



Relatório de Sustentabilidade 2017



Índice

1.	mensagem do presidente	3
2.	sobre este relatório.....	4
2.1.	Período de Reporte e Âmbito	4
2.2.	Global Reporting Initiative (GRI).....	4
2.3.	Matriz de Materialidade	5
3.	conhecer o Turismo no último triénio.....	6
3.1.	Principais Indicadores.....	7
3.2.	Os Profissionais do Setor	10
4.	conhecer o Turismo de Portugal	11
4.1.	Modelo de Governo e de Sustentabilidade.....	12
4.2.	Ética e Conduta	15
4.3.	Gestão do Risco	17
4.4.	Gestão da Sustentabilidade	18
4.5.	Indicadores do Turismo de Portugal	20
4.6.	Envolvimento com os Stakeholders do Setor	21
4.7.	Principais Prémios e Reconhecimentos	25
5.	conhecer as pessoas.....	30
5.1.	A Equipa Turismo de Portugal	31
5.2.	Gestão do Talento.....	34
5.3.	Saúde e Bem-estar.....	37
6.	conhecer as nossas escolas e as suas competências	39
6.1.	Formação Inicial	42
6.2.	Formação Contínua para Profissionais e Público em Geral.....	43
6.3.	Formação e Avaliação de Formadores.....	44
6.4.	Certificação da Aptidão Profissional para o Exercício das Profissões Turísticas	45
6.5.	Projetos Educativos	45
7.	conhecer a estratégia de promoção de Portugal	46
7.1.	Realização de Campanhas Nacionais de Promoção do Destino Portugal	48
7.2.	Realização de Campanhas Internacionais de Promoção do Destino Portugal.....	49
7.3.	Promoção da Acessibilidade Aérea.....	50
8.	conhecer como apoiamos as empresas, o investimento e a transformação digital.....	52
8.1.	Financiamento ao Setor.....	53
8.2.	Assessoria à Gestão e Capacitação das Empresas	53

8.3.	Linhas de Apoio	55
8.4.	Programas de Empreendedorismo	56
8.5.	Transformação Digital	57
9.	conhecer como protegemos o ambiente	59
9.1.	Performance Ambiental do Turismo de Portugal.....	60
9.2.	Performance Ambiental das EHT	63
9.3.	Performance Ambiental do Setor	67
9.4.	Envolvimento em Iniciativas Ambientais.....	74
10.	conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável.....	77
10.1.	Turismo Ambiental e de Natureza.....	78
10.2.	Turismo Acessível	80
10.3.	Valorização da Oferta e do Património	82
11.	conhecer a comunidade	83
11.1.	Parcerias e Investimento na Comunidade das EHT	84
11.2.	Team Bulding de Caráter Social e Voluntariado no Turismo de Portugal.....	86
12.	conhecer a atividade de cooperação internacional	87
12.1.	Cooperação Multilateral	88
12.2.	Cooperação Bilateral.....	90
13.	anexos	92
13.1.	Organograma do Turismo de Portugal	93
13.2.	Notas Metodológicas	94
13.3.	Tabela GRI para a Opção "De acordo" – CORE	98
13.4.	Contactos.....	107

1. mensagem do presidente



Em Portugal, pretendemos afirmar o Turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

Este desígnio passa por mostrar Portugal como um destino sustentável e inovador com um território coeso em que o trabalho é valorizado.

Por outro lado, fazer de Portugal destino procurado por múltiplas razões (para visitar, investir, viver e estudar), inclusivo, aberto a todos e ligado ao mundo.

Para cumprir aquilo a que nos propusemos, é fundamental definir medidas de implementação com financiamento adequado, investimento em tecnologia, infraestruturas e recursos humanos.

Foi nesse sentido que foram criadas linhas de financiamento específicas para a promoção do desenvolvimento do turismo no interior e instrumentos que permitem uma mobilização das empresas turísticas e entidades públicas no sentido de garantir uma oferta turística mais sustentável, acessível e inclusiva.

Foram definidas medidas de estímulo da inovação e do empreendedorismo no setor, com o objetivo de promover Portugal como destino moderno e inovador, capaz de atrair investimento, talento e visitantes internacionais.

Por fim, uma aposta decisiva no conhecimento e, em particular, na monitorização da sustentabilidade, enquanto instrumento decisivo para apoio à tomada de decisão dos agentes do setor.

Os enormes e múltiplos desafios que enfrentamos enquanto setor exigem uma resposta concertada de todos os *stakeholders* do setor.

Enquanto Autoridade Turística Nacional, o Turismo de Portugal definiu uma política corporativa exigente nesta matéria e assente em pilares de desenvolvimento sustentável.

O Relatório de Sustentabilidade que agora publicamos reafirma o compromisso do Turismo de Portugal com os princípios da sustentabilidade e dá nota pública do progresso registado nesse domínio.

Luís Araújo

2. sobre este relatório

O Relatório de Sustentabilidade do Turismo de Portugal, I.P. (doravante Turismo de Portugal) tem como objetivo comunicar o desempenho financeiro, social e ambiental do Instituto, a todos os *stakeholders*.

2.1. Período de Reporte e Âmbito

O relatório incide sobre a atividade do Turismo de Portugal durante o ano de 2017 - referente ao período de 1 de janeiro a 31 de dezembro - abrangendo, sempre que possível, informação relativa aos dois anos imediatamente anteriores, de forma a que seja possível acompanhar a evolução do desempenho do Instituto.

O âmbito de reporte da informação quantitativa inclui a Sede e as Escolas de Hotelaria e Turismo (doravante EHT), que integram o Turismo de Portugal.

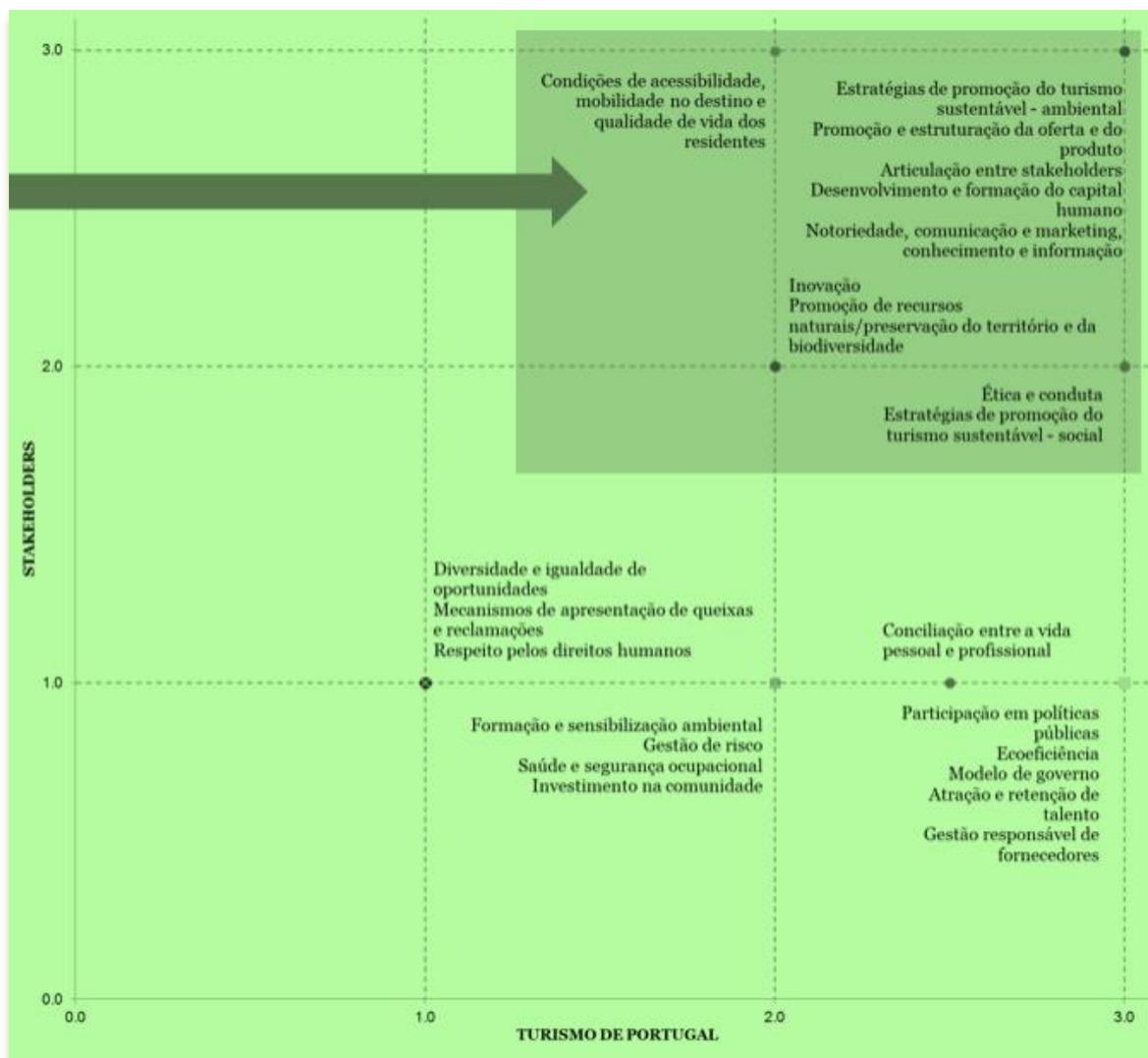
2.2. *Global Reporting Initiative (GRI)*

À semelhança dos anteriores, este sexto relatório foi elaborado de acordo com as Diretrizes de Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative (GRI)* - *GRI Standards*, encontrando-se, no Anexo, a "[Tabela GRI](#)", com as respetivas correspondências.



2.3. Matriz de Materialidade

O Turismo de Portugal reporta em conformidade com a Matriz de Materialidade que identifica os temas relevantes para o Instituto e para os seus *stakeholders*, os quais são o foco da informação descrita no presente Relatório.



Verificação externa

Os dados do desempenho não foram sujeitos a verificação externa independente.

3. conhecer

o Turismo no último triénio



3.1. Principais Indicadores

Em 2017, o turismo atingiu novos recordes, em Portugal, com especial destaque para:

<p>Alargamento da atividade turística à «época baixa» e à «época média» que, em conjunto, alcançaram 77% do crescimento verificado no ano</p>	<p>Diminuição do índice de sazonalidade de 38% para 37%</p>	<p>Aumento de 15% do emprego no alojamento, restauração e similares e agências de viagens, operadores turísticos e outros serviços</p>	<p>Todas as regiões cresceram; destaque para A. M. Lisboa (+1,9 milhões de dormidas), Algarve (+1,2 milhões) e Norte (+1,1 milhões)</p>
<p>40% das dormidas de estrangeiros na «época alta» concentraram-se no Algarve</p>	<p>Ritmo de crescimento das receitas turísticas e dos proveitos hoteleiros mais elevado do que o de hóspedes e dormidas</p>	<p>Aumento de 7,5 milhões de lugares na capacidade aérea</p>	<p>Diversificação de mercados; crescimentos da Alemanha, Brasil, E.U.A., Espanha e Polónia; Polónia entra no TOP 10, por troca com Bélgica</p>
<p>Crescimento de 17% de de passageiros internacionais desembarcados nos aeroportos nacionais</p>	<p>33.016 referências ao destino Portugal</p>	<p>1.900 novas empresas de Animação Turística</p>	<p>Receitas do Turismo representaram 50% do total das exportações de serviços do país</p>

Estes resultados evidenciam a grande capacidade do Turismo para gerar mais receita, criar mais emprego e a possibilidade da sua atividade se expandir, cada vez mais, ao longo do ano e em destinos localizados no interior do território.

Em 2017, o setor do Turismo continuou a consolidar o seu forte contributo para a recuperação da economia portuguesa, tendo alcançado crescimentos, em todos os indicadores de atividade.

O Turismo é, atualmente, uma das atividades económicas mais dinâmicas em todo o Mundo.

O Turismo em Portugal tem acompanhado esta performance e, ano após ano, a relevância económica do setor tem vindo a evidenciar-se.

Em 2017, entraram em Portugal cerca de 21,2 milhões de turistas, o que significa um aumento de 16,5% relativamente a 2016.

Em termos de procura atingiram-se máximos históricos; 65 milhões de dormidas (+10,6% face a 2016) e 24 milhões de hóspedes (+12,7%), ambos os indicadores com um peso maioritário do mercado externo (72% e 61%, respetivamente).

Para além dos crescimentos dos nossos principais mercados nas dormidas, alemão (+646 mil), espanhol (+290 mil), inglês (+265 mil), francês (+212 mil) e italiano (+253 mil) estes resultados mostram, ainda, uma clara aposta na diversificação de mercados para Portugal, com crescimentos expressivos dos mercados brasileiro (+636 mil), norte-americano (+496 mil), polaco (+280 mil), canadiano (+164 mil), irlandês (+162 mil), chinês (+127 mil) e russo (+123 mil).

As receitas geradas pelos turistas internacionais atingiram 15,2 mil milhões de euros, +19,5% do que em 2016, ou seja, equivalente a mais 2,5 mil milhões de euros, contribuindo de forma decisiva para o equilíbrio da balança de pagamentos. O saldo da balança turística cresceu 23% em 2017, atingindo-se um máximo histórico de 10,9 mil milhões de euros (+2 mil milhões de euros, face a 2016).

Ainda, em termos económicos, as receitas do turismo representaram, em 2017, cerca de 7,8% do PIB (6,8% em 2016), o dobro do valor registado em 2009 (3,9%). As receitas turísticas representaram mais de metade das exportações de serviços, ou seja, 50,1% (47,4% em 2016) e 18% das exportações globais (16,7% em 2016), reforçando o posicionamento do turismo como a principal atividade exportadora do país.

Em termos de emprego, só os setores do alojamento e da restauração e similares representaram cerca de 6,8% do emprego no total da economia (6,1% em 2016).

Estes resultados não só demonstram a vitalidade do setor, como refletem a importância crescente que o Turismo tem na economia portuguesa, contribuindo para que Portugal seja hoje o 14.º destino turístico mais competitivo do Mundo, de acordo com o World Economic Forum.



Indicador	Fonte	Unidade de Medida	2015	2016	2017
Turistas	INE	Milhões	-	18,1	21,2
Dormidas (*)	INE	N.º	53 074 176	59 122 640	65 385 210
Hóspedes (*)	INE	N.º	19 161 180	21 252 625	23 953 765
Proveitos totais (*)	INE	Milhares de €	2 627 741	3 103 755	3 681 207
Proveitos de aposento (*)	INE	Milhares de €	1 899 625	2 264 556	2 737 998
Receitas do Turismo	BP	Milhares de €	11 451 080	12 680 550	15 153 360
Saldo da balança turística	BP	Milhares de €	7 838 940	8 830 630	10 860 660
Peso da balança turística nas exportações de bens e serviços	BP	%	15,5	16,7	18,0
Peso da balança turística nas exportações serviços	BP	%	45,5	47,4	50,1
Peso da balança turística nas exportações de bens	BP	%	23,4	25,8	28,0
Taxa de sazonalidade (*)	INE/TP	%	38,7	37,5	36,6
Intensidade turística (*)	INE/TP	%	1,41	1,57	1,74
Densidade turística (*)	INE/TP	N.º	1,58	1,75	1,94
Peso do emprego no Turismo na Economia (**)	INE	%	5,7	6,1	6,8

(*) Indicadores incluem hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, aldeamentos e apartamentos turísticos, alojamento local, TER e TH e quintas da Madeira

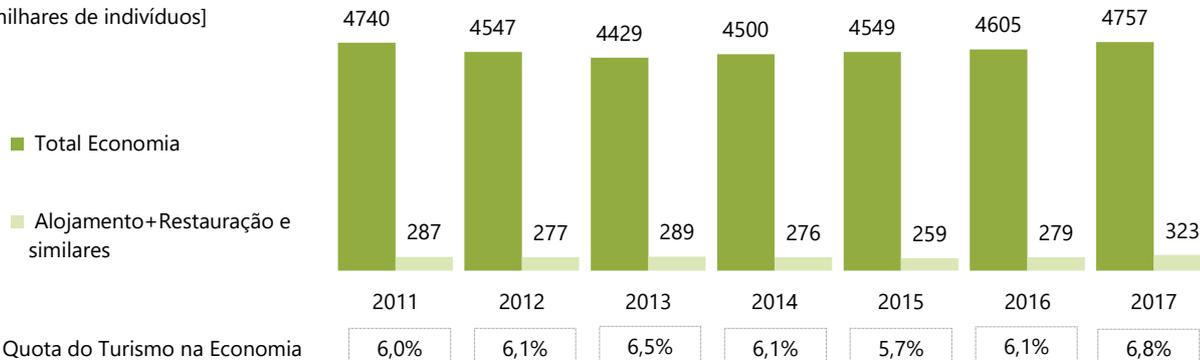
(**) Turismo inclui alojamento e restauração e similares

3.2. Os Profissionais do Setor

O Turismo em Portugal é um relevante gerador de emprego ao nível nacional. Segundo dados do INE, a população empregada no setor do Alojamento e Restauração e Similares ascendeu a 323 mil pessoas em 2017, representando cerca de 6,8% do total da economia.

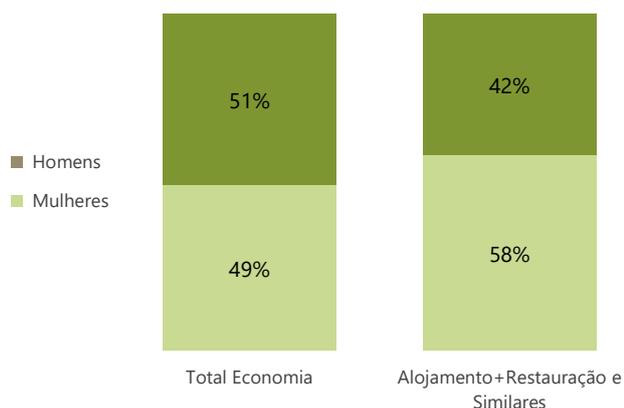
Evolução da população empregada

[milhares de indivíduos]



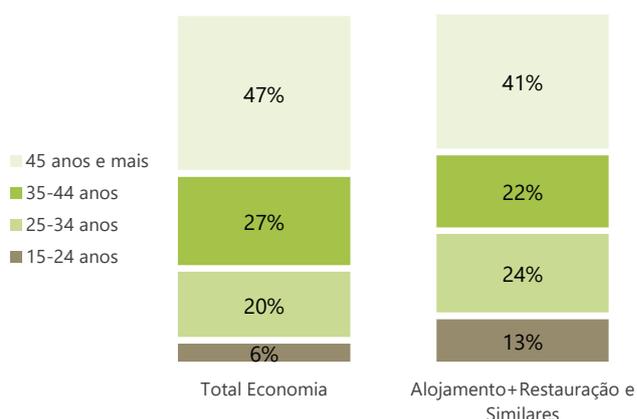
População empregada no Turismo é, maioritariamente, do sexo feminino

População empregada por género | 2017



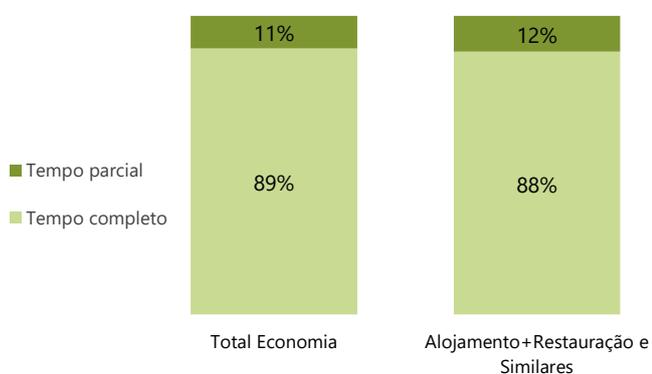
População empregada no Turismo tem, maioritariamente, 45 anos ou mais

População empregada por grupo etário | 2017



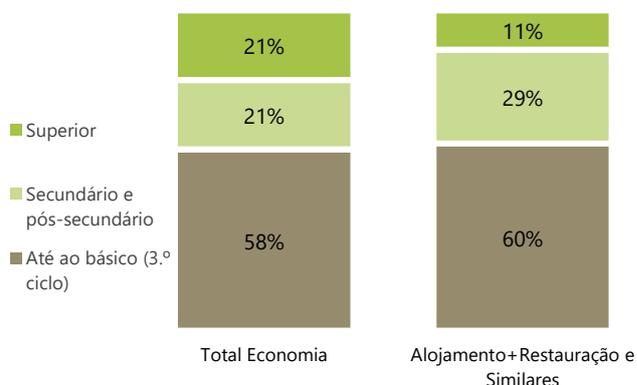
População empregada no Turismo trabalha, maioritariamente, a tempo completo

População empregada por vínculo laboral | 2017



População empregada no Turismo tem, maioritariamente, o ensino básico (3.º ciclo)

População empregada por habilitação literária | 2017



Fonte: INE (Inquérito ao Emprego)

4. conhecer

o Turismo de Portugal

TOURISM

4.1. Modelo de Governo e de Sustentabilidade

O Turismo de Portugal é composto por quatro órgãos de gestão, definidos na sua [Lei Orgânica](#) que foi aprovada pelo [Decreto-Lei n.º 129/2012 de 22 de junho](#):

	Conselho Diretivo	Comissão de Jogos	Fiscal único	Conselho de Crédito
Responsabilidade	Definição da atividade, gestão e coordenação dos respetivos serviços	Orientação, acompanhamento e supervisão da atividade do serviço de fiscalização e inspeção dos jogos de fortuna ou azar e dos jogos e apostas online	Controlo da legalidade, da regularidade e da boa gestão financeira e patrimonial do organismo, competências definidas na lei-quadro dos institutos públicos	Colaboração com o Conselho Diretivo no controlo orçamental e financeiro e incentivos ao investimento
Composição	Luís Araújo Presidente Teresa Monteiro Vice-Presidente Carlos Abade Vogal Filipe Silva Vogal			

Orgânica

Os [Estatutos do Turismo de Portugal](#), aprovados pela [Portaria n.º 384/2015, de 26 de outubro](#), definem a orgânica interna do instituto, assente num modelo misto de estruturas hierarquizada e matricial:

Áreas de atuação	Planeamento	Negócio	Suporte
Direções	<ul style="list-style-type: none"> Direção de Estratégia Direção de Gestão do Conhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> Direção de Valorização da Oferta Direção de Apoio ao Investimento Direção de Apoio à Venda Direção de Formação Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos 	<ul style="list-style-type: none"> Direção de Recursos Humanos Direção de Gestão Financeira e de Tecnologias Direção Jurídica



Para conhecer o atual cronograma do Turismo de Portugal consulte o ponto [13. anexos](#)

No quadro da sua missão, o Turismo de Portugal participa no capital de um [grupo de sociedades financeiras](#) que apoiam o investimento estratégico e as PME.

Portugal Capital Ventures – Sociedade de Capital de Risco, S.A.

A Portugal Ventures é uma Sociedade de Capital de Risco que investe em projetos inovadores de base científica, tecnológica e da área do turismo.

Estabelece parcerias com empreendedores e startups para reforçar a competitividade em todas as fases de desenvolvimento das empresas. Criada em 2012, resulta da fusão de três das mais representativas Sociedades de Capital de Risco em Portugal: Turismo Capital, INOV Capital e AICEP Capital.

TF Turismo Fundos – SGFII, S.A.

A Turismo Fundos gere e representa cinco Fundos de Investimento Imobiliário, tendo como missão contribuir para as políticas públicas de apoio à competitividade, intervindo sobre a componente imobiliária das empresas da área do turismo.

Sistema Nacional de Cauçionamento Mútuo

O Sistema Nacional de Cauçionamento Mútuo possibilita a prestação de garantias em nome de PME e Microempresas às entidades que as solicitem.

O Turismo de Portugal participa na Sociedade Portuguesa de Garantia Mútua, no Fundo de Contragarantia Mútua e nas Sociedades de Garantia Mútua seguintes:

- NORGARANTE - Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Porto);
- LISGARANTE - Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Lisboa);
- GARVAL - Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Santarém).

Equipa interna para a sustentabilidade

A Estratégia Turismo 2027, enquanto referencial estratégico para os próximos 10 anos, tem explicitamente a sustentabilidade como princípio orientador e pretende afirmar o turismo como um *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo. Neste sentido, foram definidas metas ambiciosas em cada um dos três pilares da sustentabilidade (económico, social e ambiental).

A implementação de um plano de ação para atingir estas metas será acompanhada por um esforço redobrado em termos de monitorização da sustentabilidade, tornando-se imprescindível a manutenção da Equipa Interna para a Sustentabilidade, composta por colaboradores da Direção de Recursos Humanos, Direção de Gestão do Conhecimento, Direção Financeira e de Tecnologias e Direção de Formação, que tem como missão refletir e atuar sobre estas matérias.

Missão, princípios estruturantes e valores

Integrado no Ministério da Economia, o Turismo de Portugal é a Autoridade Turística Nacional responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística, agregando numa única entidade todas as competências institucionais relativas à dinamização do Turismo, desde a oferta à procura que origina.

Com uma relação privilegiada com as outras entidades públicas e os agentes económicos no país e no estrangeiro, o Turismo de Portugal está empenhado em reforçar o Turismo como um dos principais motores de crescimento da economia portuguesa.

Missão do Turismo de Portugal



Na prossecução da sua missão, o Turismo de Portugal atua como Autoridade Turística Nacional, qualidade que lhe está legalmente reconhecida, detendo os poderes de autoridade e de regulação necessários ao exercício das suas atribuições.

O Turismo de Portugal é, ainda, legalmente reconhecido como:

- Organismo Intermédio, no quadro da gestão e aplicação das verbas do Portugal 2020, no que respeita aos sistemas de incentivos a empresas;
- Organismo responsável pela cobrança, gestão e aplicação das verbas provenientes das receitas do jogo que lhe estão confiadas, procedendo à sua afetação nos termos das consignações legais.

Princípios Estruturantes

- Respeito e proteção dos direitos humanos;
- Erradicação de todas as formas de exploração e de práticas discriminatórias;
- Luta contra todas as formas de corrupção;
- Responsabilidade na defesa e proteção do meio ambiente;
- Contribuição para o desenvolvimento sustentável.

- Missão de Serviço Público;
- Sentido de compromisso e de responsabilidade, assumindo os desafios que lhe são colocados com diligência, autonomia e flexibilidade, contribuindo com a sua mais-valia em conhecimento, sinergias e criatividade no trabalho em equipa e na interação pessoal;
- Excelência no exercício da sua atividade, empenhando-se na inovação e desenvolvimento, concebendo novas soluções e desenvolvendo novos processos de gestão e funcionamento, de valor acrescentado para o organismo e em prol do desenvolvimento e sustentabilidade da atividade estratégica para Portugal – o Turismo;
- Rigor e integridade na prossecução da missão do Turismo de Portugal e na interação com o sector do turismo e com o funcionamento do mercado, desenvolvendo a sua atividade no respeito pelos valores éticos e deontológicos do serviço público e do sector e em conformidade com as melhores práticas e procedimentos identificados, incorporando na ação do instituto critérios de sustentabilidade.

4.2. Ética e Conduta

Código mundial de ética do Turismo

Aprovado em 2011 pela Assembleia Geral das Nações Unidas, o [Código Mundial de Ética da Organização Mundial de Turismo](#) é um conjunto abrangente de princípios que pretendem afirmar o direito ao Turismo e à liberdade das deslocações turísticas, bem como a promoção de uma ordem turística mundial, equitativa, responsável e sustentável, em benefício partilhado de todos os setores da sociedade, num contexto de uma economia internacional aberta e liberalizada. Em 2013, o Turismo de Portugal com mais 16 entidades portuguesas representativas do setor do Turismo, aderiram a este Código de Ética.



