

Relatório de Sustentabilidade 2019



Índice

1. mensagem do presidente
2. sobre este relatório
3. o Turismo no último biénio
4. o Turismo de Portugal
5. o nosso valor humano
6. as nossas escolas
7. como promovemos Portugal como destino sustentável
8. como apoiamos as empresas e o investimento
9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis



1. mensagem do presidente

Foi nesse contexto que desenhamos um conjunto de políticas e de instrumentos de promoção da sustentabilidade no nosso país, que incluem medidas de incentivo ao investimento, de formação de recursos humanos, de promoção, de desenvolvimento de produto e valorização da oferta e de promoção do conhecimento.

Este compromisso com a sustentabilidade exige que o Turismo de Portugal, enquanto Autoridade Turística Nacional, seja ela própria uma referência neste domínio, assumindo esta orientação para contribuir para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável em todas as vertentes da sua atuação enquanto organização.

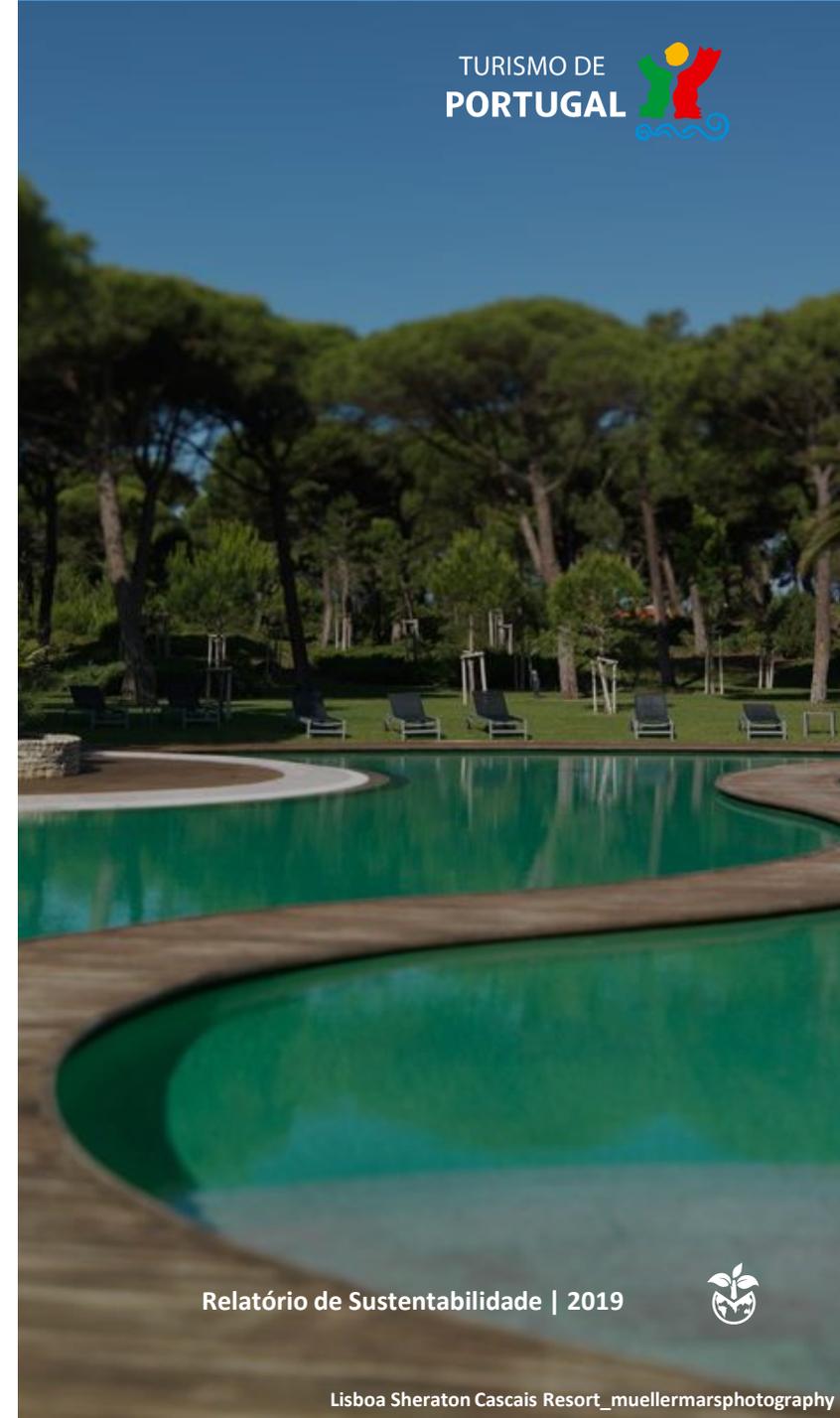
Publicamos este relatório num momento crítico da nossa existência enquanto setor.

Acreditamos que a sustentabilidade do nosso setor é condição crítica para que Portugal continue a ser um destino líder em termos internacionais e que a atividade turística continue a contribuir para que Portugal seja um país mais próspero e mais inclusivo.

Luís Araújo

Com o lançamento da Estratégia Turismo 2027, assumimos a sustentabilidade como elemento basilar do nosso modelo de desenvolvimento turístico, comprometendo-nos com metas concretas para a próxima década.

Este propósito de tornar Portugal um dos destinos mais sustentáveis e competitivos do mundo representa, pois, um sinal de maturidade da indústria do turismo em Portugal e um compromisso que assumimos em conjunto para com os nossos clientes, para com todos os que trabalham no setor do turismo e para com os residentes, que representam o nosso maior ativo enquanto destino turístico.



2. sobre este relatório

O Relatório de Sustentabilidade do Turismo de Portugal, I.P. (doravante Turismo de Portugal) tem como objetivo partilhar com os *stakeholders*, o trabalho que o Instituto tem desenvolvido, para potenciar as prioridades estabelecidas na Estratégia para o Turismo 2027, mais concretamente nas três metas que consubstanciam a sustentabilidade.



Período de Reporte e Âmbito

Este relatório incide sobre a atividade do Turismo de Portugal com especial enfoque na temática da **Sustentabilidade, durante os anos de 2018 e 2019**, referente aos respetivos períodos de 1 de janeiro a 31 de dezembro.

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. sobre este relatório

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Recordamos que, de acordo com a agenda adotada pela **Organização das Nações Unidas, são 17 os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável* (ODS)**, que devem ser implementados por todos os países do mundo, até 2030. O Turismo de Portugal definiu a sua estratégia alinhada com estas metas globais, identificando neste relatório as atividades que contribuem positivamente para cada um deles.



Objetivo 1: Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares



Objetivo 2: Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável



Objetivo 3: Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades



Objetivo 4: Assegurar a educação inclusiva, equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos



Objetivo 5: Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e meninas



Objetivo 6: Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos



Objetivo 7: Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos



Objetivo 8: Promover o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos



Objetivo 9: Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação



Objetivo 10: Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles



Objetivo 11: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis



Objetivo 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis



Objetivo 13: Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos



Objetivo 14: Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável



Objetivo 15: Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade



Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis



Objetivo 17: Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável



* Sempre que algumas das medidas adotadas no Turismo de Portugal estejam inseridas no âmbito de alguns destes objetivos, serão devidamente identificadas com os respetivos símbolos

3. o Turismo no último biénio

+1p.p.

52,3% de **quota das receitas** nas exportações de serviços

-0,1 p.p.

35,7% de **taxa de sazonalidade**

+5%

70 milhões de **dormidas**

+7%

29 milhões de **passageiros desembarcados** nos aeroportos

+7%

mais 4,7 milhões de lugares na **capacidade aérea**

+7 p.p.

70% das unidades hoteleiras fazem boa **gestão da energia**

+8%

18 mil milhões de **receitas turísticas**

36%

do total dos **estrangeiros** a dormirem no Algarve na **época alta**

+8%

27 milhões de **hóspedes**

+17%

6 milhões de **dormidas dos mercados intercontinentais**

+5%

Algarve, Lisboa e Norte, são os principais destinos com 50 milhões de dormidas (quota de 72% do país)

-7%

336,8 milhares de **peças a trabalharem** no setor do Turismo

+0,7 p.p.

19,7% de quota das receitas nas **exportações globais**

+8%

3,2 mil milhões de € de **proveitos de aposento**

+8%

4,3 mil milhões de € de **proveitos totais**

+4%

2,1/dia de **densidade turística**

+4%

1,86/dia de **intensidade turística**

-0,2 p.p.

6,9% de **peças ao serviço** no Turismo face ao total da economia



3. o Turismo no último biénio

Principais Resultados



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

O Turismo em Portugal tem acompanhado esta dinâmica e, ao longo dos anos, constata-se que esta atividade é determinante para o desenvolvimento económico e social do país, designadamente para o emprego e para o crescimento das exportações.

A **Estratégia Turismo 2027** visa dar continuidade, de forma planeada, a esta evolução e afirmar Portugal como um destino sustentável, um território coeso, inovador e competitivo. Nos três pilares que dão suporte à sustentabilidade, económico, social e ambiental, foram definidas metas, que passam por balizar os valores dos vários indicadores do turismo. Na vertente económica, pretende-se aumentar a procura em todo o território e incentivar o crescimento das receitas, em valor. Na vertente social, pretende-se alargar as atividades do turismo ao ano inteiro, aumentar as habilitações do pessoal ao serviço no turismo e gerar um impacto positivo da atividade junto das populações. Na vertente ambiental incrementar boas práticas na forma de gerir a energia, a água e os resíduos.

