

TURISMO DE PORTUGAL

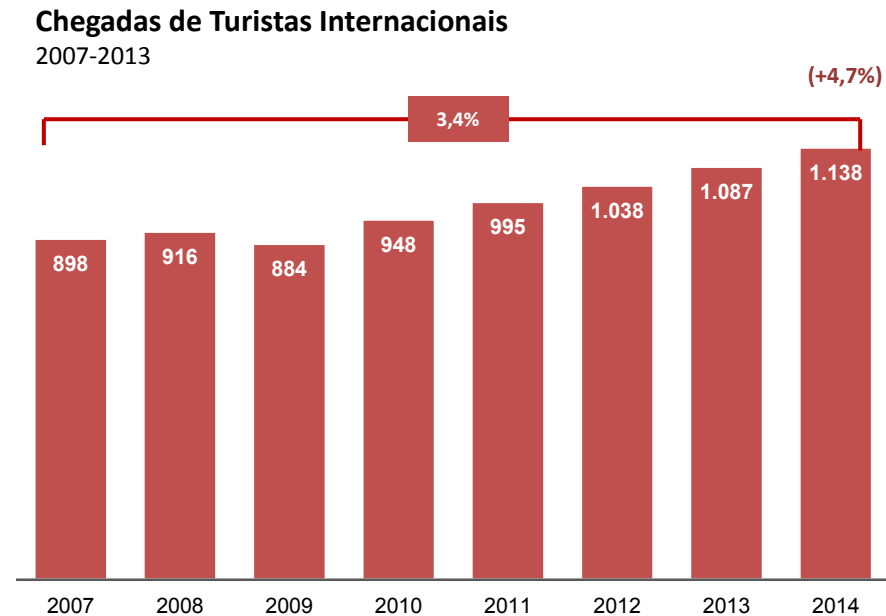
HORIZONTE 2015

João Cotrim de Figueiredo
10.fev.2015

Dinâmica do Turismo Internacional

No século do Turismo?

- Mais de 1.130 milhões de turistas em 2014
- OMT prevê crescimento médio anual de 3,3% até 2030 : mais de 1.800 milhões
- Crescimento estimado para 2015 entre 3-4%



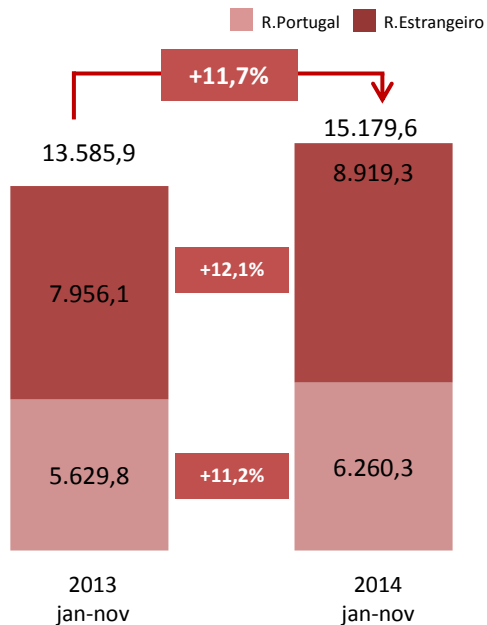
Fonte: OMT

Portugal

Máximos históricos em 2014

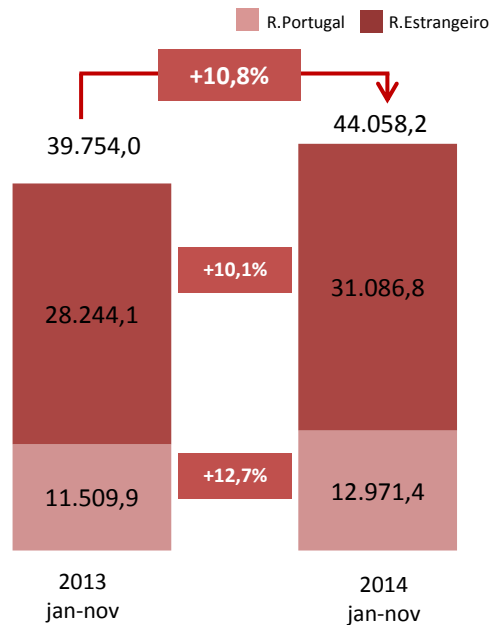
Hóspedes*

2013-2014 [#m; var.%]



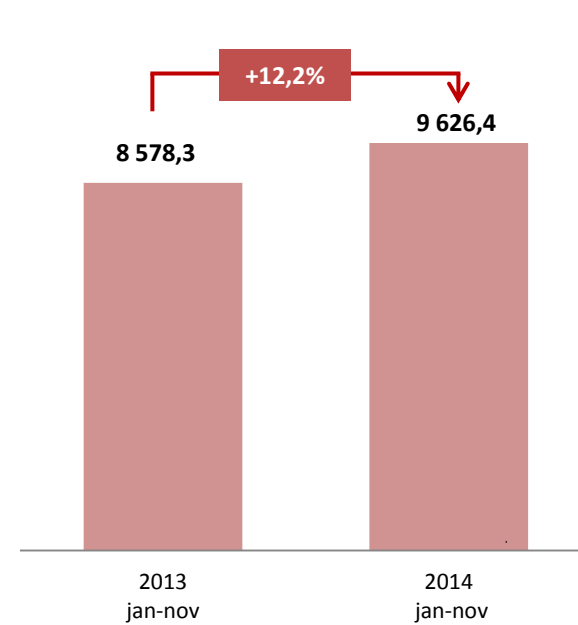
Dormidas*

2013-2014 [#m; var.%]