Código de Ética e de Conduta Profissional do Turismo de Portugal

O Turismo de Portugal dispõe de um Código de Ética e de Conduta Profissional, que enquadra os princípios estruturantes e valores centrais do Instituto num conjunto de regras éticas e deontológicas, enquanto modelo comportamental a observar na atividade quotidiana dos seus colaboradores, de forma a promover uma imagem de responsabilidade, seriedade e excelência do Instituto.

Os colaboradores do Turismo de Portugal devem, no desenvolvimento da sua atividade, assegurar o estrito cumprimento dos seguintes princípios:

Respeito: respeitar o trabalho desenvolvido pelos colegas e todas as entidades externas com que se relacionam no âmbito das suas funções;

Responsabilidade: assumir as funções que lhes são atribuídas com responsabilidade, demonstrando empenho nas respetivas tarefas;

Lealdade: atuar com lealdade ao Instituto e aos colegas, independentemente da posição hierárquica que ocupam;

Profissionalismo: assumir-se como profissionais que dedicam o seu esforço e empenho ao devido cumprimento das tarefas que lhes são confiadas;

Integridade e cumprimento da Lei: assumir-se como indivíduos íntegros e garantir a absoluta independência entre os seus interesses pessoais e os do Instituto, evitando situações suscetíveis de originar conflitos de interesses.



Iniciativas para o futuro:

- Formalizar e disseminar princípios de ética e conduta em matéria de responsabilidade social corporativa
- Desenvolver Guias de Boas Práticas Ambientais para fornecedores do Turismo de Portugal
- Realizar campanha de poupança de água e energia junto dos colaboradores, incluindo sinalética de instalações e espaços

4.3. Gestão do Risco

Plano de gestão de riscos de corrupção e infrações conexas

De acordo com o disposto na Recomendação do Conselho de Prevenção da Corrupção n.º 1/2009, de 22 de julho, o Conselho Diretivo do Turismo de Portugal aprovou o Plano de Gestão de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas deste Instituto, em 2009.

Em 2015, este Plano foi alvo de atualização, que incidiu especialmente sobre a estrutura orgânica do Turismo de Portugal.

Nos termos da Recomendação do Conselho de Prevenção da Corrupção n.º 1/2009, a execução do Plano deve ser objeto de relatórios anuais, tendo o Turismo de Portugal elaborado o referido Relatório de Execução para o ano de 2017.

Metodologia de avaliação e tratamento de riscos do Sistema de Gestão da Segurança da Informação (SGSI)

Na sequência da definição, em 2016, da metodologia de avaliação e tratamento de risco do SGSI, vertida no Procedimento "PRO_SGSI_01 - Gestão de Risco de Segurança da Informação", o Turismo de Portugal continua a proceder, de forma contínua, à gestão de risco que envolva os diversos ativos do âmbito de certificação ISO/IEC 27001:2013, sempre que se verificam, designadamente, situações de mudança do contexto interno ou externo da organização, alterações significativa ao SGSI, alterações de recursos, existência de novas ameaças ou vulnerabilidades, existência de novos ativos ou contratos, etc.

O âmbito de certificação ISO/IEC 27001:2013 referido compreende, nomeadamente, a segurança da informação dos processos, serviços e ativos relacionados com as atividades de gestão do sistema de monitorização do jogo de base territorial e online da direção do Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos.

Este processo de gestão de risco é coordenado pelo Gestor Segurança da Informação (GSI), sendo a identificação de ameaças e vulnerabilidade da responsabilidade dos donos dos ativos em causa (ou da equipa de avaliação de risco), e a identificação do impacto, da probabilidade e do grau de exposição ao risco da sponsabilidade dos donos do risco respetivos.

4.4. Gestão da Sustentabilidade

Como já referido, em 2016, foi criada uma Equipa Interna para a Sustentabilidade. Neste âmbito desenvolveu-se um plano de iniciativas de sustentabilidade, a desenvolver durante o ano de 2017.

Iniciativas desenvolvidas em 2017	O que foi feito em 2017	Os próximos passos
Bateria de indicadores de sustentabilidade no Turismo de Portugal	<p>Recolha de informação primária que serve de base ao cálculo dos indicadores numa base trimestral</p> <p>Definição de um painel de indicadores de sustentabilidade internos ao Turismo de Portugal, que permitam uma monitorização regular da atividade do Instituto</p> <p>Criação de dashboards interativos que permitem acompanhar a evolução dos principais indicadores</p>	Continuação da recolha de dados que permitem o cálculo dos indicadores definidos
Página da intranet dedicada à sustentabilidade	Criação de uma página de intranet dedicada às questões da sustentabilidade e responsabilidade social, concentrando toda a informação e partilha de conhecimento sobre esta matéria, monitorizando os indicadores de gestão, partilhando artigos científicos, notícias, vídeos, <i>podcasts</i> , etc.	Partilha de boas práticas e ferramentas que promovam a sustentabilidade no Turismo de Portugal
Implementação do projeto piloto "Papel Zero"	<p>De acordo com a RCM 51/2017, o Turismo de Portugal reduziu o consumo de papel através da desmaterialização de alguns processos internos e externos de comunicação e implementou dashboards de monitorização do número de folhas impressas</p> <p>Em 2017 houve uma redução de 13,6% no número de páginas impressas e uma poupança de 18,2% em despesas de papel, consumíveis e serviços de impressão e cópia e serviços de manutenção</p>	Continuar a implementar medidas de sensibilização para a redução do número de impressões
Plano de Sustentabilidade do Turismo de Portugal	Início dos trabalhos para a criação de um plano de sustentabilidade interno para o período de 2018/2019, com ações concretas, KPI e metas de execução	Implementação do plano de sustentabilidade aprovado em Conselho Diretivo

Outras iniciativas desenvolvidas em 2017 no âmbito da Gestão da Sustentabilidade:

Outras iniciativas desenvolvidas em 2017	O que foi feito em 2017	Os próximos passos
Adesão de Portugal ao Ano Internacional de Turismo Sustentável para o Desenvolvimento	Portugal apresentou à OMT o seu compromisso com a sustentabilidade e tornou-se parceiro desta iniciativa	
Bateria de indicadores de sustentabilidade para monitorizar o setor	Criação de dashboards interativos para um conjunto de indicadores que visam monitorizar a sustentabilidade no Turismo	Disponíveis no TravelBI em julho de 2018
Observatórios específicos para a sustentabilidade	Implementação do observatório de sustentabilidade do Turismo no Alentejo (ASTO) Protocolo de colaboração assinado em 01.jun.2017 Submetida proposta de adesão à rede de observatórios internacionais da OMT (INSTO) em dez. 2017	Adesão do ASTO à rede INSTO em jan. 2018 Desenvolvimento de novos observatórios de turismo sustentável em várias regiões do país
Relatório de Sustentabilidade do Turismo de Portugal	Publicado o novo relatório de sustentabilidade do Turismo de Portugal relativo a 2016	Edição do relatório de sustentabilidade do Turismo de Portugal para 2017
Desenvolvimento de novos produtos de informação no âmbito da sustentabilidade	Início do estudo sobre pressão turística nas cidades de Lisboa e Porto, utilizando dados do "mobile" em parceria com a NOS e com a NOVA SBE	Publicação do estudo assim como um relatório sobre o impacto da economia de partilha, com recomendações e boas práticas em casos semelhantes
	Atualização mensal de um documento com as principais medidas de mitigação da pressão turística nas principais cidades europeias	Em complementariedade a este documento pretende-se a publicação de um documento de <i>benchmarking</i> , com diversos indicadores de monitorização da pressão turística nas principais cidades europeias
TRAVELBI Sustentabilidade	Desenvolvimento de uma página específica sobre Sustentabilidade no TravelBI, com divulgação de indicadores de sustentabilidade nas três dimensões – Económica, Ambiental e Social, assim como ferramentas e boas práticas na área do turismo sustentável	Disponível em 2018
Conferência de Turismo Sustentável	Em 1 de junho de 2017, foi realizado em conjunto com os Green Project Awards uma conferência sobre Turismo Sustentável que teve como objetivo refletir sobre estas matérias	
Minuto Verde Escapadinhas	Apoio à emissão de 16 programas, entre junho e setembro de 2017, totalmente dedicados ao turismo sustentável	



Para saber mais sobre outras iniciativas de sustentabilidade que fazem parte do plano de iniciativas, consulte o capítulo [9. conhecer como protegemos o ambiente](#), Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Performance Ambiental das EHT; Envolvimento em Iniciativas Ambientais

4.5. Indicadores do Turismo de Portugal

Em 2017, o Turismo de Portugal registou os seguintes números:

Perspetiva Económica

	Receita (Milhões €)	Despesa (Milhões €)	Valor pago a Fornecedores de Bens e Serviços (Milhões €)
	 549,72	 243,51	 27,83
	Receita do Jogo 52% Fundos Comunitários 22% Reembolsos 14% Outras Receitas 12%	Estrutura: 28,74 12% Operacionais: 214,78 88%	

Perspetiva Ambiental

	Consumo total de energia (GJ)	Consumo de papel (t)	Consumo de água (m³)
	 31 264	 7,5	 52 297
	Eletricidade 20 966 Gás natural 6 093 Gás propano 1 707 Gasóleo 2 498		

Perspetiva Social

	Colaboradores (N.º)	Ações de formação (N.º horas)	Instituições de caráter social apoiadas (N.º)
	 587	 8 065	 48

4.6. Envolvimento com os Stakeholders do Setor

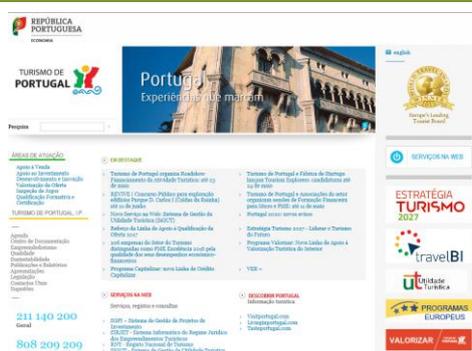
Canais de diálogo com stakeholders

Plataformas de Envolvimento com Stakeholders

O Turismo de Portugal dispõe de plataformas que permitem o contacto com entidades externas, ao mesmo tempo que reforçam a desmaterialização das comunicações realizadas com os *stakeholders*.

Portal Institucional

(Portal, Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn)



Portal

733 152 Sessões
55% Novas sessões
414 758 Utilizadores
1 847 912 Visualizações páginas
55% Rejeições

Facebook

247 071 Gostos (+4% face a 2016)
308 702 680 Alcance
4 749 168 Envolvimento

Twitter

167 079 Novos seguidores (+11% face a 2016)

Youtube

2 453 Subscrições
80 867 Visualizações

LinkedIn

19 578 Novos seguidores (+35% face a 2016)

visitportugal.com

(Portal, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)



Portal

3 937 107 Utilizadores únicos
 A taxa média de saída reduziu **0,2 p.p.** fixando-se em 56,6%

Facebook

1 300 785 Fãs (+9% face a 2016)
2 049 Conteúdos *online*
30 150 Fãs (em média) interagiram com os conteúdos

Instagram

234 124 Subscritores na página (+120%)

Twitter

74 500 *Followers* (+20%)
4 544 000 Impressões (número de vezes que um conteúdo é mostrado a um utilizador)

Youtube

51 030 310 Visualizações de vídeos (+255% face a 2016)

SGPI

Sistema de Gestão de Projetos

SI-RJET

Sistema Informático do Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos

TravelBI

(Portal, Facebook)



Portal

90 986 Sessões
64% Novas sessões
59 732 Utilizadores
296 508 Visualizações páginas
58% Rejeições

Facebook (período de abril a dezembro)

5 218 Gostos
41 218 Alcance
118 637 Envolvimento

Portuguese Summer Festivals

(Portal, Facebook, Instagram)



192 711 Utilizadores únicos
279 290 Páginas web visualizadas por utilizadores

SIGTur

Sistema de Informação Geográfica do Turismo

SIGUT

Sistema de Gestão da Utilidade Turística



Para saber mais sobre o TravelBI, SIGTur e o SIGUT consulte o capítulo [8. conhecer como apoiamos as empresas, o investimento, a inovação e a transformação digital](#)

Parcerias com stakeholders do setor do turismo

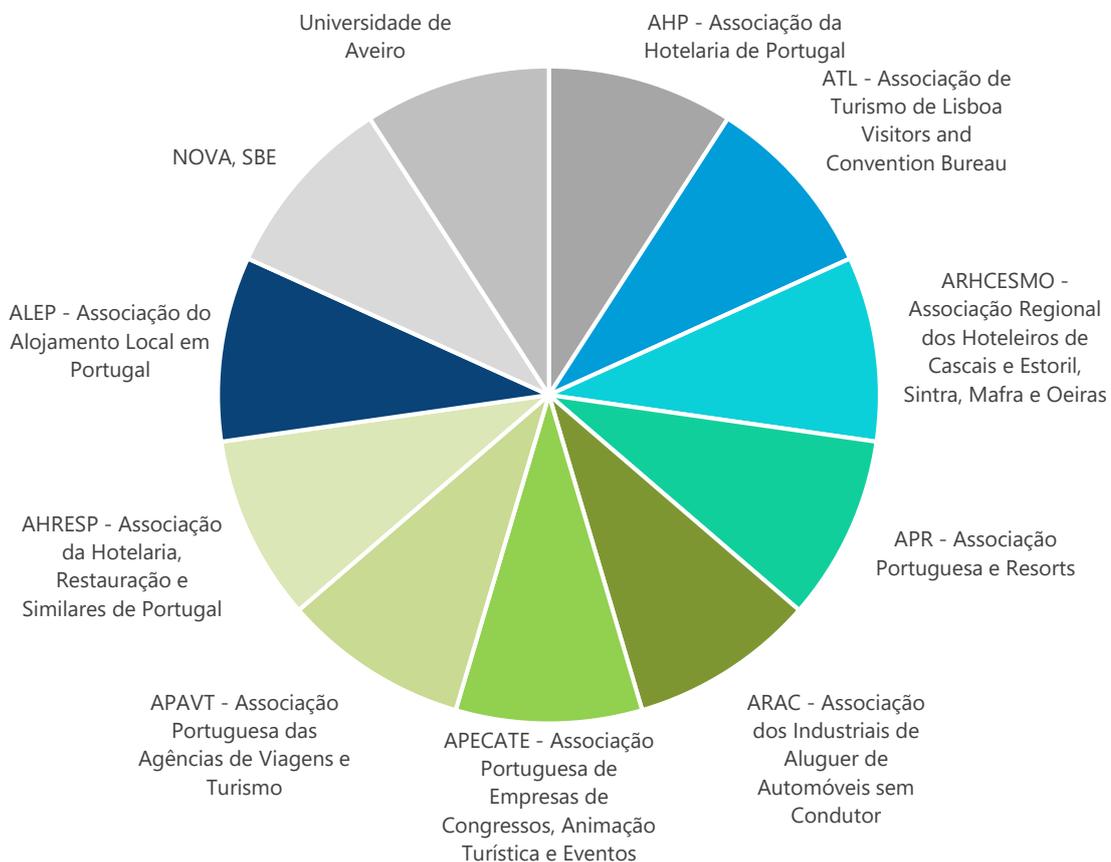
Para além das plataformas de envolvimento, o Turismo de Portugal estabelece ainda parcerias com *stakeholders* do setor do Turismo.

Parcerias Institucionais

- Confederação do Turismo Português
- Entidades Regionais de Turismo
- Agências Regionais de Promoção Turística
- Instituto Nacional de Estatística
- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
- Direção-Geral do Património Cultural
- Direção-Geral do Tesouro e Finanças
- Banco de Portugal
- ANA – Aeroportos de Portugal

Participação e Acompanhamento de Projetos Associativos

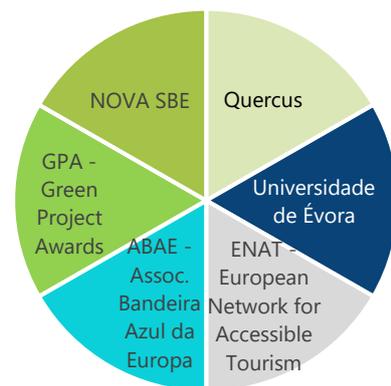
Conhecimento e Relações Institucionais



Empreendedorismo e Inovação



Sustentabilidade



Relação com Stakeholders no Domínio de Atuação da Direção de Formação & Escolas

- ✓ Sub-Comissão para a Regulação e Fiscalização de Substância Lícitas;
- ✓ Fórum Alcool e Saúde (compromisso "Serviço Responsável de Bebidas Alcoólicas" com a ANEBE - Associação Nacional de Bebidas Espirituosas);
- ✓ Conselho Setorial para a Qualificação – área turismo e lazer, ANQEP – Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional;
- ✓ Fórum Certificação do IPQ - Instituto Português de Qualidade;
- ✓ Conselho Setorial para a Qualificação – área turismo e lazer, ANQEP – Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional;
- ✓ Comissão Setorial para a Educação e Formação, IPQ - Instituto Português da Qualidade;
- ✓ Conselhos Pedagógicos das EHT;
- ✓ Grupo de Salvaguarda e Dinamização da Dieta Mediterrânica;
- ✓ Direção da EURHODIP – The Leading Hotel Schools in Europe;
- ✓ Vice-Presidência da AEHT – Associação Europeia das Escolas de Hotelaria e Turismo.

4.7. Principais Prémios e Reconhecimentos

**World Travel Awards 2017:
Turismo de Portugal é o
melhor organismo oficial
de Turismo do Mundo**



O Turismo de Portugal venceu, mais uma vez, alguns dos galardões do World Travel Awards 2017, também conhecidos como "Óscares do Turismo", mas agora **na categoria de Melhor Organismo Oficial de Turismo do Mundo** (World's Leading Tourist Board).

A eleição, que distingue o Turismo de Portugal de entre os restantes nomeados para esta categoria, surge como resultado de uma votação em que participaram milhares de profissionais do setor, oriundos de todos os países do mundo.

Portugal foi eleito também como melhor destino turístico do mundo.

Portugal foi distinguido com um total de 37 prémios na edição de 2017 dos World Travel Awards (mais 13 do que no ano anterior), 22 prémios na categoria Europa, 14 na categoria País e 1 na categoria Mediterrâneo.

Os World Travel Awards começaram a ser atribuídos em 1993, reconhecendo o trabalho desenvolvido na área da indústria turística a nível global, de modo a estimular a competitividade e a qualidade do Turismo. A seleção dos nomeados é realizada à escala mundial, por milhares de profissionais do setor, que todos os anos escolhem os seus favoritos.

Janeiro

Portugal cheapest holiday destination in the world for Britons - UK Post Office Holiday Costs Barometer

Portugal one of 10 Best Places in the World to Retire in 2017 - Annual Global Retirement Index

Comporta, Portugal is one of 52 Places to Go in 2017

Portugal is one of the Top 10 Best Countries to Visit in 2017

Nazaré, capital mundial de las olas gigantes

Lisbon is the best city in the world for freelancers according to Hoofdkraan.nl report

Porto, el alma del Duero

Tavira, Guimarães and Braga 3 of "21 European cities you never thought to visit, but definitely should"

Lisbon is on The Guardian's Hot List of "Where to go on holiday in 2017"

Portugal is one of the Top 10 budget honeymoon destinations in the world

Fevereiro

Essential Algarve: the inside guide to Portugal's beautiful holiday destination

Top 10 foods to try in Lisbon

Porto was voted, for the 3rd time, Best Destination in Europe by travellers from all over the world

Douro Valley, Portugal is one of "11 great wine regions you've probably never heard of"

Alqueva es uno de los 5 mejores lugares del mundo para observar las estrellas

Why Portugal's capital is this year's trendiest spot for a weekend break

8 excellent reasons to visit (and love) the Algarve, Portugal

Comporta: Portugal's Best Secret Beach Spot

The 10 Most Romantic Places in Portugal

The 15 Best Destinations to Visit in Portugal in 2017

14 eye-popping images that will make you fall in love with Portugal

Março

Portugal is one of Europe's 20 best countries, according to The Telegraph readers

Golden beaches, grilled sea bass and a laid-back atmosphere: Discover Algarve

Why Portugal is this year's hottest destination

In Portugal's mountains, an ecotourist haven rises from abandoned stone villages

The Wooden Paiva Walkways: A Wild and Winding Stairway to a Portuguese River

Les meilleures adresses pour découvrir Lisbonne en famille

Madeira, islands of eternal spring: So many reasons to go

Celebrating Portugal's Pasteis de Nata

Porto Airport awarded Best Airport in Europe

Portugal bate novo recorde de nomeações aos óscares do turismo europeu

Abril

Why You Should Summer In The Azores, The Hawaii Of The Atlantic

19 reasons why Lisbon should be your next city break

Alentejo, la tierra pródiga de Portugal

Why Central Portugal Belongs on Your Travel Wish List

8 Stunning Secret Beaches in Portugal

Discovering Portugal's wild side

Portugal is one of "The world's best countries to visit"

The secret wild side of Portugal: River beaches, hill forts, mountain villages and festas

Lisbon might be Europe's coolest city; here are 7 reasons why

Costa Vicentina - Portugal's Wild Coast

Portugal's MAAT could become the world's most exciting venue for art and architecture

Maio

There Is An Island Of Wine In The Middle Of The Atlantic
 El Algarve en diez paradas
 Portugal, one of The Best Unexpected Travel Destinations
 Azores, Madeira and Algarve are the 3 Top Places in Europe to watch dolphins & whales
 Portugal's Douro Presidential Train: The world's tastiest rail journey
 Alentejo, is one of the best places to visit in Europe in 2017
 Europe's hidden coasts: Costa de Prata, Portugal
 The best wine hotels in the Douro Valley
 10 amazing ways to see Portugal: Walk to the end of Europe... and 9 other amazing ways to see Portugal
 Portugal sobe para 10º lugar no ranking da ICCA
 Um roteiro pelo que Portugal tem de melhor
 NOS ALIVE is one of Europe's best summer music festivals for 2017
 Francisco Porcella at Nazaré wins WSL Big Wave Awards 2017
 Praia dos Galapinhos, Arrábida Natural Park, Best European Beach Destination 2017
 Sintra, Portugal: The Perfect Day Trip from Lisbon

Junho

Zoomarine um dos 25 Melhores Parques Temáticos do Mundo (e 8º melhor da Europa)
 Portugal es un de los diez países más tranquilos del mundo para hacer turismo
 Algarve, one of the 10 best new cycling holidays in Europe
 Portugal's wine capital: Discover Douro Valley
 Castro Verde one of the new sites added to UNESCO's World Network of Biosphere
 Le Portugal, l'autre pays du design
 El Algarve en cinco pueblos bonitos
 Portugal is one of "Nine places that aren't on your bucket list (but should be)"
 Portugal is the 3rd most peaceful country in the world - Global Peace Index 2017
 Monastery of Alcobaça one of 20 Most Beautiful UNESCO World Heritage Sites in Europe

Julho

Want a Cool, Beautiful, Affordable Beach Vacation? Go to Portugal
 Walking Portugal's Rota Vicentina
 Tavira, Guimarães and Braga among 22 European cities you'd never thought to visit (but really should)
 Moscatel Roxo de Setúbal Wins Best Muscat in The World 2017
 Why staying in derelict monasteries is the best way to explore Portugal
 Lisbon: Why the Portuguese capital is Europe's best summer city break
 Cascais, la niña bonita portuguesa
 Portugal is Proving this Year's Hottest Destination
 Great restaurants in Lisbon according to The Guardian readers

Agosto

Monsaraz is one of the Europe's best hilltop towns you should see
 Oceanário de Lisboa ranked best aquarium in the world - TripAdvisor Travelers' Choice Awards 2017
 The true story behind England's tea obsession
 The Serra da Estrela: exploring Portugal's 'star mountain'
 Ontdek het Portugese Alentejo in 3 culinaire routes
 Azores, Portugal Insider Travel Tips: 10 Things You Need to Know
 10 of the best beach bars in Portugal
 Douro Valley: Is this Portugal's wildest weekend break?
 Portuguese cuisine may be the most influential cuisine on the planet
 Things to do in Portugal for Nature Lovers
 Colares, Where the Vineyards Snake Through the Sand
 Porto, Lisbon, Ericeira and Peniche featured in The Top 5 Surf Road Trips
 Algarve is The World's Best Place To Retire In 2017
 Diez excelentes playas de Portugal para este verano
 One Trend Leads To The Next On Portugal's Douro River

Setembro

World Travel Awards: Portugal - Europe's Leading Destination 2017
 World Travel Awards: Turismo de Portugal - Europe's Leading Tourist Board 2017
 Peniche is the world's first sustainable surf destination
 Why millennials are moving to Lisbon
 Why all the world is going to Lisbon
 Portugal's top 10 hidden beaches
 Portugal is one of the "5 Best Spots Around the World to visit during the off-season"
 Portugal (#14) voted one of "The Best countries in the World" - Readers' Travel Awards 2017

Outubro

Traveling to Portugal? Consider the Off-Season
 Portugal has fifth most powerful passport in the world
 Portugal tem turismo de primeira e ótimas ondas o ano todo
 San Bento and Oriente Railway Stations two of the most beautiful train stations in the world
 10 reasons why the Algarve is the greatest place on Earth for a family holiday
 8 reasons Portugal is a foodie paradise (any excuse for pastéis de nata...)
 Six Senses Douro Valley voted Best Hotel in Europe - Readers' Travel Awards 2017
 Lisbon and Porto are two of the "Best of Europe destinations to visit in Autumn"
 Costa Nova, Aveiro is one Europe's most colourful destinations
 Portugal, los mejores planes para volver siempre
 Find a Wealth of Value and Variety in Portugal's Wines
 Madonna, Michael Fassbender and More A-Listers Love this Under-the-Radar European Destination

Novembro

World Golf Awards: Portugal - World's Best Golf Destination 2017

Lisboa es la mejor ciudad del mundo (pero tú todavía no lo sabes)

Porto is the top city trip for gift hunters

15 stunning photos that show why Portugal should be on your travel bucket list

Where to Eat in Lisbon Now: Best New Restaurants

Lisbon is the best city in Europe for Christmas shopping

Why big-wave surfers are heading to Portugal

Nazare - The Greatest Show On Earth

Lisbon is one of "The Most Welcoming Cities in the World"

Lisboa en invierno, la ciudad más romántica del mundo

Dezembro

Surfing in Ericeira one of 14 incredible learning holidays

What to do in Lisbon, Europe's coolest capital, this winter

World's Leading Tourist Board 2017: Turismo de Portugal

World's Leading Destination 2017: Portugal

Craftsmanship of Estremoz clay figures inscribed as Intangible Cultural Heritage of Humanity

10 reasons to go to Lisbon immediately



World's Leading Conservation Company 2017: Parques de Sintra

5. conhecer as pessoas



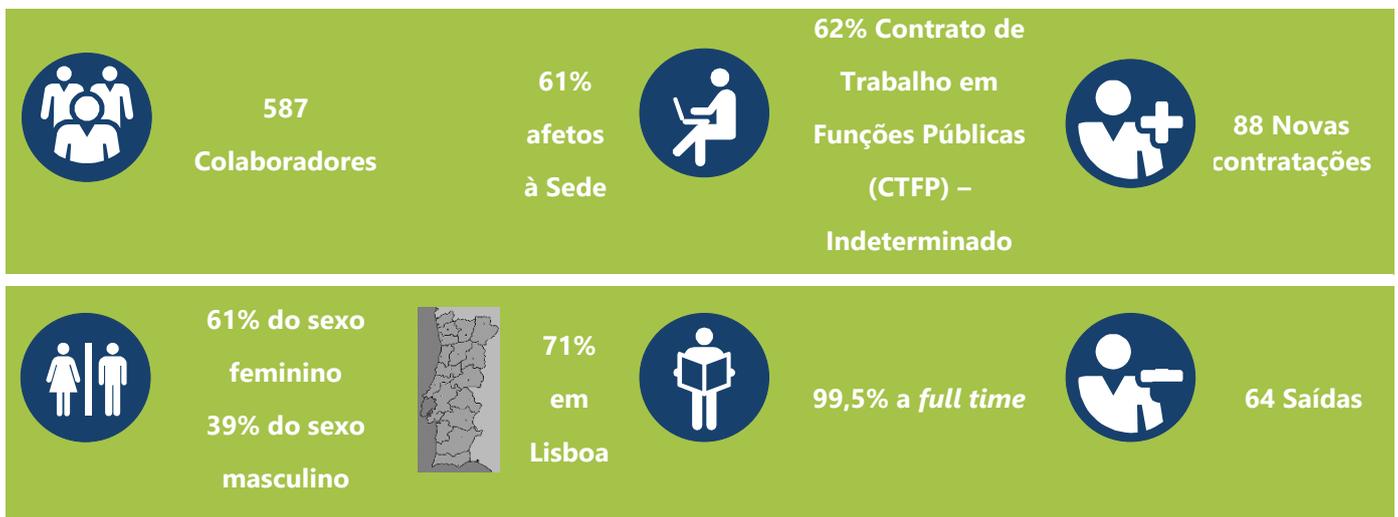
5.1. A Equipa Turismo de Portugal

Na visão do Turismo de Portugal deverão ser concedidos meios para os seus colaboradores encontrarem a felicidade com o seu trabalho e no seu trabalho, de forma a haver uma simbiose perfeita no cumprimento da missão em que todos estão envolvidos.