O ano de 2019 mostrou que o caminho está a ser bem feito. Em termos de procura atingiram-se máximos históricos; **69.830,0 milhares de dormidas** (+4,1% face a 2018) e **26.973,9 milhares de hóspedes** (+7,2%), ambos os indicadores com um **peso maioritário do mercado externo** (70% e 60%, respetivamente).

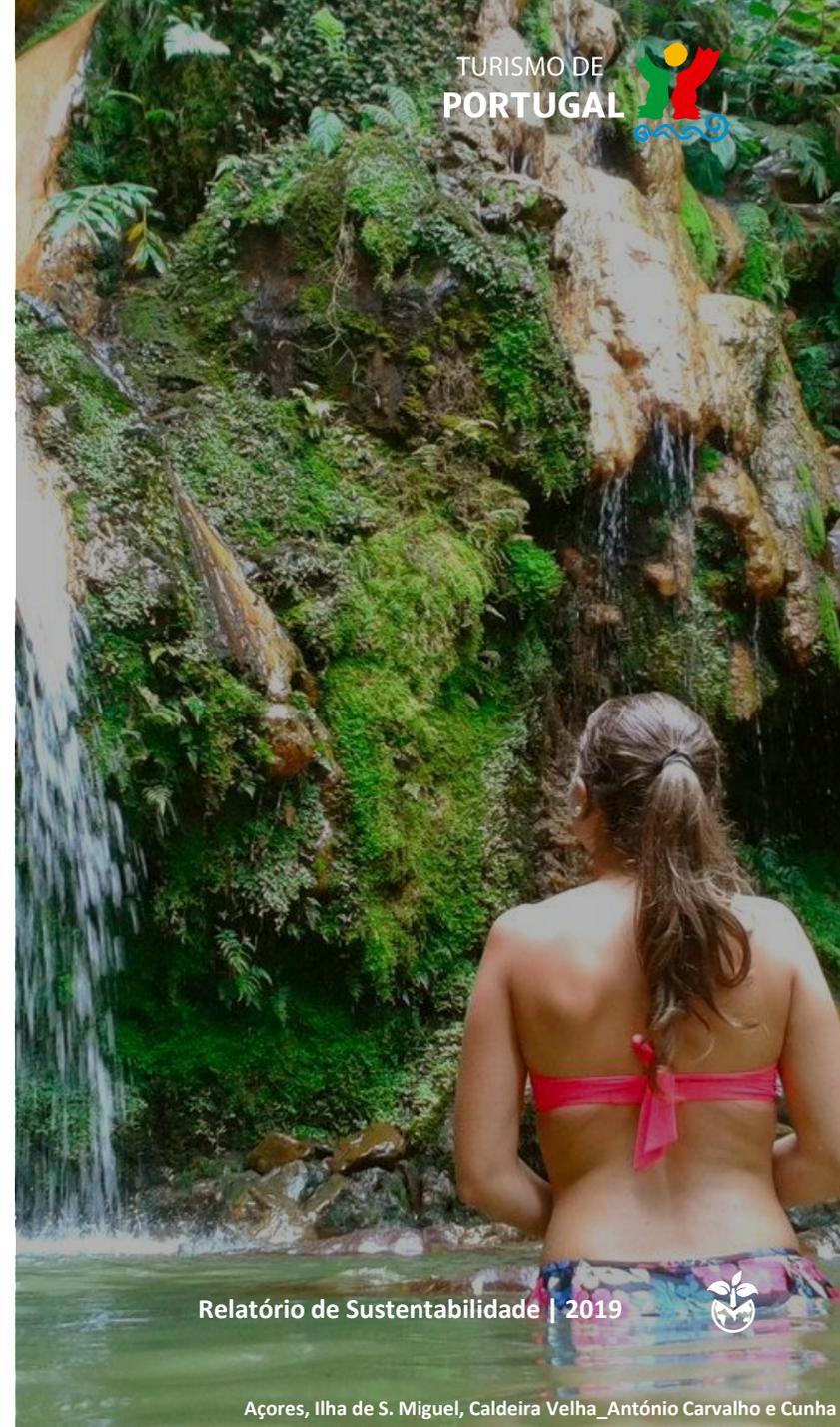
Para além dos crescimentos dos nossos principais mercados nas dormidas, espanhol (+363 mil), irlandês (+158 mil), inglês (+134 mil) e italiano (+89 mil), os resultados mostram, ainda, uma clara aposta na diversificação de mercados para Portugal, com crescimentos expressivos dos mercados norte americano (+450 mil) e brasileiro (+348 mil).

As receitas geradas pelos turistas internacionais atingiram 18.430,7 milhões de euros, mais 8,1% do que em 2018, ou seja, equivalente a mais 1.377,2 milhões de euros, contribuindo de forma decisiva para o equilíbrio da balança de pagamentos. **O saldo da balança turística cresceu 8,4% em 2019**, atingindo-se um máximo histórico de **13.130,86 milhões de euros** (+968,75 milhões de euros, face a 2018).

Ainda, em termos económicos, as receitas do turismo representaram 9,1% do PIB (8,6% em 2018), mais do dobro do valor registado em 2009 (3,7%). **As receitas turísticas representaram mais de metade das exportações de serviços**, ou seja, **52,3%** (51,2% em 2018) e **19,7% das exportações globais** (19% em 2018), reforçando o posicionamento do turismo como a principal atividade exportadora do país.

Em termos sociais registou-se um decréscimo de 0,1 p.p. **na taxa de sazonalidade, estabilizando em 35,7** em 2019.

Em termos ambientais destaca-se o **aumento da quota de empresários que fazem uma boa gestão da energia**. 70% referem ter esta preocupação, tendo-se registado uma evolução de 7 p.p., face ao ano anterior.



3. o Turismo no último biénio

Os Profissionais do Setor

Em 2019, as atividades ligadas ao Alojamento e à Restauração e Similares empregaram 320,7 mil indivíduos, menos 7,8 mil do que no ano de 2018 (-2,4%).

A população empregada nos setores do Alojamento e da Restauração e Similares representaram 6,5% do total da Economia em 2019 (-0,2 p.p. do que no ano de 2018).

Em Portugal, 51% da população empregada pertence ao sexo masculino, enquanto que nas atividades ligadas ao Alojamento e à Restauração e Similares, 58% são mulheres.

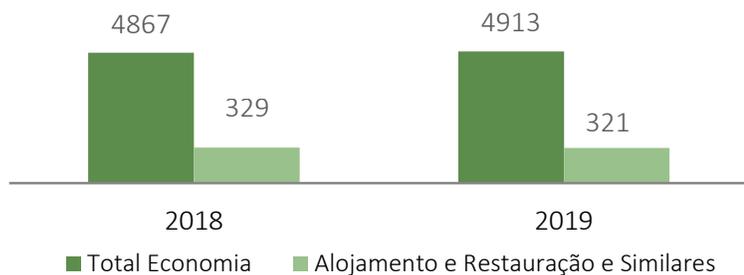
90% da população trabalha a tempo completo em 2019, mas nos setores do Alojamento e da Restauração e Similares é 2 p.p. inferior: 88%.

83% da população empregada trabalha por conta de outrem, enquanto que no Alojamento e na Restauração e Similares, esta percentagem desce para 78%, em 2019.

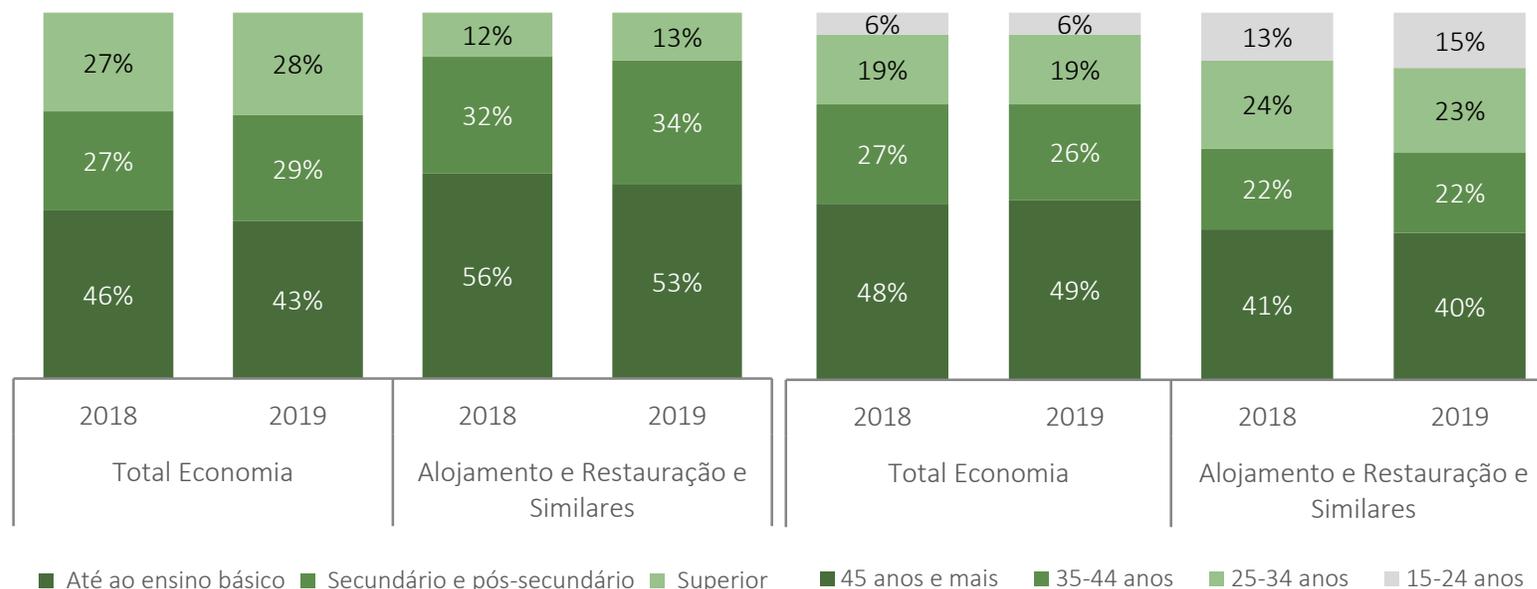
53% dos empregados nos setores do Alojamento e da Restauração e Similares tem o ensino básico mas, destaca-se o decréscimo de 3 p.p., face a 2018.

