança, gerar negócio e construir futuro – e é composto por ações específicas que, a curto, médio e longo prazo, permitirão transformar o setor e posicioná-lo num patamar superior de criação de valor, contribuindo de forma expressiva para o crescimento do PIB e para uma distribuição mais justa da riqueza.

Este plano que permitirá ultrapassar os 27 mil milhões de euros de receitas turísticas em 2027 de uma forma sustentável, gerando riqueza e bem-estar em todo o território, ao longo de todo o ano e apostando na diversificação de mercados e segmentos.



• PILAR 1: APOIAR AS EMPRESAS •



A primeira prioridade do Plano “Reativar Turismo | Construir Futuro” passa por, no imediato, apoiar as empresas através de medidas que preservem o seu potencial produtivo e o emprego no setor, apoiando-as ainda no processo de consolidação da respetiva estratégia operacional.

PI.1. PRESERVAÇÃO DO POTENCIAL PRODUTIVO E EMPREGO

A primeira intervenção relevante prende-se, assim, com a criação de instrumentos de apoio à capitalização das empresas, enquanto condição necessária para robustecer a capacidade competitiva das empresas do setor.

Muito embora os últimos anos tivessem sido caracterizados por uma redução constante do nível de endividamento das empresas do setor e, ao mesmo tempo, por um reforço do nível de capitais próprios, a verdade é que é expectável que a nova dívida gerada diretamente pela pandemia por COVID-19 possa atingir os 1,5 mil milhões de euros até ao final do primeiro semestre do ano, o que representa um crescimento de cerca de 17%, num só ano, face à dimensão do endividamento das empresas do turismo registada em 2019.

A este valor soma-se o valor da dívida pré-existente a 2019, a qual se encontra agora subordinada ao regime das moratórias, mas cujo reembolso passará a ser exigível no futuro. Para além disso, importa ter em atenção as perdas de valor das empresas do turismo, geradas pelos resultados líquidos negativos de 2020 e que irão gerar uma redução dos respetivos capitais próprios.

A solução que venha a ser criada deve ser articulada com as regras específicas que venham a ser desenvolvidas para o conjunto dos setores mais afetados pela pandemia por COVID-19, designadamente no que respeita ao final das moratórias bancárias em setembro deste ano – de que o setor do turismo é grande beneficiário – e quanto à forma como se pode apoiar a capitalização das empresas, seja pela mobilização de verbas do PRR destinadas à capitalização de empresas sob gestão do Banco Português de Fomento, seja ainda pela possibilidade de conceder soluções de quase capital que possam contribuir para a redução da dívida contraída depois de março de 2020 com garantia pública (a dívida COVID-19).

P1.1.1 Soluções para a capitalização das empresas

Pelas razões enunciadas, preconiza-se a criação de soluções para a capitalização das empresas, que assegurem, nomeadamente, mecanismos de capital e quase capital, que permita assegurar condições para, por um lado, reduzir o impacto das perdas geradas nas empresas desde março de 2020 e, por outro lado, permitir efetuar uma gestão da dívida COVID-19 de forma comportável e sustentável para as empresas, que não colida com as necessidades de investimento e de crescimento das mesmas.

P1.1.2 Garantia pública para refinanciamento/reescalonamento da dívida pré-COVID-19

Ainda no contexto da gestão da dívida, neste caso da dívida contraída antes da eclosão da pandemia por COVID-19, preconiza-se a necessidade de gerar mecanismos de refinanciamento/reescalonamento, que permitam dar maiores maturidades a essa dívida (incluindo carências) e, com isso, permitir uma gestão exequível da mesma por parte das empresas. Essas soluções, de alcance geral, conhecerão uma particular incidência no setor turístico, dado que proporcionalmente é um dos setores com maior peso de dívida pré-COVID-19 sob moratória. Essas soluções poderão incluir a prestação de uma garantia pública a parte da dívida pré-COVID-19 que venha a ser reescalada.

P1.1.3 Linha de crédito com garantia para financiamento de necessidades de tesouraria

Neste domínio mais premente da preservação da capacidade produtiva e emprego, preconiza-se ainda a criação de uma nova linha de crédito com garantia aplicável ao setor do turismo e que permita fazer face a necessidades de tesouraria ainda existentes.

P1.2. ESTRATÉGIA OPERACIONAL

Tendo em vista apoiar as empresas neste contexto particularmente difícil, onde se cruza a necessidade de gerir o impacto da pandemia por COVID-19 com a necessidade de retomar a sua atividade num contexto de forte concorrência internacional, importa criar mecanismos de apoio ao desenvolvimento e consolidação da estratégia operacional das empresas.

P1.2.1 Rede Integrada de Apoio ao Empresário

O presente plano preconiza, assim, a criação de uma rede integrada de apoio ao empresário, que conecte digitalmente o do Turismo de Portugal, I. P., as entidades regionais de turismo, as secretarias regionais com tutela do turismo, as associações empresariais do setor e as equipas de turismo no estrangeiro, assente numa plataforma comum.

Tendo em vista prestar mais e melhor informação às empresas, assim como atingir o maior número de empresas, esta rede irá promover a capacitação dos respetivos parceiros, a disseminação mais eficiente do conhecimento e a criação de uma rede colaborativa entre os mesmos.

Paralelamente, nesta dimensão de apoio às empresas, preconiza-se, também, o desenvolvimento de ferramentas digitais interativas de apoio à tomada de decisão das empresas e o desenvolvimento de áreas especializadas de conhecimento mais relevantes para as empresas do setor.

P1.2.2 Programa Mentoria

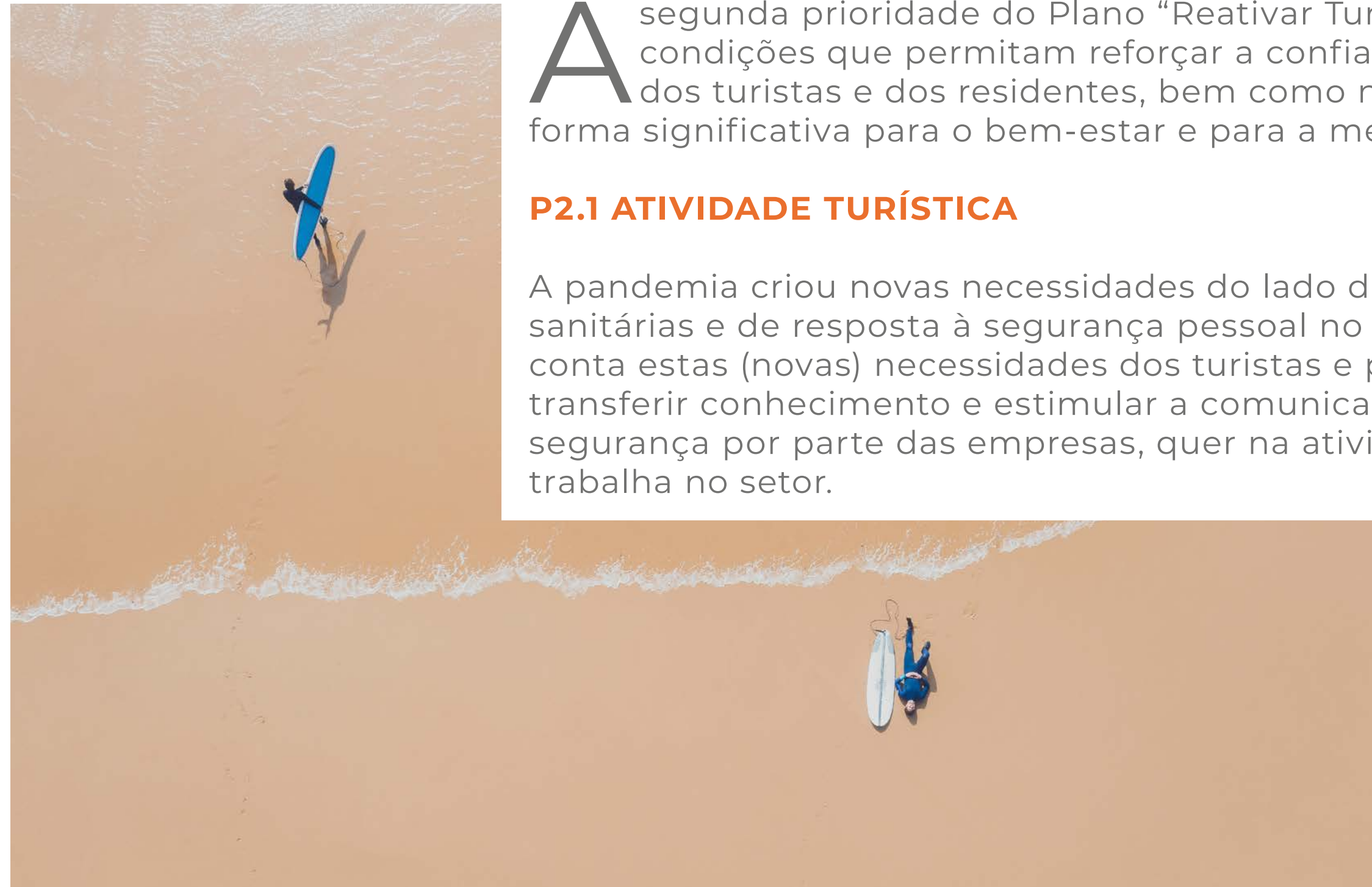
Neste contexto, preconiza-se a criação do Programa Mentoria, o qual, com recurso a meios próprios do Turismo de Portugal e envolvendo os parceiros da Rede Integrada de Apoio ao Empresário, pretende disponibilizar um mecanismo de curadoria às empresas para esta área em concreto.