Cientes de que na atividade turística o fator humano é fundamental, o Turismo de Portugal considera as pessoas como o seu ativo mais importante. Como tal, preocupa-se com a capacitação, o clima organizacional e a valorização dos seus colaboradores. A imagem de marca Turismo de Portugal é forte e os candidatos referem-se ao Turismo de Portugal como uma organização moderna, flexível, estimulante, amigável, com várias áreas de negócio onde acreditam ser possível desenvolver competências. O Turismo de Portugal adotou algumas práticas relevantes para esta imagem institucional:

- ✓ Oferta interna de uma enorme diversidade de áreas de negócio;
- ✓ Fomento de iniciativas com marca Turismo de Portugal;
- ✓ Promoção da flexibilidade na organização e prestação de trabalho;
- ✓ Dinâmica de aposta na valorização e formação profissional e na formação e capacitação avançada;
- ✓ Iniciativas que contribuam para a saúde e bem-estar no Turismo de Portugal.

Em 2017, trabalhavam no Turismo de Portugal 587 colaboradores, mais 4,4%, ou seja, mais 24 indivíduos do que em dezembro de 2016.



De 2015-17: categoria profissional predominante é técnico superior	Colaboradores género e faixa etária (31.dez)										
	2015			2016			2017				
	Total										
	551			551			563				
	<30	30-50	+50	<30	30-50	+50	<30	30-50	+50		
	Homens	0	118	85	4	125	83	5	131	90	
	Mulheres	1	235	112	0	230	121	0	221	140	
	Quota Técnico Superior: 38% do total de colaboradores em 2017	Colaboradores faixa etária e categoria profissional (31.dez)									
		2015			2016			2017			
		<30	30-50	+50	<30	30-50	+50	<30	30-50	+50	
Dirigente		0	39	16	0	40	15	0	33	20	
Técnico Superior		1	144	54	2	149	60	3	156	65	
Assistente Técnico, Técnico de nível intermédio, Pessoal Administrativo		0	70	63	0	66	63	0	55	67	
Assistente Operacional, Operário, Auxiliar		0	27	35	0	25	36	0	24	36	
Pessoal de Inspeção		0	42	21	2	47	23	2	43	27	
Informático		0	2	4	0	2	4	0	2	7	
Educadoras de Infância e Docentes do Ensino Básico e Secundário		0	29	4	0	26	3	0	39	8	

4,4% de aumento no número de colaboradores, em 2017	Colaboradores localização e região (31.dez)					
	2015		2016		2017	
	Localização					
	Sede	245	256	262		
	EHT	222	214	231		
	Serviço de Inspeção de Jogos	84	93	94		
	Região					
	Norte	61	58	67		
	Centro	50	50	46		
	Lisboa	389	404	418		
Alentejo	7	8	8			
Sul	44	43	48			

Fonte: Turismo de Portugal

62% dos colaboradores em 2017 têm CTFP por Tempo Indeterminado	Colaboradores tipo de contrato e de emprego (31.12)							
	2015		2016		2017			
99,5% dos colaboradores trabalha em full-time	Tipo de contrato/género		M	F	M	F	M	F
	Cedência por Interesse Público	0	0	0	0	0	0	1
	Comissão de Serviço	25	30	25	30	23	30	30
	CTFP – Indeterminado	116	243	112	240	121	241	241
	CTFP – Termo Resolutivo Certo	0	0	0	0	6	7	7
	CTFP – Termo Resolutivo Incerto	5	8	9	13	10	11	11
	Mobilidade Interna Intercarreiras	4	3	6	8	4	5	5
	Mobilidade Interna na Categoria	12	42	13	37	14	42	42
	Nomeação Definitiva	41	22	47	23	48	24	24
	Tipo de emprego/género		M	F	M	F	M	F
Em <i>full-time</i>	203	348	212	351	226	358	358	
Em <i>part-time</i>							3	

Relativamente a recrutamentos por mobilidade, ao longo do ano de 2017, foram integrados, em regime de mobilidade interna, 17 trabalhadores e cedidos, neste mesmo regime, 5 trabalhadores a outros organismos.

Dos trabalhadores em mobilidade interna, procedeu-se à consolidação de 17 trabalhadores no mapa de pessoal do Turismo de Portugal durante o ano em referência.

Ainda durante este mesmo ano, foram cessadas 9 situações de mobilidade, considerando que não se reuniam as condições para a consolidação ou eventual prorrogação.

Taxa de rotatividade em 2017*: 13% (+2 p.p. face a 2016)	Entradas e Saídas de colaboradores faixa etária e género (31.12)									
	2015			2016			2017			
Técnico Superior foi a categoria predominante nas entradas face às saídas	<30	30-50	+50	<30	30-50	+50	<30	30-50	+50	
	Entradas	0	60	7	4	63	5	1	74	13
	Masculino	0	30	4	4	29	1	1	27	5
	Feminino	0	30	3	0	34	4	0	47	8
	Saídas	0	41	16	0	44	16	0	49	15
	Masculino	0	22	8	0	15	10	0	15	4
Feminino	0	19	8	0	29	6	0	34	11	

* A taxa de rotatividade ficou a dever-se a 88 colaboradores que entraram e 64 que saíram

Fonte: Turismo de Portugal

5.2. Gestão do Talento

Na perspetiva do Turismo de Portugal, faz parte a convicção de que as organizações que possuem práticas de atração e retenção do talento conseguem aumentos da motivação da força de trabalho e, conseqüentemente, melhores resultados financeiros e operacionais. Nesse sentido, o Turismo de Portugal levou a cabo várias ações que potenciaram a atração e retenção do talento, continuando a ser uma prática habitual, nomeadamente:

- ✓ Promover a possibilidade de desenvolvimento de competências dentro da organização, incentivado por um programa anual de mobilidade interna, o CresceRH. Aqui fomenta-se o desenvolvimento de novas competências e apoia-se os trabalhadores nos novos desafios internos por mudança de área funcional;
- ✓ Disponibilizar ferramentas, nomeadamente, tecnológicas que facilitam o trabalho em qualquer lugar, bem como, a flexibilidade no horário de trabalho com a utilização de créditos de horas (ex. concessão de 1 dia por cada 7 horas a mais de trabalho/mês) e acesso a lugares de estacionamento, na propriedade do instituto, que são ocupados por ordem de chegada;
- ✓ Dar acesso ao financiamento parcial de mestrados, pós-graduações e doutoramentos em áreas de relevância para a atividade do Instituto;

Em 2017 foi cofinanciada uma Pós-Graduação

- ✓ Promover projetos de capacitação internacional dos colaboradores em organismos e empresas do setor do Turismo no estrangeiro;
- ✓ Promover o levantamento anual das situações dos trabalhadores recém-licenciados para progressão na carreira;
- ✓ Promover estágios: profissionais (Programa de Estágios Profissionais da Administração Central - PEPAC e Programa de Estágios Profissionais do Turismo de Portugal) e curriculares (estágios que se encontram expressamente incluídos no plano de estudos de um curso, com carácter obrigatório ou como alternativa a seminário, trabalho de investigação ou outros de cariz idêntico);

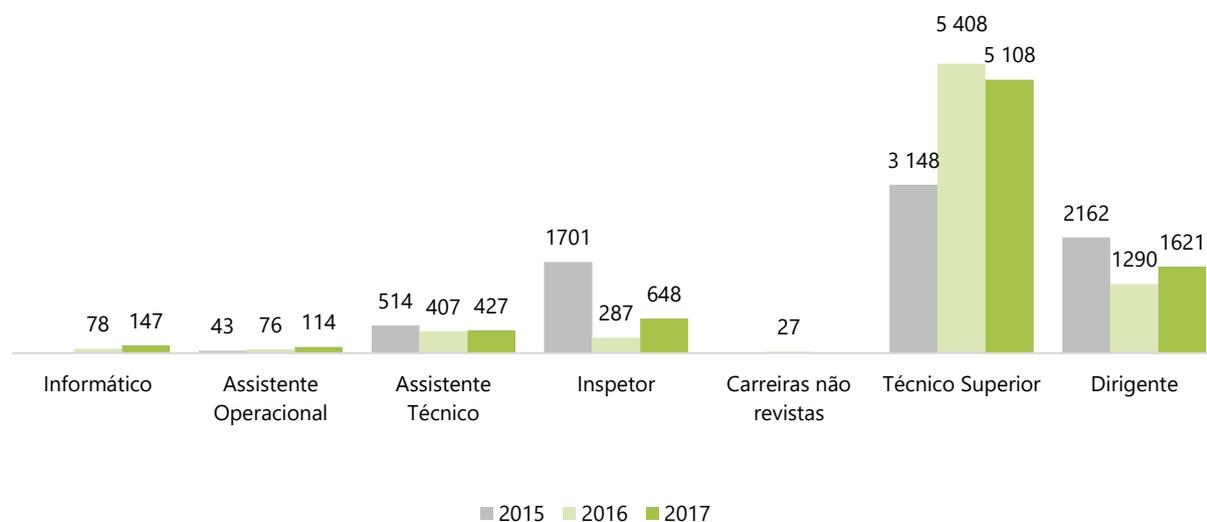
	2015	2016	2017
Estágios Profissionais	4	7	5
Estágios Curriculares	18	12	14

- ✓ Promover formação: em 2017 aumentou em 6,5% o número horas de formação (7 573 em 2016 e 8 065 em 2017). Relativamente ao número de ações de formação, registaram-se mais 7, face a 2016 (81 ações de formação em 2016 e 88 em 2017). Em 2017, 257 colaboradores assistiram a ações de formação (menos 50 colaboradores do em 2016).

As categorias profissionais que registaram maiores incrementos no número de horas de formação em 2017 foram as de Inspetor e Dirigentes, com mais 361 horas e mais 331, respetivamente, face a 2016.

Número de horas de formação por categoria profissional

○

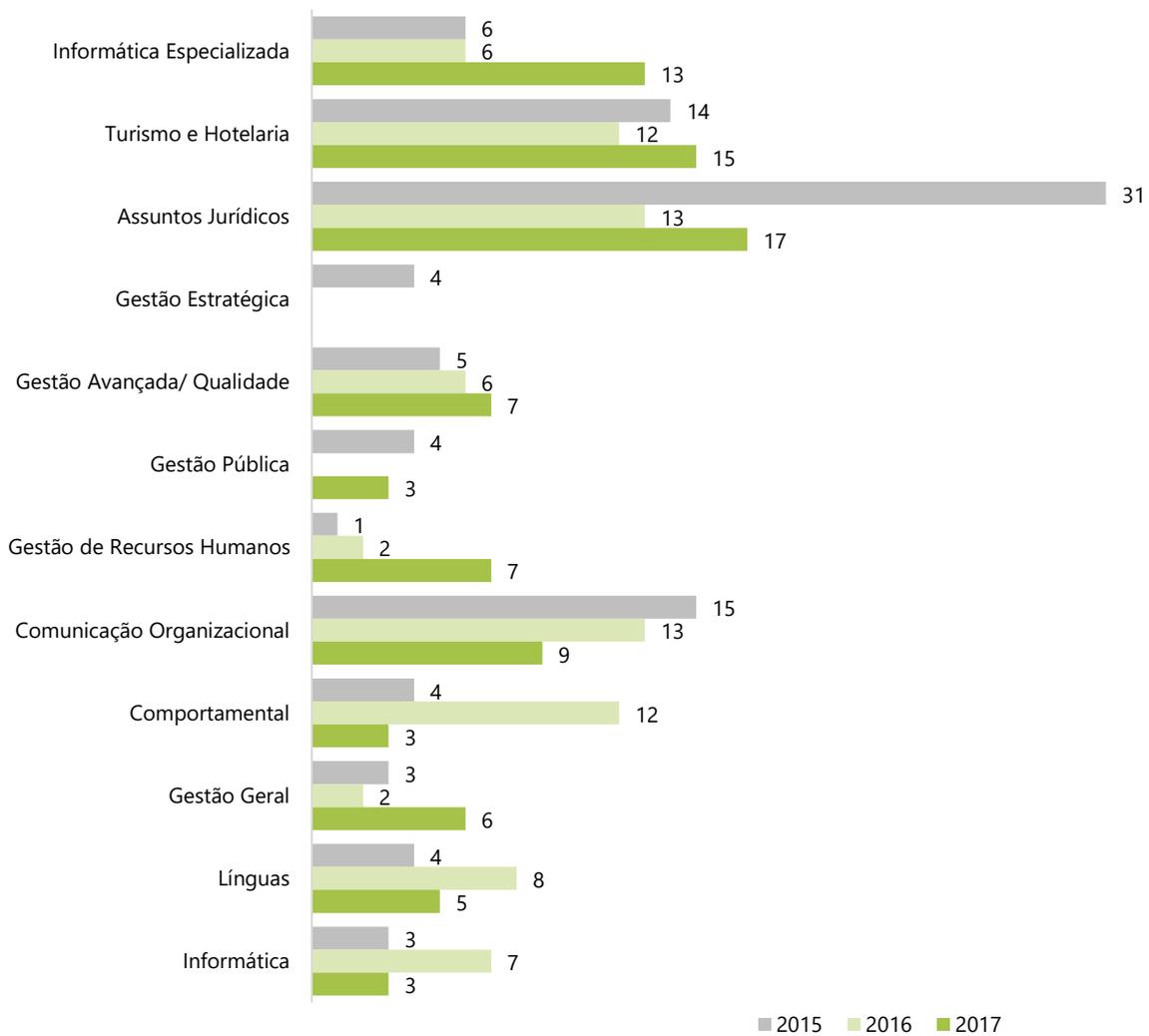


Fonte: Turismo de Portugal

O Turismo de Portugal continuou a dar prioridade à formação, em 2017, nas seguintes áreas temáticas:

- ✓ Assuntos Jurídicos
- ✓ Turismo e Hotelaria
- ✓ Informática Especializada

Ações de formação por área temática



Fonte: Turismo de Portugal

5.3. Saúde e Bem-estar

Tendo como objetivo melhorar a qualidade de vida no trabalho e proporcionar bem-estar permanente no Turismo de Portugal, foram realizadas várias ações de promoção da saúde e bem-estar junto dos colaboradores.

Iniciativas que, em 2017, contribuíram para a saúde e bem-estar no Turismo de Portugal:

<i>Office Massage</i>	Massagens	Participantes
16 Massagens por semana em 31 semanas	560	560
<i>Workshops</i>	Workshops	Participantes
Elementos de Alimentação Saudável	2	40
Gestão da Qualidade do Sono	1	50
Office Massage EHT (Lisboa, Estoril, Coimbra, Porto e Algarve)	Sessões	Participantes
16 massagens por mês em 8 meses	640	420
Workshops Gestão de Stress	5	70
Total		8
Total de participantes Plano Saúde e Bem-estar		1 140

Benefícios que promovem a saúde e bem-estar dos colaboradores

Como forma de partilhar resultados e objetivos estratégicos do ano de 2017, o Conselho Diretivo realizou uma reunião geral no Hotel Vip Zurique.

O 10.º aniversário do Turismo de Portugal foi comemorado em Coimbra, com iniciativas diversas de visita à cidade, devidamente organizadas pela EHT da cidade.

Como forma de contribuir de forma solidária para com os fogos que devastaram grande parte do País em 2017, 83 colaboradores do Turismo de Portugal abraçaram a iniciativa de ajudar a reflorestar algumas áreas do concelho de Castanheira de Pera.

Foram também celebrados 3 novos protocolos e várias iniciativas, tais como: 1 aula de body balance, ministrada pelo Fitness Hut, 3 rastreios respiratórios e do sono, da responsabilidade dos Serviços Sociais da Administração Pública, 17 sorteios para concertos da Orquestra Metropolitana de Lisboa, 1 sorteio para formação de Informática Jovem ministrado pela Rumos e 1 sorteio para o espetáculo Boing Boing da Yellow Star Company.

Além das que foram enumeradas, muitas outras iniciativas decorreram durante o ano de 2017, nomeadamente:

- ✓ Casinhas de bolachas e gomas (convívio dos filhos dos colaboradores do Turismo de Portugal no Natal);
- ✓ Compra de produtos para o Cabaz Solidário e de bolo-rei fabricados pelas EHT cujo dinheiro das vendas reverte a favor de instituições sociais;
- ✓ Sorteio de bilhetes de acesso ao Web Summit, ao Festival Músicas do Mundo e ao Rip Curl Pro Portugal 2017;
- ✓ Visitas guiadas à exposição Madonna: exposição temporária no Museu Nacional de Arte Antiga;
- ✓ Visita à exposição de Joan Miró no Palácio Nacional da Ajuda.

Saúde e segurança no trabalho

Saúde

- Acidentes de trabalho

Em 2017 registaram-se 12 acidentes de trabalho, dos quais 6 com baixa, correspondendo a um total de 213 dias perdidos.

N.º de acidentes de trabalho e número de dias anos	2015		2016		2017	
	M	F	M	F	M	F
Número total de acidentes de trabalho	3	10	2	10	4	8
Número total de acidentes de trabalho com baixa	1	9	1	6	3	3
Número total de dias perdidos por acidente de trabalho	15	161	124	216	172	41

Em 2017, dos 12 acidentes de trabalho registados, 8 tiveram lugar no local de trabalho e 4 *in itinere* (deslocação trabalho-casa).

N.º de acidentes de trabalho e número de dias local	No trabalho		<i>In itinere</i>	
	M	F	M	F
Número total de acidentes de trabalho	2	6	2	2
Número total de acidentes de trabalho com baixa	1	3	2	
Número de dias de trabalho perdidos por acidentes ocorridos no ano	172	16		25
Número de dias de trabalho perdidos por acidentes ocorridos em anos anteriores		306		

Fonte: Turismo de Portugal

Exames Médicos

Em 2017, na área da Saúde, foi celebrado um contrato de prestação de serviços com a Atlanticare – Serviços de Saúde S.A. tendo sido realizados 268 exames periódicos, 3 de admissão e 3 ocasionais ou complementares a trabalhadores das diversas instalações do Turismo de Portugal.

Segurança

Na área da Segurança foram operacionalizadas 15 visitas aos locais de trabalho compreendendo as seguintes instalações: Edifício Sede do Turismo de Portugal; EHT do Algarve; EHT de Portimão; EHT de Setúbal; EHT de Vila Real de Santo António; EHT do Oeste (Caldas da Rainha e Óbidos); EHT de Coimbra; EHT Douro – Lamego; EHT do Porto; EHT de Viana do Castelo; EHT de Lisboa e; Instalações na Póvoa de Santa Iria (Jogo Ilícito).

6. conhecer

as nossas escolas e as suas competências

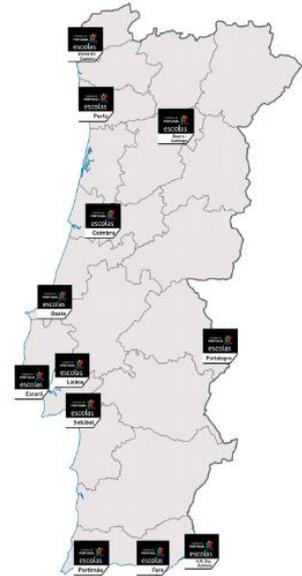


As atribuições do Turismo de Portugal, nomeadamente pela sua Direção de Formação, são as seguintes:

- ✓ Incentivar e desenvolver a política de formação e qualificação de recursos humanos do turismo e a respetiva investigação técnico –pedagógica;
- ✓ Coordenar, executar e reconhecer os cursos e as ações de formação profissional para essa área;
- ✓ Certificar a aptidão profissional para o exercício das profissões turísticas.

Para a concretização desta missão o Turismo de Portugal dispõe de uma rede de 12 escolas:

Douro-Lamego, Viana do Castelo, Porto, Coimbra, Oeste, Estoril, Lisboa, Setúbal, Portalegre, Faro, Portimão e Vila Real de Santo António.



- Sistema de Garantia da Qualidade - Acompanhamento da Implementação do Sistema de Garantia da Qualidade da Formação, em alinhamento com o Quadro EQAVET – Quadro de Referência Europeu de Garantia da Qualidade para o Ensino e a Formação Profissionais – nas 10 escolas que desenvolvem cursos de nível 4 (9º ano);
- Participação nos Júris de provas de Avaliação Final de cursos de informação turística, realizados por outras entidades;
- Reconhecimentos de planos de formação e de cursos realizados por outras entidades formadoras do ensino superior e profissional.

Comunicação e instrumentos de captação de alunos

As EHT divulgam e reforçam a sua imagem:

- ✓ Enriquecimento contínuo do website;
- ✓ Presença forte nas redes sociais;
- ✓ Disponibilização de suportes de informação (folhetos/roll up/logotipos/merchandising e outros materiais) de apoio aos eventos, participação nas feiras, etc.;
- ✓ Divulgação de vídeos alusivos à oferta formativa das escolas;
- ✓ Representação institucional em Certames de Formação, de Hotelaria e Restauração e Concursos de profissões, tais como:
- ✓ Participação das EHTs na BTL, na FUTURALIA e na QUALIFICA;
- ✓ Realização dos Concursos Interescolas na Escola de Hotelaria e Turismo do Douro-Lamego;
- ✓ Campanha de divulgação “O melhor bolo-rei do mundo”;
- ✓ Desenvolvimento da comunicação das Escolas do Turismo de Portugal na internet, seja através do enriquecimento do site, seja com uma forte presença nas redes sociais;

- ✓ Elaboração de vários suportes de informação (folhetos/roll up/logotipos/merchandising e outros materiais) de apoio aos eventos, participação nas feiras, etc.;
- ✓ 1º Culinary Arts International Competition (Dieta Mediterrânica), realizado na Escola do Algarve em 3, 4 e 5 de Maio de 2017. Competição realizada em parceria Turismo de Portugal e Eurhodip;
- ✓ Desenvolvimento e criação do novo web site das Escolas do Turismo de Portugal, em versão desktop e versão mobile fully-responsive, em português e inglês;
- ✓ Apoio a Iniciativas Externas como:
- ✓ Feira Empregabilidade de Turismo (Fórum Turismo 2.1/BTL); Programa Seleção, Gastronomia e Vinhos (AHRESP); IV Congresso Internacional de Educação e Acessibilidade em Museus e Património; Turismo: a tua oportunidade.

Portal Escolas – <https://escolas.turismodeportugal.pt/>

Com vista à uniformização e desmaterialização de processos e gestão da atividade pedagógica e financeira das escolas, foram desenvolvidas as seguintes atividades no Portal:

- Gestão e acompanhamento dos processos técnico-pedagógicos da formação - gestão escolar;
- Gestão, conceção e desenvolvimento de novas funcionalidades essenciais para a atividade escolar;
- Gestão central do processo de recrutamento, seleção, colocações e matrículas de todos os candidatos às Escolas do Turismo de Portugal para o ano letivo 2017-2018;
- Desenvolvimento de Reports Automáticos com informação essencial à gestão escolar (Escolas e Sede);
- Gestão da Bolsa de Formadores;
- Articulação e interação com funcionalidades do sicgest;
- Gestão de utilizadores: o Portal Escolas é a maior plataforma do Turismo de Portugal, com mais de 25.000 utilizadores registados (alunos; ex-alunos; formadores candidatos a formadores; outros colaboradores EHT).



6.1. Formação Inicial

A formação inicial diz respeito à formação ministrada pelas EHT aos alunos que, após o processo de recrutamento e seleção, se encontrem nas seguintes condições:

- ✓ Tenham efetuado a matrícula para a frequência de um curso de formação inicial ministrado pelo Turismo de Portugal;
- ✓ Cursos de NQP (Nível de Qualificação Profissional) 4: Operações Turísticas e Hoteleiras, Técnicas de Serviço em Restauração e Bebidas e Técnicas de Cozinha e Pastelaria.



Cursos de Formação Inicial

Modalidade	NQP - Nível de Qualificação Profissional	Cursos
Cursos de Especialização Tecnológica	5	Gestão e Produção de Cozinha <i>Culinary Arts</i>
		Gestão e Produção de Pastelaria
		Gestão em Restauração e Bebidas <i>Food and Beverage Management</i>
		<i>Hospitality Operations Management</i>
		Gestão de Turismo
Cursos de Dupla Certificação	4	Turismo de Ar Livre
		Turismo Cultural e do Património
		Técnicas de Cozinha/Pastelaria
On-The-Job	4	Técnicas de Serviço de Restauração e Bebidas
		Operações Turísticas e Hoteleiras
		Técnicas de Cozinha/Pastelaria

No âmbito da revisão curricular dos Cursos de Especialização Tecnológica foi realizada uma auscultação ao mercado, que envolveu:

- ✓ 2 Sessões de *focus group/workshops* (empresários, diretores de Recursos Humanos; *chefs*; ensino superior, associações profissionais e sindicatos; imprensa especializada);
- ✓ 6 Grupos de trabalho, envolvendo 66 participantes

Internacionalização da formação

- ✓ Programa ERASMUS+: no âmbito deste programa foram realizados 32 estágios em 4 países europeus (Reino Unido, Itália, Espanha e Suécia);
- ✓ Programa de Estágios Internacionais financiados pelo Turismo de Portugal, no âmbito deste programa foram realizados 22 estágios em 9 países Europeus;
- ✓ Plataforma Connective - Implementação e execução do projeto de empreendedorismo à distância nas escolas do Turismo de Portugal, para a criação de uma rede de tutores nacionais e internacionais;
- ✓ Plataforma HOSCO - registo de adesão à plataforma de empregabilidade Internacional, com vista ao recrutamento e processos de estágios a nível mundial em hotelaria e turismo;
- ✓ Certames internacionais, no âmbito da participação do Turismo de Portugal, em certames de promoção fora do país: 24 estágios para alunos e 8 para formadores em 4 certames de 3 países europeus;
- ✓ Celebração de Protocolo com o SEG – Swiss Education Group, com vista a assegurar o prosseguimento de estudos dos alunos dos Cursos de Especialização Tecnológica.

Inserção Profissional dos alunos da EHT - 2016:

- 51% taxa de respostas;
- 88,1% taxa de atividade: 74,2% empregados e 13,9% prosseguimento de estudos;
- 90,2% empregados no setor do Turismo;
- 86,1% colocados em menos de três meses.