Receitas do Turismo Internacional

2013-2014 [#M€; var.%]



Nota: (*) inclui estabelecimentos hoteleiros, apartamentos e aldeamentos turísticos e outros

Fontes: INE e BdP

Portugal

Ganha quota de mercado face a concorrentes

Turistas*

Destinos	Varição 2014-2013	Período disponível
Mundo	4,7%	Janeiro a outubro
Europa	4,0%	Janeiro a outubro
Mediterrâneo	7,3%	Janeiro a outubro
Espanha	7,1%	Janeiro a dezembro
França	1,1%	Janeiro a agosto
Grécia	22,2%	Janeiro a setembro
Itália	1,0%	Janeiro a setembro
Marrocos	2,9%	Janeiro a novembro
Portugal *	12,1%	Janeiro a novembro
Turquia	6,7%	Janeiro a outubro

Fontes: OMT

*Chegadas internacionais a todos os meios de alojamento coletivos

Receitas do Turismo Internacional

Destinos	Varição 2014-2013	Período disponível
Mundo	n.d.	
Europa	n.d.	
Mediterrâneo	n.d.	
Espanha	4,0%	Janeiro a dezembro
França	1,4%	Janeiro a setembro
Grécia	10,8%	Janeiro a novembro
Itália	4,8%	Janeiro a outubro
Marrocos	0,2%	Janeiro a novembro
Portugal	12,2%	Janeiro a novembro
Turquia	6,3%	Janeiro a novembro

Fontes: OMT

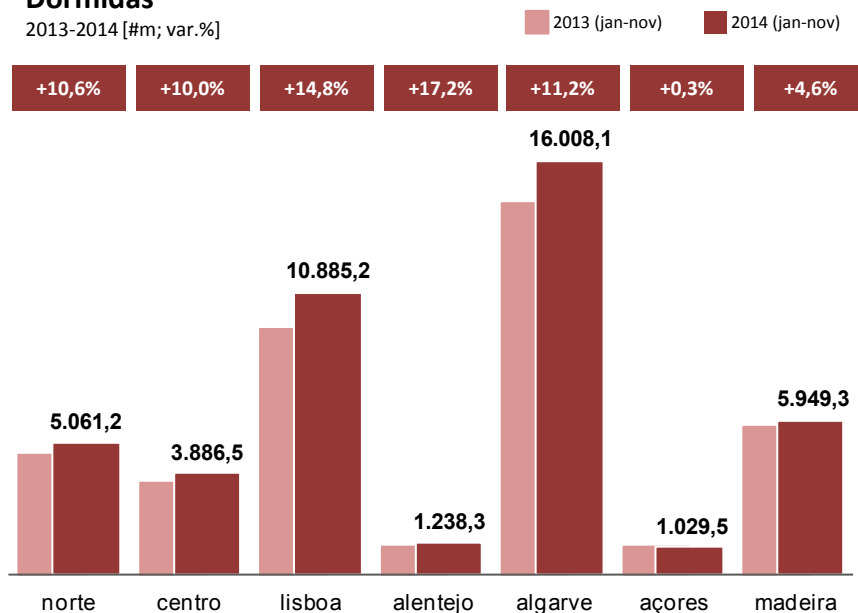
Portugal

Regiões com comportamento muito positivo

Regiões do continente com crescimentos de dois dígitos

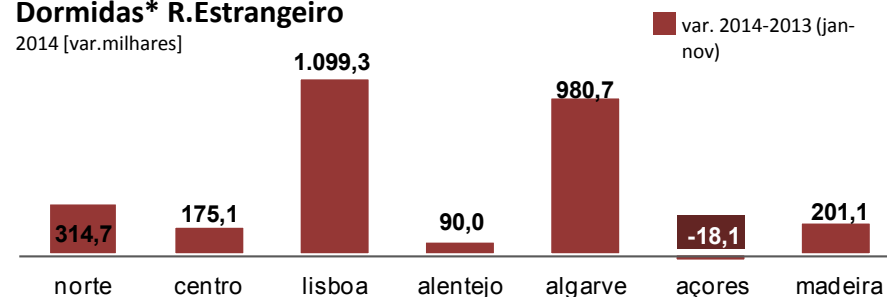
Dormidas*

2013-2014 [#m; var.%]



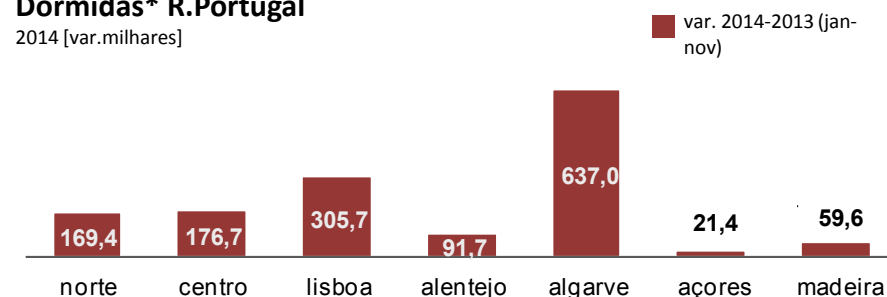
Dormidas* R.Estrangeiro

2014 [var.milhares]



Dormidas* R.Portugal

2014 [var.milhares]



Nota: (*) inclui estabelecimentos hoteleiros, apartamentos e aldeamentos turísticos e outros