• PILAR 2: FOMENTAR SEGURANÇA •

A segunda prioridade do Plano “Reativar Turismo | Construir Futuro” consiste em criar condições que permitam reforçar a confiança no turismo por parte das empresas, dos turistas e dos residentes, bem como na capacidade desta atividade contribuir de forma significativa para o bem-estar e para a melhoria da respetiva qualidade de vida.

P2.1 ATIVIDADE TURÍSTICA

A pandemia criou novas necessidades do lado da procura, muito focadas nas questões sanitárias e de resposta à segurança pessoal no destino. Torna-se, pois, essencial ter em conta estas (novas) necessidades dos turistas e preparar as empresas para as mesmas, transferir conhecimento e estimular a comunicação com o objetivo de aumentar a segurança por parte das empresas, quer na atividade, quer no comportamento de quem trabalha no setor.



P2.1.1 Selo *Clean & Safe 2.0*

O selo *Clean & Safe* foi criado em abril de 2020 pelo Turismo de Portugal, I. P., com o objetivo de apoiar as empresas na identificação das medidas a adotar na contenção da pandemia COVID-19 e reforçar a confiança em Portugal enquanto destino turístico, seja por parte dos turistas - nacionais e estrangeiros -, dos colaboradores das empresas, ou da população em geral.

Aderiram mais de 22 000 empresas, de áreas e atividades abrangendo empreendimentos turísticos e alojamento local, passando pelas empresas de animação turística, restaurantes, agências de viagens e turismo, empresas organizadoras de eventos, termas, *rent-a-car*, e também pelos postos de turismo, campos de golfe, museus, palácios, monumentos e sítios arqueológicos, bibliotecas, centros Ciência Viva, geoparques, recintos de espetáculos, casinos e bingos, áreas de serviço de autocaravanas e aeroportos.

Um ano após a sua criação, procedeu-se à atualização, numa parceria com a Direção-Geral da Saúde (DGS) e a NOVA Medical School, dos requisitos para adesão ao selo *Clean & Safe*, que continua opcional e gratuito, mas agora ainda mais simples e ágil, com conteúdos informativos reforçados.

Válido por um ano, até abril de 2022, o selo atualizado resulta da evolução natural do conhecimento adquirido nos últimos meses, adaptando-se às exigências atuais no domínio da saúde pública, com o propósito de continuar a fomentar a segurança e a confiança em Portugal como destino turístico, principalmente no momento da retoma da atividade. Será dada continuidade a este projeto, que se relevou de muito sucesso.

P2.1.2 Programa *Seamless Travel*

A pandemia COVID-19 veio colocar novos desafios na relação com o turista/consumidor que privilegia a informalidade e a fluidez, em benefício de maior segurança que é garantida através de formas de contacto mais ágeis, mais sustentáveis e desmaterializadas. Reflete uma aposta no digital e é composto por diversas iniciativas com o intuito de tornar a experiência de quem nos visita ainda mais fluida a nível de circulação, pagamentos, informação e conhecimento.

P2.1.3 ADAPTAR 2.0

Proceder à evolução do programa adaptar para dar resposta, no momento atual, a novas necessidades específicas das empresas do setor turístico, muito direcionadas para a manutenção do negócio e de molde a permitir-lhes sustentabilidade na retoma.

O ADAPTAR 2.0 dará resposta financeira às necessidades de melhoria, alteração e redimensionamento de espaços, privilegiando a segurança e o bem-estar do consumidor/turista, como sejam, nomeadamente infraestruturas para novos espaços ao ar livre.

P2.2 COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES

O comportamento de quem nos visita ou utiliza os nossos equipamentos é, cada vez mais, parte da solução no controle desta pandemia, bem como na gestão de crise decorrente desta e de outras situações. Torna-se, pois, importante apelar às responsabilidades dos turistas no cumprimento das regras definidas pelas autoridades nacionais.

P2.2.1 Campanha de estímulo à adoção de comportamentos seguros

Promover comportamentos seguros do ponto de vista sanitário, reforçando a necessidade de cumprimento das orientações da DGS no combate à pandemia COVID-19 pelos turistas, colaboradores das empresas e população residente, através de campanha a ser declinada por cada uma das atividades turísticas, considerando as suas especificidades.

P2.2.2 Health Passport 2.0

Medida que visa garantir a circulação segura. Envolve o desenvolvimento de uma ferramenta que identifique os casos de vacinação, testes certificados da COVID-19 e casos positivos recentes, garantindo um baixo risco de possibilidade de contaminação do e pelo passageiro.

• PILAR 3: GERAR NEGÓCIO •

A terceira prioridade do Plano “Reativar Turismo | Construir Futuro” consiste em gerar negócio para as empresas, globalmente, num cenário de forte concorrência internacional, no contexto do qual Portugal pode e deve assumir um papel de liderança.

P3.1 COMPETITIVIDADE DO DESTINO

Portugal afirmou-se nos últimos anos como uma das marcas mais fortes do ponto de vista do turismo, reconhecido como o melhor destino turístico do mundo e trazendo notoriedade para o país e para os seus produtos.

A pandemia COVID-19, com o impacte em termos de alteração do potencial de preferências do consumidor e dos canais de distribuição do setor, veio exigir uma aposta significativa no reforço do reconhecimento e posicionamento internacional da imagem de Portugal. Importa igualmente não esquecer a fortíssima concorrência que o país e as empresas vão ter no momento da retoma por parte dos países que atuam nos mesmos mercados.

O apoio à promoção do país, a fim de estimular e repor a imagem de Portugal, e o apoio ao esforço redobrado de venda internacional por parte das empresas do setor, que lhes permita consolidar mercados mais tradicionais (sem os quais a retoma não acontecerá), apostar em segmentos diversificados e alargar a novos mercados de maior valor acrescentado, é, assim, incontornável.



P3.1.1 Programa Internacionalizar Turismo

Trata-se de um programa que visa o apoio ao esforço de promoção internacional das empresas do turismo.

Neste contexto, torna-se essencial assegurar uma base de informação e conhecimento que permita orientar as empresas nacionais no seu caminho de internacionalização.

A presença em eventos que potenciem a imagem de Portugal enquanto destino turístico, a participação em redes de distribuição ou de reconhecimento/classificação internacional de maior valor acrescentado, a captação de negócio internacional ou a internacionalização de marcas do setor, nas diversas áreas de atuação, integra também o âmbito deste programa.

P3.1.2 Programa de reforço da capacitação do *trade* internacional

Dar a conhecer a nova oferta em todo o território nacional, as redes colaborativas dispersas pelo país, bem como as diversas temáticas de aposta para a valorização do destino constitui a base de um sistema mais eficiente e flexível de informação e capacitação do *trade* internacional.

Nesse sentido, estimulado pelas equipas de turismo localizadas em mercados externos, este programa permitirá aumentar essa capacitação, dirigindo-a para os segmentos de interesse para o país.

Com o intuito de dotar estas delegações de maior flexibilidade, agilidade e autonomia, devem as mesmas ser convertidas em serviços descentralizados do Turismo de Portugal, I. P., no estrangeiro e integrados nas respetivas representações diplomáticas.

P3.1.3 Portugal Events

A captação de eventos internacionais para Portugal tem permitido melhorar o posicionamento do país e de muitas das suas cidades, enquanto destino reconhecido para a realização deste tipo de eventos (veja-se a inclusão no TOP 10 de países organizadores de eventos pela *International Congress and Convention Association*).

Tendo também em vista a prossecução desta missão de captação de eventos que possam ser determinantes para a imagem internacional de Portugal, importa reforçar a aposta na captação dos mesmos com um programa que identifique e, proativamente, possa concretizar a captação dos mesmos para o nosso país.

P3.1.4 Reforço de Parcerias - Contratualização da Promoção Externa

O modelo de contratualização externa da promoção, celebrado entre Turismo de Portugal, I. P., Agências Regionais de Promoção Turística e Secretarias Regionais de Turismo, com a participação da Confederação do Turismo de Portugal e de privados, tem constituído um dos melhores e mais concretos exemplos de parcerias publico privadas no setor.

Considerando a oportunidade de celebração de novo contrato para o triénio 2022-24 e ainda a experiência positiva da Contratualização da Promoção Externa com as agências regionais de promoção externa, será definido como objetivo o reforço desta mesma parceria público-privada, envolvendo os atores públicos regionais competentes, no âmbito das respetivas competências, consolidando-a nos próximos anos e reforçando-a com verbas decorrentes do quadro comunitário de apoio.

P3.2 MOBILIDADE

Atendendo ao facto de que a grande maioria dos turistas internacionais chega a Portugal por via aérea, importa dar continuidade à política de reforço das acessibilidades aéreas internacionais junto dos nossos aeroportos com dimensão internacional, promovendo uma maior diversificação de mercados emissores e de parceiros.