6.2. Formação Contínua para Profissionais e Público em Geral

O Plano de Formação Contínua constitui um contributo para a formação e requalificação dos profissionais do setor do Turismo e do público em geral, contribuindo para:

- ✓ (Re) qualificar os profissionais do setor do Turismo, por forma a reforçar e melhorar as competências pessoais e profissionais
- ✓ Qualificar os profissionais que interagem com o segmento do Turismo, no desenvolvimento da sua atividade profissional;
- ✓ Promover a capacidade de inovação, gestão e modernização produtiva das empresas;
- ✓ Melhorar a qualidade dos serviços prestados.

Através da realização da seguinte tipologia de cursos:

- ✓ Cursos de Formação por Catálogo;
- ✓ Formações Modulares Certificadas;
- ✓ Cursos de Formação à Medida;
- ✓ *Workshops*.



Nas seguintes áreas:

- ✓ Direção e Gestão;
- ✓ Hotelaria;
- ✓ Turismo;
- ✓ F&B;
- ✓ *Soft Skills*, Línguas;
- ✓ *Senior Tourism Academy* (impulsionando a importância da Formação ao Longo da Vida)

Projetos realizados:

- Desenvolvimento de novas Ofertas Formativas para Públicos Indiferenciados e Profissionais do setor e definição do regime de autofinanciamento;
- Monitorização do plano de formação contínua para ativos do setor e outros públicos;
- Implementação do Projeto de Informação ao Turista “I Speak Tourism”;
- Desenvolvimento do projeto I Speak Tourist for Tuk Tuk;
- Catálogo de Formação Contínua (atualização cursos; preçário e condições de participação);
- Implementação do Projeto de capacitação de empresas turísticas – produtos Cycling & Walking; Golfe;
- Desenvolvimento Novo Curso Master in Hotel Business Administration (ex-Graduação em Direção Hoteleira);
- Revisão Curso de Escanções.

6.3. Formação e Avaliação de Formadores

As EHT realizam, ainda, formação e avaliação de formadores. Neste âmbito, foram realizadas as seguintes iniciativas:

- ✓ Academia 2017 - Realização da Academia de Formação de Formadores e parceria com a Associação Fórum Turismo 2.1, aberta a todos os formadores de Turismo e Hotelaria no território nacional. Participaram 120 formadores do Turismo de Portugal e de outras entidades educativas e 30 oradores convidados;
- ✓ Realização do Projeto de Formação em Turismo Acessível para formadores das 12 escolas da rede, envolvendo cerca de 90 formadores;
- ✓ Aplicação do sistema de avaliação de formadores e da formação.

6.4. Certificação da Aptidão Profissional para o Exercício das Profissões Turísticas

Uma das competências do Turismo de Portugal, através da Direção de Formação, passa por certificar a aptidão profissional para o exercício das profissões turísticas, assim como o reconhecimento de cursos. Neste âmbito, foi desenvolvido o processo de Certificação da profissão regulamentada de Pagadores de Banca de Casino, através de:

- ✓ Organização de provas,
- ✓ Presidência de júri;
- ✓ Emissão de certificados profissionais.

280	3
Certificados Profissionais de Banca nos Casinos Emitidos	Provas de Avaliação Final de Banca nos Casinos

Foram igualmente reconhecidos 2 cursos de formação profissional e emitidos 20 Selos Welcome by Táxi, referentes a formação realizada e dirigida a Motoristas de Táxi, nas áreas do acolhimento e informação turísticos.

6.5. Projetos Educativos

Do conjunto de projetos educativos realizados em 2017, destaca-se a implementação de projetos com vista à melhoria das competências pessoais e sociais dos alunos:

- ✓ Projeto Soft Skills- Técnicas Artísticas Aplicadas ao Turismo, envolvendo 455 alunos de 31 turmas e 11 escolas;
- ✓ Projeto Torna-te na Escola do Oeste, com vista à adoção de práticas reflexivas;
- ✓ Dinamização da realização das Jornadas de Empreendedorismo Turístico em 6 EHT.

7. conhecer

a estratégia de promoção de Portugal



Projetar Portugal, aumentando a notoriedade do destino nos mercados internacionais, em articulação com as **Agências Regionais de Promoção Turística** e recorrendo às **21 equipas do Turismo de Portugal localizadas nos mercados estratégicos**, tem sido uma atuação constante, com vista a promover Portugal enquanto destino turístico.

Seja através do portal oficial de promoção do destino Portugal **VisitPortugal.com** onde, em dez idiomas, são apresentadas várias sugestões temáticas de visita ao país, seja pela organização da presença nacional nas principais **feiras internacionais de turismo**, Portugal afirma a sua imagem, bem como a qualidade e o profissionalismo das suas empresas.



Agências Regionais de Promoção Turística

Para a promoção regional externa, estão designadas 7 ARPTs, que articulam entre si e o Turismo de Portugal, a execução dos Planos Regionais de Promoção Turística, os quais integram um subplano de comercialização e vendas das empresas. Correspondem às Áreas Promocionais Porto e Norte, Centro de Portugal, Lisboa, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores. Em 2017, os apoios financeiros para a promoção externa regional atingiram um total de 12,1 milhões de euros, montante igual ao de 2016.

Feiras de Turismo

O Turismo de Portugal é a entidade responsável pela coordenação e organização da presença de Portugal nas feiras internacionais de Turismo.

7.1. Realização de Campanhas Nacionais de Promoção do Destino Portugal

O Turismo de Portugal realizou uma campanha publicitária na RTP 3, CMTV e TVI 24, de incentivo à redescoberta de Portugal, com a assinatura “Ponha Portugal nos seus planos de férias”.



Na SIC Notícias foi realizada uma campanha de apelo à oferta de viagens ao Centro de Portugal, com o objetivo de promover a região, onde ocorreu o maior incêndio, de sempre, no país.



7.2. Realização de Campanhas Internacionais de Promoção do Destino Portugal

Campanha internacional de publicidade em **meios digitais** (Google Search, Google Display Network, Youtube, Facebook), realizada em 20 mercados:

Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, Brasil, EUA, Holanda, Itália, China, Irlanda, Rússia, Canadá, Dinamarca, Suécia, Índia, Noruega, Bélgica, Finlândia, Áustria, Polónia

1 339 milhões de impressões dos anúncios

(vezes que uma criatividade – vídeo, texto ou imagem – é mostrado a um utilizador);

13 milhões de cliques nos anúncios

(quantidade de vezes que, após ver uma criatividade, o utilizador demonstrou interesse em saber, mais tendo sido redirecionado para um site ou rede social do VisitPortugal);

58 milhões de visualizações de vídeos

(quantidade de vezes que um vídeo foi visualizado por um utilizador como resultado da campanha).

Para além das campanhas internas e internacionais acima referidas, o Turismo de Portugal, realizou as seguintes ações:

- ✓ Campanhas de promoção do destino (temas: sol e mar, citybreak, gastronomia e vinhos, natureza, cultura, golfe, surf, cycling & walking, festivais de música);
- ✓ Campanhas como "Taça das Confederações", "Can't Skip Facts e para a China com o tema "Seleção Nacional";
- ✓ Cobertura e produção de "after movie" de cada um dos seguintes 6 eventos: Santo António em Lisboa, Festa da Flor na Madeira, Semana do Mar nos Açores e Web Summit Lisboa;
- ✓ Criação de identidades gráficas para: Caminhos de Fátima, Taste Portugal e Comemorações do Circunavegação de Fernão de Magalhães;
- ✓ Produção de filmes: Wish a Perfect Wish, Portugal Luxury Destination, Portuguese Greens, Portuguese Music Festivals, Portuguese Trails, Portuguese Waves;
- ✓ Divulgação de Portugal enquanto Destino de Investimento e onde é bom viver www.cantskipfacts.com

- 1 347 horas de edição de vídeo
- 688 horas de produção
- 592 horas de desenvolvimento de aplicações digitais
- 256 465 palavras traduzidas para 10 idiomas
- 179 dias de reportagem de eventos nas 7 regiões



54 ovos filmes produzidos

**24 Apoios Regfin
concedidos no valor
total de 5 975 mil €.**

Promoção do destino Portugal na imprensa estrangeira

O Turismo de Portugal aposta na dinamização e organização de Visitas de Imprensa a Portugal e na produção de conteúdos para divulgação nos mercados internacionais. Estes conteúdos são também disponibilizados no [Portal Online](#) dedicado aos *media*.

A monitorização e análise dos resultados é elaborada com base em palavras-chave, estrategicamente selecionadas, e abrange as referências na imprensa escrita, televisão, rádio e internet de 15 mercados internacionais.

**1 098 press trips realizadas, que envolveram
2 169 participantes**

33 016 referências ao destino Portugal

7.3. Promoção da Acessibilidade Aérea

Sendo Portugal um país situado numa das periferias da Europa, um dos recursos mais importantes na construção dos produtos turísticos é a garantia da acessibilidade (sobretudo aérea) que permita o acesso aos principais mercados, nomeadamente de mercados estratégicos para o Turismo em Portugal. Com efeito, em 2017, foram levadas a cabo diversas iniciativas para promover a acessibilidade aérea.

Novas rotas aéreas

Em 2017, surgiram 124 novas operações aéreas, contabilizando as duas épocas de verão e inverno IATA como operações distintas, incluindo ligações a novos destinos, novas operações em rotas existentes e alargamento temporal de operações, nomeadamente:

- ✓ Em **Lisboa**, que registou o maior aumento, os grandes destaques vão para a nova rota de Pequim (1º voo direto da China), o forte aumento de capacidade de Moscovo com a entrada de nova companhia (Aeroflot), a entrada da maior companhia mundial (Delta) com uma operação de N.Y., e a 1ª rota da TAP para o Canadá (Toronto);
- ✓ No **Porto**, destaca-se o início de operações de 2 importantes companhias de bandeira, a KLM de Amsterdão e a Air France de Paris CdG, para além da nova rota de Viena da Eurowings e mais de uma dezena de novas rotas da Ryanair;
- ✓ Em **Faro**, realce para as entradas da Germania com 4 novas rotas da Alemanha, da Primera Air com 2 novas rotas da Escandinávia e da Wizzair com uma nova rota de Budapeste, bem como o reforço da Eurowings com 4 novas operações e a extensão da nova rota da Transavia de Nantes no inverno;
- ✓ No **Funchal**, destaque para a nova operação da Lufthansa de Frankfurt, da Brussels de Bruxelas, 3 novas rotas da Germania da Alemanha e da Norwegian de Estocolmo no inverno;
- ✓ Em **Ponta Delgada** é dado destaque a novas rotas sazonais, designadamente da SATA para Barcelona, Ryanair de Frankfurt e 2 da Dinamarca com a Primera, além da extensão da rota de Londres para o inverno.

Ações de formação para TO's e AV's

Em 2017, foram ainda ministradas ações de formação na Alemanha, que contaram com 800 AV's e TO's.

Campanhas conjuntas para promoção de rotas

No ano de reporte, o Turismo de Portugal participou em campanhas conjuntas para promoção das seguintes rotas, entre outras:

País	Companhia	Origem	Destino	Início	Fim	Frequência semanal
China	Beijing Capital Airlines	Beijing	Lisboa	jun/17	jun/19	2
Alemanha	Germânia	Dresden, Munster, Erfurt e Nuremberg	Faro	abr/17	mar/18	2
Escandinávia	Primera	Billund	Lisboa/Tróia	mai/17	out/17	1
Canadá	TAP	Toronto	Lisboa	abr/17	mar/18	5+3
Alemanha	Eurowings	Cologne+Dusseldorf	Funchal	nov/17	mar/18	2
Reino Unido	Jet2	Edinburgh; London e Leeds	Funchal	nov/17	mar/18	1 a 2
Reino Unido	Jet2	London e Birmingham	Faro	nov/17	mar/18	2 e 3
França	Transavia	Nantes	Faro	out/17	dez/19	1
Polónia	Wizz Air	Wroclaw/Katowice	Porto	mar/18	mar/20	2
Suécia	Sas	Stockholm	Funchal	out/17	abr/18	1
Suécia/Dinamarca	Sas	Stockholm e Copenhagen	Faro	out/17	mar/18	1
Suíça	Easyjet	Geneva	Funchal	nov/17	mar/18	1

Ações e campanhas de promoção com TO's (tour operators – operadores turísticos) e OTA's (online travel agencies – operadores turísticos online)

Em 2017 foram também desenvolvidas várias ações e campanhas de promoção com TO's e OTA's, incluindo os seguintes exemplos:

País	Companhia	Origem	Destino	Início	Fim
Vários	Lastminute/Bravonext	Vários	Portugal	Jul/17	set/17
Vários	Expedia	Vários	Portugal	abr/17	mai/17
Vários	Edreams/Odigeo	Vários	Portugal	abr/17	mai/17
EUA	Tourama (Group Voyagers)	EUA	N/A	set/17	nov/18
EUA	Collette	EUA	N/A	N/A	N/A
Rússia	Pac Tour	Rússia	Portugal	jun/17	dez/17
Austrália/EUA/Canadá	Contiki	Austrália/EUA/Canadá	Portugal	mai/17	out/17
EUA	Delta Vacations	New York	Lisboa	out/17	dez/17

Alerta-se que estas listas acima não são exaustivas, apenas ilustrativas de alguns exemplos em cada caso.

8. conhecer

como apoiamos as empresas, o investimento e a transformação digital



8.1. Financiamento ao Setor

Durante o ano de 2017 entraram 1 470 candidaturas, no âmbito dos instrumentos de apoio financeiro geridos pelo Turismo de Portugal, I.P., incluindo no âmbito do Portugal 2020 e, subsequente seleção dos projetos de investimento a apoiar em linha com as prioridades definidas para o setor. Neste ano foram aprovadas 672 candidaturas, cujos projetos correspondem a um investimento de 625,36 milhões de euros e a um incentivo associado de 256,86 milhões de euros.

Dos 672 projetos aprovados, 85 foram no âmbito dos sistemas de incentivos do Portugal 2020, com um investimento de 156 milhões de euros e um incentivo alocado de 78,7 milhões de euros.

Os restantes 587 projetos selecionados, 312 foram no âmbito do Programa Valorizar, sendo que 72 correspondem à Linha de apoio ao turismo acessível, 137 à Linha de apoio à valorização turística do interior e 103 à Linha de apoio à disponibilização de redes wi-fi.

Ainda no âmbito do regime geral de financiamentos do Turismo de Portugal I. P., e tendo em conta as competências de cada área de negócio, foram apoiados projetos no valor total de 22,8 milhões de euros.

Com os apoios concedidos durante o ano de 2017 foi possível apoiar um conjunto diversificado de investimentos, reforçando-se a seletividade nos projetos de criação de empreendimentos turísticos e focando-se o apoio nos projetos de requalificação de empreendimentos turísticos que foram apresentados. Do mesmo modo, continuou-se a insistir no apoio ao desenvolvimento de atividades de animação turística. De salientar ainda o desenvolvimento de instrumentos financeiros relacionados com a valorização turística do interior, com a promoção do turismo acessível e com o apoio às empresas do setor do turismo severamente afetadas pelos incêndios de junho e outubro de 2017.

8.2. Assessoria à Gestão e Capacitação das Empresas

Em 2017, o Turismo de Portugal continuou a efetuar o acompanhamento à gestão das empresas que tem em carteira (negócio mais eficiente e maior equilíbrio financeiro), de forma a concluírem-se e estabilizarem-se novos planos de pagamentos com os credores, incluindo o Turismo de Portugal.

A “Capacitação Empresarial” tem vindo a ser uma prioridade desenvolvida pelo Instituto. Neste âmbito, foram realizados workshops e ações/sessões formativas, com o objetivo de dotar os representantes de micro e pequenas empresas de melhores competências técnicas de gestão que lhes permitam melhorar a competitividade das suas empresas.

Tema	Indicadores
Workshops:	
«Como Gerir Melhor o Preço do meu Hotel: a importância das variáveis na determinação do preço de venda»	3 <i>Workshops</i>
«Como Vender Melhor o meu Hotel: as vantagens do Marketing Digital»	8 <i>Workshops</i>
Sessões de formação no âmbito do Plano Nacional de Formação Financeira	5 Sessões

O Turismo de Portugal mantém contactos estreitos com as Associações Empresarias e com organismos públicos e privados (Entidades Regionais de Turismo, Agências Regionais de Promoção Turística, IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, I.P., Supervisores Financeiros, Banca). Esta articulação concretiza-se na partilha de informação e na organização conjunta de ações de capacitação empresarial.

Empresas do Turismo distinguidas como PME Líder e PME Excelência

No âmbito do Programa FINCRESCCE foram atribuídos os estatutos de PME Líder e PME Excelência, posicionam como motor da economia nacional em diferentes setores de atividade.

Foram distinguidas **767 empresas do Turismo com o Estatuto PME Líder, das quais 391 receberam o Estatuto de PME Excelência** por apresentaram os melhores desempenhos económico-financeiros e de gestão do ano de 2016.

O Turismo tem uma quota de 20% do universo Excelência, sendo um dos setores que regista um crescimento em todos os todos os indicadores de desempenho, num ano.



8.3. Linhas de Apoio

Instrumentos financeiros específicos para o Turismo, com prazos e condições adaptadas ao investimento turístico:

Instrumentos financeiros específicos para o Turismo	Objetivo	Destaques 2017
Linha de Qualificação da Oferta (criada em março de 2016, em parceria com 12 instituições de crédito e reforçada em março de 2017)	Proporcionar às empresas do setor do Turismo melhores condições no acesso ao financiamento, a médio e longo prazo, de projetos de investimento que se traduzam, sobretudo, na criação de empreendimentos turísticos inovadores, na requalificação de empreendimentos turísticos, assim como no desenvolvimento de projetos na área da animação turística e da restauração.	Das 93 candidaturas aprovadas, concretizou-se o apoio a 47 projetos de requalificação, 6TFVCV R4ESXZ de estabelecimentos hoteleiros (35). De salientar ainda o apoio a 13 projetos de empreendedorismo
Portugal 2020	O acordo de parceria entre Portugal e a Comissão Europeia reúne 5 fundos estruturais e de investimento, nos quais se definem os princípios de programação que consagram a política de desenvolvimento económico, social e territorial para promover, em Portugal, entre 2014 e 2020. Existem assim Objetivos Temáticos para estimular o crescimento e a criação de Emprego, as intervenções necessárias para os concretizar e as realizações e os resultados esperados com estes financiamentos.	Foram aprovadas 85 candidaturas com um incentivo total de 78,7 milhões de euros. De 74 projetos pagos em 2016 passaram-se para 222 em 2017
Linha de apoio à tesouraria para empresas turísticas nos concelhos afetados pelos incêndios	Apoio financeiro do Turismo de Portugal destinado a fazer face às necessidades de tesouraria das empresas turísticas com atividade localizada nos territórios atingidos pelos incêndios, decorrentes da quebra temporária da oferta turística.	O apoio concedido ascendeu a 586,9 mil euros, repartidos por 18 projetos.
Programa Valorizar Linha de apoio à valorização turística do interior	Apoio a iniciativas/projetos com interesse para o Turismo, que promovam a coesão económica e social do território e a contínua qualificação dos destinos através da regeneração, requalificação e reabilitação dos espaços públicos com interesse para o Turismo e da valorização do património cultural e natural do país.	Foram apoiados 137 projetos com um incentivo total de 37,21 milhões de euros
Programa Valorizar Linha de apoio ao Turismo acessível	Apoio a projetos que visem a adaptação física de espaços públicos, recursos e serviços de interesse turístico a pessoas com necessidades especiais, temporárias ou permanentes, de modo a garantir um acolhimento inclusivo a todos os turistas.	O incentivo aprovado para esta medida totalizou 8,77 milhões de euros, para um total de 72 projetos
Programa Valorizar Linha de apoio à disponibilização de redes wi-fi	Apoio ao investimento em projetos de disponibilização de acesso wi-fi nos centros históricos e em zonas de afluência de turistas, maximizando a experiência em Portugal, promovendo a gestão inteligente dos destinos e posicionando o turismo como líder no desenvolvimento de smart cities e de formas mais sustentáveis de gestão das cidades e dos seus recursos, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos e para o desenvolvimento económico.	Foram aprovados 103 projetos com um apoio financeiro de 5,80 milhões de euros
Programa Valorizar Programa de apoio financeiro à realização e captação de congressos e eventos	Mecanismo de apoio que visa contribuir para a recuperação e dinamização económica, apoiando a realização e captação de congressos e eventos de empresas ou outras entidades, que ocorram nos concelhos e nas regiões afetadas pelas catástrofes naturais de 2017.	Medida de apoio publicada no final de 2017, pelo que, neste ano, não foram apresentadas candidaturas
Programa Valorizar Linha de apoio à sustentabilidade	Apoio a iniciativas/projetos que promovam a sustentabilidade social e ambiental no Turismo, desenvolvidos por empresas, entidades públicas, associações de comércio ou de moradores e outras entidades de natureza semelhante, com vista a: - Integração entre residentes e turistas; - Dinamização económica dos espaços urbanos; - Promoção do consumo de produtos locais pelos visitantes; - Ações de educação/sensibilização ambiental e social no Turismo e iniciativas de valorização da identidade do país, das comunidades locais e que facilitem o diálogo entre gerações.	Medida de apoio publicada no final de 2017, pelo que, neste ano, não foram apresentadas candidaturas

8.4. Programas de Empreendedorismo

A inovação é um elemento fundamental para a competitividade do setor do Turismo em Portugal. Neste quadro, o Governo definiu o empreendedorismo como uma das prioridades em termos de política setorial, com o objetivo de promover Portugal com destino moderno e inovador, capaz de atrair investimento, talento e visitantes internacionais.

O Turismo de Portugal lançou o programa “Turismo 4.0”, enquanto programa integrado de estímulo da inovação no setor do turismo e enquanto veículo para potenciar Portugal como um *hub* global de inovação no Turismo, promovendo um ecossistema de cooperação tecnológica e empresarial.

Este programa, para além do apoio à participação em feiras internacionais de turismo, envolveu os seguintes programas:

Programa	Descrição
Fabtur Cidadão – Rumo ao Turismo 4.0	Programa que visa promover dinâmicas turísticas existentes nas envolventes dos Fablabs e nos participantes, potenciando os respetivos modelos de negócio, acrescentando-lhes elementos diferenciados focados numa emergente procura do mercado global e orientando-os através de mentoria, instalação nas Incubadoras da Rede Nacional de Fablabs e preparação para apresentação do seu projeto a uma rede de investidores. Na edição de 2017, foram apoiados 30 projetos
Discoveries 2017	Programa com duração de quatro semanas para 10 a 15 startups nacionais e estrangeiras de base tecnológica com projetos relacionados com o turismo, envolvendo a realização de oito sessões de bootcamp e de uma sessão Demo Day para apresentação dos projetos a investidores. Em 2017, foram apoiados 15 projetos
Lisbon Challenge 2017	Programa internacional de aceleração com duração de três meses orientado para startups de base tecnológica e focado no desenvolvimento e validação do produto, tendo sido considerado o quarto acelerador mais dinâmico da Europa pela Fundacity
Tourism Ideation Week	O Tourism Ideation Week é um programa de FastIdeation na área do turismo. Este programa, que será desenvolvido na ilha da Madeira, permitirá identificar os principais desafios na indústria do turismo e potenciar a inovação no setor
The Journey	Programa global de apoio às startups do turismo que tem em vista o desenvolvimento e experimentação de soluções inovadoras para o setor nas áreas de experiência no destino, otimização do negócio e turismo sustentável, que teve como parceiros a Agência Abreu, Airbnb, Amadeus, Cityrama, NOS e Grupo Pestana
Tourism Up	Programa de aceleração promovido pelos Territórios Criativos e o Turismo de Portugal desenhado para apoiar projetos de empreendedorismo nas áreas do turismo e valorização e promoção de produtos endógenos, preferencialmente em territórios de baixa densidade. Foram apoiados 10 projetos
Newton	Programa de aceleração promovido pela RIERC - Rede de Incubadoras de Empresas da Região Centro e apoio do Turismo de Portugal, concebido para apoiar projetos de empreendedorismo na área do Turismo
Tourism Explorers	O Tourism Explorers é um programa de criação e aceleração de novas startups na área do turismo, desenvolvido em 11 cidades de norte a sul do país e em Angra do Heroísmo, na ilha da Terceira, Açores
Tourism Innovation Competition	Concurso mundial de ideias tem como objetivo descobrir o projeto mais inovador para uma solução digital que permita melhorar a experiência de visitar monumentos e museus e atrair novos visitantes
Beta-Start	Programa que incentiva e cria condições para que os empreendedores acelerem as suas ideias e possam, mais rapidamente, transformá-las em start-ups ou negócios reais. Disponibiliza um espaço de trabalho físico no centro de Lisboa, acesso preferencial a prestadores de serviços administrativos e legais, suporte financeiro, mentoring e sinergias empresariais
SOL	Programa vertical focado na validação e integração de soluções inovadoras desenhadas para melhorar a mobilidade e, por conseguinte, a qualidade de vida na cidade de Lisboa

O desenvolvimento destes programas permite incrementar o foco do sistema educativo no empreendedorismo e criar uma rede de incubadoras para o setor.

No âmbito destes programas, a mentoria constitui um fator crítico para o desenvolvimento de ideias e modelos de negócio de startups, contribuindo para o sucesso daquelas iniciativas e reforço do empreendedorismo. Com efeito, foi criada uma rede de mentores, que garante às startups a aconselhamento ao desenvolvimento dos seus negócios.

Para além destes programas, foram, ainda, dinamizados eventos, nacionais e internacionais, associados ao ecossistema do empreendedorismo. Neste âmbito foram realizados o Lisbon Investment Summit e o Websummit, enquanto megaeventos neste domínio. As EHT realizaram, ainda, a quarta edição das “Jornadas de Empreendedorismo Turístico – Encontra o teu Negócio”, iniciativa que convida à participação dos empreendedores e futuros empreendedores a um dia de reflexão, partilha e networking, dando palco a alguns dos projetos de empresas, quer no sector empresarial quer no meio académico.

8.5. Transformação Digital

TravelBI

De forma a melhorar a divulgação de informação e conhecimento sobre a atividade turística em Portugal, identificada no âmbito de um estudo de definição do sistema de business intelligence do Turismo de Portugal, foi desenvolvido em 2016 um novo portal de gestão do conhecimento, [TravelBI](#), com os seguintes objetivos:

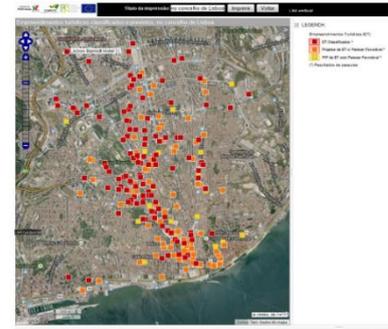


- ✓ Promover a segmentação e disponibilização de informação junto dos diversos stakeholders, em função das suas necessidades específicas;
- ✓ Aumentar o retorno e impacto da disponibilização da informação;
- ✓ Promover a interatividade na exploração de dados, indicadores e estatísticas;
- ✓ Reduzir o esforço produção e preparação de dados
- ✓ Disponibilizar a informação em multiplataforma, desktop ou mobile.

Em 2017, o portal consolidou a sua posição como ferramenta central na divulgação da performance do setor turístico com mais informação sobre os mercados emissores para o destino Portugal e a publicação de relatórios produzidos por diversos parceiros internacionais. Durante este período foram identificadas melhorias e necessidades, assim como, a implementação de novas funcionalidades de business intelligence a serem concretizadas no ano de 2018.

SIGTur (sistema de informação geográfica do Turismo)

Constituindo o turismo uma atividade com forte expressão territorial, a concretização de uma política de desenvolvimento sustentado para o setor exige o conhecimento permanente e atualizado da espacialização da oferta turística, quer em termos de empreendimentos turísticos existentes, quer em termos de compromissos já assumidos, ou mesmo intenções concretas de investimento, bem como de equipamentos e infraestruturas de interesse para o turismo.



Exemplo de aplicação do SIGTur ao concelho de Lisboa.