40% dos empregados nos setores do Alojamento e da Restauração e Similares tem 45 ou mais anos (-1 p.p. que em 2018). O grupo dos 15-24 anos aumentou, em 2019, mais 2 p.p..

Unidade: milhares



Fonte: INE (Inquérito ao Emprego)



3. o Turismo no último biénio

Consumos e Emissões de GEE do Setor

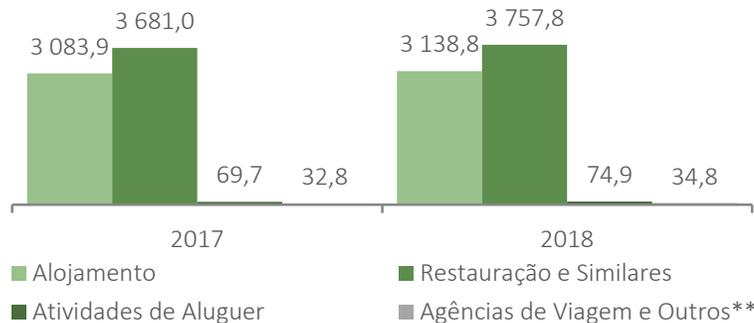
Em 2018, todas as atividades características do Turismo registaram aumentos no consumo de energia.

Considerando o Alojamento, uma atividade que representava 45% dos consumos de eletricidade referidos em 2018, assistiu-se a um aumento de 2% no consumo, face a 2017. Atendendo a que o número de hóspedes que permaneceu nas unidades hoteleiras aumentou 5,4% na comparação dos mesmos anos, constata-se que a adesão dos estabelecimentos à adoção de práticas eficientes, na utilização da energia elétrica (conforme slide n.º 9), conduz a que, com mais clientes, podem reduzir-se consumos.

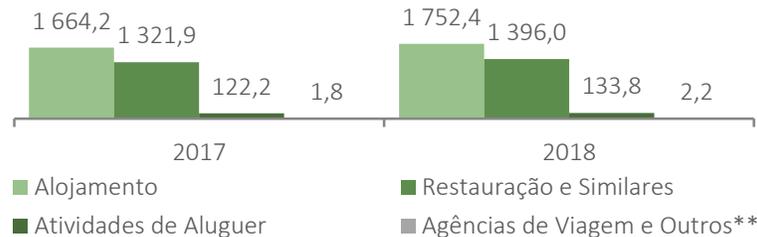
Relativamente aos diversos tipos de energia, a mais consumida, em todas as atividades retratadas, é a energia indireta (eletricidade), com uma quota de 68% no consumo global.

Analisando os consumos de energia direta, ou sejam os combustíveis, verificou-se que o Alojamento foi o principal responsável, representando 53,4% do consumo global, seguido da Restauração e Similares com 42,5%. O aumento de 5,6% registado a nível global das atividades, derivou principalmente do crescimento de 6,3% do consumo de gás natural evidenciado pela Restauração e Similares.

Consumo de eletricidade nas atividades características do Turismo (milhares GJ) 



Consumo de energia direta* nas atividades características do Turismo (milhares GJ) 



Emissões de GEE (t CO_{2e})

Alojamento		2017	2018
Âmbito 1	Energia Direta*	99 926	105 245
Âmbito 2	Eletricidade	221 187	225 125
Total		321 113	330 370

Restauração e Similares		2017	2018
Âmbito 1	Energia Direta*	76 954	81 211
Âmbito 2	Eletricidade	264 007	269 521
Total		340 961	350 732

Atividades de Aluguer		2017	2018
Âmbito 1	Energia Direta*	6 967	7 627
Âmbito 2	Eletricidade	5 001	5 368
Total		11 968	12 995

Agências de Viagem e Outros**		2017	2018
Âmbito 1	Energia Direta*	107	127
Âmbito 2	Eletricidade	2 351	2 498
Total		2 458	2 625

Nota: Na data em que este relatório foi elaborado, a informação mais atual era de 2018 (dados provisórios)

Fonte: DGEG (Direção Geral de Geologia e Energia)

* Energia direta inclui: gás natural, gás butano, gás propano, fuel e gasóleo colorido para aquecimento

** Outros inclui: operadores turísticos, outros serviços de reservas e atividades relacionadas



3. o Turismo no último biénio

Desempenho Ambiental do Setor



A adesão a práticas eficiente da energia pontuadas de uma forma intermédia e que ainda se encontram a alguma distância da meta dos 90% estabelecida na Estratégia Turismo 2027, nomeadamente terem sistema de iluminação acionado com cartão, terem equipamentos elétricos de classe A ou superior e sensores automáticos na iluminação das áreas públicas, revelaram taxas crescentes de aplicação, o que constitui um fator positivo.

A utilização eficiente da água revelou um patamar de adesão muito favorável. As iniciativas que recolhem níveis mais baixos, que oscilam entre os 35 e os 43%, como por exemplo colocar “temporizadores nas torneiras” justificaria a oportunidade para se concretizarem algumas ações de sensibilização, no sentido de se esclarecerem as vantagens que decorrem de se refinar o desempenho sustentável e o retorno que se obtém, numa perspetiva económico-financeira.

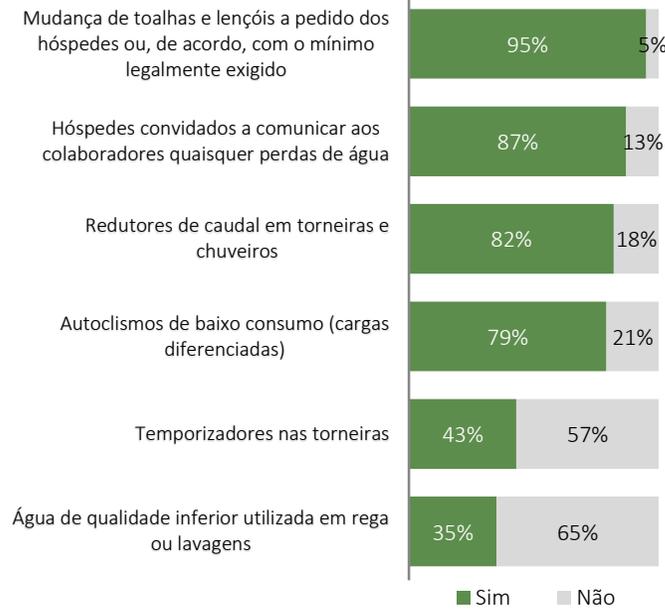
Separar resíduos é já prática habitual em 95% das unidades hoteleiras, enquanto que, dos estabelecimentos que têm restaurante, apenas 67% minimiza a utilização de embalagens na restauração e 48% reencaminha resíduos orgânicos para compostagem.

Aumentar os níveis de adesão a estas boas práticas seria contribuir para atingir as metas definidas na Estratégia do Turismo 2027 e posicionar o alojamento em Portugal como um dos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