Fonte: INE

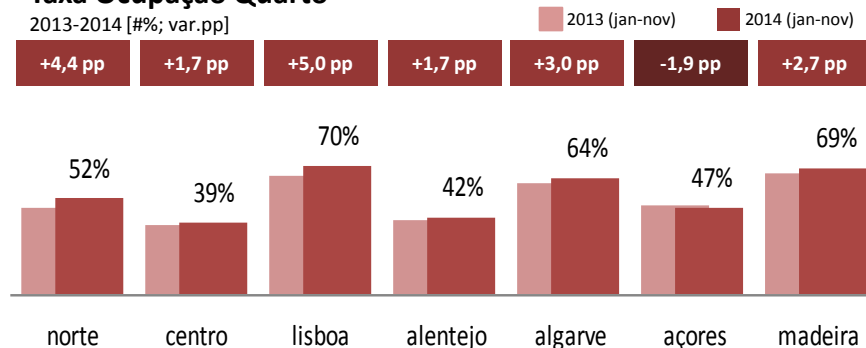
Portugal

Ocupação e RevPar com comportamento positivo

Taxas de ocupação quarto (+3,4 p.p) e RevPar (+9,2%) a crescer

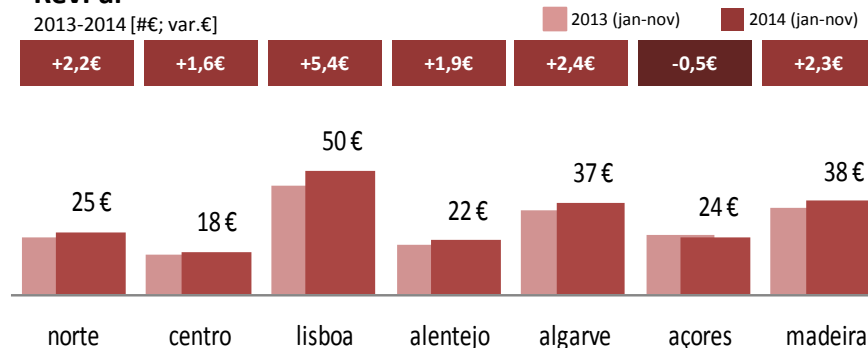
Taxa Ocupação Quarto**

2013-2014 [#%; var.pp]



RevPar*

2013-2014 [#€; var.€]



Notas: (*) inclui estabelecimentos hoteleiros, apartamentos e aldeamentos turísticos e outros; (**) inclui estabelecimentos hoteleiros

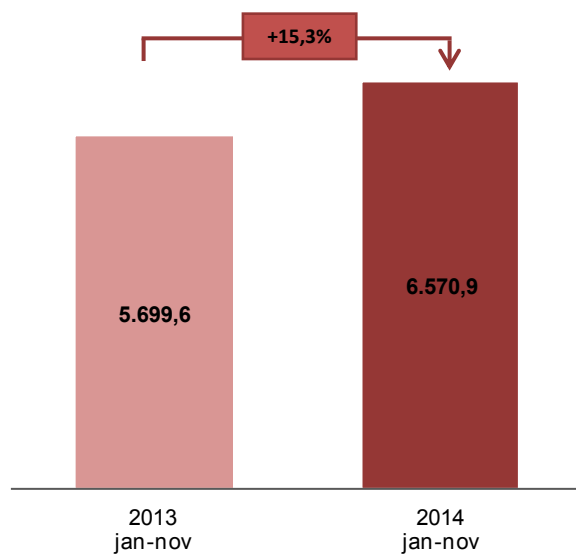
Fonte: INE

Portugal

Maior contributo para a economia

Saldo da Balança Turística

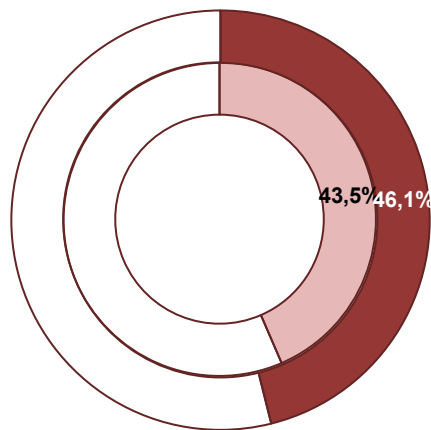
2013-2014 [#M€; var.%]



Receitas Turísticas vs Exp. Serviços

2013-2014 [quota%]

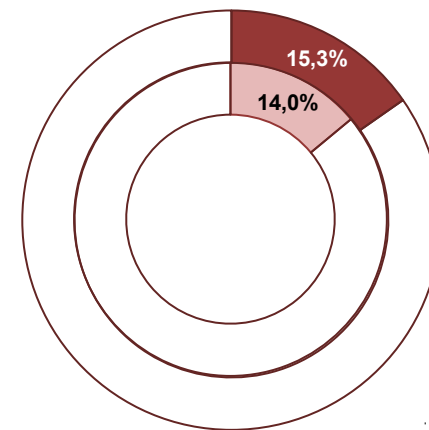
2013 (jan-set) 2014 (jan-set)



Receitas Turísticas vs Exp. Globais

2013-2014 [quota%]

2013 (jan-set) 2014 (jan-set)