Neste sentido, entre 2016 e 2017, deu-se início ao desenvolvimento e consolidação de uma nova aplicação – [SIGTur](#) – que proporciona um leque alargado de funcionalidades aos utilizadores. Este sistema de informação geográfica da oferta turística na web pretende responder às solicitações de várias unidades orgânicas do Turismo de Portugal que mais diretamente trabalham com as questões do território, bem como dos nossos principais stakeholders, disponibilizando informação georreferenciada sobre vários temas de negócio do turismo. Na data em que estamos a publicar este relatório, esta aplicação encontra-se já disponível.

SIGUT – sistema de gestão da utilidade turística

Em linha com o programa SIMPLEX de simplificação e digitalização da Administração Pública, o Turismo de Portugal passou a ter disponível, em 2017, uma aplicação eletrónica – [SIGUT](#) - que tem como destinatários os proprietários e exploradores de empreendimentos de carácter turístico, através da qual estes poderão formular os pedidos de utilidade turística.



Esta iniciativa visa, no âmbito dos procedimentos da utilidade turística, obter ganhos em termos de simplificação, padronização, celeridade e de redução do consumo de papel (estima-se uma redução na ordem dos 80%).

Para além do desenvolvimento destas plataformas, foram, ainda, estabelecidas parcerias, com a Câmara Municipal de Lisboa (CML) e com o Centro Operacional Integrado de Lisboa (COI), com o objetivo de partilhar a informação relevante para o funcionamento do COI na cidade de Lisboa, numa lógica de política de dados abertos que envolve a colaboração no Portal de dados Abertos da Cidade de Lisboa (LISBOA ABERTA). Foi, ainda, assinado o acordo de cooperação para o programa de aceleração e inovação de dados abertos, com CML+ AIEL (Associação para a Inovação e Empreendedorismo de Lisboa) + MEO+ Cisco+ Beta-i.

9. conhecer

como protegemos o ambiente



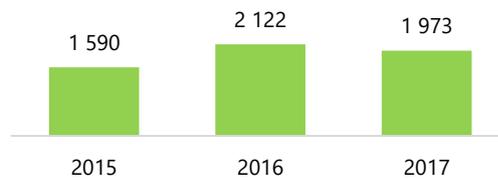
9.1. Performance Ambiental do Turismo de Portugal

Consumo de água



Em 2017, registou-se um **decréscimo de 7% no consumo de água** do edifício-sede, face ao ano de 2016.

Consumo total de água na Sede (m³)



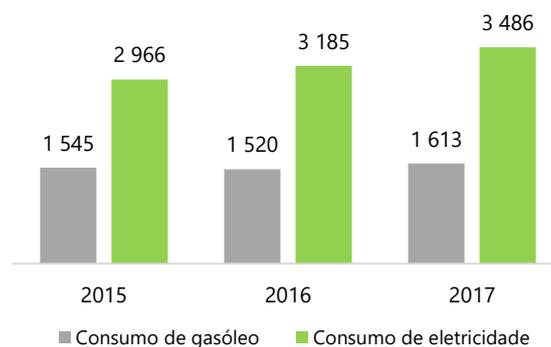
Fonte: turismo de Portugal

Consumo de energia



O consumo global de energia na Sede do Turismo de Portugal foi de 5.099 GJ em 2017. Este consumo refere-se ao consumo de gasóleo (1 613 GJ em 2017) e de eletricidade (3 486 GJ em 2017). O consumo global de energia aumentou 8,4% face a 2016, ficando o mesmo a dever-se, principalmente, ao aumento de 9,5% no consumo de eletricidade na Sede.

Consumo total de energia na Sede (GJ)



Fonte: Turismo de Portugal

Eletricidade



O consumo de eletricidade representou a maior parcela (68%), do consumo global de energia, com 3 486 GJ consumidos, em 2017, na Sede. Face a 2016, o consumo global de eletricidade apresentou um aumento de 9,5%, em grande parte justificado por maior utilização dos equipamentos de climatização associada às condições climatéricas.

Gasóleo



O consumo de gasóleo entre 2016 e 2017 assinalou um aumento de 6,1%.

Emissões de gases com efeito estufa (GEE)



As emissões de GEE da Sede do Turismo de Portugal decorreram do seu consumo de energia.

Deste modo, as emissões diretas (Âmbito 1), resultantes do consumo de gasóleo, aumentaram de forma direta à medida que o consumo deste combustível também subiu.

As emissões de GEE decorrentes do consumo de eletricidade, emissões indiretas (Âmbito 2) para além de serem influenciadas pelo consumo de energia, dependem igualmente das variações decorrentes do *mix* energético nacional. Face a 2016, as emissões da Sede do Turismo de Portugal aumentaram 8,6%.

Emissões de GEE (t CO _{2e}) da Sede				
Tipo de emissões	Fonte de energia	2015	2016	2017
Diretas (Âmbito 1)	Gasóleo	115	113	120
Indiretas (Âmbito 2)	Eletricidade	338	363	397
Total		453	476	517

Fonte: Turismo de Portugal

Consumo de materiais



Destaque para a **diminuição de 48% no consumo de papel**: de 14,44 ton em 2016 passaram-se para 7,49 ton em 2017. Tendência semelhante ocorreu no que se refere ao consumo de tinteiros e *toners*, com um decréscimo de 4,8% de 2016 para 2017.

	2015	2016	2017
Consumo de papel (ton)	14,36	14,44	7,49
Consumo de tinteiros e <i>toners</i> (unidade)	524	544	518

Também com a finalidade de se conseguir continuar a baixar o consumo de materiais, em 2017, foram implementadas as seguintes iniciativas:

- ✓ Aposta na promoção através de canais digitais;
- ✓ Implementação do "Papel Zero": o projeto que pretende reduzir e, eventualmente, eliminar a utilização de papel nos órgãos da Administração Pública. O "Papel Zero" é um projeto-piloto que visa dar início à completa digitalização dos todos os processos e comunicações (a Secretária-geral do Ministério da Justiça, a Direção-Geral do Ensino Superior e o Turismo de Portugal são os primeiros a pôr em prática esta medida).



Em 2017, como resultado da implementação da iniciativa do "Papel Zero", o Turismo de Portugal consumiu **menos 6 840 resmas de papel**, o que significam **menos 34 árvores abatidas**



Iniciativas para o futuro:

- Implementação ativa de uma gestão de resíduos ao nível da sua separação na sede do Turismo de Portugal

9.2. Performance Ambiental das EHT

Consumo de água

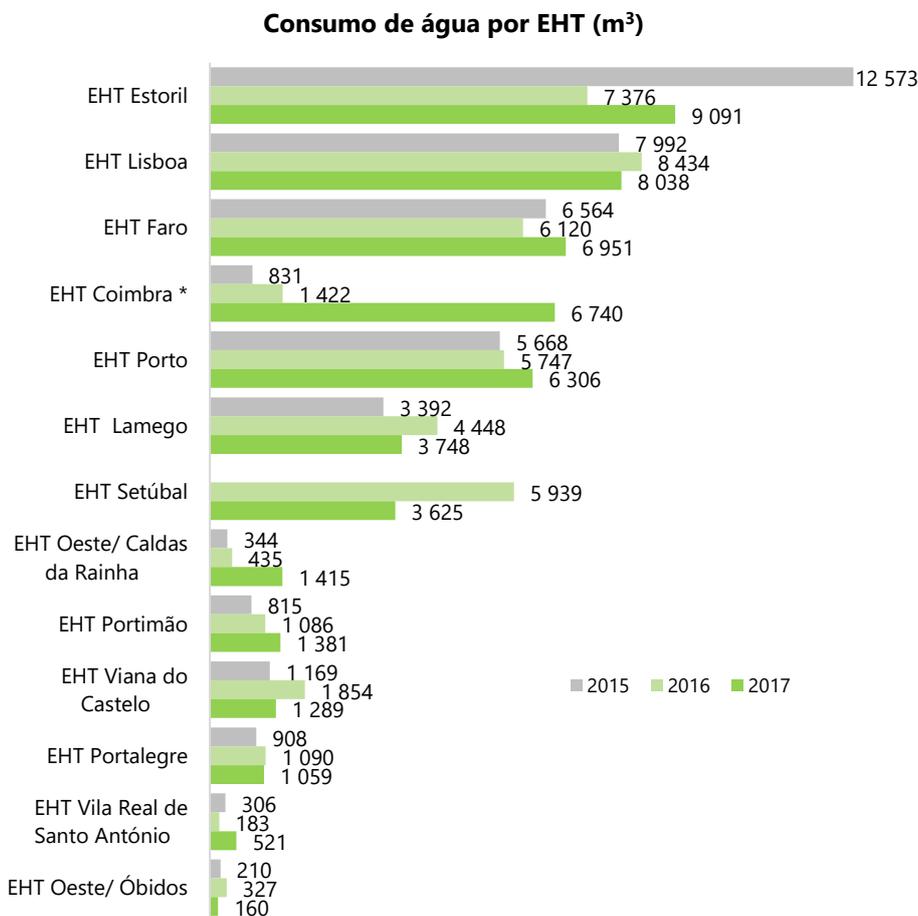


Em 2017, registou-se um aumento no consumo de água de 13% face a 2016. As escolas que mais contribuíram para este aumento foram: EHT Coimbra, EHT Oeste/Caldas da Rainha, EHT Vila Real de Santo António.



Fonte: turismo de Portugal

Este aumento é fruto, não só do crescimento do número de alunos que frequentam as escolas de hotelaria, como também de uma rutura que ocorreu no sistema de canalização do jardim da EHT Coimbra.



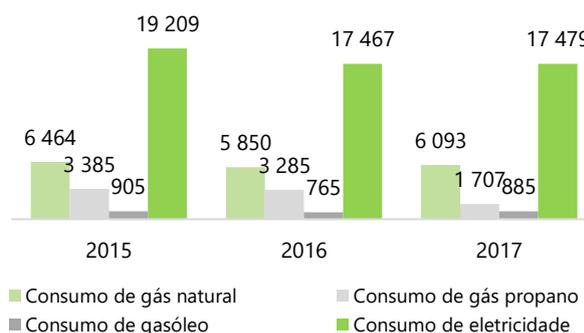
* Uma rutura no sistema de canalização do jardim da escola, justificou este acréscimo no consumo

Consumo de energia



O consumo global de energia nas EHT foi de 26 164 GJ, em 2017. Este consumo refere-se ao consumo de gás natural (6 093 GJ), gás propano (1 707 GJ), gasóleo (885 GJ) e eletricidade (17 479 GJ).

Consumo total de energia nas EHT (GJ)



Fonte: Turismo de Portugal

O consumo global de energia diminuiu 4,4%, face a 2016, decorrente do acentuado decréscimo de 48% no consumo de gás propano.

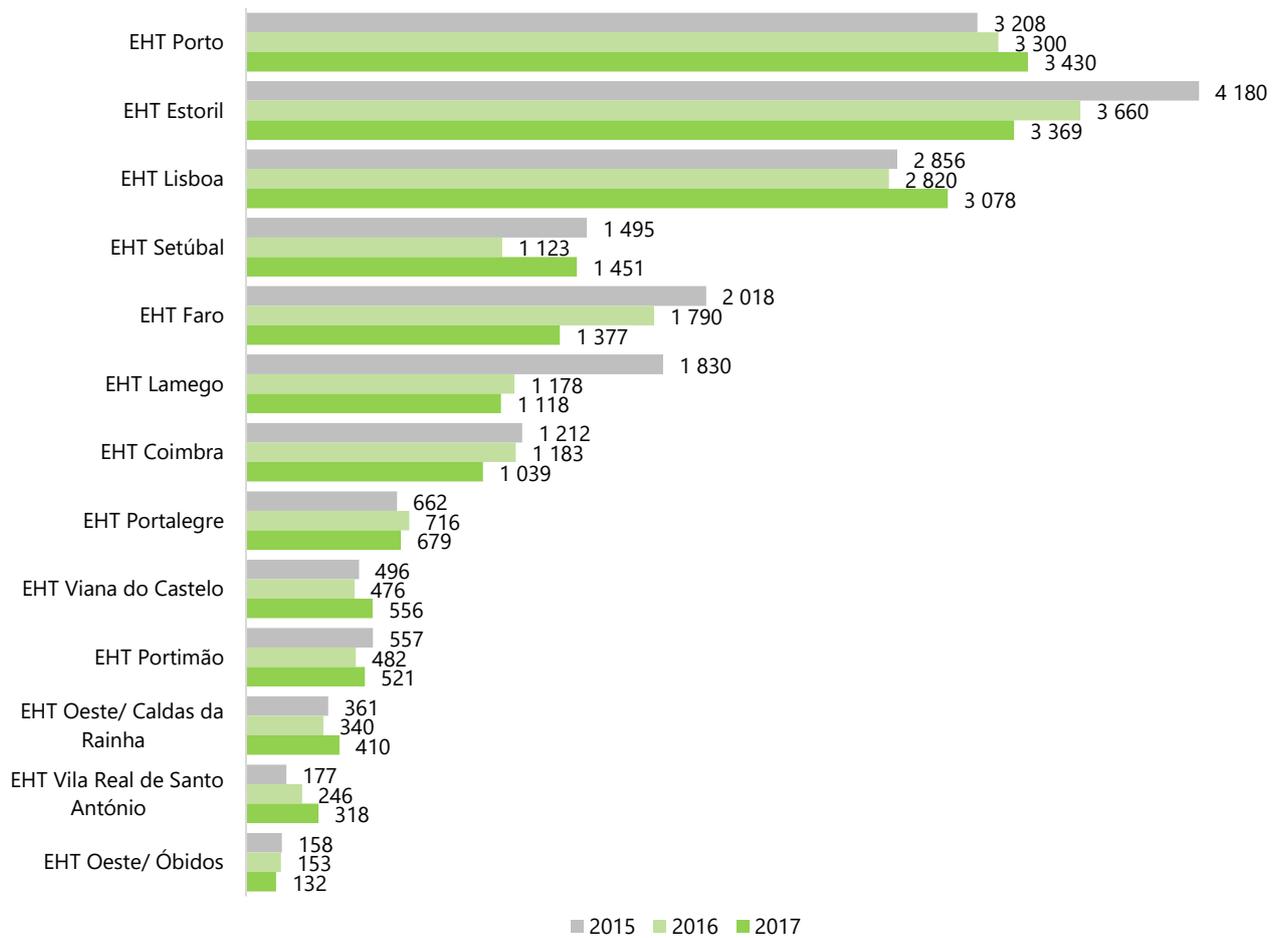
Eletricidade



O consumo de eletricidade representa a maior parcela do consumo global de energia das EHT, 66,8% que se traduziram em 17 479 GJ consumidos em 2017. Face a 2016, o consumo global de eletricidade apresentou uma certa estabilidade em termos de evolução, por um lado devido a ações de sensibilização para a redução dos consumos e, por outro, devido à implementação de ações específicas como é o caso da aquisição dos painéis solares térmicos e fotovoltaicos.

As EHT que, em 2017, mais contribuíram para a estabilidade, em termos de consumo de eletricidade, foram as de Faro (-23,1%), oeste/Óbidos (-13,4%), Coimbra (-12,1%), Estoril (-7,9%), e Portalegre e Lamego, com reduções de, 5,2 e 5,1%, respetivamente.

Consumo de eletricidade por EHT (GJ)



Fonte: Turismo de Portugal

Gasóleo



Ao analisar a evolução do consumo de combustíveis entre 2016 e 2017, verifica-se um aumento de 15,7%.

Gás Natural e Gás Propano



Relativamente ao consumo de gás natural e de gás propano nas EHT, a evolução do consumo destes combustíveis apresentou tendências opostas. Enquanto que o consumo de gás natural aumentou 4,2%, assistiu-se a um **acentuado decréscimo no consumo de gás propano (-48%)**.

	2015	2016	2017
Gás natural (m ³)	168 153	152 176	158 512
Gás propano (Kg)	69 869	67 800	35 242

Fonte: Turismo de Portugal

O aumento do consumo de gás natural (+4,2%) ficou a dever-se maioritariamente aos crescimentos do consumo registado na EHT de Porto (+72,2%), na EHT de Vila Real de Santo António (+43,2%), na EHT de Viana do Castelo (+24,9%) e na EHT de Lisboa (+16,5%).

Relativamente ao gás propano, este só é consumido pelas EHT de Faro, Estoril e Lamego. A EHT de Faro registou uma redução muito significativa no seu consumo: -89,8%, que em parte contribuiu para a redução no consumo total (-48%), a par com a redução de 18,3% registada na EHT de Lamego.

Emissões de gases com efeito estufa (GEE)



As emissões de GEE das EHT decorreram dos seus consumos de energia.

Deste modo, as emissões diretas (Âmbito 1), resultantes do consumo de gás natural, gás propano e gasóleo, evoluem na proporção direta dos consumos destes combustíveis. Assim surge gás natural com mais 4,2% de emissões, o gás propano com menos 48% e o gasóleo com mais 15,7%.

As emissões de GEE decorrentes do consumo de eletricidade, emissões indiretas (Âmbito 2), para além de serem influenciadas pelo consumo de energia, dependem igualmente das variações decorrentes do mix energético nacional. Face a 2016, as emissões das EHT apresentaram alguma estabilidade (+0,1%).

Emissões de GEE (t CO _{2e}) das EHT				
Tipo de emissões	Fonte de energia	2015	2016	2017
Diretas (Âmbito 1)	Gás natural	366	331	345
	Gás propano	215	209	108
	Gasóleo	67	57	66
Indiretas (Âmbito 2)	Eletricidade	2 187	1 988	1 990
Total		2 835	2 585	2 509

Fonte: Turismo de Portugal

Gestão de resíduos



As EHT produzem uma grande diversidade de resíduos, que são alvo de tratamento e valorização de acordo com as boas práticas de gestão de resíduos. Em 2017, as EHT mantiveram a preocupação de procederem à gestão de resíduos ao nível dos óleos alimentares e desperdícios alimentares.

9.3. Performance Ambiental do Setor

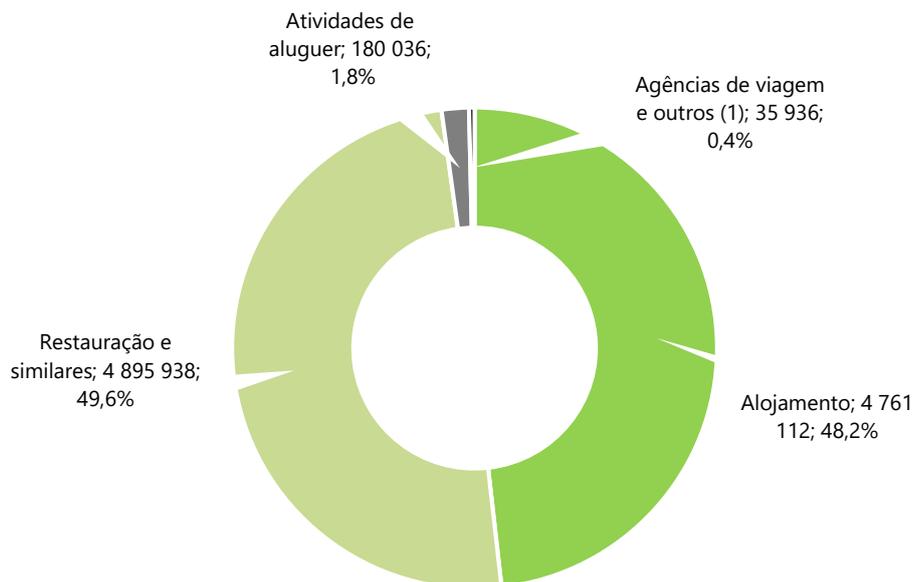
Consumo de energia



Em 2016, com exceção das agências de viagem, operadores turísticos e outros serviços de reservas e atividades relacionadas, todas as atividades registaram aumentos no consumo de energia. Considerando uma das principais atividades analisadas, nomeadamente o Alojamento, verificou-se um aumento de 9,4% no consumo total de energia, relativamente ao ano de 2015 (últimos dados disponíveis). De salientar que as dormidas que ocorreram no total do Alojamento Turístico cresceram 11,4% em 2016 (face a 2015), donde se pode concluir que a adesão dos estabelecimentos à implementação de medidas de uso eficiente na utilização da energia elétrica (ver desempenho ambiental do alojamento em Portugal | 2017), conduz a que, mesmo com mais clientes, podem reduzir-se consumos.

Nas atividades analisadas, os setores com níveis de consumo energético mais elevados são o da Restauração e similares e o do Alojamento, que representaram 49,6% e 48,2% do consumo, respetivamente.

Consumos de energia por contribuição das diferentes atividades características do Turismo (GJ; %)



(1) inclui operadores turísticos e outros serviços de reservas e atividades relacionadas

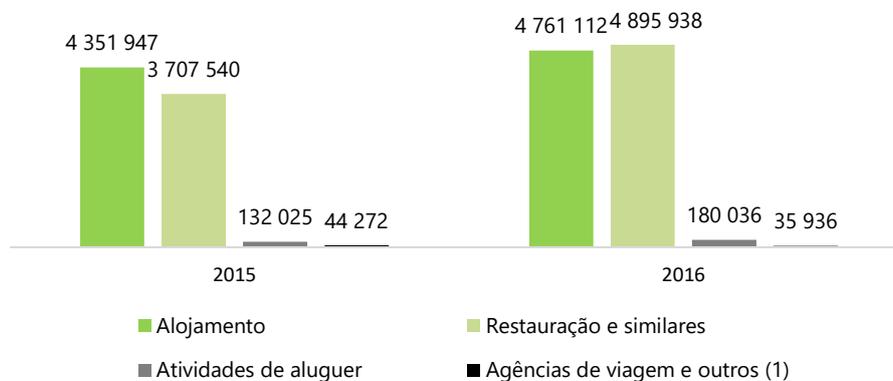
Fonte: DGEG – Direção Geral de Energia e Geologia

Eletricidade



Relativamente aos diversos tipos de energia, à semelhança de 2015, também em 2016, a energia mais consumida, tanto na Restauração e similares como no Alojamento é a energia indireta (eletricidade), com representações de 53,6% e 45% do consumo total destes setores. No que respeita à evolução, verifica-se um aumento no período de 2015 a 2016, em todas as atividades características do Turismo, com exceção para as Agências de viagens, operadores turísticos, outros serviços de reservas e atividades relacionadas.

Consumo de energia nas atividades características do Turismo (GJ)



(1) Inclui operadores turísticos e outros serviços de reservas e atividades relacionadas

Fonte: DGEG – Direção Geral de Energia e Geologia

Gás Natural, Gás Butano, Gás Propano e Outros



Analisando os consumos de energia direta (combustíveis), verificou-se que esta foi a menos consumida pelas principais atividades características do Turismo, nomeadamente 34,8% no Alojamento e 24,6% na Restauração e similares, no que se refere ao consumo total destes setores. O Alojamento foi, nesta vertente, o principal responsável, representando 55,7% do consumo total das atividades características do Turismo, em 2016, seguido da Restauração e similares com 40,4%.

Verificou-se, em 2016, um decréscimo de 2,4% do consumo global de energia direta das atividades características do setor, sobretudo influenciado por quebras de 43,9% nas Agências de viagens, operadores turísticos, outros serviços de reservas e atividades relacionadas, 3% no Alojamento e 2,7% na Restauração e similares. As Atividades de aluguer registaram um aumento de 11,1%, motivado principalmente pelo acréscimo do consumo de gás natural (+23,7%).

Consumo total de energia direta por Setor (GJ)

Setor	Gás Natural		Gás Butano		Gás Propano		Outros		Gasóleo colorido		Total	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Alojamento	860 068	907 106	21 874	12 921	743 074	719 624	69 550		15 125	18 925	1 709 689	1 658 567
Restauração e similares	937 279	969 899	48 395	9 935	240 590	213 535			9 571	8 623	1 235 836	1 201 993
Atividades de aluguer	103 598	115 912			966	308					104 564	116 220
Agências de viagem e outros ⁽¹⁾	3 212	1 338			46	488					3 258	1 826
Total	1 904 157	1 994 256	70 268	22 856	984 676	933 947	69 550		24 696	27 548	3 053 348	2 978 607

(1) Inclui operadores turísticos e outros serviços de reservas e atividades relacionadas
 Fonte: DGEG – Direção Geral de Energia e Geologia

Emissões de gases com efeito estufa (GEE)

O setor do Turismo contribui para as emissões de GEE através, sobretudo, das viagens aéreas realizadas pelos turistas e das deslocações rodoviárias efetuadas. Outra parte das emissões decorre do consumo de energia direta, nomeadamente, gás natural, gás propano e também do consumo de eletricidade.

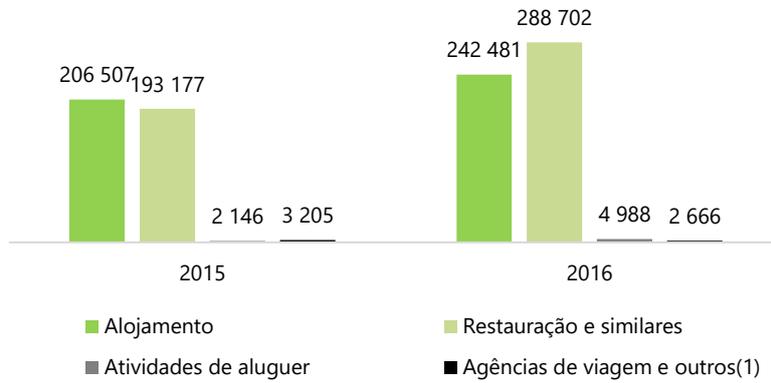
Verifica-se, relativamente às emissões decorrentes do consumo de energia direta (âmbito 1), que se registou uma diminuição de 3,5% face a 2015, em resultado do significativo decréscimo do consumo de energia registado nas Agências de viagens, operadores turísticos, outros serviços de reservas e atividades relacionadas e, em menos escala, no Alojamento e na Restauração e similares.

Relativamente às emissões decorrentes do consumo de eletricidade (âmbito 2), verificou-se um aumento de 33% resultante da evolução do consumo de eletricidade.

De referir que nesta análise não está contemplada uma grande porção das emissões de CO₂ associadas às deslocações dos turistas, sobretudo via transportes aéreos. É espetável, que a entrada do setor da aviação no mercado regulado de CO₂ venha acelerar o progresso tecnológico e de infraestruturas necessário à redução das emissões e ao aumento da eficiência dos transportes aéreos.

Já na deslocação dos turistas em Portugal, de destacar a crescente utilização do comboio como meio de transporte de lazer. A CP – Comboios de Portugal, tem vindo a desenvolver pacotes turísticos e a associar-se a vários parceiros e entidades no sentido de promover o comboio como meio de transporte para determinados eventos e a criar rotas turísticas temáticas com base neste meio de transporte.