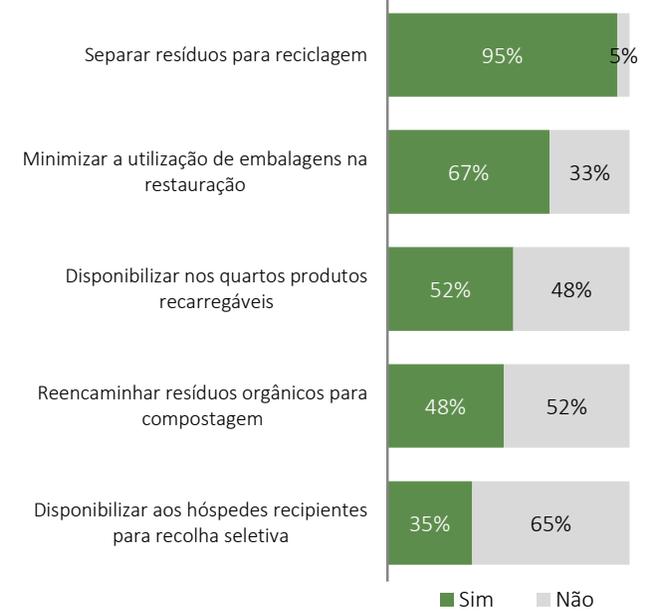
Utilização eficiente da energia



Utilização eficiente da água



Gestão eficiente de resíduos

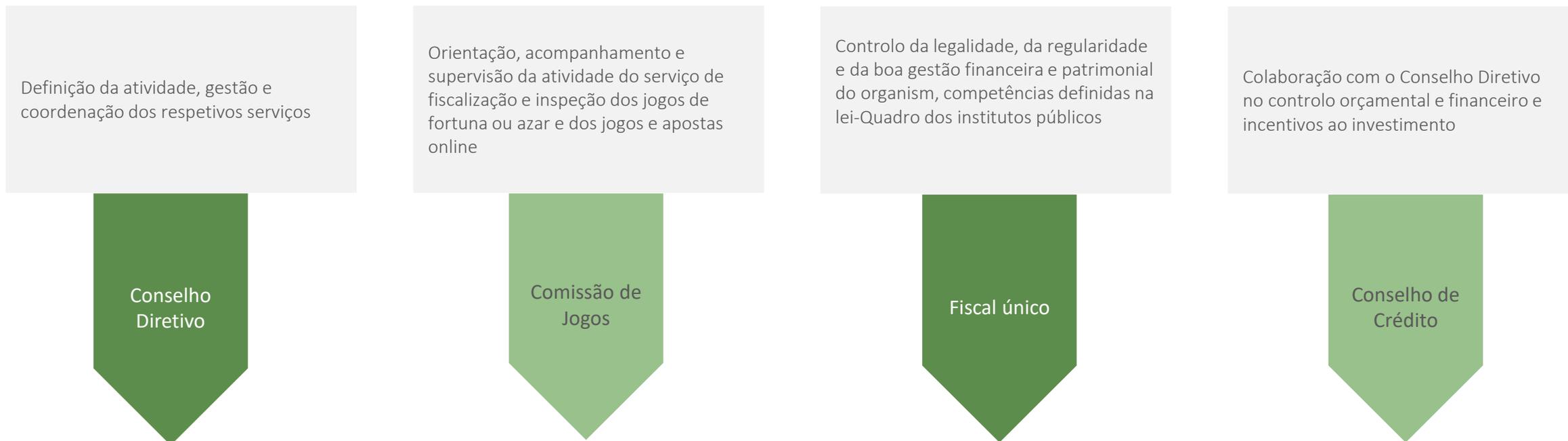


Fonte: Turismo de Portugal (Inquérito ao Desempenho Ambiental do Alojamento em Portugal, em 2019)



4. o Turismo de Portugal

Modelo de Governo e de Sustentabilidade



Luís Araújo | Presidente

Teresa Monteiro | Vice-Presidente

Carlos Abade | Vogal

Filipe Silva | Vogal

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**.



4. o Turismo de Portugal

Orgânica

O Turismo de Portugal, instituto público tutelado pelo Ministério da Economia e Transição Digital, está estruturado em Direções e Departamentos, de acordo com áreas de atuação.

Os Estatutos foram aprovados pela Portaria n.º 384/2015 de 26 de outubro e a sua Estrutura Orgânica – Serviços Centrais, consta da Deliberação n.º 1017/2019 de 3 de outubro.



4. o Turismo de Portugal

Organograma

Conselho Diretivo

Luís Araújo (Presidente)
Teresa Monteiro (Vice-Presidente)
Carlos Abade (Vogal)
Filipe Silva (Vogal)

Fiscal Único

Conselho de Crédito

Planeamento

Direção de Estratégia

Departamento de Gestão de Programas Comunitários

Direção de Gestão do Conhecimento Sérgio Guerreiro

Departamento de Inovação e Gestão de Projetos
Ana Caldeira

Departamento de Business Intelligence
Patrícia Seguro

EM Turismo 2020

Departamento de Auditoria e Controlo de Gestão
Célia Costa

Comissão de Jogos

Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos
Luís Coelho

Departamento de Planeamento e Controlo da Atividade de Jogo

Paulo Lopes

Áreas de Inspeção

Departamento de Regulamentação do Jogo

Manuela Bandeira

Departamento de Gestão de Projetos do Jogo

Miguel Rodrigues

Departamento de Jogo Online

Esperança Figueiredo

Departamento de Sistemas de Informação e Segurança do Jogo

Equipa Multidisciplinar Projetos Informáticos do Jogo

Departamento de Internacionalização
Maria João Pereira

Equipas de Turismo no estrangeiro

EM Valorização das Infraestruturas Formativas

Negócio

Direção de Valorização da Oferta
Leonor Picão

Departamento de Estruturação da Oferta
Ana Blanco

Departamento de Ordenamento Turístico
Fernanda Praça

Departamento de Dinamização da Oferta e dos recursos
Teresa Ferreira

EM Apoio Especializado Oferta Turística

EM Projetos Transversais Oferta Turística

EM Valorização Turística do Interior

Direção de Apoio ao Investimento
Nuno Alves

Departamento de Avaliação de Projetos
Rui Veloso

Departamento de Gestão e Acompanhamento de Projetos
José Riscado

Departamento de Dinamização Empresarial
Elisabete Félix

EM Gestão de Projetos PT 2020

Direção de Apoio à Venda
Lídia Monteiro

Departamento de Comunicação e Marketing Digital
Filipa Cardoso

Departamento de Marketing Territorial e de Negócios
Carla Simões

EM Gestão de Operações

EM Congressos e Eventos

Direção de Formação
Ana Paula Pais

Departamento de Gestão Pedagógica e Inovação
Elisabete Mendes

Departamento de Dinamização Escolar e Cooperação Internacional
Paulo Revés

Escolas de Hotelaria e Turismo

Suporte

Direção de Recursos Humanos
Elsa Cruz

EM Capacitação Digital

Direção Financeira e de Tecnologias
Paula Crispim

EM Infraestruturas e Manutenção

Departamento de Contabilidade e Gestão Orçamental
Ana Sofia Silva

Departamento de Tesouraria e Arquivo
Elsa Francisco

Departamento de Património Aprovisionamento e Monitorização Contratual
Cecília Silveira

Departamento de Tecnologia e SI
Ricardo Prieto

Direção Jurídica
Nuno Barros

Departamento de Contratação Pública
José Amorim
EM Utilidade Turística

Departamento de Comunicação
Jorge Ambrósio



4. o Turismo de Portugal

Missão, Princípios Estruturantes e Valores

O Turismo de Portugal é a Autoridade Turística Nacional responsável pela promoção, pela valorização e sustentabilidade da atividade turística, agregando 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.

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, apostando na inovação e no desenvolvimento e em novas formas gestão e funcionamento, em prol do seu objetivo estratégico para Portugal – o Turismo;

- Rigor e integridade na prossecução da sua missão, bem como 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, sempre em conformidade com as melhores práticas e procedimentos identificados, incorporando na ação do instituto, critérios de sustentabilidade.



4. o Turismo de Portugal

Sociedades Financeiras e Equipa Interna para a Sustentabilidade



Decorrente 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 Mútuo e nas Sociedades de Garantia Mútua seguintes:

NORGARANTE - Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Porto);

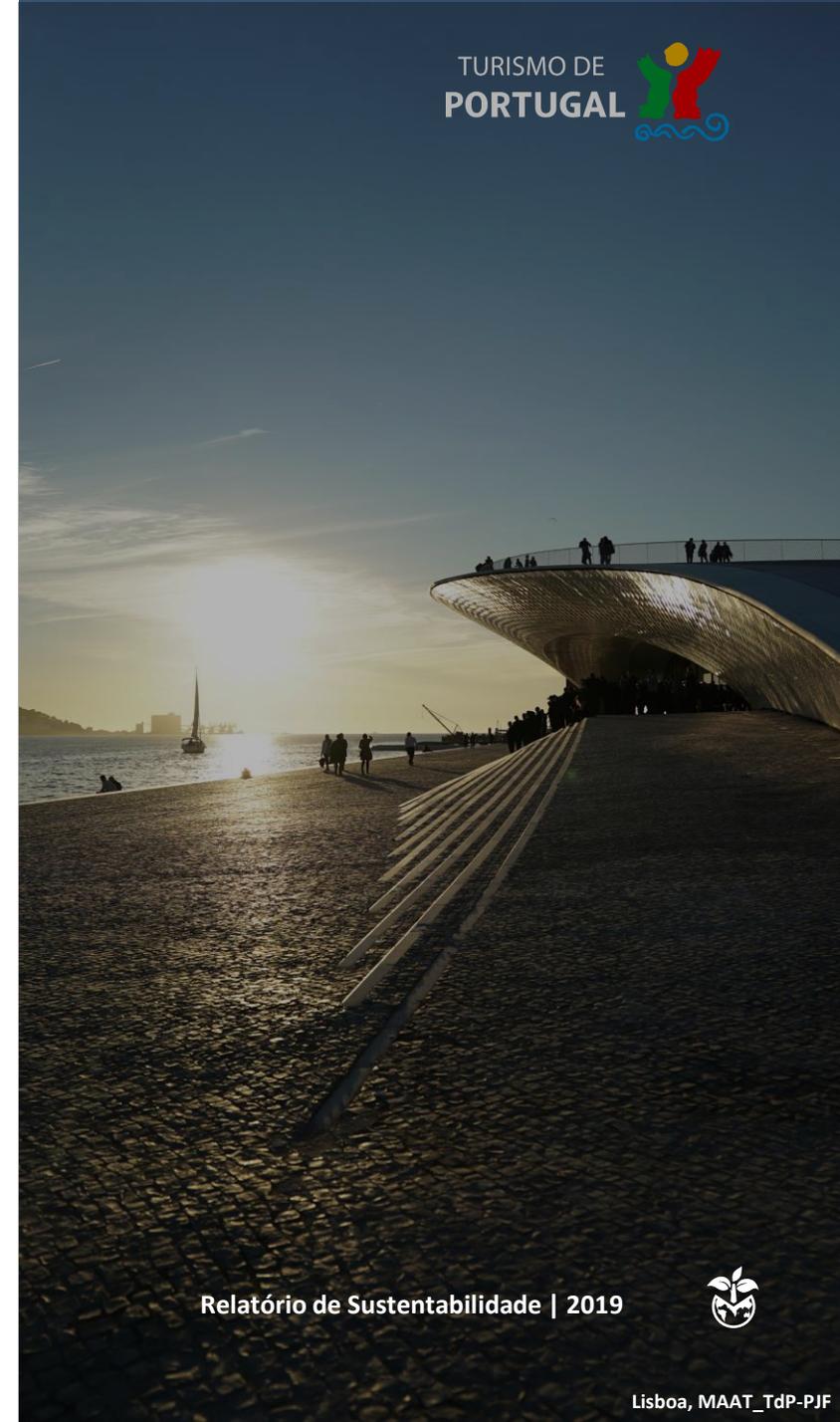
- LISGARANTE - Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Lisboa);

- GARVAL, Sociedade de Garantia Mútua, S.A. (Santarém).