Fonte: BdP

Portugal

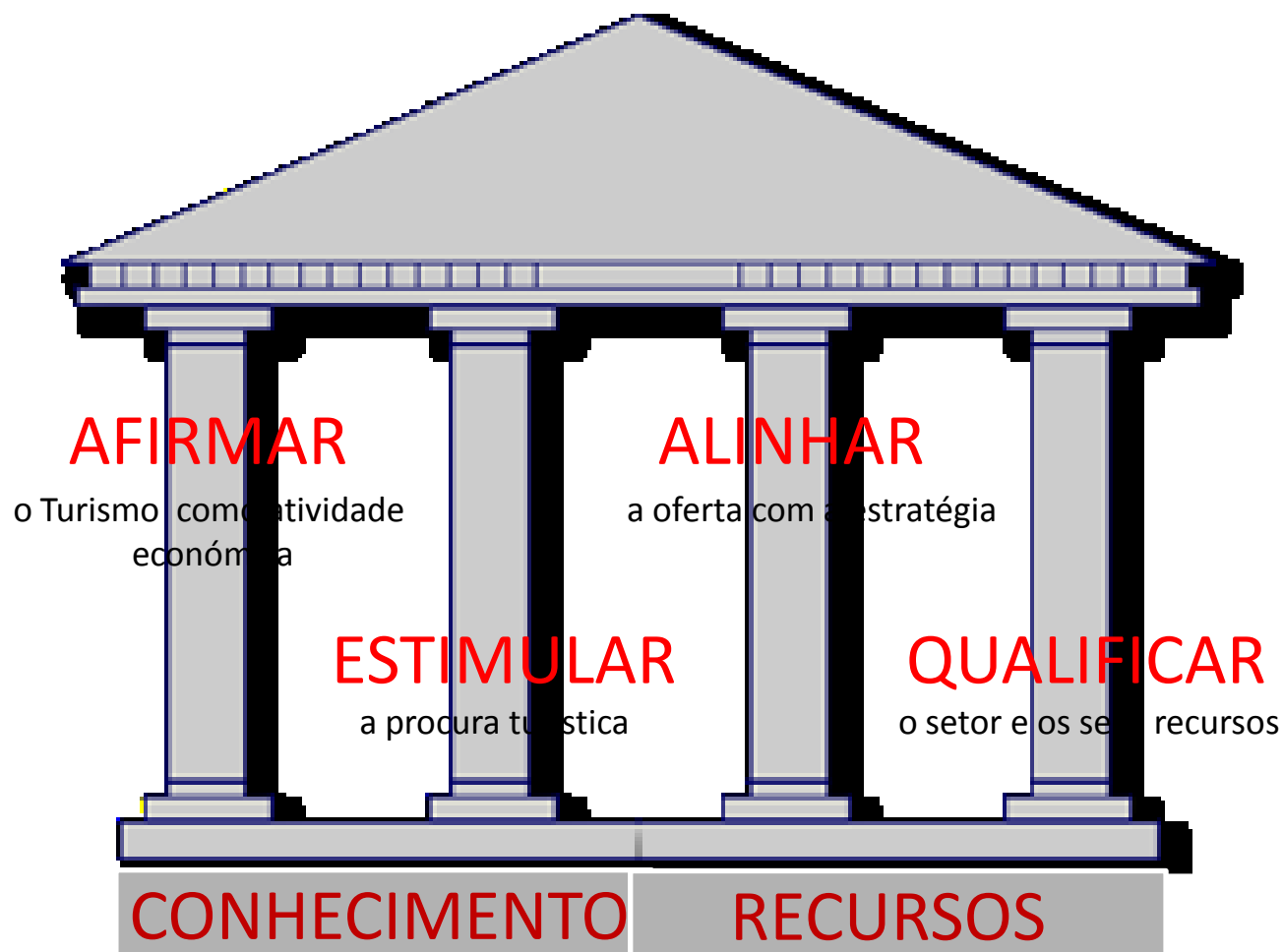
Um dos destinos mais competitivos do mundo

Desempenho do Turismo reforça competitividade da economia portuguesa (36.º ranking WEF)

País	Viagens & Turismo		Quadro regulatório	Ambiente empresarial e infra-estrutura	Recursos humanos, culturais e naturais
	Rank	Pontuação	Rank	Rank	Rank
Espanha	4	5,38	14	5	6
Portugal	20	5,01	20	27	19
Itália	26	4,90	50	29	14
Grécia	32	4,90	39	33	30
Turquia	46	4,44	64	52	27
Marrocos	71	4,03	68	73	68
Egito	85	3,88	86	77	84

FONTE: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013,2011

4 Pilares Estratégicos assentes em 2 Alicerces Fundamentais



1 AFIRMAR

o turismo como atividade económica

- **Posicionar o Turismo** no topo da agenda
 - Política (abordagem *whole of government*)
 - Económica (representação adequada)
 - Social (mobilização da sociedade civil)
- **Reforçar** o papel de **Portugal** enquanto **referência internacional no turismo**
 - Maior **influência** nos organismos internacionais de turismo (OMT; OCDE, ETC)
 - **Papel ativo** na definição da agenda internacional do setor (estatísticas, empreendedorismo, governance)

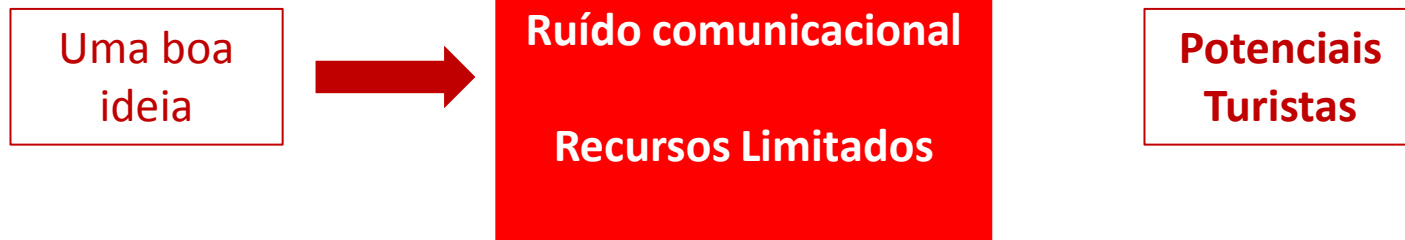
2 ESTIMULAR a procura turística

“Receber bem todas as pessoas, de onde quer que venham”