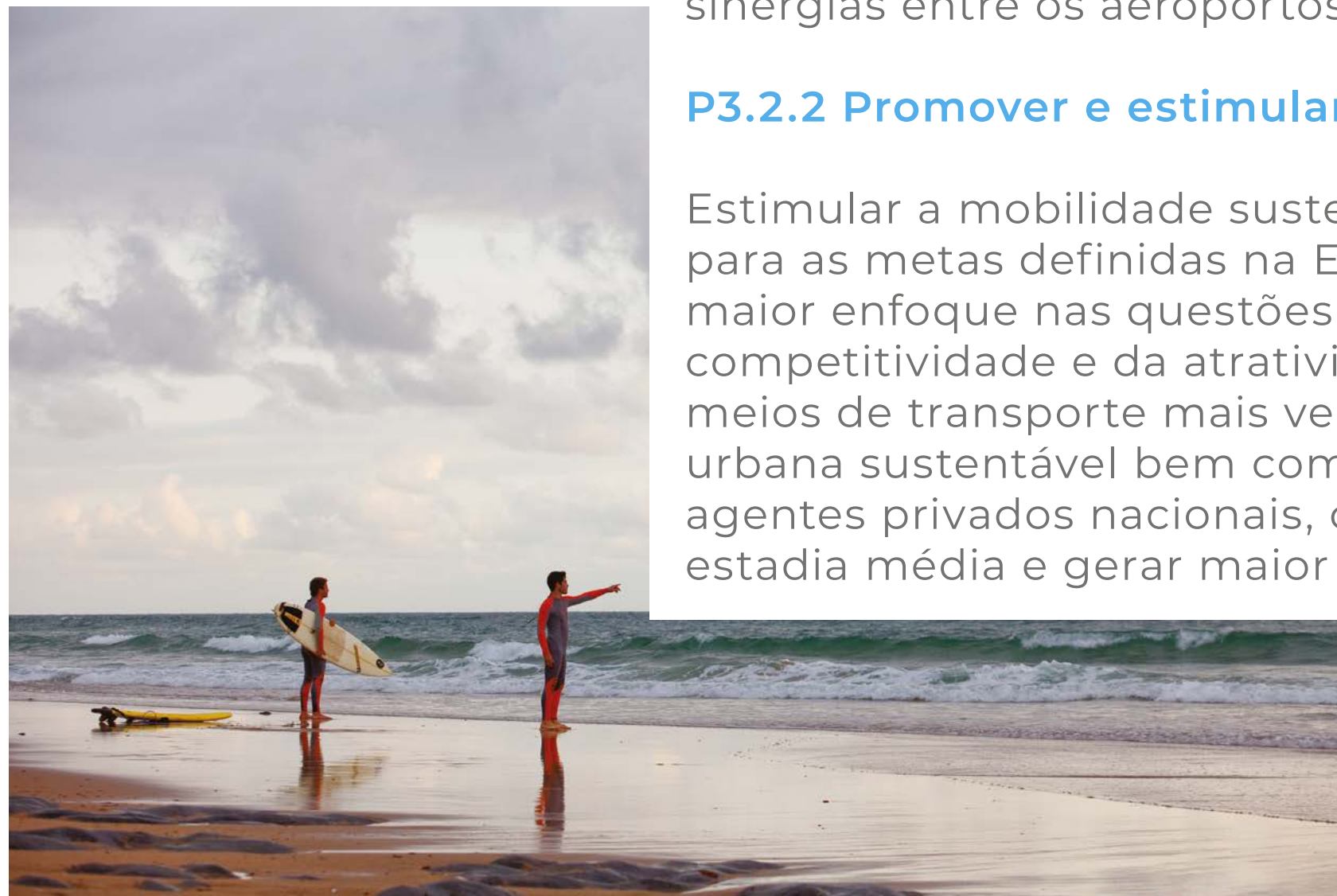
P3.2.1 Repor capacidade aérea e aumentar continuidade territorial - Programa VIP

O Programa VIP tem sido essencial na mitigação da dependência de alguns destinos regionais de um reduzido número de mercados emissores e na diversificação de parceiros de transporte aéreo.

É importante prosseguir este processo de diversificação de mercados que se tem refletido nos crescentes aumentos de passageiros desembarcados nos cinco aeroportos internacionais localizados em território nacional. Igualmente, a continuidade territorial e as sinergias entre os aeroportos nacionais devem ser reforçadas.

P3.2.2 Promover e estimular a adoção de Mobilidade Sustentável

Estimular a mobilidade sustentável constitui não apenas uma oportunidade para contribuir para as metas definidas na ET27 como permitirá atrair segmentos e mercados com maior enfoque nas questões ambientais. Torna-se por isso relevante o fortalecimento da competitividade e da atratividade do nosso país enquanto destino que investe e promove meios de transporte mais verde (ferroviário, rodoviário e marítimo), estimula a mobilidade urbana sustentável bem como disponibiliza soluções de visitaçã, em parceria com os agentes privados nacionais, com o objetivo de desconcentrar fluxos turísticos, aumentar a estadia média e gerar maior receita para o destino.



P3.3 ESTIMULAR PROCURA

Do mesmo modo, importa assegurar o reforço do esforço em matéria de promoção internacional da marca Portugal enquanto destino turístico, que garanta a reposição dos fluxos turísticos para o país, a recuperação do setor e, por arrasto, da economia nacional, atenta a exposição do turismo aos mercados internacionais.

Neste domínio, pretende-se reforçar a competitividade da indústria turística nacional (12.ª indústria turística mais competitiva para o *World Economic Forum*), nos mercados de proximidade e de média distância, sem descuidar a relevância dos mercados de longa distância, contribuindo igualmente para aumento da competitividade da Europa e da marca *Visit Europe*, objetivos estratégicos definidos pela Comissão Europeia.

P3.3.1 Campanha Internacional de Promoção Destino Portugal

É inegável que a contínua promoção internacional de Portugal enquanto destino é um dos eixos centrais na captação de fluxos turísticos. Neste sentido a campanha internacional assume particular relevo, tendo em conta o objetivo de aumentar a notoriedade do destino, mas também como instrumento de aquisição de turistas.

A campanha terá o foco nos meios online, o que permite um alcance elevado e transversal a todos os mercados emissores e também a implementação de uma estratégia dinâmica de seleção de *targets* variados. Deste modo, é possível atingir turistas mais exigentes, potenciando o crescimento em valor e a dinamização do setor em todo o território, contribuindo para a coesão territorial. Será realizada a monitorização permanente do contexto e do comportamento dos mercados, o que irá determinar a cada momento os mercados a atingir. Pretende-se vir a veicular a campanha inicialmente em 14 mercados, ainda que exista um potencial de expansão para mais de 100, através de esforços orgânicos e da 'viralização' das mensagens difundidas.

Enquadrada na ET27, no eixo «Projetar Portugal», tem como principais linhas de atuação o reforço da internacionalização de Portugal enquanto destino turístico para visitar, investir, viver e estudar e o posicionamento do turismo como fator de competitividade e de alavanca económica do país e das empresas.

P3.3.2 Campanha de Turismo Interno

O turismo interno representa cerca de 30 % das dormidas turísticas em Portugal, havendo um inegável espaço de crescimento, que é reforçado no atual contexto de pandemia e de abertura da indústria turística após o confinamento. De facto, perspetiva-se que o turismo de proximidade seja o primeiro a recuperar, com destaque para o turismo interno. Nesta medida, a atenção a este segmento da procura constituirá uma das medidas a prosseguir neste plano com uma campanha que será um dos instrumentos basilares. Esta visa incentivar os portugueses à realização férias e de miniférias em Portugal, utilizando a oferta turística instalada nos diferentes destinos regionais e os serviços turísticos, designadamente, alojamento, agências, restaurantes ou empresas de animação turística. No curto e médio prazo, a mobilização dos portugueses para a fruição da diversidade da oferta turística nacional terá a capacidade de reanimar as economias regionais e impactar toda a cadeia de valor do turismo.

P3.3.3 Novo portal Visitportugal – reforço do ecossistema digital de promoção do destino

Em matéria de marketing digital destaca-se a atualização e o reforço do impacto internacional do ecossistema Visitportugal. Este irá implicar a integração e o desenvolvimento de novas funcionalidades, conteúdos e abordagens. Referir que o ecossistema Visitportugal é o *hub* de informação, comunicação e interação com os turistas, que inclui um portal disponível em 11 idiomas e as páginas nas principais redes sociais ao nível global. Nesta medida, importa estar dotado de tecnologia que facilite o acesso à oferta turística nacional, que apresentada em contexto permite uma grande visibilidade dentro de conteúdos relevantes, aumentando assim o potencial de negócio para as empresas portuguesas e a capacidade de resposta às necessidades dos diferentes segmentos de turistas. Será ainda alargada a penetração nos mercados externos, designadamente pelo aumento de idiomas que passará a 15 idiomas.

P3.3.4 Programa de Conversação com o Turista através de inteligência artificial (*Conversational AI Tools*)

A implementação de um programa de conversação que utilize inteligência artificial tem como principais objetivos a melhoria e otimização dinâmica do conteúdo fornecido ao turista e o acesso rápido a informação sobre as experiências e oferta turística do Destino Portugal.