A Estratégia Turismo 2027, como foi referido no ponto 2., tem a sustentabilidade como princípio orientador 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 que, para a sua total implementação, necessitam de ser suportadas por um plano de ação, devidamente monitorizado, pela **Equipa Interna para a Sustentabilidade**, composta por colaboradores das seguintes direções:

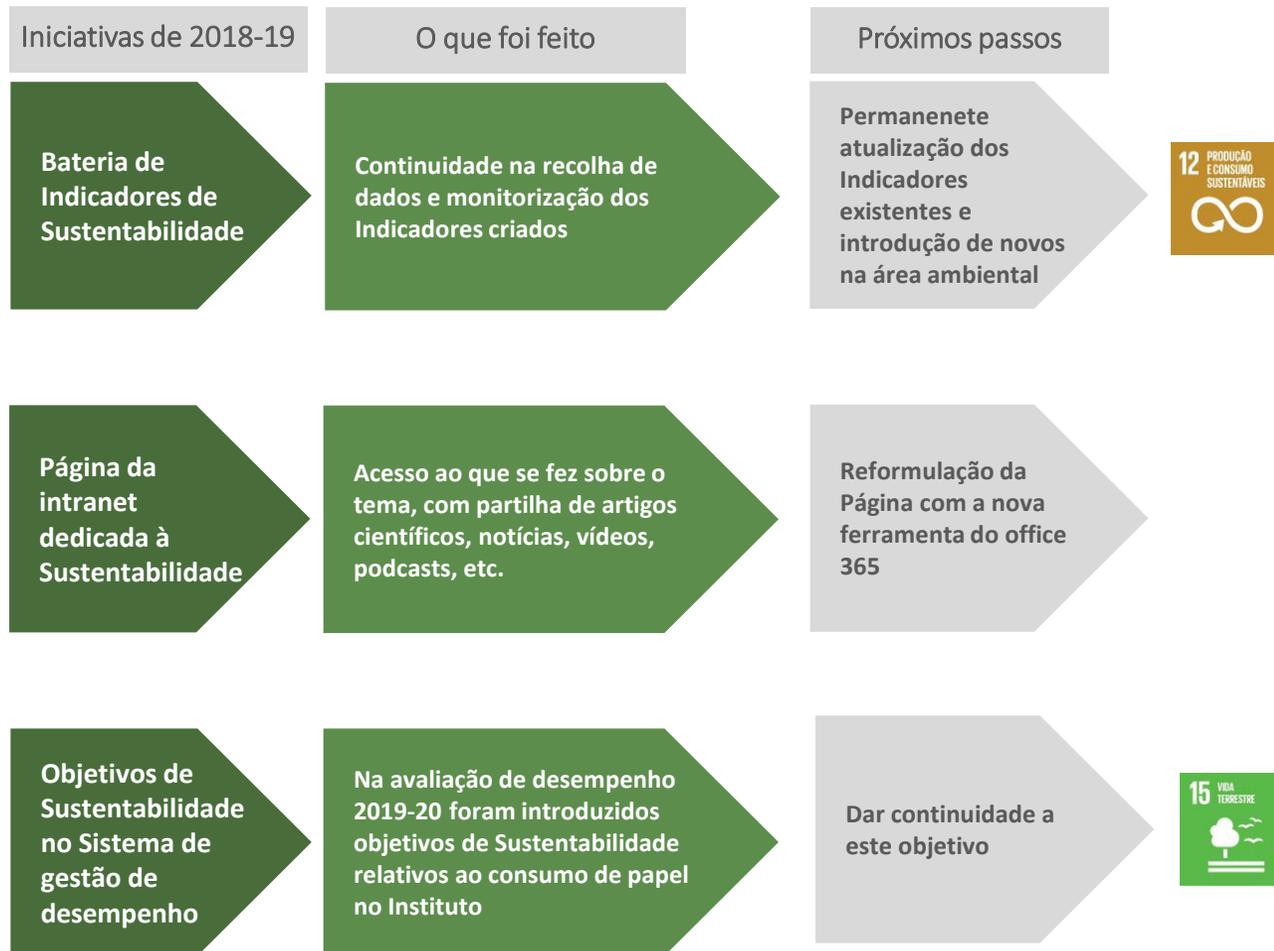
- Recursos Humanos,
- Gestão do Conhecimento,
- Financeira e de Tecnologias,
- Formação.



4. o Turismo de Portugal

Gestão da Sustentabilidade

O Turismo de Portugal aposta numa política corporativa assente em pilares de desenvolvimento sustentável. Através da sua Equipa Interna para a Sustentabilidade são várias as iniciativas adotadas, das quais se destacam:



A. Integrar a Sustentabilidade na gestão



4. o Turismo de Portugal

Gestão da Sustentabilidade

Iniciativas de 2018-19

O que foi feito

Próximos passos

Redução de consumos de papel, decorrente da adesão ao projeto "Papel Zero" (1)

Continuidade nas medidas de sensibilização para se continuar a reduzir o n.º de impressões. Entre 2018 e 2019 assistiu-se a uma redução de 3% (de 4.279 passou-se para 4.157, respetivamente)

Identificar áreas críticas, onde este projeto é mais difícil de ser implementado, equacionando-se novas soluções



B. Aumentar a Ecoeficiência

Reforçar a separação e recolha de resíduos

Recolha seletiva de lixo, designada "(Re)THINK, pelo Turismo Sustentável | O futuro nas nossas mãos". Foram colocados ecopontos de recolha seletiva de resíduos, em todos os pisos da Sede