2 ESTIMULAR a procura turística

O problema



Criatividade Credibilidade

Do auto-elogio para a partilha

Do produto para as experiências

Da promoção para o apoio à venda

Dos anúncios para as histórias

Do offline para o online

2 ESTIMULAR a procura turística

O que mudou na promoção

- **Focus no online** e atuação nas várias fases do **ciclo de viagem** (planeamento, reserva e partilha)
- Reforço do investimento na captação de **rotas e operadores turísticos**
- **Concentração** da mensagem em **13 mercados** com proximidade ou boas ligações áreas (maior potencial de crescimento)
- **Parceria** ativa com as **empresas** na comercialização dos seus produtos
 - 2013: 25 workshops, 595 empresas;
 - 2014: 39 workshops, 900 empresas
- Planeamento e organização da **vinda** de mais de um **jornalista** por dia para escrever sobre o destino (este ano serão mais de 500)

2 ESTIMULAR

a procura turística: foco no online

Exposição acumulada desde Abr.2013

3.357.354.410 Impressões no **Facebook**

166.835.796 Impressões no **Youtube**

968.769.597 Impressões no **Display**

889.656.400 Impressões no **Search**

Quase **5.400.000.000** de contactos

2 ESTIMULAR

a procura turística: foco no online

Quase **1.000.000** de fans no facebook

166.000 em abr.13

87% estrangeiros (20% em abr. 13)