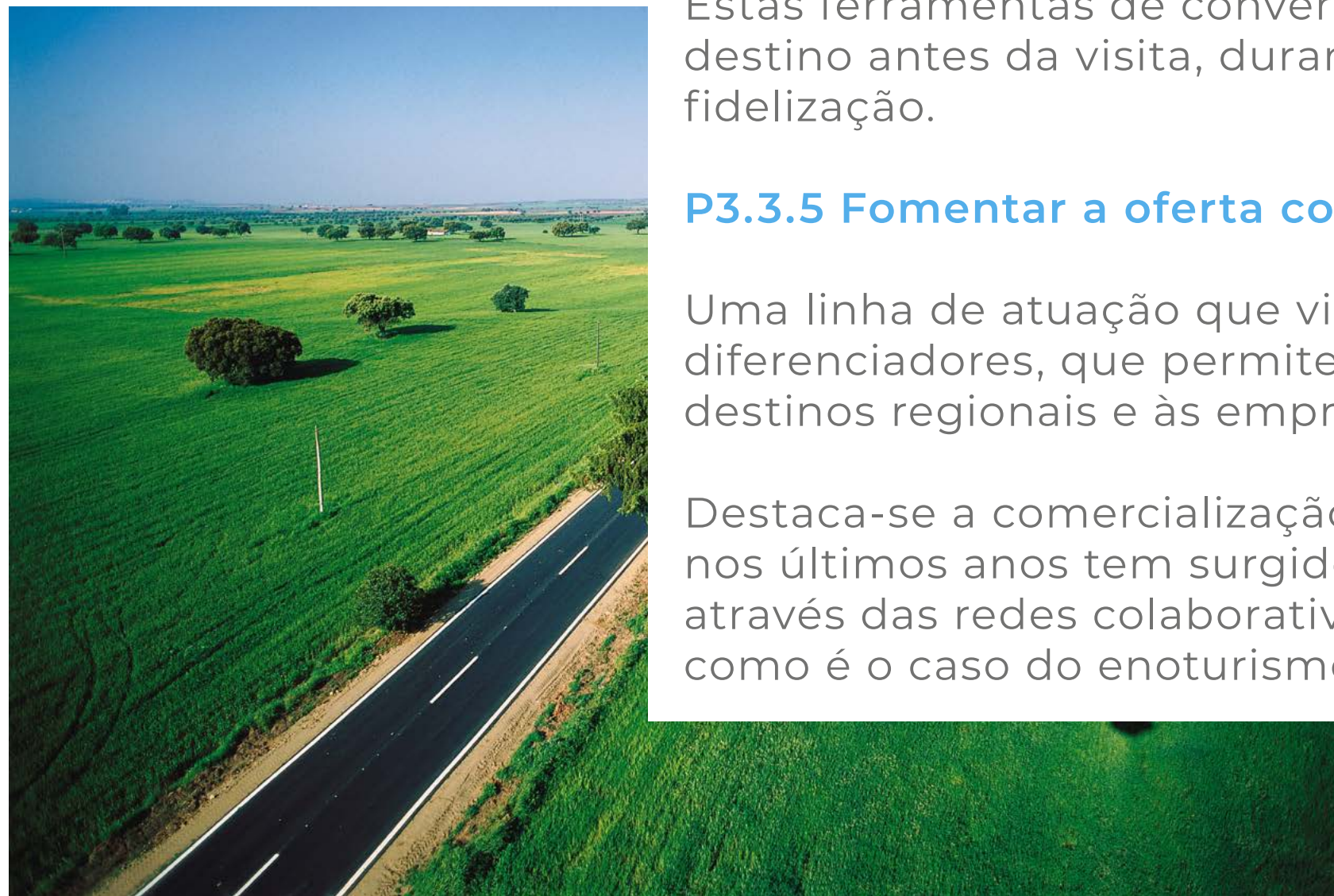
A introdução destas ferramentas irá permitir esclarecer dúvidas, interagir com o potencial turista sugerindo oferta de acordo com as suas necessidades e melhorar a acessibilidade dos conteúdos trabalhando o vetor inclusão (*all for all*). Permitirá ainda um atendimento ao turista, realizado 24h/7dias semana, através de processos mais automatizados, com menor tempo gasto por operação e maior aproximação às necessidades de cada cliente.

A otimização das interações do turista terá como resultado uma viagem com mais valor trabalhando os eixos da sazonalidade e aumentando o consumo de produtos turísticos. Estas ferramentas de conversação impactam de forma positiva a experiência turística do destino antes da visita, durante e depois da visita, acrescentando valor e potenciando a fidelização.

P3.3.5 Fomentar a oferta comercial de produtos diferenciados

Uma linha de atuação que visa a criação de uma carteira de oferta comercial de produtos diferenciadores, que permite novos motivos de visita, que agrega mais valor à viagem, aos destinos regionais e às empresas.

Destaca-se a comercialização de uma nova oferta, sustentável, responsável e distinta que nos últimos anos tem surgido em todo o território, em particular nos territórios do interior, através das redes colaborativas, a par de ofertas associadas a novos produtos de aposta como é o caso do enoturismo, turismo literário, desportivo, industrial, entre outros.



P3.3.6 Desenvolvimento de novas plataformas de negócio e reforço do posicionamento nos media

A presença qualificada junto dos media, da operação turística e do restante *trade* são de elevada importância na criação de notoriedade e recomendação para o Destino Portugal e conversão desta notoriedade em negócio.

Neste sentido, importa criar novas plataformas que alimentem esta presença, nomeadamente um Portal onde seja possível ao *trade* obter toda a informação necessária para a programação do Destino e usufruir de programas de e-learning que permitam a capacitação contínua dos operadores sobre a crescente e cada vez mais qualificada oferta do Destino Portugal.

Importa ainda criar momentos de interação entre as empresas nacionais e o *trade* através de plataformas digitais de negócio que permitam a maximização dos contactos qualificados com o tecido empresarial nacional e manter a dinamização contínua de negócios que será feita através dos Portugal *Trade Talks*, *webinars* desenvolvidos para divulgação da oferta nacional.

P3.3.7 IVAucher

Pretende-se estimular, sobretudo junto do consumidor nacional, a utilização de produtos turísticos nacionais. Neste sentido, o programa IVAucher tem por objetivo permitir que o valor do IVA constante em faturas de restaurantes, equipamentos de alojamento e espaços de cultura, seja descontado, durante o trimestre seguinte, em consumos nesses mesmos setores.

• PILAR 4: CONSTRUIR FUTURO •

A quarta prioridade do Plano “Reativar Turismo Construir Futuro” consiste no desenvolvimento de medidas e iniciativas que permitam criar condições para, a médio e longo prazo, se promover uma verdadeira transformação do setor e posicioná-lo num patamar superior de desenvolvimento, mais sustentável, mais responsável e capaz de gerar mais valor acrescentado.

P4.1 FINANCIAMENTO DAS EMPRESAS

Em paralelo com as medidas de cariz financeiro preconizadas no pilar 1 do presente Plano, importa assegurar o desenvolvimento de novos mecanismos de financiamento para as empresas, que, por um lado, permitam alargar o leque de investidores no setor, por outro lado, garantam o acesso das empresas a financiamento em condições sustentáveis e, por fim, assegurem as condições necessárias para o crescimento do investimento inteligente no setor.



P4.1.1 Reforço do Fundo Imobiliário Especial de Apoio às Empresas

Entende-se importante assegurar um mecanismo que permita tornar líquidos os ativos das empresas do setor, através de operações de *sale & leaseback*, proporcionadas por fundos de investimento imobiliários geridos pela Turismo Fundos - SGOIC, S. A., sociedade gestora integrante do Grupo Banco Português de Fomento.

Com estas operações, criam-se condições para o financiamento das empresas com elevado nível de liquidez. Cumulativamente, pretende-se que estes fundos possam eles próprios captar investimento de investidores, sobretudo institucionais, garantindo níveis de liquidez substanciais e associando, para este efeito, o mecanismo de garantia mútua e a capacidade de alavancagem que o caracteriza.

P4.1.2 Obrigações Turismo

No domínio do financiamento das empresas, importa procurar novas formas de financiamento e novos investidores. É o caso do financiamento das PME junto do mercado de capitais.

Preconiza-se aqui a necessidade de criar condições para a conclusão do projeto do lançamento das obrigações de turismo, com recurso ao mecanismo de garantia mútua, interrompido em março de 2020 por força do impacto da pandemia por COVID-19 no nível de risco das empresas.

P4.1.3 Programa para acesso PME ao mercado de Capitais

Ainda no que toca a novas formas de financiamento, este Plano preconiza a criação regulamentar de um veículo que permita fazer a intermediação entre as PME, nomeadamente as do turismo, e o mercado de capitais.

Este veículo permite gerir de forma mais eficiente os custos de contexto deste tipo de operação, deslocando-os para fora das PME, e pressupõe o envolvimento do mecanismo de garantia mútua, que assegure níveis de risco das obrigações compatíveis, quer com as expectativas de investimento dos investidores, quer com a capacidade de pagamento das próprias PME.

P4.1.4 Fundo para a concentração de empresas

A atual situação de pandemia veio evidenciar ainda mais a excessiva atomização do tecido empresarial do setor, com efeitos na sua massa crítica e no nível de resiliência das empresas.

Torna-se, por isso, importante a criação de um fundo para a concentração de empresas, que incentive processos de fusão ou de cooperação empresarial.

P4.1.5 Fundo para a internacionalização das empresas do turismo

No atual estágio de desenvolvimento do setor do turismo, torna-se crítico assegurar condições para alargar os espaços e os mercados de atuação das empresas do turismo, através de processos de internacionalização.

Esta dimensão é importante para o ganho de escala das empresas do setor, mas é também particularmente importante para a própria internacionalização da economia nacional, porquanto permitirá aumentar a notoriedade da marca Portugal, assim como utilizar estas unidades produtivas no estrangeiro (como é o exemplo da hotelaria e da restauração) como novos canais de distribuição para um conjunto alargado de outros setores de atividade.

P4.2 CONHECIMENTO E QUALIFICAÇÕES

O domínio das qualificações é reconhecidamente uma das áreas prioritárias de investimento no setor.

Como se referiu, se durante muitos anos a atividade turística assentou num modelo de baixas qualificações e, como consequência, baixos salários, as transformações estruturais do setor nos últimos anos e as que se esperam para os próximos anos, exigem uma alteração profunda dos níveis de qualificações do setor.

Foi com esse objetivo que a elevação da qualificação dos trabalhadores do setor foi inscrita como prioridade estratégica na ET27, aprovada em 2017.

P4.2.1 Programa Centros de Conhecimento e Especialização Formativa

Para esse efeito torna-se essencial apostar em equipamentos inovadores, infraestruturas que permitam posicionar o ensino do Turismo em Portugal num patamar superior e permitam adaptar a formação às novas necessidades e exigências dos consumidores.