Dar continuidade a este objetivo

Campanha de poupança de água e energia

Colocação de sinalética em lugares estratégicos, como forma de sensibilização

Dar continuidade a este objetivo



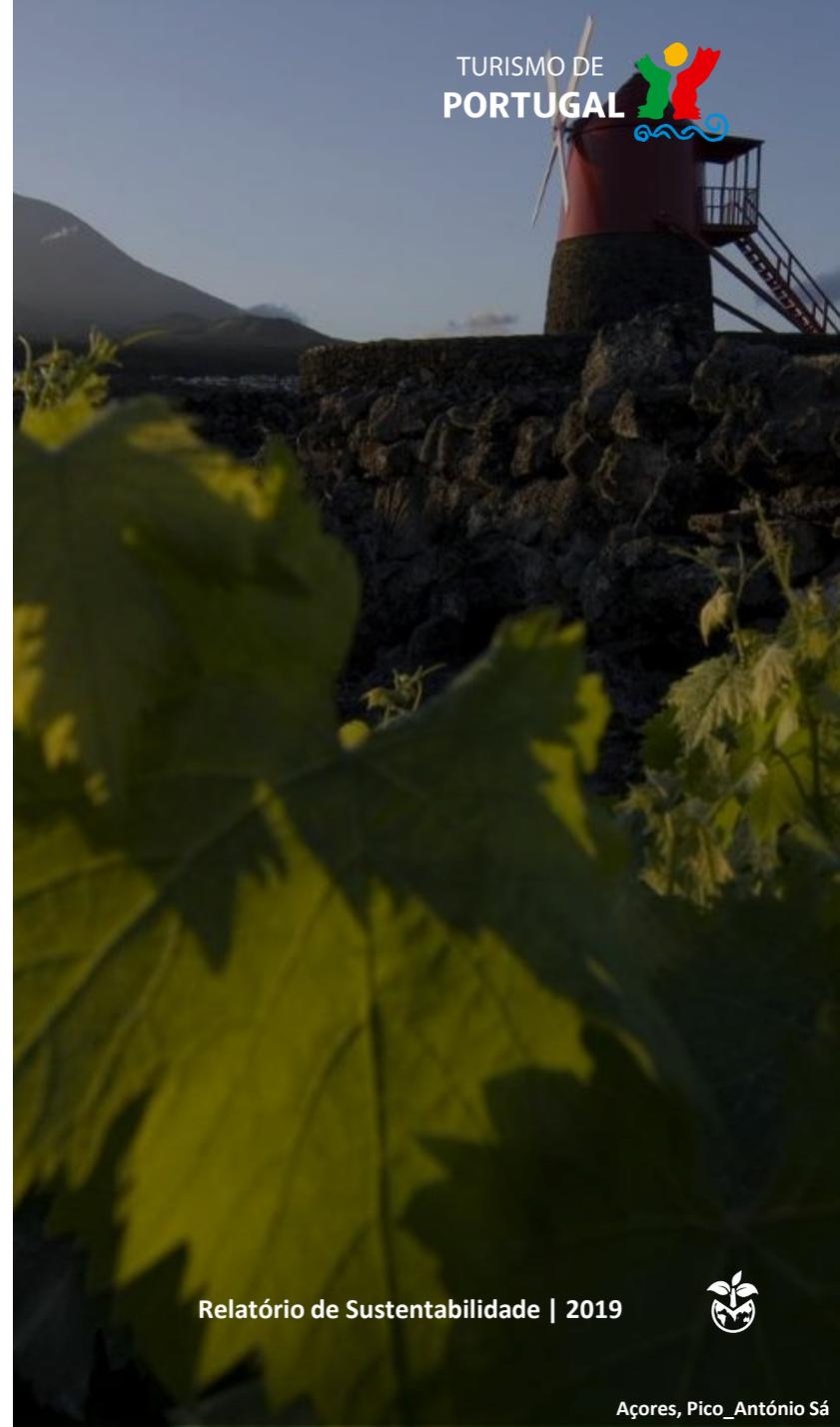
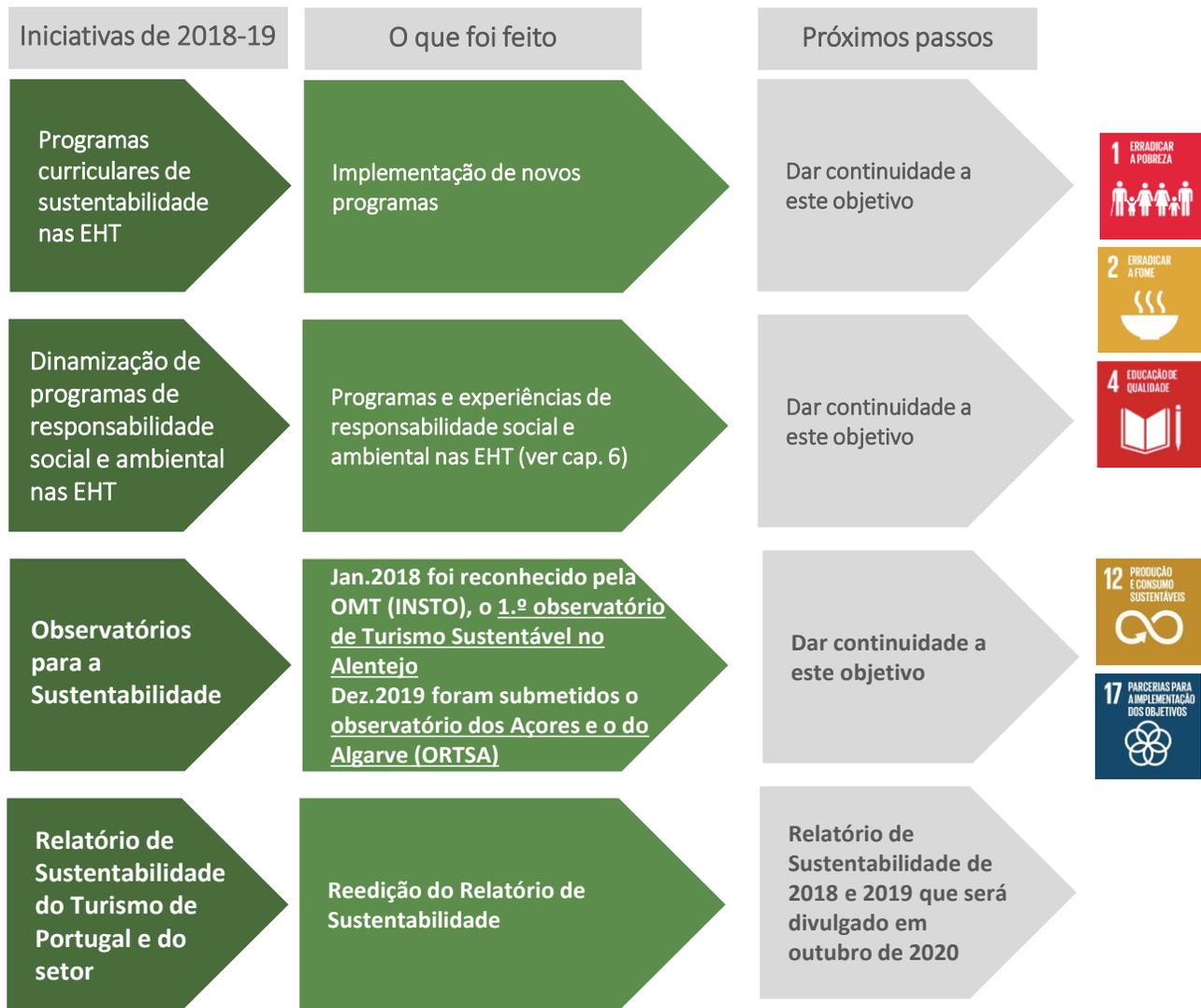
(1) A Resolução do Conselho de Ministros n.º 51/2017 de 19 de abril, criou o projeto-piloto "Papel Zero" a implementar na Administração Pública. Promovido pela Secretaria-Geral do Ministério da Justiça, pela Direção-Geral do Ensino Superior e pelo Turismo de Portugal, l. P., com o apoio técnico da Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas, este projeto visa a diminuição da utilização de papel, bem como a redução dos produtos e consumíveis de impressão.



4. o Turismo de Portugal

Gestão da Sustentabilidade

C. Valorizar o capital humano



4. o Turismo de Portugal

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

Os colaboradores do Turismo de Portugal regem-se por um conjunto de princípios éticos e deontológicos, enquanto modelo comportamental a observar no quotidiano, de forma a promover uma imagem de responsabilidade, seriedade e excelência do Instituto.

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 lhe são atribuídas com responsabilidade, demonstrando empenho nas tarefas

Lealdade

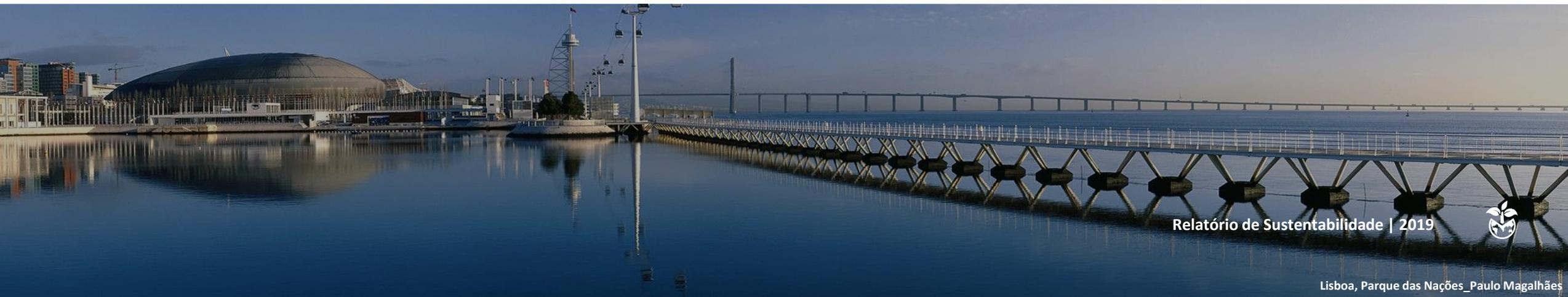
atuar com lealdade ao Instituto e aos colegas, independentemente da posição hierárquica que ocupam

Profissionalismo

assumir profissionalismo no cumprimento das tarefas

Integridade e cumprimento da Lei

assumir integridade e independência entre os interesses pessoais e os do Instituto, de forma a evitar situações que originem conflitos de interesses



4. o Turismo de Portugal

Gestão do Risco



Nos últimos anos, o Turismo de Portugal tem envidado esforços no sentido de promover uma cultura de prevenção do risco de corrupção no seio da sua organização.

Em 2009, no seguimento das recomendações emanadas pelo Conselho da Prevenção da Corrupção (CPC), foi criado o Plano de Gestão de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas, reconhecido como um instrumento de gestão útil e dinâmico, que sofreu uma posterior atualização, em 2015.

Fruto das alterações à estrutura orgânica do Turismo de Portugal, consubstanciadas na Deliberação n.º 535/2018, publicada em 26 de abril de 2018, surgiu a necessidade de rever o Plano de Prevenção de Riscos existente e adequá-lo à nova realidade institucional.

O novo Plano de Prevenção de Riscos de Gestão incluindo os Riscos de Corrupção e Infrações Conexas (PPRGRCIC) do Turismo de Portugal foi elaborado para o período 2018-2023 e concebido com a participação de todos os dirigentes das unidades orgânicas do Instituto, integrando a identificação dos riscos e das medidas de prevenção e controlo a adotar.



4. o Turismo de Portugal

Indicadores



ECONÓMICOS

Receita: 315,03 milhões € (+8,9% face a 2018)

Receita do Jogo: 56%

Fundos Comunitários: 19%

Reembolsos: 16%

Outras receitas: 9%

Despesa: 272,99 milhões € (-5,5% face a 2018)

Estrutura: 31,13 | 11%

Operacionais: 241,85 | 89%

Valor pago a Fornecedores de Bens e Serviços: 27,80 milhões € (+4,1% face a 2018)



4. o Turismo de Portugal

Indicadores



AMBIENTAIS

Consumo de Energia

Eletricidade:

Sede: 926 MWh (-7,1% face a 2018)

EHT: 4 551 MWh (+8,9%)

Gás Natural:

EHT: 178 954 m³ (-7,3%)

Gás Propano:

EHT: 31 482 Kg (+11,8%)

Gasóleo:

Sede: 34 103 lt (+23,1%)

SRIJ: 16 007 lt (+18,5%)

EHT: 28 328 lt (+15,0%)

Consumo de Água

Sede: 2 111 m³ (+1,7%)

EHT: 44 605 m³ (-0,2%)

Consumo de Papel

(média por colaborador)

Sede: 1.356 (-33%)

EHT: 4 141 (-2%)

SRIJ e AIJ: 1 472 (+8%)



4. o Turismo de Portugal

Indicadores



SOCIAIS

Colaboradores: 640

Sede: 264 (+0,4% face a 2018)

SRIJ: 98 (+3,2%)

EHT: 278 (+7,3%), dos quais 92 são professores (14,4%)

Ações de formação (n.º horas): 11 807 (+48% face a 2018)

Colaboradores que fizeram formação: 386 (+44%)

Estágios curriculares: 21 (+75%)

Estágios remunerados : 21 (+17%)

Mestrados apoiados: 2 (não se registaram apoios em 2018)

Instituições apoiadas por projetos dinamizados pelas EHT: 64



4. o Turismo de Portugal

Desempenho Ambiental

O consumo de água, na sede do Turismo de Portugal foi, em 2019, de 2 111 m³, que se traduziu num aumento face a 2018 de 2%. Este volume originou um consumo médio por colaborador de 8 m³ (7,9 m³ em 2018).