Spain.info 1,5M

Rendez-vous en France 1M

Visit Greece 280m

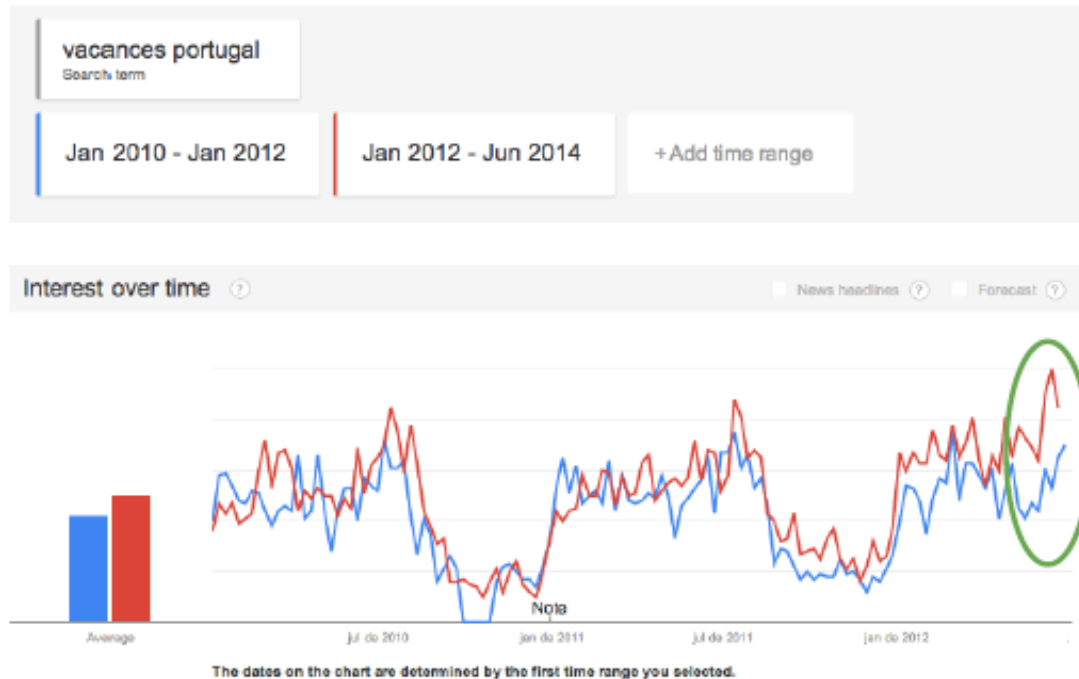
Italia.it 255m

visiteurope.com 66m

2 ESTIMULAR

a procura turística: foco no online

Interesse por Portugal atinge máximos históricos Em França e na Alemanha



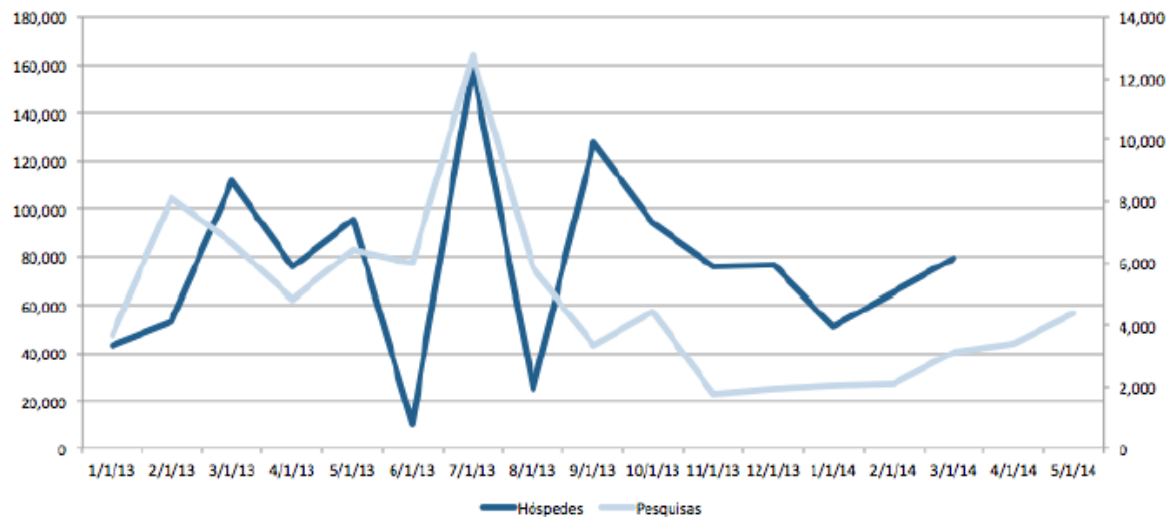
Fonte: Google

2 ESTIMULAR

a procura turística: foco no online

Forte correlação entre pesquisas e hóspedes

Pesquisas “Hoteles Portugal” vs. Hóspedes Espanhóis



Fonte: Google

2 ESTIMULAR a procura turística

Reconhecimento internacional 2015

The Guardian aconselha Porto em 2015 (The Guardian, 2015)

Portugal entre os **dez melhores países para reformados** (International Living, 2015)

The top 5 cruise holidays in Portugal (The Telegraph, 2015)

Açores entre os **melhores destinos do mundo** para visitar em 2015 (eDreams 2015)

New York Times aconselha uma visita ao **Alentejo** (New York Times, 2015)

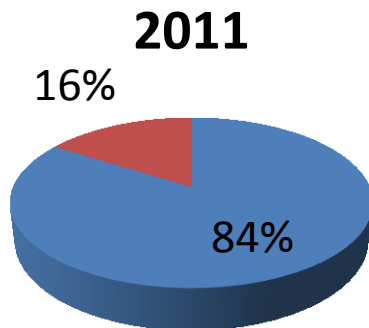
Portugal no **TOP 10 Best Readers' Choice** (USA TODAY and 10Best readers, 2015)

Portugal tem **oito dos melhores hostels do mundo** (Hostelworld, 2015)

Algarve awarded the prestigious title of **'Best Value Golf Destination' in 2015** (Today's Golfer Travel Awards, 2015)

Portugal is **one of the best value destinations in 2015** (Worldwide Holiday Costs Barometer - UK's Post Office, 2015)

2 ESTIMULAR a procura turística: opções 2015

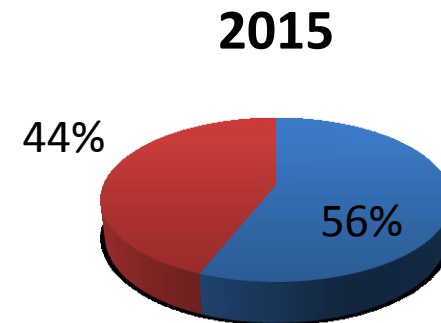


Comunicação:

- Campanha de publicidade
- Portal
- Relações Públicas Imprensa
- Eventos

Distribuição:

- Feiras



Comunicação:

- Campanha de publicidade
- Ativações de marca
- Relações Públicas Imprensa

Distribuição:

- Trade Marketing (OT e CA)
- Feiras e Workshops

2 ESTIMULAR

a procura turística: opções 2015

Promoção e Comercialização Externa

47 M€

Comunicação
35%

Distribuição
28%

**Campanha
Internacional
(online)**

20%

**Ativação de
Marca e
Eventos**

13%

**RP –
Imprensa**

2%

**Trade
Marketing**

14%

**Feiras e
Workshops**

13%

Promoção Regional

36%

2 ESTIMULAR

a procura turística: opções 2015

2015: Aprofundar a estratégia

- Intensificar o investimento em **ações** que garantam a **conversão do interesse em venda** seja na comunicação, na captação de rotas ou nas parcerias com operadores turísticos
- Aprofundar o **investimento** na comunicação **online**
- Reforçar as ações de **ativação de marca** nos mercados externos
- Consolidar o trabalho com a **imprensa e opinion leaders** estrangeiros com vista aumentar o número e a relevância das **menções a Portugal**
- **Monitorização integrada da promoção externa** de Portugal realizada por todos os parceiros, envolvendo o setor privado no acompanhamento do modelo

2 ESTIMULAR

a procura turística: opções 2015

Opções operacionais

Mercados	Mobile
<ul style="list-style-type: none">▪ Forte aposta na Alemanha▪ Reforço em França, Itália e EUA▪ Aposta China▪ Mercados em análise - Colômbia▪ Recalendarização da Rússia	<ul style="list-style-type: none">▪ Consolidação da aposta no marketing digital através do mobile:<ul style="list-style-type: none">• versão mobile do visitportugal• apps móveis para 3 sistemas operativos• campanha internacional em meios mobile• spots wi-fi em vários pontos do país

3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Simplificação legislativa no Alojamento Local (DL 128/2014)

- Redução dos requisitos de acesso
- Simplificação de procedimentos
- Evita-se a duplicação de exigências de documentos e comunicações por parte de diferentes entidades da Administração Pública quando os mesmos podem ser efetuados através do balcão único eletrónico (BUE).
- Privilegia-se a comunicação eletrónica
- Possibilidade de obtenção de documentos para instrução de processos de mera comunicação prévia através da Plataforma de Interoperacionalidade da Administração Pública
- Alteração ao diploma em 2015: Densificação e clarificação do regime dos hostel