Esta aposta no desenvolvimento e centros de especialização formativa constitui um elemento essencial, elencando-se, por isso, alguns projetos que serão emblemáticos na ótica da formação e em diversos pontos do país, nomeadamente o Centro de Excelência do Turismo e Centro de Incubação Base Tecnológica no Estoril, o Centro de Gastronomia em Lamego, o Centro de Pastelaria em Óbidos, o Hotel do Futuro em Setúbal, a implementação do Projeto TIA no Estoril, em articulação com a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, ou o Centro de Recursos Didáticos e Digitais no Algarve.

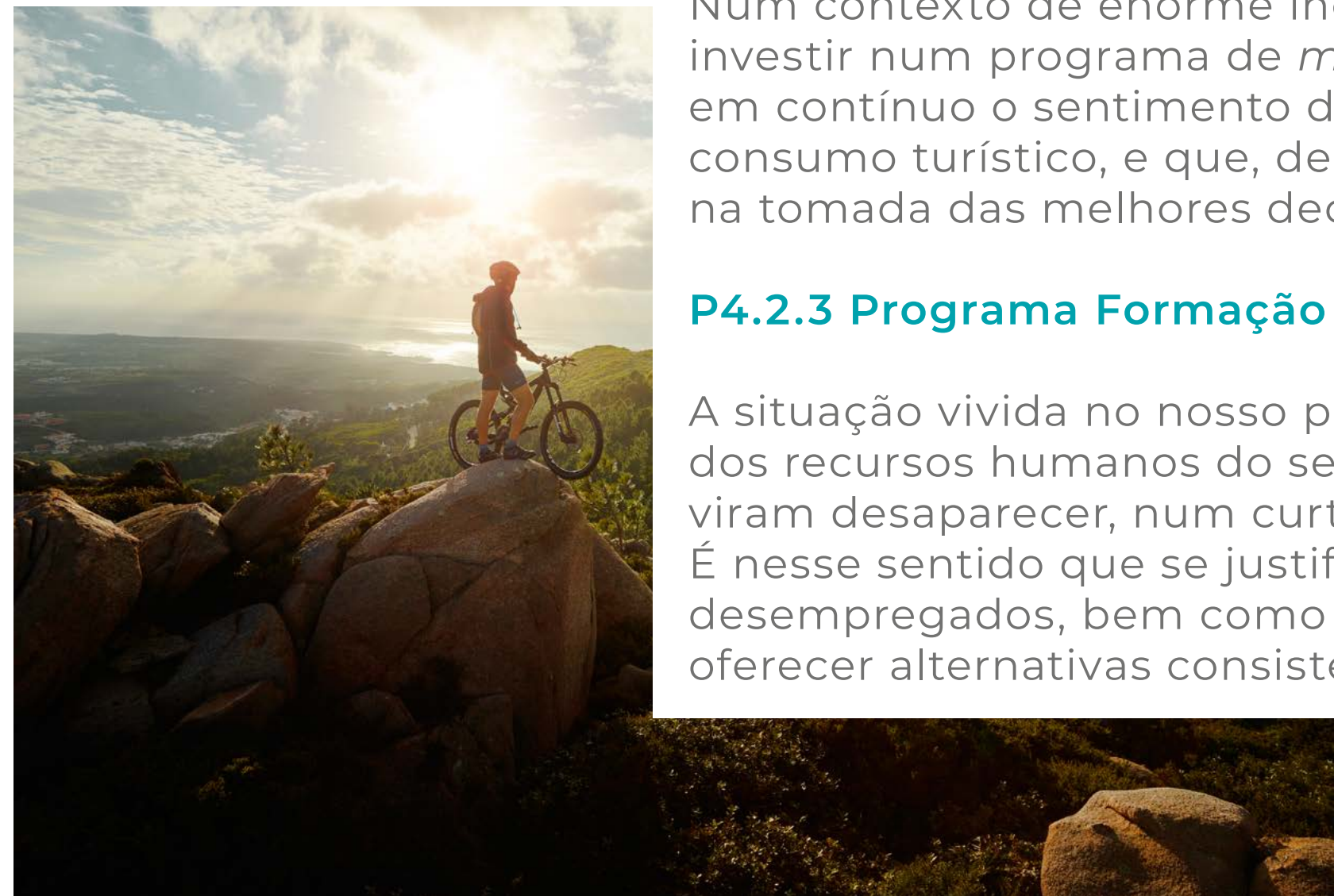
P4.2.2 Programa de *Market Intelligence* para o Destino Portugal

Num contexto de enorme incerteza na retoma do mercado, torna-se fundamental e crítico investir num programa de *market intelligence* de apoio à retoma do setor, que acompanhe em contínuo o sentimento dos potenciais turistas para Portugal e as suas preferências de consumo turístico, e que, deste modo, permita apoiar as empresas e as entidades públicas na tomada das melhores decisões.

P4.2.3 Programa Formação Migrantes e Pessoas em Dificuldades Financeiras Severas

A situação vivida no nosso país no ano recente afetou de maneira dramática a estabilidade dos recursos humanos do setor, sobretudo numa camada populacional de migrantes que viram desaparecer, num curto período de tempo, a sua base.

É nesse sentido que se justifica um programa de formação específico e dirigido a desempregados, bem como migrantes, que os possa recolocar no mercado de trabalho ou oferecer alternativas consistentes e mais sustentáveis para o futuro.



P4.2.4 Programa de Captação de Talento

A pandemia por COVID-19 veio acelerar a urgência de transformação do paradigma da formação, exigindo uma aposta decisiva na qualificação dos recursos humanos no setor e de atração de talento para o setor, como condições necessárias para aumentar a qualidade de serviço prestado e a capacidade de fazer face aos desafios da digitalização e da sustentabilidade.

Este programa parte da necessidade de valorizar as profissões do setor dotando as empresas do conhecimento e instrumentos necessários para o efeito.

Deverá ainda ser considerada a possibilidade de captar recursos humanos com formação em outras áreas de conhecimento, como História, Biologia, Arquitetura, Literatura entre outras, e que poderão acrescentar valor em termos de experiência para o turista que nos visita.

P4.2.5 Formação dos trabalhadores do turismo (75.000 trabalhadores) – *Formação Mais Próxima*

Este programa tem como intuito capacitar, massivamente, os colaboradores do setor, de uma forma mais próxima e de acordo com as metodologias utilizadas ao longo do último ano: formação digital e presencial, com conteúdos adaptados às necessidades de futuro do setor, ao longo de todo o território nacional e adaptada à diversidade das empresas de turismo.

P4.2.6 Capacitação dos gestores para a gestão (30.000 empresas) – *BEST 2.0*

Esta aposta exige igualmente um esforço de qualificação dos cargos de gestão das empresas do setor em termos gerais, capaz de suportar a transformação digital das empresas, a inevitabilidade da gestão suportada por dados e agilidade e inovação como elementos essenciais da gestão.

P4.3 INOVAÇÃO NAS EMPRESAS E NOS DESTINOS

A inovação e a digitalização constituem fatores absolutamente críticos no reforço da competitividade do setor e, conseqüentemente, no processo de crescimento das empresas e do setor para o turismo capaz de gerar mais valor acrescentado.

Ao nível da digitalização concretamente, importa ter em conta que se trata de uma área onde existem fortes lacunas no setor, quer em termos de adoção de ferramentas digitais por parte das empresas, de utilização efetiva dos dados gerados por essas ferramentas, quer da capacidade de os utilizar na criação de valor ou no desenvolvimento de novos negócios.

De facto, de acordo com o INE, I. P., em 2020, apenas 46,9 % das empresas do setor do alojamento e restauração em Portugal tinham *website* e a utilização de dados por parte das empresas do setor encontra-se abaixo da média nacional.

Por outro lado, o setor do turismo já era um dos setores mais expostos à digitalização, situação que veio a ser acelerada pela pandemia por COVID-19, que forçou a rápida adoção de novas ferramentas digitais, especialmente na relação com os consumidores, que ficará para o futuro.

P4.3.1 Programa Turismo + Digital (Empresas Digitais e Territórios Digitais)

Neste contexto, importa pôr em prática um programa dedicado a apoiar fortemente a transformação digital das empresas do setor, bem como dos destinos turísticos, induzindo a utilização de tecnologia e estimulando a utilização de dados nos processos de decisão. Torna-se essencial estimular as empresas do setor a adaptarem o seu *hardware* e *software*, modernizando a estrutura produtiva, os processos, a comunicação e os conteúdos.



P4.3.2 Programa *Upgrade Tomorrow* - Reforçar competências no digital

A transformação digital do setor exige igualmente um esforço de apoio às empresas, principalmente às de menor dimensão, para adquirirem competências e ferramentas que lhes permitam preparar o futuro, estruturar os seus negócios com novas propostas de valor, capazes de responder às exigências futuras do setor.

O novo programa de formação *Upgrade* tem a capacitação para o digital como uma das suas áreas prioritárias, justificando-se um reforço do investimento nesta medida, de modo a acelerar os níveis de capacitação dos recursos humanos em termos de competências digitais.

P4.3.3 Programa de Requalificação e Reposicionamento da Oferta Turística

No que toca ainda à inovação, a capacidade competitiva de Portugal enquanto destino turístico tem vindo a assentar também na capacidade do setor de modernizar a sua oferta, de introduzir novas propostas de consumo e de chegar a novos segmentos da procura turística. Esta dinâmica foi essencial no momento pós-crise financeira de 2008/2009 e permitiu que o turismo ganhasse consecutivamente competitividade nos rankings internacionais, passando de 20.º para 12.º destino no *Travel & Tourism Competitiveness Index*.