**Emissões decorrentes do consumo de eletricidade
(t CO₂e) (Âmbito 2)**



(1) Inclui operadores turísticos e outros serviços de reservas e atividades relacionadas
 Fonte: DGEG – Direção Geral de Energia e Geologia



Desempenho ambiental do alojamento em Portugal

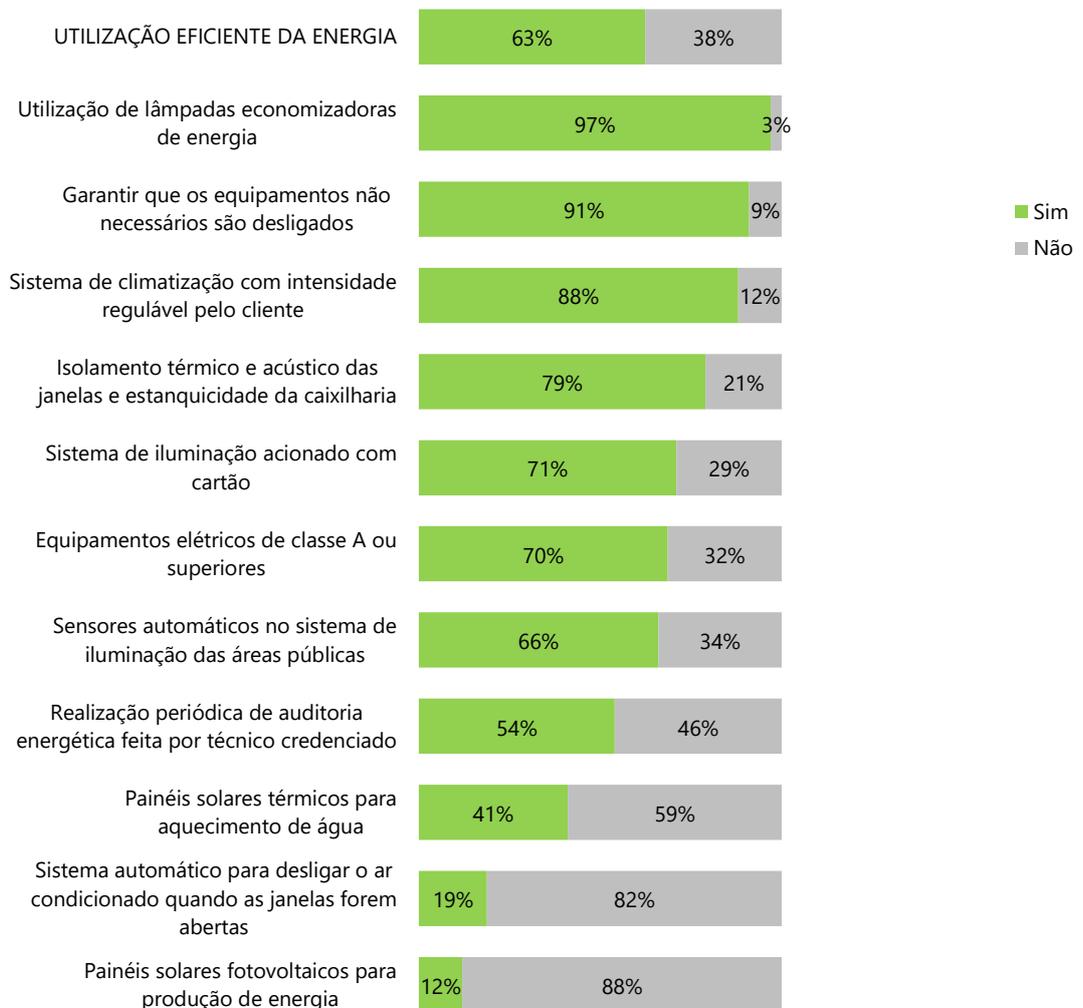
Boas Práticas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos

Em 2017, de acordo com o inquérito “Impacte Ambiental e Responsabilidade Social dos Empreendimentos Turísticos” realizado pelo Turismo de Portugal, gerir de forma racional os recursos energéticos é uma preocupação que envolve cerca de 62% das unidades turísticas existentes em Portugal, refletindo estabilidade, face a 2016.

- Utilização eficiente da energia



Gerir racionalmente os recursos energéticos é uma prática seguida por 63% das unidades hoteleiras em Portugal.



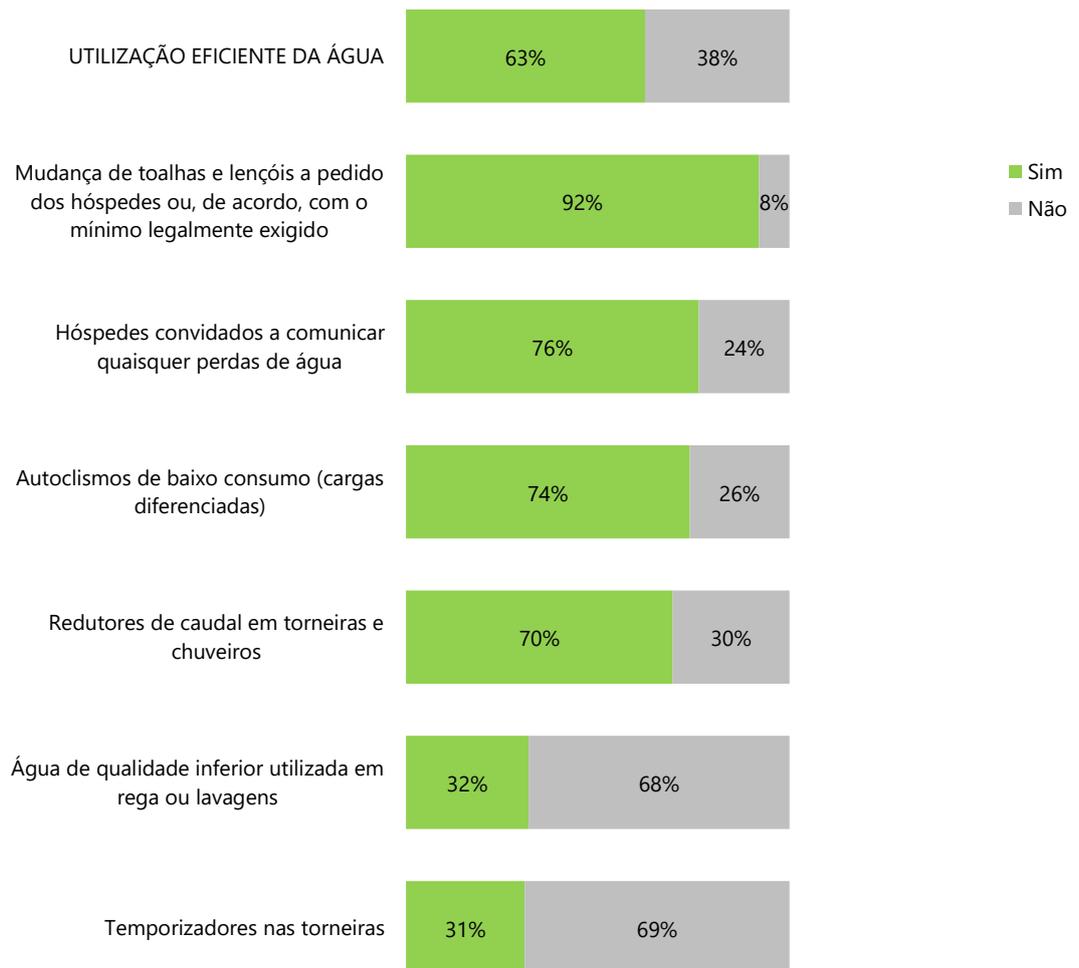
Globalmente, tem-se assistido a uma subida gradual em algumas das práticas, nomeadamente:

- ✓ 91% das unidades hoteleiras tem a preocupação de garantir que os equipamentos não necessários são desligados, sendo esta uma das práticas mais seguidas (86% em 2016);
- ✓ 41% dos estabelecimentos já tem painéis solares térmicos para aquecimento de água (37% em 2016);
- ✓ 12% das unidades hoteleiras já tem painéis solares fotovoltaicos para produção de energia (10% em 2016).

- Utilização eficiente da água



Gerir de forma responsável o recurso água é um compromisso assumido por 63% dos empreendimentos, denotando-se ligeiro aumento, face a 2016 (+1 p.p.).

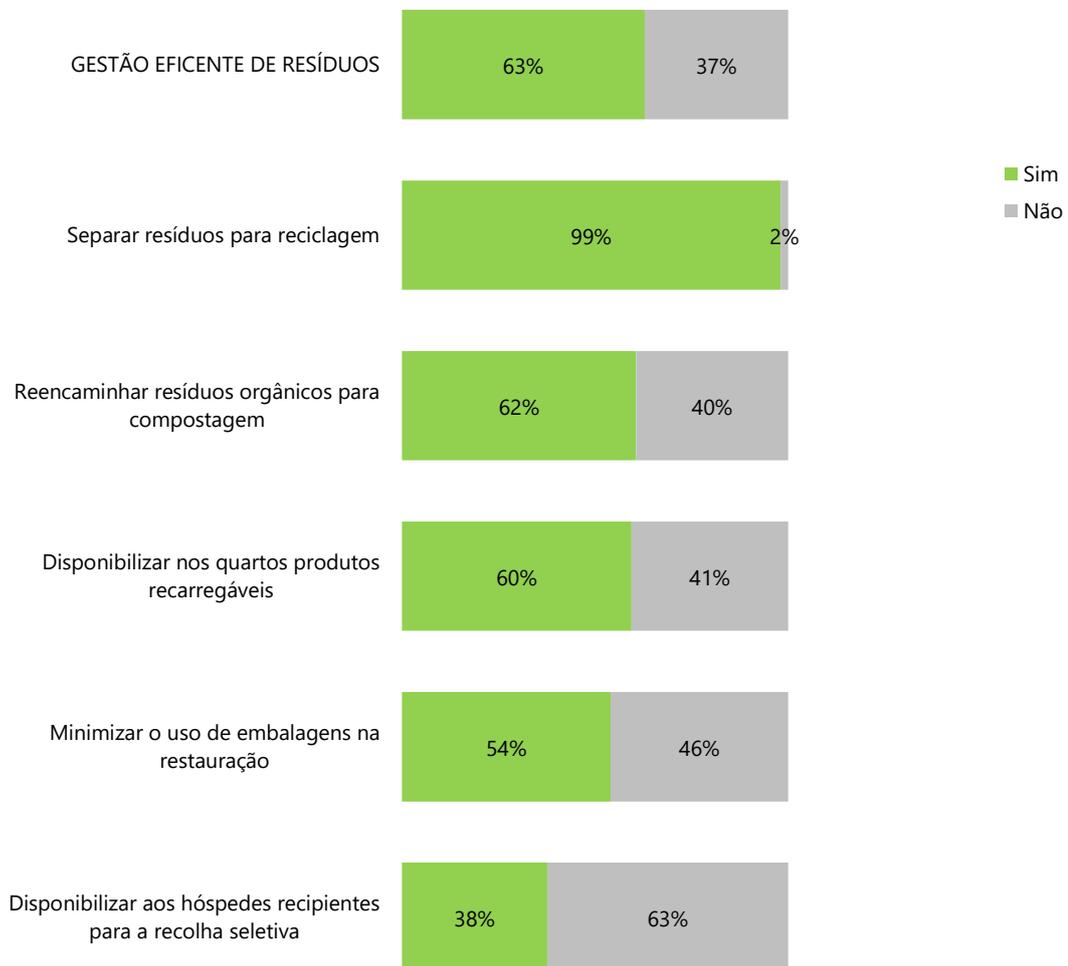


- ✓ 74% das unidades hoteleiras tem autoclismos de baixo consumo e 70%, redutores de caudal em torneiras e chuveiros (a primeira prática captou +1 p.p. de interessados, face a 2016);
- ✓ 32% dos estabelecimentos utiliza a água de qualidade inferior em regas ou lavagens (ex.: água da chuva ou proveniente de ETAR própria), que se traduz num aumento de 2 p.p., face a 2016;

- Gestão de resíduos



63% das unidades hoteleiras assumem gerir de forma eficiente os resíduos, mantendo-se também nesta prática, estabilidade em relação aos resultados obtidos em 2016.



- ✓ 99% das unidades hoteleiras procede à simples separação de resíduos para reciclar (+1 p.p. face a 2016);
- ✓ 62% dos estabelecimentos reencaminha resíduos orgânicos para compostagem (56% em 2016);

9.4. Envolvimento em Iniciativas Ambientais

Participação em prémios e programas que promovem a sustentabilidade no turismo

Prémios/ Programas	Quem é responsável?	Qual o objetivo?	Qual o papel do Turismo de Portugal?	Quais os principais resultados em 2017?
Green Project Awards 2017 (reconhecimento de boas práticas)	GCI (consultora de <i>public engagement</i>) em parceria com a Agência Portuguesa do Ambiente e a Quercus – Associação Nacional de Conservação da Natureza	Reconhecer boas práticas em projetos que promovam o desenvolvimento sustentável, com periodicidade anual	Júri e coordenador da categoria Agricultura, Mar e Turismo.	Das 16 candidaturas avaliadas, 6 chegaram à lista de finalistas, com 1 vencedor e 2 menções honrosas.
Programa “Green Key” (galardo internacional)	<i>Foundation for Environmental Education</i> (FEE), sediada na Dinamarca e que, em Portugal, é coordenada pela ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa.	Promover o Turismo Sustentável em Portugal, através do reconhecimento de estabelecimentos turísticos, alojamento local, parques de campismo e restaurantes que implementem boas práticas ambientais e sociais, valorizando a gestão ambiental e promovendo a educação ambiental para a sustentabilidade	Integra a Comissão Nacional do Programa.	Foram galardoados 93 empreendimentos, englobando 60 hotéis e hotéis apartamento, 14 estabelecimentos de turismo no espaço rural, 5 parques de campismo e caravanismo, 5 restaurantes e 9 estabelecimentos de alojamento local. A Madeira dispôs de mais unidades galardoadas (31 empreendimentos, correspondentes a 33%), seguida de Lisboa com 14 estabelecimentos (15%) e do Porto e Norte com 13 estabelecimentos (14%)
Participação no Programa ECOXXI (programa de educação para a sustentabilidade)	ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa.	Identificar e reconhecer boas práticas de sustentabilidade dos municípios, valorizando, entre outros aspetos, a educação no sentido da sustentabilidade e a qualidade ambiental.	Integra a Comissão Nacional do Programa e lidera o júri especializado do indicador 21 – Turismo Sustentável (análise das candidaturas com base em critérios de desempenho turístico, valorização do património natural e cultural e iniciativas desenvolvidas).	Candidataram-se 55 municípios, tendo no indicador 21 – Turismo Sustentável, sido apurados como os municípios mais pontuados, Aljezur, Madalena do Pico, Vila do Bispo, Sesimbra, Cascais e Mafra.

Participação em grupos de trabalho

Grupos de trabalho	Qual o papel do Turismo de Portugal?
Comité Técnico 228 – Tourism and Related Services – International Organization for Standardization (TC 228/ISSO)	Participação nos grupos internacionais de trabalho do Comité Técnico 228/ISO, nomeadamente como perito dos working groups: WG 2 - SPA services; WG 7 – Adventure tourism; WG12 - International Volunteer Tourism; WG 13 - Sustainable tourism; WG 14 - Accessible Tourism
Rede Europeia de Informação e de Observação do Ambiente (EIONET)	Acompanhamento dos trabalhos da EIONET e participação nas reuniões internacionais sobre Tourism and environment reporting mechanism (TOUERM) para definição de indicadores de proteção ambiental relacionados com o Turismo
Comité Nacional do Programa Man & Biosphere da UNESCO	Programa científico da UNESCO que visa a conservação da biodiversidade, a melhoria da qualidade de vida das populações e um desenvolvimento económico sustentável. O Comité Nacional MB é o órgão responsável pela coordenação do Programa MB em Portugal, do qual o Turismo de Portugal faz parte. Releva referir que temos 3 das 16 RB Transfronteiriças que existem em todo o mundo, num bom exemplo de cooperação com Espanha e que realça a importância do trabalho em rede, promovido por este Programa
Estratégia Nacional de Adaptação às Alterações Climáticas (ENAAAC)-2.ª Fase	Participação no GT Economia, que integra o Turismo, o Comércio e a Indústria (GT ECON), no âmbito da revisão ENAAAC 2020. As reuniões são convocadas pela DGAE, que coordena o GT ECON
Coligação para o Crescimento Verde	A CCV é um órgão consultivo, para aconselhar o Governo no âmbito da execução do Compromisso para o Crescimento Verde e congrega os esforços de associações e representantes da área empresarial, científica, financeira, organismos públicos, fundações e ONG, o qual procura estabelecer as bases para um compromisso em torno de políticas, objetivos e metas que impulsionem um modelo de desenvolvimento capaz de conciliar o indispensável crescimento económico, com um menor consumo de recursos naturais e com a justiça social e a qualidade de vida das populações. A CCV está dividida em vários GT Temáticos
Comissão Técnica CT 144 – Serviços Turísticos	Articulação dos trabalhos da CT 144, uma vez que o Turismo de Portugal, enquanto Organismo com funções de Normalização Setorial (ONS), é o responsável por esta Comissão, para discussão e definição de referenciais de qualidade, com o Instituto Português da Qualidade (IPQ). Coordenação das seguintes Subcomissões: SC 6 Turismo de Natureza e Outdoor e SC 10 Alojamento; Perito nas Subcomissões: SC 8 - Turismo Acessível e SC 13 - Turismo Industrial
Comissão Nacional de Coordenação de Combate à Desertificação	A CNCCD é a instituição nacional que assegura a coordenação da implementação nacional do Programa de Ação Nacional de Combate à Desertificação (PANCD). O PANCD é o instrumento de aplicação ao território nacional da Convenção das Nações Unidas de Combate à Desertificação (CNUCD). O PANCD é orientador e mobilizador dos trabalhos de definição e aplicação das medidas e instrumentos de política para o desenvolvimento integrado e sustentado do território nacional, tendo como pressuposto que a desertificação e a seca são fenómenos que, ao nível nacional, atingem de forma particular alguns territórios, designadamente nas zonas fronteiriças com a Espanha.

Outros grupos de trabalho acompanhados pelo Turismo de Portugal:

Comissão Europeia – Economia Colaborativa no setor do alojamento;

Missão Douro da CCDR-Norte - Conselho Consultivo;

Conselho Nacional da Água;

Entidade Nacional da Reserva Agrícola Nacional;

Conselho da Região Hidrográfica do Norte, Centro, Tejo e Oeste, Alentejo e Algarve;

Observatório do PROT do Oeste e Vale do Tejo e Algarve.



Iniciativas para o futuro:

- Continuar a promover o Turismo Sustentável em conjunto com a QUERCUS, através da emissão de programas específicos do “Minuto Verde”
- Incorporação da sustentabilidade como desafio nos programas de aceleração desenvolvidos pela rede de parceiros do Turismo de Portugal (11 programas)
- Disponibilização de uma calculadora de carbono no TravelBI
- Campanha de sensibilização ambiental no Alojamento Local em conjunto com a QUERCUS
- Apoio à emissão de 16 programas “Minuto Verde Escapadinhas”, entre junho e setembro de 2017, totalmente dedicados ao turismo sustentável.

10. conhecer

como promovemos e apoiamos o turismo sustentável



10.1. Turismo Ambiental e de Natureza

Indicadores Turismo Ambiental	Fonte	2015	2016	2017
N.º de estabelecimentos reconhecidos como Turismo de Natureza	RNET	120	130	140
N.º de empresas de animação turística com atividades reconhecidas de Turismo de Natureza	RNAAT	675	690	840
N.º de praias, portos e marinas com bandeira azul	APA e ABAE	299	314	320

De acordo com um inquérito efetuado pelo Turismo de Portugal às Marinas e Portos de Recreio, 52% tinham algum tipo de certificação ambiental, sendo a certificação mais comum o Galardão Bandeira Azul.

Portuguese Trails



Em 2017, o projeto **Portuguese Trails** alargou-se a todo o território nacional, incluindo ilhas, na sequência da experiência desenvolvida com a região piloto Algarve, lançada em 2016. As três dimensões do projeto – **Território** (inclui a identificação e qualificação dos traçados âncora por região); **Estruturação de Produto** (inclui a identificação das empresas com requisitos bike e walk friendly e ações de capacitação) e **Promoção/Comercialização** (inclui o website

dedicado e ações de promoção internacional), são dinamizadas pelo Turismo de Portugal com os seus parceiros regionais – Entidades Regionais de Turismo, Agências Regionais de Promoção Externa e municípios através das Comunidades Intermunicipais, para além de entidades como CCDRs, ICNF, IP, FPCUB, FPC, entre outras.

Portuguese Trails – Território

Na região Algarve, foram identificados como traçados âncora: Via Algarviana, Rota Vicentina, Grande Rota do Guadiana, Percursos de Ciclismo de Estrada, Eurovelo 1 – Rota da Costa Atlântica (denominada Ecovia do Algarve).

A qualificação de alguns dos traçados, em particular a Eurovelo, implicou um trabalho exigente por parte entidades gestoras (municípios) e restantes entidades com competências no território, no sentido de ultrapassar constrangimentos ligados ao seu estado de conservação e à segurança dos utilizadores. De destacar, também, a ação de sensibilização e limpeza da Eurovelo 1 Rota da Costa Atlântica, nos municípios de Castro Marim, Lagoa, Lagos, Olhão e Tavira, dinamizada por estes e pela Federação Portuguesa de Cicloturismo e Utilizadores de Bicicleta, com o apoio da AMAL e Entidade Regional de Turismo do Algarve.

Na região Centro, também se estabilizaram os traçados âncora, na sequência do trabalho desenvolvido com os parceiros regionais: Ecopista do Dão, Eurovelo 1 – Rota da Costa Atlântica, Grande Rota do Zêzere, Grande Rota das Aldeias Históricas, Grande Rota do Côa, Centros de BTT. Novas rotas supramunicipais estão em desenvolvimento, prevendo-se a sua posterior integração no projeto.

Também **na região Alentejo** foi possível identificar os traçados âncora em articulação com os parceiros regionais: Rota Vicentina, Transalentejo – Alqueva, Alentejo Feel Nature. Tanto no Alentejo como no Ribatejo, outros projetos atualmente em desenvolvimento poderão vir a integrar o Portuguese Trails.

Nas restantes regiões – Porto e Norte, Lisboa, Açores e Madeira – iniciaram-se os trabalhos tendo em vista a identificação dos traçados âncora em 2018.

Portuguese Trails – Estruturação de Produto

Tendo em vista a capacitação dos destinos e, em particular, das empresas que se dedicam ao Cycling e Walking, várias ações foram desenvolvidas, nomeadamente na região piloto Algarve:

- ✓ Workshop técnico “Conhecer os mercados. Captar os clientes” - apresentação do potencial do mercado e perfil do turista nos mercados de Inglaterra, Irlanda, Holanda e Bélgica (Algarve);
- ✓ Ação de networking entre empresários portugueses e operadores dos mercados Inglês, Irlandês, Holandês e Belga (Algarve);
- ✓ Ação de formação para empresas de cycling e walking na Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve;
- ✓ Estágios de ciclismo profissional - Em colaboração com a Federação Portuguesa de Ciclismo foram definidos os requisitos das unidades de alojamento que pretendem captar estágios de equipas profissionais de ciclismo;
- ✓ Ação de consultoria para capacitação de Alojamentos Bike e Walk Friendly – organizada pela Entidade Regional de Turismo do Algarve envolvendo 31 unidades de alojamento;
- ✓ Visita técnica a Maiorca - organizada pelo Turismo de Portugal com o apoio do Turismo das Baleares, contou com a participação de 22 empresas de Cycling. Teve como objetivo recolher experiências e conhecimentos aplicáveis à realidade nacional.

Portuguese Trails – Promoção/Comercialização

A plataforma dedicada ao Portuguese Trails – www.portugustrails.com – em 5 idiomas, foi lançada em dezembro com a região piloto Algarve, contemplando os cinco traçados âncora (140 percursos, sendo 76 de cycling e 64 de walking), 56 empresas de animação/agências de viagens e 57 unidades de alojamento “walk e bike friendly”, para além de lojas e oficinas de bicicleta (parceria com FPC e FPCUB) e “experiências locais” (parceria com natural.pt).

A informação relativa às restantes regiões fica disponível na plataforma ao longo de 2018.

Na região piloto Algarve foram realizadas cerca de 10 visitas de operadores e jornalistas dedicadas às atividades de cycling e walking, de vários mercados - França, Alemanha, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda e Suécia.

Algumas dessas visitas ocorreram por ocasião de eventos como a Volta ao Algarve em Bicicleta, Algarve Nature Week e Walking Festival Ameixial.

As futuras participações das Agências Regionais de Promoção Turística nas feiras temáticas de turismo natureza como a Vakantibeurs, Fiets & Wandelbeurs e Tournatur, destacará de forma particular a oferta de cycling e walking em Portugal e a informação disponível na plataforma.

10.2. Turismo Acessível

Programa “All for All –portuguese tourism”

O Turismo de Portugal lançou, em 2016, o programa [“All for All – Portuguese Tourism”](#) dirigido a todos os empresários do setor, tendo em vista a sua mobilização, numa atuação concertada de tornar acessível a oferta turística nacional.

A aposta na acessibilidade está diretamente associada ao propósito do país: “Receber Bem”. Não se trata de responder a um mero nicho de mercado, mas sim preparar o país para poder fazer parte dos destinos escolhidos por turistas com necessidades específicas, os quais se estimam que, em 2020, poderão representar 862 milhões de viagens na Europa.

Saber acolher todos os turistas – famílias com crianças pequenas, seniores ou pessoas com algum tipo de incapacidade, ainda que temporária – é, por isso, uma importante oportunidade de negócio e uma vantagem competitiva para Portugal.



Em 2017, e no âmbito do Programa foram levadas a cabo as seguintes iniciativas:

- ✓ Disponibilização de novos conteúdos técnicos no canal dedicado “All for All”;
- ✓ Disponibilização de vídeos “All for All”;
- ✓ Disponibilização de informação sobre itinerários turísticos acessíveis de 20 cidades e vilas portuguesas no visitportugal.com;
- ✓ Envolvimento na parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P. (INR) e a Agência Portuguesa do Ambiente (APA), no que diz respeito ao Programa Praia Acessível e ao Prémio Praia Mais Acessível.



Visualizações dos conteúdos “All for All”
website, no ano 2017

12 411

Manual de gestão de destinos turísticos acessíveis

A divulgação pública do [Manual de Gestão de Destinos Turísticos Acessíveis](#) (versão portuguesa), produzido em parceria com a ENAT (European Network for Accessible Tourism), que visou apoiar os gestores turísticos a trabalhar o tema da Acessibilidade na estratégia de desenvolvimento dos seus destinos, ocorreu na Conferência Internacional sobre Turismo Acessível, em Coimbra, no dia 2 de março de 2017, estando desde essa data disponível no canal All for All.



Guia de boas práticas de acessibilidade: comunicação inclusiva em monumentos, palácios e museus

O Turismo de Portugal, em colaboração com a Direção-Geral do Património Cultural (DGPC) elaborou o [Guia de Boas Práticas de Acessibilidade: Comunicação inclusiva em monumentos, palácios e museus](#). Este Guia é uma ferramenta de apoio aos gestores de espaços culturais e históricos, tendo em vista a diversificação e adaptação dos seus serviços às pessoas com necessidades específicas, segmento crescente da procura turística.



Linha de apoio turismo acessível: 5 milhões de euros para projetos privados e públicos

No âmbito do Programa Valorizar – Programa de Apoio à Valorização e Qualificação do Destino, foi criada, em 2016, uma Linha de apoio ao financiamento de projetos de empresas (empreendimentos turísticos, restaurantes, animação turística, agências de viagem) e de entidades públicas (municípios, entidades regionais de turismo, gestores de museus e monumentos) para adaptações físicas e de serviço, de modo a tornarem a oferta turística acessível a todos.

O apoio financeiro é de 90% do investimento, até ao limite de 200 mil euros por projeto, e a apresentação de candidaturas decorreu até 31 de dezembro de 2017.

Foram rececionadas 261 candidaturas, com um investimento total de cerca de 50 milhões de euros.

Programa praia acessível, praia para todos

O Galardão [“Praia Acessível – Praia para Todos”](#), projeto iniciado em 2005, resulta de uma parceria protagonizada pelo Instituto Nacional para a Reabilitação, a Agência Portuguesa do Ambiente e o Turismo de Portugal, e o seu principal objetivo é dotar as zonas balneares de um conjunto de condições que permitam o seu uso universal, sem que se ponha em causa a idade e as dificuldades de locomoção ou mobilidade.