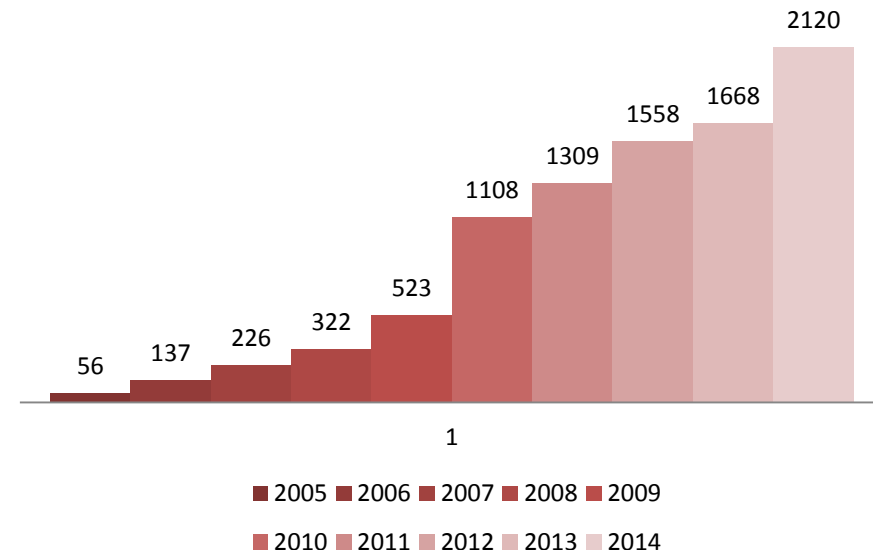
3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Animação Turística: Simplificação legislativa e melhoria das condições de acesso ao mercado

- Fomentar a dinâmica de um setor importante na qualificação da oferta e na criação de emprego
- Simplificação de procedimentos e redução significativa de taxas no acesso à atividade
- Abolição do regime de autorização administrativa, substituída por uma mera comunicação prévia

Agentes de Animação Turística
Evolução do registo - empresas a exercer atividades



3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Uma rede de parceiros criada para fazer face às necessidades de financiamento das empresas



3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Um quadro de instrumentos financeiros disponível para o reforço da competitividade das empresas

INCENTIVOS | Fiscais
PORTUGAL 2020

CAPITAL | Fundos de Capital de Risco *
Fundos Revitalizar
Fundos coinvestimento Business Angels

CRÉDITO | Linhas de apoio ao investimento, tesouraria e consolidação financeira *
Iniciativa JESSICA (reabilitação urbana) *
Linha PME Crescimento 2014
Fundos de Investimento Imobiliário *

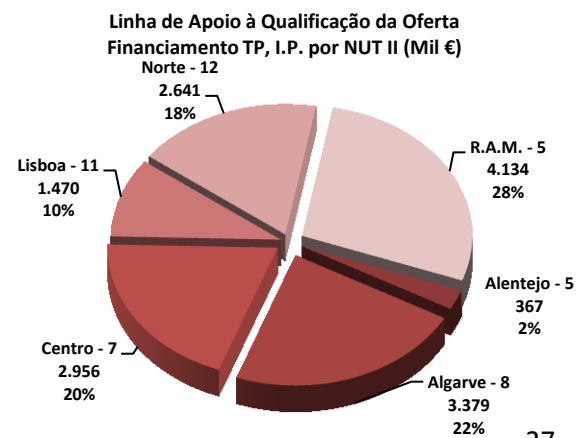
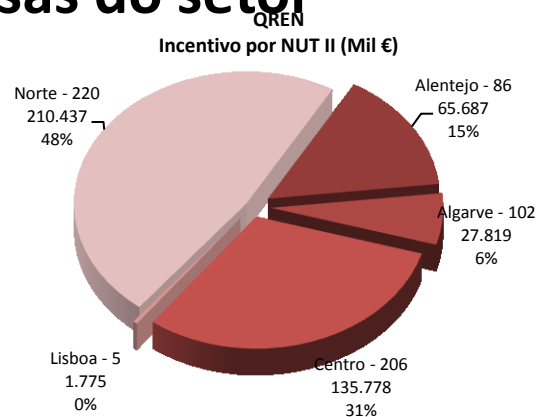
* Criados, parcial ou exclusivamente, com recurso a verbas do orçamento do Turismo de Portugal

3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Um quadro de instrumentos financeiros disponível para o reforço da competitividade das empresas do setor

- QREN 2007-2014 - 619 projetos correspondendo a 441 milhões de euros de incentivo
- Linha Apoio Qualificação Oferta 2013/14 – 75 operações enquadradas, d.q. 50 a título definitivo (financiamento de 14M€)
- Iniciativa Jessica 2012/2014 – 30 projetos, financiamento total de 36M€ (39% Algarve; 61% Lisboa)
- PME Crescimento 2014- 927 operações enquadradas, com um valor de 52,3 M€



3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Um novo quadro de ação para os agentes do setor

- Uma estratégia de **eficiência coletiva** para mobilizar o setor, estimular parcerias e otimizar a utilização de **fundos comunitários**
- Rever o **plano estratégico** para o período 2015-2020, alinhado com o Turismo 2020



TURISMO 2020
PLANO DE AÇÃO

3 ALINHAR

a oferta turística com a estratégia

Um novo quadro de ação para os agentes do setor

- Programa de Estímulo do **Empreendedorismo** no Turismo e aposta no posicionamento de Portugal como **"startup hub" do Turismo** na Europa



4 QUALIFICAR os recursos do setor

Qualificação de recursos humanos ...