Num momento em que o setor é sujeito a um teste da magnitude da pandemia por COVID-19, a capacidade do setor para se adaptar às novas tendências da procura e a um cenário futuro de maior incerteza é, assim, absolutamente decisiva para manter e reforçar esta competitividade em termos internacionais.

Importa reconhecer que, apesar do esforço que tem vindo a ser feito neste domínio, a oferta turística nacional, sobretudo ao nível do alojamento, apresenta ainda assimetrias de qualidade muito significativas face ao seu nível médio, impedindo que um conjunto vasto de ativos que já existem consigam gerar o valor acrescentado que poderiam gerar se esses mesmos ativos tivessem hoje níveis superiores de qualidade.

A dimensão de valor potencial a gerar para o país em resultado de um processo de requalificação e reposicionamento global desta oferta turística, que apenas vai ao encontro das exigências atuais dos turistas, seria absolutamente grandioso, face ao custo de investimento exigido.

Preconiza-se, assim, a criação de um programa global de requalificação e reposicionamento da oferta turística nacional, projetando a oferta para o futuro, modernizando infraestruturas e introduzindo novos processos e modelos de negócio, capazes de responder às grandes transformações na procura, à forte concorrência internacional, bem como às grandes tendências mundiais.

P4.3.4 Programa de captação de investimento direto estrangeiro e de marcas internacionais

Pretende-se, com este programa, criar condições para atração de investimento direto estrangeiro no turismo em Portugal, aumentando o investimento no setor, alargando os seus agentes, sobretudo dos que operem em segmentos de mercado que tragam mais valor acrescentado ao destino.

Ao mesmo tempo, criam-se melhores condições para a atração de marcas turísticas internacionais para Portugal, precisamente as que operem naquele tipo de segmentos de mercado, assim contribuindo para o crescimento em valor da marca Portugal e, em consequência, para o reforço da competitividade do setor como um todo, com vantagens para todas as empresas.

P4.3.5 Transformação do Cluster do Turismo em veículo para Estratégias de Eficiência Coletiva no Turismo

Importa, ainda, fortalecer e aprofundar a abordagem da «clusterização» do setor, que permita e determine uma atuação integrada e em rede, ultrapassando as limitações do sub-dimensionamento, em torno de dimensões que, pelas suas características, se podem traduzir em áreas de forte crescimento e de elevado valor acrescentado, de que a saúde, as termas ou o desporto são alguns dos exemplos.



Para além disso, importa aprofundar ainda mais a interconexão e interseção do *cluster* do turismo, nas suas dimensões, com os demais *clusters* nacionais que atuam em setores que com o turismo podem e devem interagir (agricultura, vinho, serviços de suporte, mobilidade, indústrias criativas, tecnologias da informação e comunicação, habitação, termas, têxtil, saúde, desporto, entre outros).

A aposta num *upgrade* do *Cluster* Turismo, focado em segmentos com elevado potencial de geração de valor acrescentado, tem, assim, o potencial para posicionar Portugal nestas áreas, dinamizando a atração de investimento no setor e em todo o território, ao passo que pretende contribuir igualmente para a internacionalização da cadeia de produção do setor do turismo, tanto das empresas do setor (gestão hoteleira, franchising restauração, prestação de serviços), como das atividades económicas a montante (bens, serviços, equipamentos, etc.).

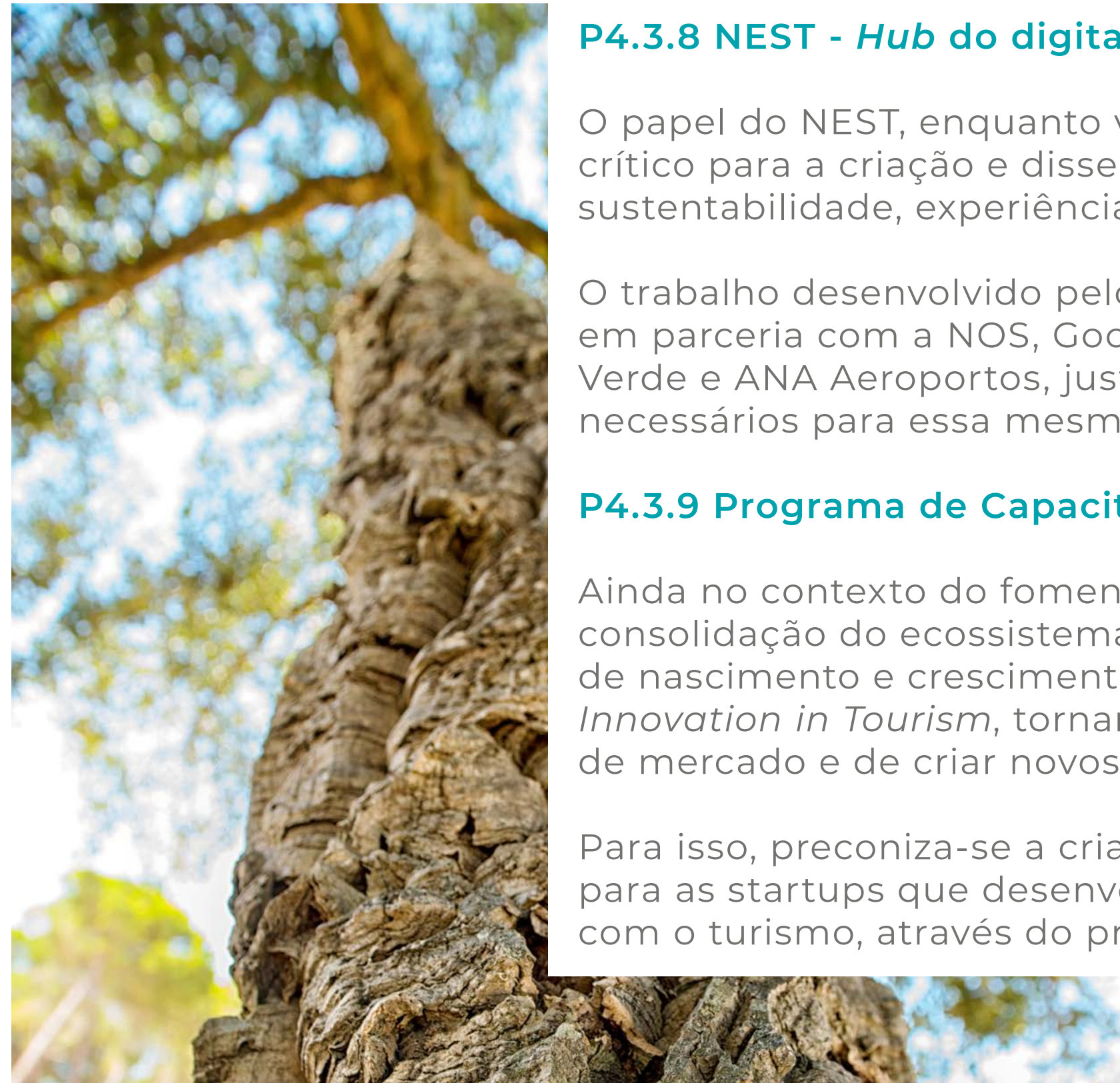
P4.3.6 Programa de incentivo à criação de novos negócios turísticos

Importa assegurar a contínua inovação do setor, criando também condições adequadas para o surgimento de novos negócios, que densifiquem e que melhor estruturem o produto turístico. Pretende-se assegurar assim a ampliação da capacidade produtiva do setor, uma ampliação que se pretende inteligente, inclusiva e promotora da coesão, preferencialmente assente em dimensões capazes de afirmar a nossa diferença, como o património, a natureza, a cultura ou as indústrias criativas.

P4.3.7 Programa *Fostering Innovation in Tourism 2.0*

Importa reforçar a atuação na geração da inovação, promovendo programas adequados ao nascimento de novas ideias de negócio, e na transformação das empresas do setor, através da adoção de novas soluções incrementais ou disruptivas, que permitam aumentar a sua produtividade e elevar o valor acrescentado gerado.

Este programa continuará a ser desenvolvido em parceria estreita com a rede de incubadoras e aceleradoras espalhada pelo país com programas que promovam a inovação no setor, mas também o papel de Portugal na liderança da inovação em turismo, potenciando a internacionalização.



P4.3.8 NEST - *Hub* do digital no turismo e veículo de inovação no setor

O papel do NEST, enquanto verdadeiro *hub* do digital no turismo, é absolutamente crítico para a criação e disseminação da componente inovação nas suas vertentes de sustentabilidade, experiência fluida e utilização de *big data* na tomada de decisões.

O trabalho desenvolvido pelo NEST desde a sua criação pelo Turismo de Portugal, I. P., em parceria com a NOS, Google, Microsoft, Banco BPI, Banco MillenniumBCP, Brisa-Via Verde e ANA Aeroportos, justifica a aposta neste veículo de inovação, dotando-o dos meios necessários para essa mesma missão.

P4.3.9 Programa de Capacitação de Startups “*Rising Stars*”

Ainda no contexto do fomento do empreendedorismo no turismo, é fundamental garantir a consolidação do ecossistema de inovação no turismo, apoiando as *startups* no seu processo de nascimento e crescimento, nomeadamente as participantes no programa *Fostering Innovation in Tourism*, tornando-as capazes de vencer no mercado, influenciar as dinâmicas de mercado e de criar novos modelos de negócio.

Para isso, preconiza-se a criação de um programa de capacitação e de curadoria específica para as startups que desenvolvem ou pretendem desenvolver a sua atividade no turismo ou com o turismo, através do programa de *startups* “*Rising Stars*”.