Em relação às EHT o valor do consumo foi de 44 605 m³, ou seja, menos 0,2% face a 2018. Procedendo ao cálculo médio por colaborador da escola, o consumo foi de 11,3 m³ (11,4 m³ em 2018).

Relativamente ao consumo total de energia, a sede do Turismo de Portugal registou um consumo de 5 125 GJ, em 2019, dos quais:

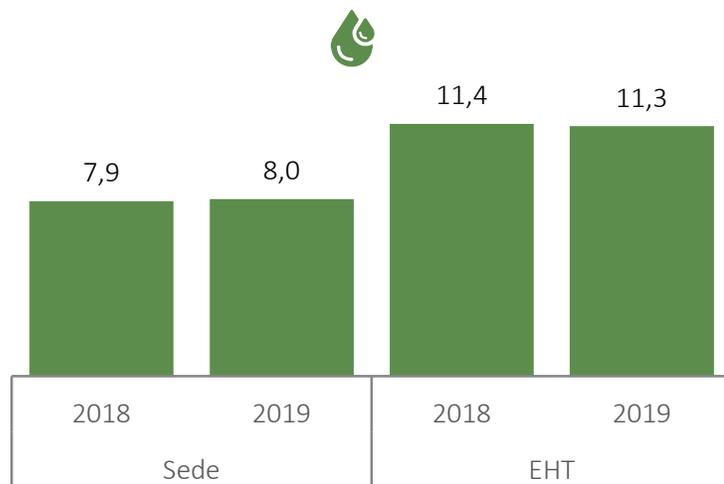
- ✓ 1 791 GJ em gasóleo (+22% que em 2018);
- ✓ 3 334 GJ em eletricidade (-7%), que representou 65% do consumo total.

Fazendo o rácio por colaborador temos que em 2019 cada um gastou 6,8 GJ de gasóleo (5,6 GJ em 2018) e 12,6 GJ de eletricidade (13,6 GJ em 2018).

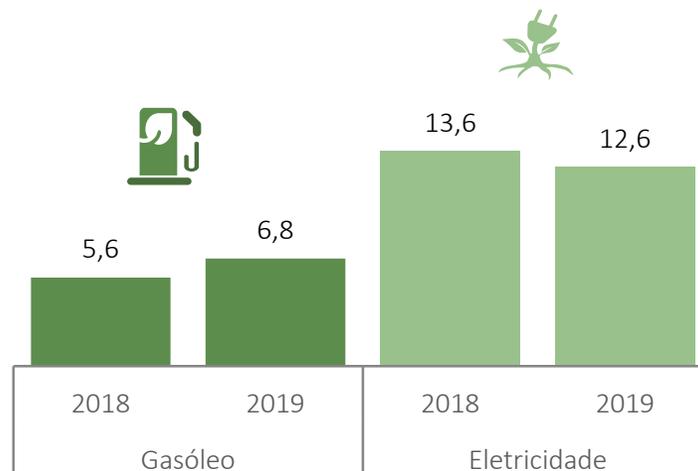
As EHT assinalaram, em 2019, um consumo total de energia de 25 801 GJ dos quais:

- ✓ 1013 GJ em gasóleo (+15% do que em 2018);
- ✓ 16 384 GJ em eletricidade (+9%) que representou 64% do consumo total;
- ✓ 6 879 GJ em gás natural (-7%);
- ✓ 1 525 GJ em gás propano (+12%).

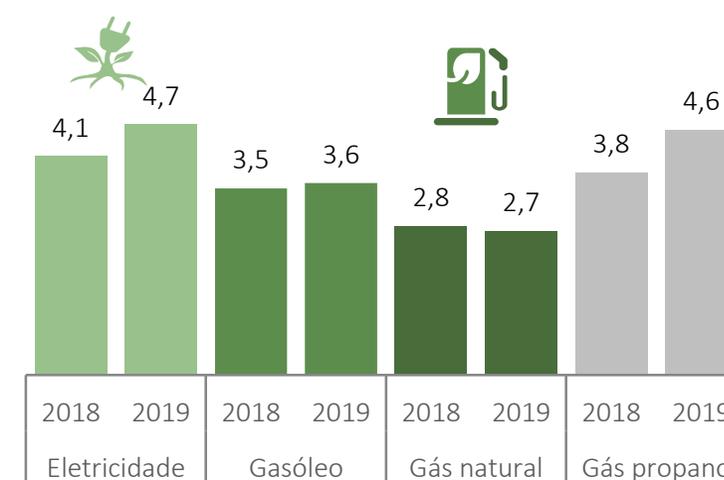
Consumo de água, por colaborador (m³)



Consumo de energia, na sede do Turismo de Portugal, por colaborador (GJ)



Consumo de energia, nas Escolas de Hotelaria do Turismo de Portugal, por colaborador (GJ)



4. o Turismo de Portugal

Desempenho Ambiental

As EHT das Caldas da Rainha, de Portimão e de Faro foram as que conseguiram alcançar as reduções mais acentuadas no consumo de água, por colaborador (-42,1%, - 40,2% e - 29,5%, respetivamente), equilibrando, deste modo, os maiores aumentos que foram evidenciados pelas EHT do Porto (+62,7%), de Douro-Lamego (+59,3%) e de Vila real de St.º António (+42,9%).

Relativamente aos níveis de consumo de eletricidade por colaborador, quase todas as EHT registaram aumentos significativos face a 2018, originando, como já se referiu, um crescimento de 9% em termos globais.

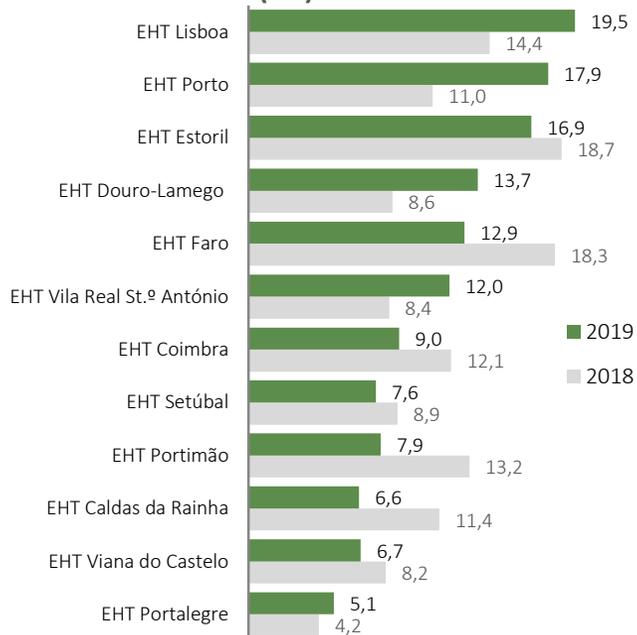
Destacam-se as evoluções das EHT de Portalegre (+37,3%), de Portimão (+36,5%) e de Coimbra (+30,9%).

As emissões de GEE evoluem de acordo com os consumos de energia.

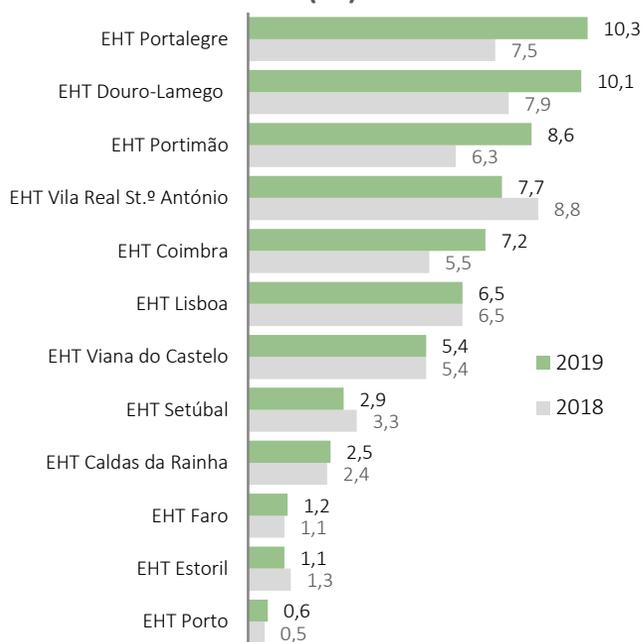
As emissões diretas (Âmbito1), resultantes dos consumos de gás natural, gás propano e gasóleo, aumentaram no consumo de gasóleo, tanto na sede (+21,6%), como nas EHT (+15%) e no caso do gás propano nas EHT (+11,8%).