- Mais de 2.800 formandos em cursos de formação inicial
- Mais de 2.600 formandos em cursos de formação contínua em 2014
- Maior escrutínio em face de contingência orçamental (renovando cursos nível 5)
- Elevada taxa de atividade (71,5%)



4 QUALIFICAR os recursos do setor

Qualificação de recursos humanos ...

- **Novo modelo de gestão** e sustentabilidade das **Escolas de Hotelaria e Turismo**, reorganizando a rede escolar existente
- Alargar a oferta de **cursos** lecionados em **língua inglesa** (e.g. Culinary Arts) e **internacionalização da rede** de escolas de hotelaria e turismo
- **Novos cursos e percursos formativos diferenciadores** por segmentos de mercado



4 QUALIFICAR os recursos do setor

... e eficácia da gestão no Turismo

- Desenvolvimento de **parcerias com instituições de ensino e formação** tendo em vista o fomento da **investigação aplicada** no Turismo
- Operacionalizar conjuntamente com o setor privado um mecanismo de disseminação de **boas práticas** de gestão ao nível da comercialização, da gestão financeira e do desenvolvimento de produtos

CONHECIMENTO

como alicerce da competitividade do setor

Turismo de Portugal orientado para o Conhecimento e para o apoio à tomada de decisão das empresas

- **Gestão do Conhecimento e Business Intelligence:** implementar plataforma de conhecimento, disponibilizando informação crítica para a tomada de decisão dos diversos *stakeholders* do setor
- **Melhores estatísticas:** retomar a realização do inquérito aos movimentos nas fronteiras e inquérito aos gastos turísticos internacionais
- **Cooperação Internacional** no domínio da standardização metodológica e da informação inteligente

JOGO

Atividade regulatória

Alargamento e melhoria da eficácia da função reguladora

- Dar continuidade ao desenvolvimento de um sistema e de **mecanismos eficazes** de controlo, inspeção e regulação do jogo de base territorial,
- Destaca-se o **novo sistema de controlo das máquinas de jogo de base territorial**

Maior desafio em 2015

- **Preparação do** quadro jurídico para a **regulamentação dos jogos e apostas online**, permitindo o desenvolvimentos desta atividade num quadro de **legalidade**
- Aprovação do novo quadro legal colocará **desafios ao Turismo de Portugal e ao seu Serviço de Inspeção de Jogos** que exercerá o controlo, inspeção e regulação da atividade de exploração e prática dos jogos e apostas online
- Definição, desenvolvimento e operacionalização de processos de **licenciamento, homologação e auditoria dos operadores de jogo online**
- Estruturação de um **Sistema de Monitorização e Controlo do Jogo Online**

Turismo de Portugal

2015: quadro de atuação exigente

Orçamento	2013	2014	2015
Receita Total (1)	243.172.338	284.785.695	252.435.770
Ativos Financeiros (2)	32.000.000	25.065.000	31.603.391
Receita efetiva (3) = (1) - (2)	211.172.338	259.720.695	220.832.379
Despesa Total (4)	243.172.338	231.840.330	235.979.539
Ativos Financeiros (5)	80.076.013	71.500.000	77.766.961
Despesa efetiva (6) = (4) - (5)	163.096.325	160.340.330	158.212.578
Saldo Global (7) = (1) - (4)	0	52.945.365	16.456.231
Saldo Contributo (8) = (3) - (6)	48.076.013	99.380.365	62.619.801
Recursos Humanos (EUR)	23.475.608	21.534.519	21.767.446
Recursos Humanos (%)	9,7%	9,3%	9,2%

Turismo de Portugal

2015: quadro de atuação exigente

Despesa orçamentada, por área de intervenção

2015

	2013	2014	2015	% 2015
Investimento	119.888.990,43	100.469.999,00	106.725.447,00	45,2%
Apoio à Venda	46.693.618,00	47.767.604,00	46.478.031,00	19,7%
Formação	12.577.331,20	10.962.342,00	12.003.886,00	5,1%
Inspeção Jogos	1.100.967,83	1.289.190,00	9.541.730,00	4,0%
ERT	20.800.000,00	20.800.000,00	17.800.000,00	7,5%
Outras Áreas de Negócio	5.799.496,75	17.096.611,00	10.875.667,00	4,6%
Recursos Humanos	23.475.608,00	21.534.519,00	21.767.446,00	9,2%
Funcionamento	12.836.325,79	11.920.065,00	10.787.332,00	4,6%
Total Geral	243.172.338,00	231.840.330,00	235.979.539,00	100,0%

Turismo de Portugal

2015: quadro de atuação exigente

Recursos Humanos

2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Serviços Centrais	276	270	269	261	243
Direção Inspeção de Jogos	78	70	65	64	73
Escolas de Hotelaria e Turismo	347	326	279	234	225
Total Geral	701	666	613	559	541

2015:

Necessidade de reforço do quadro de pessoal para fazer face a desafios (jogo online, novo quadro comunitário)

TURISMO DE PORTUGAL

Reorientação estratégica

- **Parceria** com as estruturas associativas setoriais e com o **setor privado**
- **Customer-focused** – apoio especializado às empresas em todas as fases do seu negócio
- Orientação para o **conhecimento** e para a produção de informação para **suporte da decisão**, em articulação com entidades do **sistema científico**
- Fomento da **inovação** e do **empreendedorismo**, através de parcerias com o **ecossistema** do **empreendedorismo**
- Maior envolvimento nas **organizações internacionais** do setor

TURISMO DE
PORTUGAL