P4.4 SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS E NOS DESTINOS

A transição climática constitui outro dos grandes desafios identificados na ET27 e que a pandemia por COVID-19 veio acelerar a necessidade de resposta.

Com efeito, a ambição de ter 90% das empresas do setor com gestão eficiente da energia, água e resíduos constituíram metas ambiciosas da ET27, cuja implementação importa agora acelerar.

O setor do turismo posiciona-se como domínio de atividade económica em que este processo de transição climática pode ser mais facilmente implementado, considerando que o setor já assumiu coletivamente este objetivo em 2017, mas igualmente porque a dinâmica de adoção se tem mantido constante. Para além de iniciativas das associações empresariais no sentido desta transição, o objetivo político foi agora intensificado com o lançamento do Plano Turismo + Sustentável por parte do Turismo de Portugal, I. P., que pretende acelerar este processo.

Por fim, Portugal tem-se afirmado internacionalmente nesta matéria, sendo referência internacional nesta matéria, tanto na área de boas práticas internacionais neste domínio, mas igualmente em termos de monitorização, dispondo de três observatórios regionais de sustentabilidade reconhecidos pela OMT e pretendendo instalar um em cada região NUTS II até ao final do ano.

Desde o lançamento da ET27, tem-se registado um progresso da adoção de boas práticas ambientais, sobretudo na área da utilização eficiente da energia e da água. Com efeito, de acordo com o Inquérito ao Desempenho Ambiental dos Empreendimentos Turísticos, realizado pelo Turismo de Portugal, I. P., em 2019, 66 % das empresas demonstraram utilização de boas práticas na área da energia e 70 % na área da gestão eficiente da água, representando um progresso face à base (60 % em 2015). Registou-se também uma forte adesão a certificações internacionais na área da gestão ambiental, tendo 47 % das empresas reportado certificações internacionais em 2019 (31 % em 2017).

Por outro lado, sem prejuízo do crescimento da procura turística registado nos últimos anos, o consumo de energia e as emissões de CO2 cresceram a uma média anual de 2 % entre 2017 e 2019, cerca de metade do crescimento médio anual do número de dormidas.

P4.4.1 Programa Turismo + Sustentável

O Turismo de Portugal, I. P., lançou a discussão sobre o «Plano Turismo + Sustentável 20-23», um projeto que contempla ações como reeducar para uma restauração circular e sustentável, desenvolver práticas para uma economia circular, neutralidade carbónica nos empreendimentos turísticos, construção sustentável em empreendimentos turísticos, eficiência hídrica nos campos de golfe em Portugal e a redução do plástico na hotelaria. Inclui, igualmente, o propósito de desenvolvimento da rede de observatórios regionais na área da sustentabilidade.

Alinhado com os objetivos da ET27 e da política de retoma do setor pós-COVID-19, o programa tem presente a importância de Portugal reforçar o seu posicionamento e competitividade enquanto destino turístico sustentável e seguro, conseguindo acomodar também as exigências de novas diretrizes e orientações nacionais e comunitárias que ocorrerão no curto e médio prazo, no âmbito da economia circular e da sustentabilidade ambiental.

P4.4.2 Portugal Upgrade Tomorrow - Reforçar competências em Sustentabilidade

Esta transformação exige um reforço no apoio às empresas, incluindo, como se referiu supra, a capacitação, neste caso focada nos desafios e potencialidades de futuro da sustentabilidade.

Este novo programa de formação do Turismo de Portugal, I. P., tem como temas o digital, acima referido, e também a sustentabilidade. O contexto atual demonstra que ambas são essenciais para o turismo do futuro, pelo que o seu desenvolvimento adiciona valor às pessoas e aos territórios onde estão integradas. Ambas as vertentes contribuem para a relevância do setor do turismo na dinâmica da economia local e nacional bem como para a preservação e regeneração dos recursos e também para a criação de modelos de trabalho mais justos e inclusivos.

P4.4.3 Programa de monitorização integrada de consumo de recursos

Com o objetivo de monitorizar esta evolução, será criado um programa de monitorização integrada de recursos que permita avaliar a evolução das empresas nas metas de sustentabilidade ambiental, assim como promover o desenvolvimento das ações adequadas à melhoria do seu desempenho neste âmbito, e assegurar uma monitorização próxima e em tempo real do impacto dessas ações.

P4.4.4 Programa Incentivo à Mobilidade Elétrica

Considerando a evolução de fontes de energia na mobilidade automóvel e a necessidade de aceleração da sua adoção, a oferta turística deve estar adaptada para responder a este tipo de necessidade e procura.

Por outro lado, o incentivo à deslocação no território e à fruição de grande diversidade de oferta existente no país, implica também a adoção de medidas que incentivem e promovam a mobilidade sustentável.

Por isso, preconiza-se a criação do programa de incentivo à mobilidade elétrica que passará, sobretudo, pela disseminação de carregadores elétricos em equipamentos e infraestruturas turísticas espalhadas pelo território.

P4.4.5 Programa de Incentivo à Mobilidade Responsável - Ferroviária, marítima

Considerando ainda a aposta na ferrovia, ao abrigo de diversos instrumentos serão também desenvolvidas campanhas de promoção que motivem os turistas a viajar em Portugal através do fomento da mobilidade assente na via férrea. Esta aposta deve ser complementada com o assegurar de uma oferta de transportes públicos adequada junto das principais ofertas turísticas, cuja utilização deverá ser devidamente promovida e incentivada.



Ao nível da navegação fluvial, e atendendo à crescente procura de utilização de embarcações nos nossos rios e albufeiras, será prioritário promover a melhoria de cais fluviais, bem como a criação de plataformas de acostagem de embarcações de recreio e de outras infraestruturas e serviços de apoio ao turismo nos rios e águas interiores do país.

A atuação no campo da mobilidade será reforçada com iniciativas que promovam a intermodalidade e a interoperabilidade entre diferentes serviços de transporte, proporcionando dessa forma um leque de opções diversificado ao nível da mobilidade e uma maior competitividade do destino turístico. Será igualmente estimulado o desenvolvimento de projetos que promovam a mobilidade sustentável nos destinos turísticos, designadamente, a mobilidade suave.

P4.4.6 Programa de Apoio a Projetos Transfronteiriços e a Projetos Integrados de Base Regional

A Estratégia Portugal 2030 tem uma dimensão de competitividade e coesão territorial relevante e constitui a agenda 4 desta estratégia. Considera-se que o turismo, enquanto atividade económica transversal que se alimenta e potencia uma cadeia de valor muito alargada em termos regionais, tem um enorme potencial para funcionar como hub de desenvolvimento económico, social e ambiental dos territórios.

Esse foi, aliás, o desígnio de base da ET27 e que justificou um claro investimento no desenvolvimento da oferta turística em regiões menos desenvolvidas do território, com o propósito de desconcentrar a procura turística para territórios menos procurados e de alargar a prática turística durante todo o ano.

A pandemia por COVID-19 veio valorizar esta aposta no interior, na medida em que uma franja importante dos turistas passou a procurar destinos menos massificados e atividades de fruição ativa da natureza, tudo indicando que se torne uma tendência para o futuro. A procura significativa ocorrida em 2020 foi demonstrativa do potencial que as regiões do interior têm neste domínio, justificando uma intensificação desta aposta.

Por outro lado, ainda no interior, são indiscutíveis as oportunidades de mercado geradas por projetos transfronteiriços, tal como preconizado na Estratégia Comum de Desenvolvimento Transfronteiriço, que permitam valorizar os recursos existentes e introduzir as regiões do interior em circuitos de procura internacional, particularmente os oriundos de Espanha, que será provavelmente o mercado emissor com maior potencial de crescimento nos próximos anos.