Em 2017, foram galardoadas 222 praias com a bandeira “Praia acessível”, o que corresponde a cerca de 36,6% do total das zonas balneares classificadas, comprovando o crescimento sustentado na oferta de praias acessíveis, com o total de 13 novas entradas nesta edição do programa.

Produção dos filmes All for All

Com a marca **All for All**, estão disponíveis sete filmes dedicados à temática do Turismo Acessível, cada um dedicado a um determinado tipo de limitação (por exemplo, a deficiência visual, auditiva, motora temporária, alergias alimentares), tendo como cenário as regiões turísticas de Portugal continental e ilhas. Estes filmes têm em vista a sensibilização dos empresários turísticos nacionais para a necessidade de adaptarem a sua oferta para satisfazer um mercado crescente de turistas com necessidades específicas, conferindo competitividade e aumento da qualidade dos seus serviços.

10.3. Valorização da Oferta e do Património

Linha de apoio à valorização turística do interior: 10 milhões de euros para projetos privados e públicos

No âmbito do **Valorizar** – Programa de Apoio à Valorização e Qualificação do Destino, foi criada, em 2016, uma Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior, que tem como principal objetivo o apoio ao investimento a iniciativas/projetos com interesse para o turismo, que promovam a coesão económica e social de todo o território, no âmbito da qual foram analisadas 336 candidaturas, das quais 137 foram aprovadas, correspondendo a um investimento de 57,06 milhões de € e um incentivo de 37,21 milhões de €.

O apoio financeiro é de 90% do investimento até ao limite de 150 mil euros, para as empresas e de 400 mil euros no caso das demais entidades, incluindo as de natureza privada sem fins lucrativos.

Programa REVIVE

Programa de recuperação de património arquitetónico, cultural e histórico classificado, presente em todo o território nacional, que visa promover e agilizar os progressos de rentabilização, preservação e valorização, tornando-o apto para afetação a uma atividade económica com finalidade turística, assegurando o acesso alargado à sua fruição.



Iniciativas para o futuro:

- Apostar na Valorização dos Caminhos da Fé – Fátima e Santiago, através da concertação com *stakeholders* nacionais e regionais em ações de valorização dos Caminhos de Fé.

11. conhecer a comunidade



11.1. Parcerias e Investimento na Comunidade das EHT

A responsabilidade e/ou sustentabilidade social e ambiental é um compromisso voluntário das EHT, com o desenvolvimento da sociedade e a preservação do meio ambiente, conscientes de que estarão a contribuir para a construção do carácter das futuras gerações e de uma sociedade mais justa.



* O número de pessoas alocadas aos projetos não refletem o número de jovens/alunos da rede das Escolas do Turismo de Portugal, mas sim dos jovens que participaram voluntariamente em um ou mais projetos. Contabiliza o total de intervenientes nas ações/horas, permitindo ao mesmo aluno participar numa ou várias ações/projetos.

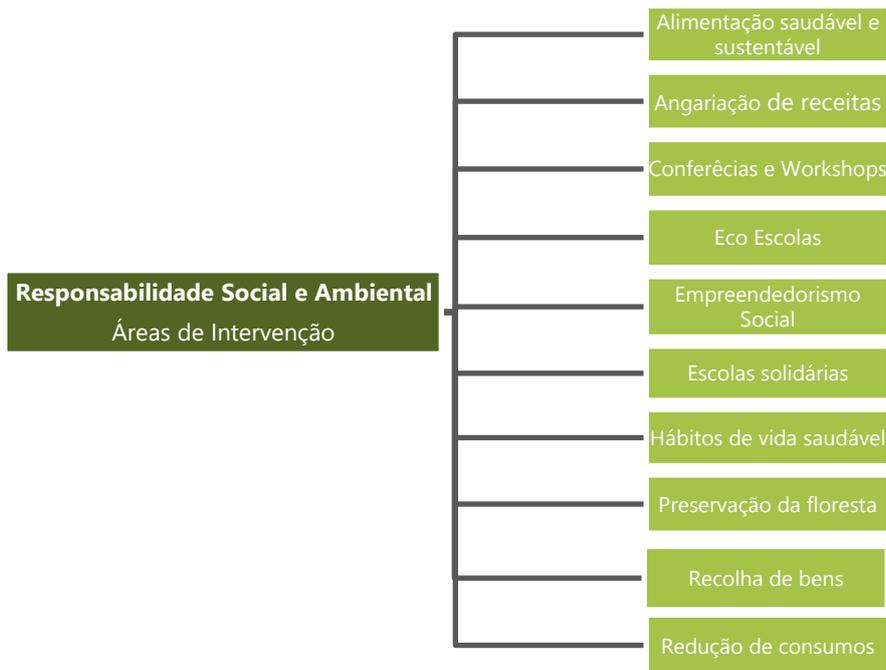
Durante o ano de 2017, as EHT desenvolveram iniciativas dinamizadas pelos alunos, com o intuito de reforçar o apoio concedido às comunidades locais.

Projetos de responsabilidade social e ambiental

Estes projetos pretendem direcionar a ação de toda a comunidade envolvida para um desenvolvimento socialmente consciente.

Tendo por objetivo melhorar o bem comum, as iniciativas desenvolvidas pelos alunos estão direcionadas para abranger diferentes necessidades da comunidade envolvente e foram desenvolvidas no sentido de se segmentarem nas seguintes temáticas socio-ambientalmente responsáveis:

75 Instituições de carácter social apoiadas, num total de 339 projetos realizados



Programa Eco-Escolas – programa internacional da “Foundation for Environmental Education”

Implementado em Portugal pela Associação Bandeira Azul (ABAE) este Programa, vocacionado para a educação ambiental, para a sustentabilidade e para a cidadania visa encorajar ações de gestão ambiental e práticas positivas para o ambiente.

O reconhecimento do esforço do trabalho desenvolvido pelas escolas em benefício do ambiente, consubstancia-se através da atribuição de um Galardão: Bandeira Verde às escolas, certificando a existência, naquela escola, de uma educação ambiental coerente e de qualidade.

8 escolas galardoadas com Bandeira Verde: Porto, Coimbra, Oeste, Estoril, Lisboa, Setúbal e Portalegre

Em 2017, 8 das 12 escolas da rede do Turismo de Portugal já receberam a respetiva Bandeira Verde.

Do conjunto de projetos dinamizados anualmente, destacam-se iniciativas que contribuem para a sustentabilidade ambiental e social que envolvem a comunidade escolar e os alunos em particular, com vista ao cumprimento dos seguintes objetivos:

- ✓ Reduzir os consumos de água e eletricidade: monitorização dos gastos nesta matérias e promoção de ações como colocação de sinalética em postos estratégicos com vista a alertar para a poupança dos recursos;
- ✓ Apelar para a importância da reciclagem: incrementação de ações de recolha ambiental (pilhas/tampas de plástico/equipamento elétrico);
- ✓ Promover uma alimentação saudável: desenvolvimento de projetos de criação de Hortas Biológicas;
- ✓ Comemorar o Dia Verde: realização de um Encontro Ambiental entre as escolas, onde se apresentam projetos relevantes no domínio ambiental e partilha de boas práticas;

- ✓ Fomentar uma educação alimentar: incentivo a campanhas de redução do desperdício alimentar, aproveitamento dos desperdícios e doação dos excedentes alimentares a instituições de proximidade bem como troca de recursos por alimentos como é o caso do projeto “Papel por alimentos”;
- ✓ Apoiar ações de carácter social: através da angariação e recolha de roupa e material escolar para Instituições de Carácter Social;
- ✓ Desenvolvimento de competências sociais nos Alunos – através da incorporação nos Plano de Estudos de duas Unidade Curriculares relacionadas com a educação ambiental e a sustentabilidade: “Turismo Acessível”, “Turismo Sustentável”, “Turismo Inclusivo nas atividades turísticas” nos cursos ministrados.

11.2. Team Bulding de Carácter Social e Voluntariado no Turismo de Portugal

Team building de carácter social

Foi desenvolvido, em dezembro de 2017, um evento de team building de responsabilidade social e ambiental, criando um momento que potencia o desenvolvimento de uma atitude de cooperação, bem como, desenvolver a capacidade de se superarem em equipa. Aliado a estes objetivos pretendeu-se ainda contribuir para uma causa, através da reflorestação de uma área queimada no concelho de Castanheira de Pêra.

83 colaboradores envolvidos do Turismo de Portugal

Programa de Voluntariado

Em 2017, o Turismo de Portugal, com o intuito de assumir um papel cada vez mais responsável perante a sociedade, deu continuidade ao programa de voluntariado iniciado em 2010. Este programa foi criado com o objetivo de sensibilizar os colaboradores para as carências sociais e ao mesmo tempo fomentar o espírito de equipa.

A participação dos colaboradores neste programa é efetuada através da disponibilização de horas de trabalho, tendo cada trabalhador direito a usufruir de três horas e meia por mês de dispensa de trabalho para atividades de voluntariado a efetuar junto de diversas instituições.

Outras Iniciativas

Foi realizada uma iniciativa conjunta entre o Turismo de Portugal, a Caixa Geral de Depósitos e o Instituto Português do Sangue uma campanha de Recolha de Sangue, que teve lugar na sede do Turismo de Portugal, em novembro de 2017.

14 colaboradores participantes do Turismo de Portugal

12. conhecer

a atividade de cooperação internacional



No âmbito da sua atividade, o Turismo de Portugal continua a desenvolver uma vasta atividade de cooperação internacional, representando os interesses do Turismo no relacionamento bilateral e nas organizações internacionais. Assegura as relações a nível comunitário e internacional na sua área de atividade e propõe à tutela os representantes da área do turismo em organismos externos e encontra-se representado em quase todos os fora internacional de turismo.

12.1. Cooperação Multilateral

O Turismo de Portugal estabeleceu relações de cooperação com:

Qual o papel do Turismo de Portugal?	
<p>O Comité de Turismo da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), a estrutura de desenvolvimento de estudos e investigação na vertente económica do Turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Portugal é membro do Comité de Turismo desde a sua origem, participando, através do Turismo de Portugal nas suas reuniões, bem como noutras iniciativas, no contexto da sua atividade Portugal é <i>chair</i> do Comité.
<p>A European Travel Commission (ETC), a associação europeia dos organismos nacionais de promoção turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> Turismo de Portugal participa nos órgãos sociais da organização, no Marketing Group (MKG), com a produção de conteúdos sobre Portugal para o portal <i>visiteurope</i>; na área de R&D faz parte do <i>Market Intelligence Committee (MIC)</i> e do <i>Market Intelligence Group (MIG)</i> acompanhando o respetivo programa de trabalho anual. Portugal é <i>chair</i> do <i>Market Intelligence Committee (MIC)</i>
<p>A Unidade de Turismo da Comissão Europeia, a estrutura interna de promoção do diálogo com os representantes do setor do turismo</p> <p>Em 1986 foi criado o Comité Consultivo de Turismo (TAC – Tourism Advisory Committee), cujo papel é facilitar a troca de informação, consulta e cooperação entre as Administrações Nacionais de Turismo dos Estados Membros</p>	<ul style="list-style-type: none"> Turismo de Portugal representa Portugal no Comité Consultivo, que é composto por representantes das Administrações Nacionais de Turismo de 28 Estados Membros, que contribuem com informação sobre medidas de políticas de turismo desenvolvidas a nível nacional (o Comité reúne pelo menos duas vezes por ano)
<p>A Organização Mundial do Turismo (OMT), a agência das Nações Unidas para as questões do setor do turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Portugal é Membro Efetivo desde 1976 e é representado pelo Turismo de Portugal por inerência das suas atribuições que, neste contexto, acompanha a agenda internacional para o setor Portugal tem 1 membro associado e 13 membros afiliados. A Madeira, representada pela Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura, é Membro Associado, desde 1995 Na 21.ª Sessão da Assembleia-Geral da OMT (Colômbia, setembro de 2015) Portugal foi eleito para membro do Conselho Executivo da Organização Mundial do Turismo (mandato 2015-2019) Portugal participa em diversos grupos de trabalho e comités no âmbito da sustentabilidade: <ul style="list-style-type: none"> INSTO (International Network Sustainable Tourism Observatories) Working Party Measuring The Sustainability of Tourism

Atividades CPLP – comunidade dos países de língua portuguesa

A CPLP é o fórum multilateral privilegiado para o aprofundamento da amizade mútua e da cooperação entre os seus membros Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné-Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. Compreende uma população superior a 230 milhões de habitantes e tem uma área total de 10.742.000 km² e tem como objetivo a concertação político diplomática entre seus estados membros, nomeadamente para o reforço da sua presença no cenário internacional, a cooperação em todos os domínios, inclusive o Turismo.

O Turismo de Portugal representa Portugal nas reuniões ministeriais de Turismo e assegura o cumprimento do Plano de Ação definido nas reuniões, que se realizam de dois em dois anos (a última realizou-se em 2017 na Foz do Iguaçu, Brasil).



O Turismo na CPLP

Em junho de 1998, o Turismo começou a fazer parte das reuniões Ministeriais Setoriais, com periodicidade bianual. Após uma interrupção de 6 anos, as reuniões foram retomadas em 2004, por iniciativa de Portugal, através da realização em Lisboa da II Conferência dos Ministros de Turismo, que aprovou um Plano de Cooperação. A partir desta data, as Conferências têm vindo a realizar-se anualmente ou de dois em dois anos. A III Conferência teve lugar em Luanda, em 2005 e a IV Conferência em Lisboa, em 2007.

A V Conferência de Ministros de Turismo da CPLP realizou-se na Guiné-Bissau, em agosto de 2008. Os Chefes das Delegações presentes ratificaram o Documento de Conclusões e um Plano de Ação Bienal. Foi criada uma Comissão Técnica, constituída pelos Pontos Focais do Turismo dos Países Membros, e responsável pelo acompanhamento e desenvolvimento das iniciativas no âmbito do Plano de Ação.

A VI Reunião de Ministros de Turismo da CPLP teve lugar em São Paulo, em Maio de 2010, tendo sido assinada a Declaração de São Paulo em que os estados membros reforçaram a importância das reuniões para o desenvolvimento da comunicação entre as partes e reconheceram a importância de regular e institucionalizar a Reunião de Ministros de Turismo da CPLP para que os debates neste âmbito sejam realizados em articulação com o Secretário Executivo e o Secretariado da CPLP, tendo sido aprovado o Regimento Interno da Reunião de Ministros de Turismo da CPLP.

Em março de 2013 realizou-se, em Moçambique, a VII Reunião de Ministros de Turismo da CPLP, onde foi aprovada a Declaração de Maputo, o Regimento Interno da Reunião de Ministros de Turismo da CPLP e o Plano de Ação 2013-2014.

Em julho de 2015, realizou-se em Díli a VIII Reunião de Ministros de Turismo da CPLP, tendo sido assinada a Declaração de Díli e um Plano de Ação 2015-2017.

Em junho de 2017, realizou-se no Brasil, Iguaçu, a XIX Reunião de Ministros de Turismo da CPLP tendo sido elaborado o PECTUR - PLANO ESTRATÉGICO DE COOPERAÇÃO EM TURISMO DA CPLP -2016-2026 que foi ratificada *ad referendum* pela XXII Reunião Ordinária do Conselho de Ministros da CPLP, de dia 20 de julho de 2017. Este documento constitui um marco fundamental para as futuras ações da CPLP no domínio do turismo.

Ações da CPLP no Domínio do Turismo

- ✓ Assinatura, em dezembro de 2013 de um Memorando de Entendimento entre a OMT e a CPLP que prevê a assessoria na elaboração do Plano Estratégico de Cooperação em Turismo da CPLP; a capacitação técnico-profissional na área das estatísticas, marketing, inspeção e fiscalização e empreendimentos turísticos, casinos e restauração e ainda a captação de recursos para o financiamento de projetos no âmbito da CPLP.
- ✓ Criação de um [Portal de Turismo](#) no Site da CPLP, cujo objetivo é a dinamização de um canal com informações específicas de Turismo dos estados membros. Através deste Portal será possível a divulgação de informações corporativas e institucionais.

12.2. Cooperação Bilateral

No quadro do relacionamento bilateral, Portugal já celebrou um conjunto vasto de Acordos no domínio do Turismo com diversos Estados, que constituem os instrumentos que viabilizam a concretização de ações de cooperação em domínios específicos (promoção, formação, jogos, qualificação da oferta, cooperação institucional e investimento).

Destacaram-se 50 Acordos, 23 Protocolos de Cooperação, 17 Memorandos de Entendimento e 11 Planos de Ação. Estes instrumentos constituem a base jurídica da cooperação no domínio do Turismo e viabilizam a concretização de ações de cooperação. Neste âmbito, o Turismo de Portugal participou nas Cimeiras, Comissões Mistas e Reuniões de Alto Nível realizadas no quadro da agenda externa do Estado Português. Nos últimos anos, pode destacar-se o desenvolvimento que tem sido dado à cooperação bilateral no domínio do Turismo, designadamente, com Espanha, Rússia, China, RAE Macau e ultimamente com a Coreia do Sul, Índia, Marrocos, Moçambique, S. Tomé e Príncipe, Cabo Verde, Brasil, Colômbia e Cuba.

Estão ainda, em negociação, cerca de 24 novos instrumentos, que permitirão enquadrar juridicamente as relações no domínio, fortalecer as relações de cooperação entre Portugal e um conjunto de mercados importantes para a captação de fluxos turísticos e para a internacionalização das empresas portuguesas e das EHT.

Ações de cooperação

Para além da negociação destes acordos de cooperação bilateral no domínio do Turismo, a atividade de cooperação do Turismo de Portugal com diversos países consubstancia-se noutras ações de cooperação, dos quais se destacam as seguintes:

- ✓ Participação e articulação da informação nas Cimeiras e nas Comissões Mistas;
- ✓ Criação e participação em grupos de trabalho de Turismo;
- ✓ Troca de informações e de experiências;
- ✓ Apoio logístico na organização de reuniões;
- ✓ Organização de estágios no Turismo de Portugal envolvendo as diversas áreas de competência deste organismo;
- ✓ Realização de reuniões com os responsáveis da área do turismo dos diversos países que têm interesse em cooperar com Portugal onde nos são apresentadas as necessidades nessa matéria;

- ✓ Elaboração de propostas de ação no domínio da formação nomeadamente a formação de formadores, a formação de dirigentes e a formação de técnicos.

Cimeira Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo

A Cimeira Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo é o espaço privilegiado de concertação que consiste numa reunião anual dos chefes de Estado e Governo dos Países da Ibero-América: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela (todos desde 1991), e Andorra desde 2004. Os seus objetivos são a promoção da cooperação e o desenvolvimento entre os países ibero-americanos. As reuniões sectoriais de Turismo realizam-se desde 2001 e são asseguradas pelo membro do Governo com a tutela sobre o Turismo. A última reunião foi a XI Conferência Ibero-americana de Ministros de Turismo (Assunção, Paraguai) em maio de 2011.

Grupo de Diálogo 5+5

Com os países do Mediterrâneo, Portugal é membro do Grupo de Diálogo 5+5. O Diálogo 5+5 é um processo de diálogo informal entre os dez países da Bacia do Mediterrâneo Ocidental: os 5 países do Sul da Europa (Espanha, França, Itália, Malta e Portugal) e os 5 países do Norte de África (Argélia, Líbia, Marrocos, Mauritânia e Tunísia). A primeira reunião do Diálogo 5+5 teve lugar em Roma, em 1990. O processo foi interrompido e só foi retomado em 2001, em Lisboa. A 4ª Reunião de Ministros de Turismo realizou-se em julho de 2016 em Casablanca e o tema foi "Turismo e Alterações Climáticas".

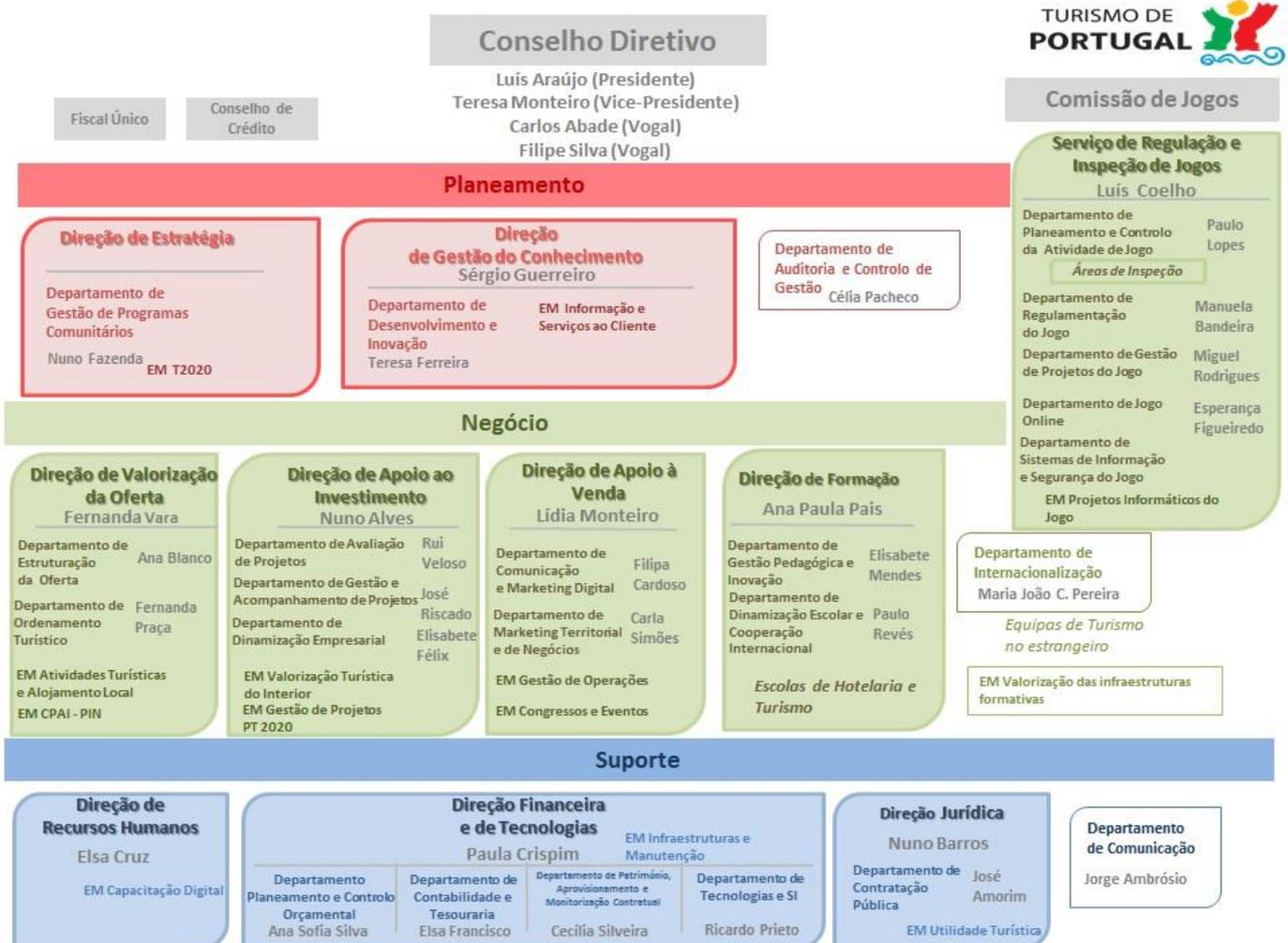
Fórum Macau

No relacionamento multilateral com a Ásia, o Fórum Macau, que aposta na aproximação da China aos países da CPLP, é a principal organização na qual Portugal está presente neste continente a nível do Turismo. O Fórum para a Cooperação Económica e Comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa (Fórum de Macau) foi criado em 2003 pelo Governo da China, com a organização do executivo da Região Administrativa Especial de Macau (RAEM). É um mecanismo da cooperação que tem como tema chave a cooperação e o desenvolvimento económico e tem por objetivo reforçar a cooperação e o intercâmbio económico entre a República Popular da China e os Países de Língua Portuguesa, dinamizar o papel de Macau como plataforma de ligação a esses países e promover o desenvolvimento dos laços entre a República Popular da China, Macau e os Países de Língua Portuguesa. Portugal tem participado regularmente nas ações com o Fórum Macau.

13. Anexos



13.1. Organograma do Turismo de Portugal



13.2. Notas Metodológicas

Indicadores ambientais – Turismo de Portugal e EHT

Consumo de Energia Direta

Os consumos de gás natural, gás propano, gás butano e combustível automóvel nas atividades do Turismo de Portugal, foram obtidos através do somatório de todas as faturas emitidas pelos fornecedores de energia. Os fatores de conversão de energia utilizados foram os seguintes:

Fatores de conversão por tipo de fonte de energia direta

Combustível	Fator de Conversão	Fonte
Gasóleo	43,07 GJ/t	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
Gás Natural	0,03844 GJ/Nm ³	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
Gás Propano	48,45 GJ/t	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)

Consumo de Energia Indireta

Os consumos de energia indireta, resultantes da eletricidade consumida nas instalações do Turismo de Portugal, foram obtidos através do somatório das faturas emitidas pelo fornecedor de eletricidade. O fator utilizado foi de 3,6 GJ/MWh (fonte: Agência Internacional de Energia).

Emissões de Gases com Efeito de Estufa

A estimativa das emissões de GEE afetas à atividade do Turismo de Portugal foram determinadas tendo em conta a metodologia definida pelo GHG Protocol, no que diz respeito às emissões de Âmbito 1 e 2.

Âmbito 1 – Emissões diretas decorrentes da atividade do Turismo de Portugal associadas essencialmente ao consumo de combustível da frota e de gás natural e propano nas escolas.

Âmbito 2 – Emissões indiretas associadas à produção de eletricidade consumida pelo Turismo de Portugal (Sede) e escolas.

Fatores de emissão de GEE por tipo de fonte

Âmbito	Combustível/ eletricidade	Fator de emissão	Fontes
Âmbito 1	Gasóleo	74,1 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0006 kg CH ₄ /GJ	
		0,0006 kg N ₂ O /GJ	
	Gás Natural	56,6 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0012 kg CH ₄ /GJ	
		0,0014 kg N ₂ O /GJ	
	Gás Propano	63,1 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0025 kg CH ₄ /GJ	
		0,0014 kg N ₂ O /GJ	
Âmbito 2	Eletricidade 2015	473 g CO ₂ /kWh	Galp Power: http://www.galpennergia.com/PT/ProdutosServicos/Eletricidade-Gas-Natural-Livre/Centro-de-informacao/A-nossa-Energia/Paginas/Rotulagem-2015.aspx
	Eletricidade 2016	353 g CO ₂ /kWh	Galp Power: http://www.galpennergia.com/PT/ProdutosServicos/Eletricidade-Gas-Natural-Livre/Centro-de-informacao/A-nossa-Energia/Paginas/Rotulagem_2016.aspx
	Eletricidade 2017	410 g CO ₂ /kWh	Galp Power: http://www.galpennergia.com/PT/ProdutosServicos/Eletricidade-Gas-Natural-Livre/Centro-de-informacao/A-nossa-Energia/Paginas/Rotulagem_2017.aspx

Potencial Aquecimento Global (PAG)¹ – Conversão de outros GEE para CO₂

GEE	PAG	Fonte
Dióxido de Carbono (CO ₂)	1	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)
Metano (CH ₄)	28	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)
Óxido nitroso (N ₂ O)	265	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)

¹ Por Potencial de Aquecimento Global entende-se o potencial de aquecimento climático de um gás com efeito de estufa por comparação com o do dióxido de carbono (CO₂) - <https://www.apambiente.pt/index.php?ref=17&subref=148&sub2ref=560>

Indicadores ambientais – setor

Consumo de Energia Direta

Os consumos de gás natural, gás butano, gás propano e outros (thick fuel oil) e gasóleo colorido foram obtidos através da Direção Geral de Energia e Geologia (DGEG). Os fatores de conversão de energia utilizados foram os seguintes:

Fatores de conversão por tipo de fonte de energia direta

Combustível	Fator de Conversão	Fonte
Gás Natural	2015: 0,038240 GJ/Nm ³ 2016: 0,038200 GJ/ Nm ³	DGEG – julho 2018
Gás Butano	46,00 GJ/t	DGEG – maio 2017
Gás Propano	46,00 GJ/t	DGEG – maio 2017
<i>Thick fuel oil</i>	40,00 GJ/t	DGEG – maio 2017
Gasóleo colorido	40,00 GJ/t	DGEG – maio 2017

Consumo de Energia Indireta

Os consumos de energia indireta foram obtidos através da DGEG. O fator utilizado foi de 3,6 GJ /MWh (fonte: Agência Internacional de Energia).