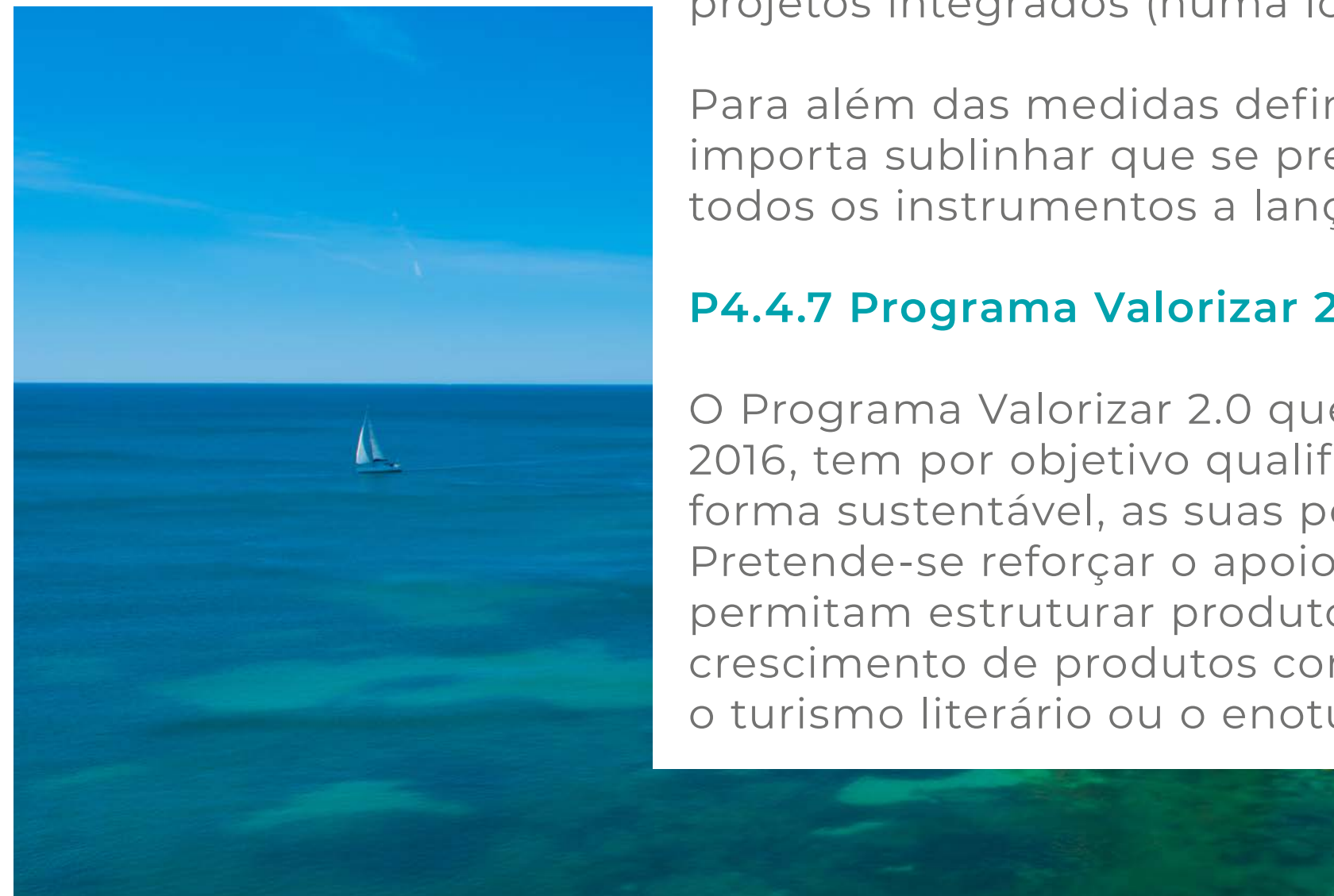
Acresce uma dimensão de aposta no mercado interno para que, a exemplo do que sucedeu em 2020, continue a privilegiar as viagens em Portugal e ao longo de todo o ano, contribuindo para esbater a sazonalidade, manter, aumentar e valorizar os postos de trabalho no interior, e promover o consumo de produtos nacionais. Importa desenvolver mecanismos específicos que permitam apoiar o fomento de projetos transfronteiriços e de projetos integrados (numa lógica turismo/outros setores de atividade).

Para além das medidas definidas em matéria de competitividade e coesão territorial, importa sublinhar que se prevê uma discriminação positiva dos territórios do interior em todos os instrumentos a lançar no âmbito deste Plano.

P4.4.7 Programa Valorizar 2.0

O Programa Valorizar 2.0 que traduz uma evolução face ao Programa Valorizar, criado em 2016, tem por objetivo qualificar o território e permitir que, desse modo, se valorizem, de forma sustentável, as suas potencialidades de atração turística.

Pretende-se reforçar o apoio a projetos, sobretudo integrados e supramunicipais, que permitam estruturar produto turístico nas regiões e que suportem o processo de crescimento de produtos como o *cycling & walking*, o auto-caravanismo, os caminhos da Fé, o turismo literário ou o enoturismo.



P4.4.8 Programa + Algarve

A maior região turística do país deve ser exemplo e líder da transformação do turismo do futuro.

Este programa tem como objetivo reforçar o posicionamento do Algarve enquanto destino de qualidade, que pode ser visitado ao longo de todo o ano e em toda a região, valorizando os seus aspetos naturais e culturais. Além de se posicionar como principal destino de sol e praia do país, o Algarve possui características únicas para o turismo de saúde e bem-estar, o envelhecimento ativo, o desporto e o turismo náutico sustentável, a valorização das áreas naturais e a aposta reforçada no *cycling & walking*.

Deverão ser estimuladas, entre outras ações, a adaptação e requalificação de equipamentos atualmente existentes com foco na projeção da região, a regeneração urbana do território, a requalificação de frentes mar e frentes ribeirinhas, de empreendimentos turísticos mais antigos, reforço da rede ecológica/Estratégia Regional Proteção e Valorização Ambiental, com um programa intermunicipal de aumento de espaços verdes e vias cicláveis, a capacitação e formação dos agentes, o desenvolvimento de estratégias colaborativas com os demais setores de atividade, que permita às empresas desta região e à própria região, como um todo, o reforço da respetiva competitividade.

P4.4.9 Programa Empresas Turismo 360°

A par deste processo de transformação do setor, importa evoluir na visão quanto à responsabilidade das empresas do setor enquanto agente de criação de valor, não apenas para os seus acionistas, mas também para os trabalhadores, para os seus fornecedores, para a comunidade, para o território e para o ambiente.

Um setor mais inteligente, que crie mais valor, mais sustentável e mais responsável, depende, naturalmente, de empresas mais focadas em crescimentos inteligentes, assentes na inovação e na qualificação, mais responsáveis perante a sociedade e mais sustentáveis. A empresa do turismo no centro do processo de transformação do setor, um ator que deve ser visto enquanto membro da comunidade, numa visão de 360°.

Isso envolve um trabalho de transformação cultural, numa estreita parceria público privada, de curadoria, de capacitação, e, a final, na consagração de um modo de reconhecimento público das empresas, assente nas dimensões económica, social e ambiental.

REATIVAR O TURISMO CONSTRUIR O FUTURO										
PILAR	EIXO	MEDIDAS PROGRAMÁTICAS	INVESTIMENTO (M€)	TDP	OE	BPF	PT 2020	PT 2030		IF
								POT	POR	
Apoiar Empresas	Preservação do Potencial produtivo e emprego e emprego	Soluções para capitalização das empresas (*)	3000,000			3000,000				
		Garantia pública para refinanciamento/reescalamento da dívida pré-covid (*)								
		Linha de crédito com garantia para financiamento de necessidades de tesouraria (*)								
	Estratégia operacional	Rede Integrada de Apoio ao Empresário	0,300	0,300						
		Programa Mentoria								
Fomentar Segurança	Atividade turística	Selo Clean & Safe 2.0	10,240	0,240					10,000	
		Programa Seamless Travel								
	Adaptar 2.0									
	Comportamento dos Consumidores	Campanha de estímulo à adoção de comportamentos seguros	0,150	0,150						
		Health Passport 2.0								
Gerar Negócio	Competitividade do destino	Programa Internacionalizar Turismo	250,400	115,400					135,000	
		Programa de reforço da capacitação do Trade internacional								
		Portugal events								
		Reforço de parcerias - Contratualização Promoção Externa								
	Mobilidade	Repor capacidade aérea e aumentar continuidade territorial - Programa VIP	27,500	27,500						
		Promover e estimular a adoção de Mobilidade Sustentável								
	Estimular Procura	Campanha Internacional de Promoção Destino Portugal	292,450	39,670	200,000		2,000	49,280	1,500	
		Campanha de Turismo Interno								
		Novo portal visitportugal – reforço do ecossistema digital de promoção do destino								
		Programa de conversação com o turista através de inteligência artificial (Conversational AI Tools)								
Fomentar a oferta comercial de produtos diferenciados										
Desenvolvimento de novas plataformas de negócio e reforço do posicionamento nos media										
IVAucher										
Construir Futuro	Financiamento das Empresas	Reforço do FIEAE	1075,000							
		Obrigações Turismo								
		Programa para acesso PME ao Mercado de Capitais								
		Fundo para a Concentração de Empresas								
		Fundo para a internacionalização das empresas do turismo								
	Conhecimento e qualificação	Programa Centros de Conhecimento e Especialização Formativa	25,100	4,850			2,000	13,250	5,000	
		Programa de Market Intelligence para o Destino Portugal								
		Programa Formação Migrantes e Pessoas em Dificuldades Financeiras Severas								
		Programa de Captação de Talento								
		Formação dos trabalhadores do turismo (75.000 trabalhadores) – Formação Mais Próxima								
Capacitação dos gestores para a gestão (30.000 empresas) – BEST 2.0										
Inovação nas empresas e nos destinos	Programa Turismo + Digital (Empresas Digitais e Territórios Digitais)	790,000	113,000				129,000	248,000	300,000	
	Programa Upgrade Tomorrow - Reforçar competências no digital									
	Programa de Requalificação e Reposicionamento da Oferta Turística									
	Programa de Captação de IDE e de Marcas Internacionais									
	Transformação do Cluster do Turismo em veículo para EEC no Turismo									
	Programa de incentivo à criação de novos negócios turísticos									
	Programa Fostering Innovation in Tourism 2.0									
	NEST - Hub do digital no turismo e veículo de inovação no setor									
	Programa de Capacitação de Startups "Rising Stars"									
	Programa Turismo + Sustentável									641,100
Portugal Upgrade Tomorrow - Reforçar competências em Sustentabilidade										
Programa de Monitorização Integrada de Consumo de Recursos										
Programa Incentivo à Mobilidade Elétrica										
Programa de Incentivo à Mobilidade Responsável - Ferroviária e Marítima										
Programa de Apoio a Projetos Transfronteiriços e a Projetos Integrados de Base Regional										
Programa Valorizar 2.0										
Programa + Algarve										
Programa Empresas Turismo 360°										
			6112,240	423,710	200,000	4075,000	4,000	210,030	839,500	

TDP - Turismo de Portugal, I.P.
 OE - Orçamento de Estado
 BPF - Banco Português de Fomento
 POT - Programa Operacional Temático
 POR - Programas Operacionais Regionais
 IF - Instituições Financeiras

*Valor indicativo. O valor final deverá ser determinado no quadro das regras específicas que venham a ser desenvolvidas para o conjunto de setores mais afetados pela pandemia de COVID 19, designadamente no que respeita ao final das moratórias bancárias e à capitalização das empresas.

*Para um planeta melhor,
um Turismo melhor.*