Emissões de Gases com Efeito de Estufa

A estimativa das emissões de GEE afetas à atividade do Turismo de Portugal foram determinadas tendo em conta a metodologia definida pelo GHG Protocol, no que diz respeito às emissões de Âmbito 1 e 2.

Âmbito 1 – Emissões diretas decorrentes das atividades características do turismo associadas essencialmente ao consumo de gás natural, propano e butano, thick fuel oil e gasóleo colorido para aquecimento.

Âmbito 2 – Emissões indiretas associadas à produção de eletricidade consumida pelas atividades características do turismo.

Fatores de emissão de GEE por tipo de fonte

Âmbito	Combustível/ eletricidade	Fator de emissão	Fontes
Âmbito 1	Gás Natural	56,6 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0012 kg CH ₄ /GJ	
		0,0014 kg N ₂ O /GJ	
	Gás Propano/Butano	63,1 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0025 kg CH ₄ /GJ	
		0,0014 kg N ₂ O /GJ	
	Outros	78,9 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
	Gasóleo colorido para aquecimento	74,1 kg CO ₂ /GJ	Agência Portuguesa do Ambiente (2013-2020)
		0,0006 kg CH ₄ /GJ	
		0,0006 kg N ₂ O /GJ	
Âmbito 2	Eletricidade (2014-2015)	281 g CO ₂ /kWh	IEA – International Energy Agency

Potencial Aquecimento Global (PAG) – Conversão de outros GEE para CO₂

GEE	PAG	Fonte
Dióxido de Carbono (CO ₂)	1	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)
Metano (CH ₄)	28	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)
Óxido nitroso (N ₂ O)	265	GHG Protocol – IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5)

Tabela GRI para a opção “De acordo” – CORE

GRI 102 – CONTEUDOS GERAIS

Divulgações		Localização	Verificação
PERFIL ORGANIZACIONAL			
102-1	Nome da organização	2. sobre este relatório.	S/V
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	4. conhecer o Turismo de Portugal; Modelo de Governo e de Sustentabilidade; Missão, Princípios Estruturantes e Valores.	S/V
102-3	Localização da sede da organização	Turismo de Portugal, I.P. EDIFÍCIO-SEDE Rua Ivone Silva, Lote 6 1050-124 Lisboa.	S/V
102-4	Países em que a organização opera	O Instituto opera em Portugal.	S/V
102-5	Tipo e natureza jurídica da organização	4. conhecer o Turismo de Portugal; Modelo de Governo e de Sustentabilidade.	S/V
102-6	Mercados servidos	O Instituto opera principalmente no mercado português.	S/V
102-7	Dimensão da organização	Indicadores Destaque.	S/V
102-8	Número total de colaboradores, discriminados por contrato de trabalho e género	5. conhecer as pessoas; A equipa Turismo de Portugal.	S/V
102-9	Cadeia de fornecedores da organização	Valor pago a Fornecedores de Bens e Serviços (Milhões €): 31,69 (2015); 23,92 (2016); 27,83 (2017)	S/V
102-10	Alterações significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação à dimensão, estrutura, participação acionista ou cadeia de fornecedores da organização	Não se registaram alterações significativas no decorrer do período coberto pelo relatório.	S/V
102-11	Explicação sobre como o princípio de precaução é tratado pela organização	4. conhecer o Turismo de Portugal; Modelo de Governo e de Sustentabilidade.	S/V
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de carácter económico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa	12. conhecer a atividade de cooperação internacional; Cooperação Multilateral; Atividades CPLP – Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.	S/V
102-13	Lista das principais participações em associações e organizações nacionais ou internacionais de defesa	12. conhecer a atividade de cooperação internacional; Cooperação Multilateral; Atividades CPLP – Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.	S/V
ESTRATÉGIA			
102-14	Mensagem do Presidente	Mensagem do Presidente.	S/V
ÉTICA E INTEGRIDADE			

102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	4. conhecer o Turismo de Portugal; Ética e Conduta.	S/V
GOVERNANCE			
102-18	Estrutura de governo da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governação hierarquicamente mais elevado	4. conhecer o Turismo de Portugal; Modelo de Governo e de Sustentabilidade; Informação de Gestão; Orgânica.	S/V
ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS			
102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i> da organização	4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os <i>Stakeholders</i> do Setor; Canais de diálogo com <i>stakeholders</i> .	S/V
102-41	Percentagem de colaboradores abrangidos por acordos de contratação coletiva	100% (vigora, para todos os colaboradores em funções públicas, o acordo coletivo de carreiras).	S/V
102-42	Base para identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os <i>Stakeholders</i> do Setor; Canais de diálogo com <i>stakeholders</i> .	S/V
102-43	Abordagem adotada para envolvimento com os <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do envolvimento por tipo e por grupo	4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os <i>Stakeholders</i> do Setor; Canais de diálogo com <i>stakeholders</i> .	S/V
102-44	Principais questões e preocupações apontadas pelos <i>stakeholders</i> como resultado do processo de envolvimento e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas	4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os <i>Stakeholders</i> do Setor; Canais de diálogo com <i>stakeholders</i> .	S/V
PRÁTICA DE REPORTE			
102-45	Totalidade das entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	2. sobre este relatório.	S/V
102-46	Processo adotado para definição do conteúdo do relatório e os limites dos tópicos	2. sobre este relatório.	S/V
102-47	Tópicos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório	2. sobre este relatório.	S/V
102-48	Explicação da natureza e das consequências de qualquer reformulação de informações contidas em relatórios anteriores	2. sobre este relatório.	S/V
102-49	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores	2. sobre este relatório.	S/V
102-50	Período coberto pelo relatório	2. sobre este relatório.	S/V
102-51	Data do relatório anterior mais recente	2. sobre este relatório.	S/V
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual	S/V
102-53	Contatos para questões sobre o relatório ou os seus conteúdos	2. sobre este relatório.	S/V
102-54	Declaração feita pela organização, se tiver preparado o relatório de acordo com os Standards da GRI e qual a opção escolhida	Este relatório foi preparado de acordo com os Standards da GRI: opção Essencial.	S/V
102-55	Índice de conteúdo GRI	Presente tabela.	S/V

102-56	Descrição da política e práticas correntes adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa	2. sobre este relatório.	S/V
--------	--	--------------------------	-----

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

Divulgações e Formas de Gestão	Localização	Verificação
--------------------------------	-------------	-------------

GRI 200 – DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS

TÓPICO: GRI 201 – DESEMPENHO ECONÓMICO

201-1	Valor económico direto gerado e distribuído	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Indicador</th> <th style="text-align: left;">Unidade</th> <th style="text-align: right;">2015</th> <th style="text-align: right;">2016</th> <th style="text-align: right;">2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Receita</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">198,33</td> <td style="text-align: right;">208,75</td> <td style="text-align: right;">262,23</td> </tr> <tr> <td>Utilização do Saldo de Gerência</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">33,00</td> <td style="text-align: right;">60,50</td> <td style="text-align: right;">19,85</td> </tr> <tr> <td>Receita do Jogo</td> <td>%</td> <td style="text-align: right;">45,69%</td> <td style="text-align: right;">65,70%</td> <td style="text-align: right;">51,48%</td> </tr> <tr> <td>Fundos Comunitários</td> <td>%</td> <td style="text-align: right;">18,66%</td> <td style="text-align: right;">13,20%</td> <td style="text-align: right;">21,90%</td> </tr> <tr> <td>Reembolsos</td> <td>%</td> <td style="text-align: right;">14,44%</td> <td style="text-align: right;">17,40%</td> <td style="text-align: right;">14,44%</td> </tr> <tr> <td>Outras Receitas</td> <td>%</td> <td style="text-align: right;">21,21%</td> <td style="text-align: right;">3,50%</td> <td style="text-align: right;">12,17%</td> </tr> <tr> <td>Despesa</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">226,37</td> <td style="text-align: right;">247,08</td> <td style="text-align: right;">243,51</td> </tr> <tr> <td>Estrutura total</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">24,87</td> <td style="text-align: right;">30,16</td> <td style="text-align: right;">28,74</td> </tr> <tr> <td>Pessoal</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">16,01</td> <td style="text-align: right;">21,38</td> <td style="text-align: right;">17,89</td> </tr> <tr> <td>Outros C. Estrutura</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">8,86</td> <td style="text-align: right;">8,78</td> <td style="text-align: right;">10,84</td> </tr> <tr> <td> Contabilidade e Gestão Geral</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">5,86</td> <td style="text-align: right;">5,63</td> <td style="text-align: right;">5,89</td> </tr> <tr> <td> Tecnologias</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">0,53</td> <td style="text-align: right;">1,08</td> <td style="text-align: right;">0,85</td> </tr> <tr> <td> Imobilizado</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">0,91</td> <td style="text-align: right;">1,50</td> <td style="text-align: right;">3,51</td> </tr> <tr> <td> Jurídico</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">1,56</td> <td style="text-align: right;">0,57</td> <td style="text-align: right;">0,59</td> </tr> <tr> <td>Operacionais total</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">201,50</td> <td style="text-align: right;">216,92</td> <td style="text-align: right;">214,78</td> </tr> <tr> <td>Promoção</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">82,41</td> <td style="text-align: right;">69,66</td> <td style="text-align: right;">73,57</td> </tr> <tr> <td>Formação</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">8,34</td> <td style="text-align: right;">6,80</td> <td style="text-align: right;">8,25</td> </tr> <tr> <td>Investimento</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">105,37</td> <td style="text-align: right;">79,34</td> <td style="text-align: right;">108,36</td> </tr> <tr> <td>Investimentos Financeiros</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">1,62</td> <td style="text-align: right;">52,54</td> <td style="text-align: right;">7,50</td> </tr> <tr> <td>Outros C. Operacionais</td> <td>Milhões €</td> <td style="text-align: right;">3,76</td> <td style="text-align: right;">8,58</td> <td style="text-align: right;">17,09</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	Unidade	2015	2016	2017	Receita	Milhões €	198,33	208,75	262,23	Utilização do Saldo de Gerência	Milhões €	33,00	60,50	19,85	Receita do Jogo	%	45,69%	65,70%	51,48%	Fundos Comunitários	%	18,66%	13,20%	21,90%	Reembolsos	%	14,44%	17,40%	14,44%	Outras Receitas	%	21,21%	3,50%	12,17%	Despesa	Milhões €	226,37	247,08	243,51	Estrutura total	Milhões €	24,87	30,16	28,74	Pessoal	Milhões €	16,01	21,38	17,89	Outros C. Estrutura	Milhões €	8,86	8,78	10,84	Contabilidade e Gestão Geral	Milhões €	5,86	5,63	5,89	Tecnologias	Milhões €	0,53	1,08	0,85	Imobilizado	Milhões €	0,91	1,50	3,51	Jurídico	Milhões €	1,56	0,57	0,59	Operacionais total	Milhões €	201,50	216,92	214,78	Promoção	Milhões €	82,41	69,66	73,57	Formação	Milhões €	8,34	6,80	8,25	Investimento	Milhões €	105,37	79,34	108,36	Investimentos Financeiros	Milhões €	1,62	52,54	7,50	Outros C. Operacionais	Milhões €	3,76	8,58	17,09	S/V
		Indicador	Unidade	2015	2016	2017																																																																																																						
		Receita	Milhões €	198,33	208,75	262,23																																																																																																						
		Utilização do Saldo de Gerência	Milhões €	33,00	60,50	19,85																																																																																																						
		Receita do Jogo	%	45,69%	65,70%	51,48%																																																																																																						
		Fundos Comunitários	%	18,66%	13,20%	21,90%																																																																																																						
		Reembolsos	%	14,44%	17,40%	14,44%																																																																																																						
		Outras Receitas	%	21,21%	3,50%	12,17%																																																																																																						
		Despesa	Milhões €	226,37	247,08	243,51																																																																																																						
		Estrutura total	Milhões €	24,87	30,16	28,74																																																																																																						
		Pessoal	Milhões €	16,01	21,38	17,89																																																																																																						
		Outros C. Estrutura	Milhões €	8,86	8,78	10,84																																																																																																						
		Contabilidade e Gestão Geral	Milhões €	5,86	5,63	5,89																																																																																																						
		Tecnologias	Milhões €	0,53	1,08	0,85																																																																																																						
		Imobilizado	Milhões €	0,91	1,50	3,51																																																																																																						
		Jurídico	Milhões €	1,56	0,57	0,59																																																																																																						
		Operacionais total	Milhões €	201,50	216,92	214,78																																																																																																						
		Promoção	Milhões €	82,41	69,66	73,57																																																																																																						
		Formação	Milhões €	8,34	6,80	8,25																																																																																																						
		Investimento	Milhões €	105,37	79,34	108,36																																																																																																						
Investimentos Financeiros	Milhões €	1,62	52,54	7,50																																																																																																								
Outros C. Operacionais	Milhões €	3,76	8,58	17,09																																																																																																								

TÓPICO MATERIAL: GRI 203 – IMPACTES ECONÓMICOS INDIRECTOS

Formas de Gestão	<p>103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de stakeholders com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com os Impactes Económicos Indiretos, o tema “Condições de acessibilidade, mobilidade no destino e qualidade de vida dos residentes” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – Sendo o Turismo de Portugal um Instituto Público entende-se que todos os investimentos realizados ao longo dos anos (Promoção, Investimento, Inovação e Formação) visam essencialmente o benefício público (ver capítulos 6. conhecer as nossas escolas e as suas competências; 7. conhecer a estratégia de promoção de Portugal; 8. conhecer como apoiamos as empresas, o investimento, a inovação e a transformação digital).</p>	S/V
-------------------------	--	-----

203-1	Desenvolvimento e impacte de investimentos em infraestruturas e serviços fornecidos, essencialmente para benefício público	103-3 – O Turismo de Portugal realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos 6. conhecer as nossas escolas e as suas competências; 7. conhecer a estratégia de promoção de Portugal; 8. conhecer como apoiamos as empresas, o investimento, a inovação e a transformação digital).	S/V
		<p>Sendo o Turismo de Portugal um Instituto Público, entende-se que todos os investimentos realizados (Promoção, Investimento, Inovação e Formação) visam essencialmente o benefício público.</p> <p>6. conhecer as nossas escolas e as suas competências;</p> <p>7. conhecer a estratégia de promoção de Portugal;</p> <p>8. conhecer como apoiamos as empresas, o investimento, a inovação e a transformação digital.</p>	

TÓPICO MATERIAL: GRI 205 - COMBATE À CORRUPÇÃO

Formas de Gestão	103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de stakeholders com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com o Combate à Corrupção, o tema “Ética e Conduta” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).	S/V	
	103-2 – O Turismo de Portugal tem promovido várias iniciativas relacionadas com o Combate à Corrupção (ver capítulo 4. conhecer o Turismo de Portugal; Ética e Conduta).		
	103-3 – O Turismo de Portugal realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 4. conhecer o Turismo de Portugal; Ética e Conduta).		
205-1	Percentagem e número total de unidades de negócio analisadas relativamente a riscos associados com corrupção	Todas as unidades orgânicas que têm riscos identificados no Plano de Gestão de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas foram analisadas.	S/V
205-2	Percentagem de colaboradores formados nas políticas e procedimentos de anticorrupção da organização	Todos os dirigentes da Sede e Escolas. Gestão do Risco - Plano de Gestão de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas do Turismo de Portugal.	S/V
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não foram identificados, em 2017, quaisquer casos de corrupção.	S/V

GRI 300 - DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS

TÓPICO: GRI 301 - MATERIAIS

301-1	Materiais utilizados, por peso ou volume	9. conhecer como protegemos o ambiente; Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Consumo de materiais.	S/V
-------	--	---	-----

TÓPICO: GRI 302 - ENERGIA

302-1	Consumo de energia dentro da organização	9. conhecer como protegemos o ambiente; Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Consumo de energia.	S/V
-------	--	---	-----

TÓPICO: GRI 303 - ÁGUA

303-1	Consumo total de água, por fonte	9. conhecer como protegemos o ambiente; Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Consumo de água.	S/V
-------	----------------------------------	--	-----

TÓPICO MATERIAL: GRI 304 - BIODIVERSIDADE

Formas de Gestão	<p>103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de stakeholders com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com a Biodiversidade, o tema “Promoção de recursos naturais/preservação do território e da biodiversidade” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – As atividades do Turismo de Portugal estão localizadas em zonas urbanas ou urbanizadas sem impactes ambientais diretos na biodiversidade.</p> <p>Contudo, o Turismo de Portugal desenvolve esforços para promover o Turismo ambiental, que tem em linha de conta a preservação do território e da biodiversidade. Para saber o que o Instituto desenvolve neste âmbito, ver capítulo 10. conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável; Turismo Ambiental e de Natureza.</p> <p>103-3 – No seguimento da resposta ao ponto 103-2, o Turismo de Portugal não realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto.</p> <p>Para conhecer os principais indicadores de Turismo Ambiental (setor), ver capítulo 10. conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável; Turismo Ambiental e de Natureza.</p>	S/V	
304-1	<p>Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas, no interior ou adjacente a, áreas protegidas e áreas de alto índice de biodiversidade fora das zonas protegidas</p> <p>As atividades do Turismo de Portugal estão localizadas em zonas urbanas ou urbanizadas sem impactes ambientais diretos na biodiversidade.</p>	S/V	
304-2	<p>Impactes significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade</p> <p>Contudo, o Turismo de Portugal desenvolve esforços para promover o Turismo ambiental, que tem em linha de conta a preservação do território e da biodiversidade. Para conhecer o que o Instituto desenvolve neste âmbito e os principais indicadores de Turismo ambiental (setor), ver capítulo 10.</p>	S/V	
304-3	<p>Habitats protegidos ou recuperados</p> <p>conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável; Turismo Ambiental e de Natureza.</p>	S/V	
304-3	<p>Número de espécies, na Lista Vermelha da IUCN e na lista nacional de conservação das espécies, com habitats em áreas afetadas por operações</p>	S/V	
TÓPICO: GRI 305 - EMISSÕES			
305-1	Emissões diretas de GEE (Âmbito 1)	9. conhecer como protegemos o ambiente; Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Emissões de gases com efeito estufa (GEE).	S/V
305-2	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2)	9. conhecer como protegemos o ambiente; Performance Ambiental do Turismo de Portugal; Emissões de gases com efeito estufa (GEE).	S/V

TÓPICO: GRI 306 - EFLUENTES E RESÍDUOS

306-2	Quantidade total de resíduos, por tipo e método de tratamento	Foram produzidos 52 087 kg de resíduos elétricos e eletrónicos, relativos a máquinas de jogos ilegais apreendidas.	S/V
--------------	---	--	-----

GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS**TÓPICO: GRI 401 - EMPREGO**

401-1	Número e taxa de novas contratações e taxa de rotatividade por faixa etária, género e região	5. conhecer as pessoas; A Equipa Turismo de Portugal.	S/V
401-2	Benefícios para colaboradores, a tempo integral, que não são atribuídos a colaboradores temporários ou a tempo parcial	5. conhecer as pessoas; Saúde e Bem-estar.	S/V

TÓPICO: GRI 403 - SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

403-2	Rácios de acidentes, doenças profissionais, dias perdidos, absentismo e número de óbitos relacionados com o trabalho, por região e género	5. conhecer as pessoas; Saúde e Bem-estar.	S/V
--------------	---	--	-----

TÓPICO MATERIAL: GRI 404 - FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO

Formas de Gestão		103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de stakeholders com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com a Formação e Educação, o tema “Desenvolvimento e formação do capital humano” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório). 103-2 – O Turismo de Portugal tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com a formação e educação (ver capítulo 5. conhecer as pessoas; Gestão do Talento). 103-3 – O Turismo de Portugal realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulo 5. conhecer as pessoas; Gestão do Talento).	S/V
404-1	Média de horas de formação anual por colaborador, género e categoria profissional	5. conhecer as pessoas; Gestão do Talento.	S/V
404-2	Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a continuidade da empregabilidade	5. conhecer as pessoas; Gestão do Talento.	S/V

404-3	Percentagem de colaboradores que recebem avaliação periódica de desempenho e de progressão de carreira, por género	100% dos colaboradores recebem análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira ao abrigo do SIADAP .	S/V																																																																					
TÓPICO: GRI 405 - DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES																																																																								
405-1	Mão-de-obra por género, faixa etária e outros indicadores de diversidade	<p>5. conhecer as pessoas - A Equipa Turismo de Portugal</p> <table border="1" data-bbox="619 546 1294 965"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Colaboradores portadores de deficiência física, por género n.º</th> <th colspan="2">2015</th> <th colspan="2">2016</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> <th>M</th> <th>F</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dirigente</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Técnico Superior</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>3</td> <td>6</td> <td>5</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Assistente Técnico</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Assistente Operacional</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inspetor</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Informático</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Professor</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="7">Carreiras não revistas ("Outro Pessoal")</td> </tr> </tbody> </table>	Colaboradores portadores de deficiência física, por género n.º	2015		2016		2017		M	F	M	F	M	F	Dirigente	1	2	1	2	1	1	Técnico Superior	2	6	3	6	5	6	Assistente Técnico	0	3	0	3	0	3	Assistente Operacional	3	0	3	0	3	1	Inspetor	1	0	1	1	3	1	Informático	0	0	0	0	0	0	Professor	1	0	0	0	0	0	Carreiras não revistas ("Outro Pessoal")							S/V
Colaboradores portadores de deficiência física, por género n.º	2015			2016		2017																																																																		
	M	F	M	F	M	F																																																																		
Dirigente	1	2	1	2	1	1																																																																		
Técnico Superior	2	6	3	6	5	6																																																																		
Assistente Técnico	0	3	0	3	0	3																																																																		
Assistente Operacional	3	0	3	0	3	1																																																																		
Inspetor	1	0	1	1	3	1																																																																		
Informático	0	0	0	0	0	0																																																																		
Professor	1	0	0	0	0	0																																																																		
Carreiras não revistas ("Outro Pessoal")																																																																								
TÓPICO MATERIAL: GRI 413 - COMUNIDADES LOCAIS																																																																								
Formas de Gestão	<p>103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com as Comunidades Locais, o tema “Condições de acessibilidade, mobilidade no destino e qualidade de vida dos residentes” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver matriz de materialidade – Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – Os principais impactos diretos nas comunidades estão associados às EHT (ver capítulos 6. conhecer as nossas escolas e as suas competências e 11. conhecer a comunidade).</p> <p>103-3 – O Turismo de Portugal realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos 6. conhecer as nossas escolas e as suas competências e 11. conhecer a comunidade).</p>		S/V																																																																					
413-1	Natureza, âmbito e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactes das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída	6. conhecer as nossas escolas e as suas competências. 11. conhecer a comunidade.	S/V																																																																					
413-2	Operações com impacte negativo significativo, real ou potencial, nas comunidades locais	6. conhecer as nossas escolas e as suas competências. 11. conhecer a comunidade.	S/V																																																																					

TÓPICO MATERIAL: GRI 417 - MARKETING E ROTULAGEM

Formas de Gestão		<p>103-1 – Os temas materiais do Turismo de Portugal tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da Instituição. Com relação direta com o Marketing e a Rotulagem, o tema “Notoriedade, comunicação e marketing, conhecimento e informação” e “Promoção e estruturação da oferta e do produto” foi considerado de materialidade elevada (ver matriz de materialidade - Sobre este Relatório).</p> <p>103-2 – O Turismo de Portugal tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com Notoriedade, comunicação e marketing, conhecimento e informação e com a Promoção e estruturação da oferta e do produto (ver capítulos: 4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os Stakeholders; 7. conhecer a estratégia de promoção de Portugal; 10. conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável).</p> <p>103-3 – O Turismo de Portugal realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste Relatório (ver capítulos: 4. conhecer o Turismo de Portugal; Envolvimento com os Stakeholders; 7. conhecer a estratégia de promoção de Portugal; 10. conhecer como promovemos e apoiamos o turismo sustentável).</p>	S/V
417-1	Tipo de informação dos produtos e serviços requeridos pelos procedimentos, e percentagem de produtos e serviços sujeitos a tais requisitos de informação	Não aplicável.	S/V
417-3	Programas para adesão a leis, padrões e códigos voluntários relacionados com comunicações de <i>marketing</i> , incluindo publicidade, promoção e patrocínios	O Turismo de Portugal subscreve o Código Mundial de Ética do Turismo/Artigo 6º Transparência de informação e empresa.	S/V

Indicadores Setoriais para Agências Públicas

PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

PA1	Descrição do relacionamento da agência com outros governos ou entidades públicas e a sua posição atual nas estruturas governamentais	12. conhecer a atividade de cooperação internacional.	S/V
------------	--	---	-----

POLÍTICAS PÚBLICAS E MEDIDAS DE IMPLEMENTAÇÃO

PA2	Definição de desenvolvimento sustentável utilizado pela agência pública e identificação de quaisquer declarações ou princípios adotados para orientar as políticas de desenvolvimento sustentável	4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade; Envolvimento com os Stakeholders do Setor.	S/V
PA3	Identificação dos aspetos sobre os quais a organização estabeleceu as suas políticas de desenvolvimento sustentável	2. sobre este relatório. 4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade.	S/V
PA4	Identificação dos objetivos definidos pela agência pública para cada um dos aspetos enumerados no indicador PA3	4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade.	S/V
PA5	Descrição do processo a partir do qual os aspetos e objetivos definidos nos indicadores PA 3 e PA 4 foram definidos	4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade; Envolvimento com os Stakeholders do Setor.	S/V
PA6	Descrição para cada um dos objetivos definidos em PA 4 de: medidas a implementar; resultados das avaliações sobre a eficácia das medidas antes da sua implementação; estado, objetivo e indicadores chave para monitorização do progresso das medidas implementadas; descrição de progressos no período de referência incluindo os resultados dos indicadores chave; ações destinadas a garantir a melhoria contínua no sentido de atingir os objetivos definidos pela agência pública e metas de avaliação para o período de pós implementação; metas para o futuro	4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade.	S/V
PA7	Descrição do papel dos <i>stakeholders</i> e do seu envolvimento para	4. conhecer o Turismo de Portugal; Gestão da Sustentabilidade; Envolvimento com os Stakeholders do Setor.	S/V

	cumprimento das medidas enumeradas no indicador PA 6		
DESPESAS			
PA8	Despesas brutas discriminadas por tipo de pagamento	Ver resposta aos indicadores 102-09 e GRI 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO na presente Tabela.	S/V
PA9	Despesas brutas discriminadas por classificação financeira	Ver resposta aos indicadores 102-09 e GRI 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO na presente Tabela.	S/V
PA11	Descrição dos princípios de sustentabilidade abrangidos na política de aquisição da agência pública	Resolução do Conselho de Ministros nº 38/2016, de 29 de julho, que define a Estratégia Nacional para as Compras Públicas Ecológicas 2020 (ENCPE 2020).	S/V

13.3. Contactos

Para esclarecimentos adicionais sobre a informação publicada neste Relatório, por favor consulte o website ou entre em contacto com a Direção de Gestão do Conhecimento | Rua Ivone Silva, Lote 6 • 1050-124 Lisboa | Tel. +351 211 140 200 | conhecimento@turismodeportugal.pt