As emissões indiretas (Âmbito 2), são influenciadas não só pelo consumo de energia como igualmente das variações decorrentes do mix energético nacional. Face a 2018 as EHT assinalaram um aumento de 9%.

Consumo de água, por colaborador e EHT (m³) 



Consumo de eletricidade, por colaborador e EHT (GJ) 



Emissões de gases com efeito estufa (GEE)

Sede		2018	2019
Emissões de GEE (t CO _{2e})			
Diretas (Âmbito 1)	Gasóleo	109	133
Indiretas (Âmbito 2)	Eletricidade	409	379
Total		518	513
EHT		2018	2019
Emissões de GEE (t CO _{2e})			
	Gas natural	420	390
Diretas (Âmbito 1)	Gas propano	87	97
	Gasóleo	65	75
Indiretas (Âmbito 2)	Eletricidade	1 713	1 865
Total		2 285	2 427

4. o Turismo de Portugal

Envolvimento com os Stakeholders do Setor



Conhecimento

AHP – Associação da Hotelaria de Portugal

ATL – Associação de Turismo de Lisboa Visitors and Convention Bureau

ARHCESMO – Associação Regional dos Hoteleiros de Cascais e Estoril, Sintra, Mafra e Oeiras

APR – Associação Portuguesa e Resorts

ARAC – Associação dos Industriais de Aluguer de Automóveis sem Condutor

APECATE – Associação Portuguesa de Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos

APAVT – Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo

AHRESP – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal

ALEP – Associação do Alojamento Local em Portugal

NOVA, SBE/IMS

Inovação, Programa FIT Fostering Innovation in Tourism

Wildtriumphs, Lda. | Beta-i

Fabstart - Fábrica de Startups, S.A.

GesEntrepreneur - Empreendedorismo Sustentável, Lda.

Novotecna - Associação para o Desenvolvimento Tecnológico

Incubadora D. Dinis - Associação para a Promoção do Empreendedorismo, Inovação e Novas Tecnologias

Startup Lisboa - Associação para a Inovação e Empreendedorismo de Lisboa

Startup Madeira - More than Ideas, Lda.

Instituto Politécnico do Porto | Startup Porto

Conversas Versáteis, Lda.

Sustentabilidade

ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa

GPA – Green Project Awards

ENAT – European Network for Accessible Tourism

Universidade de Évora

Eurostat

Taylor Fladgate & Yeatman

OCDE – Comité de Turismo da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

World Tourism Organization

WTTC – World Travel & Tourism Council



4. o Turismo de Portugal

Prémios e Distinções

Reconhecimento PRÁTICAS RS E SUSTENTABILIDADE	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal vence a categoria Comunidade da 5.ª Edição - 2019 do prémio dinamizado pela Associação Portuguesa de Ética Empresarial, com o projeto “Educar para a responsabilidade”, reconhecendo as ações de responsabilidade social e sustentabilidade dinamizadas pela rede de Escolas do Turismo de Portugal.
World Travel Awards 2019	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo do Mundo, pelo terceiro ano consecutivo.Portugal - Melhor Destino Turístico do Mundo, pelo terceiro ano consecutivo.
Prémios Eficácia 2019	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal - ouro pela «Onda em Times Square» nas categorias Utilização Criativa de Meio e Transportes e Viagens e Turismo.
Tourism Video Competition da Organização Mundial do Turismo 2019	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal - a campanha internacional «Portugal. The Summer» venceu a 4.ª edição da competição.
Prémios Criatividade Meios & Publicidade 2019	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal - Anunciante do Ano.Turismo de Portugal - «Onda Times Square» - Grande Prémio na categoria “Formato Especial – Digital” e Ouro nas categorias “Comunicação de Produto e Serviço” e “Mercados Internacionais”.Turismo de Portugal - Campanha #Brelcome - Prata nas categorias “Filme”, “Redes Sociais” e “Mercados Internacionais”.
World Travel Awards 2019 edição Europa	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo da Europa, pelo sexto ano consecutivo. Portugal - Melhor Destino Europeu, pelo terceiro ano consecutivo.
Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC)	<ul style="list-style-type: none">Os Açores são o primeiro arquipélago a nível mundial a ser certificado ao abrigo do programa de destino sustentável da EarthCheck. A certificação foi concedida durante a conferência do Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC) na ilha Terceira.
11.ª edição dos Prémios Marketeer	<ul style="list-style-type: none">Turismo de Portugal volta a ganhar na categoria Turismo Destino.
Green Destinations	<ul style="list-style-type: none">Portugal foi distinguido como o melhor destino europeu 2019, pelos Sustainable Top 100 Destination Awards.



4. o Turismo de Portugal

Prémios e Distinções

XXI Festival do Clube de Criativos de Portugal

- Turismo de Portugal - Anunciante do Ano.
- Turismo de Portugal - Grande Prémio Jornalistas.
- Turismo de Portugal - Melhor Cliente nas categorias Ativação de Marca e Publicidade, pela campanha “Onda gigante da Nazaré em Nova Iorque”.

Prémios Marketing Meios & Publicidade 2019 | 5 galardões

- Turismo de Portugal - Ouro com a campanha internacional Can't Skip Portugal, na categoria Viagens & Turismo.
- Turismo de Portugal - Prata com a campanha Um Plano Pelo Centro, nas categorias Viagens & Turismo e Brand Content.
- Turismo de Portugal - Prata com a campanha internacional Can't Skip Portugal nas categorias Digital & Redes Sociais e Mercados Internacionais.

Organização Mundial do Turismo

- Portugal recebeu a distinção de Destino Turístico Acessível 2019 durante a 23.ª Assembleia Geral da Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO), realizada em São Petersburgo, Rússia.

World Travel Awards 2018

- Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo Mundial.
- Visitportugal.com - Melhor Site Oficial de Turismo Mundial.
- Portugal - Melhor Destino Turístico do Mundo e Melhor Destino Turístico Europeu.

World Golf Awards 2018

- Portugal Melhor Destino Mundial e Europeu de Golfe.

Prémio ACEPI Navegantes XXI 2018 (Associação da Economia Digital - ACEPI)

- Plataforma Portuguese Trails

Prémios Meios & Publicidade 2018

- Marca do Ano: Turismo de Portugal.
- Personalidade de Marketing: Lúcia Monteiro (Diretora Coordenadora da Direção de Apoio à Venda).



5. o nosso valor humano

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:



640 colaboradores



63% mulheres (405)
37% homens (235)



181 novas contratações



41% na Sede e
68% em Lisboa



59% em CTFP -
Indeterminado



158 saídas



5. o nosso valor humano

A Equipa Turismo de Portugal



36% de colaboradores em iniciativas de voluntariado



21 estágios curriculares



2 Mestrados apoiados

Categoria profissional e Escalão etário	2018				2019			
	< 30	30-50	> 50	Total	< 30	30-50	> 50	Total
Dirigente		33	22	55		26	23	49
Técnico superior	1	147	77	225	4	150	89	243
Assistente técnicos, Técnico de nível intermédio, Pessoal administrativo		40	60	100		44	62	106
Assistente Operacional, Operário, Auxiliar		23	34	57		14	36	50
Pessoal de Inspeção	2	41	30	73	2	43	30	75
Informático		2	7	9		5	8	13
Educadoras de infância e Docentes do ensino básico e secundário	6	50	14	70	5	73	14	92
Outros		8	20	28		4	8	12
Total de colaboradores	9	344	264	617	11	359	270	640

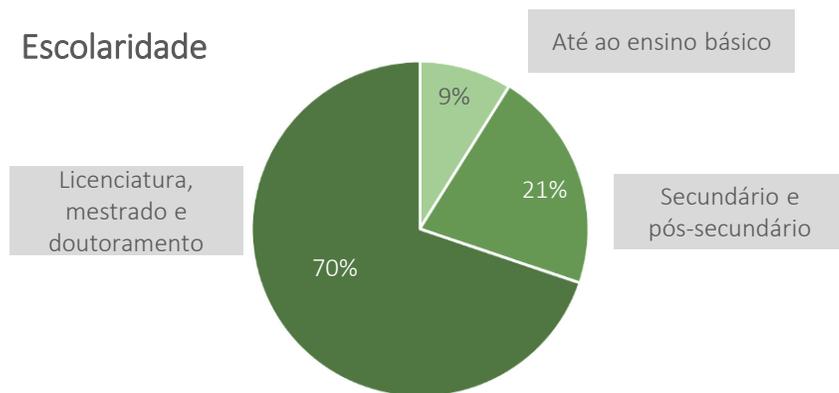


5. o nosso valor humano

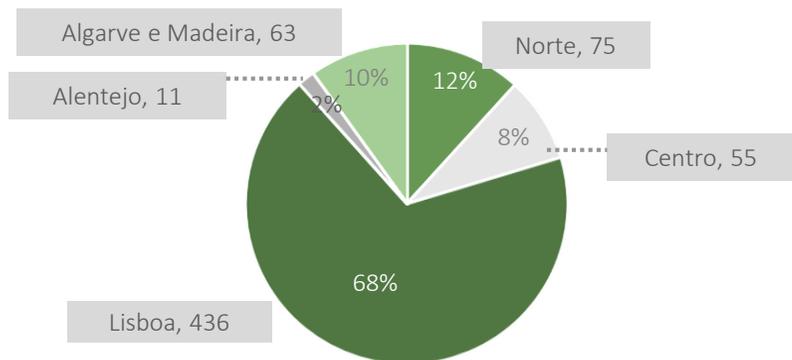
A Equipa Turismo de Portugal

Em 2019 trabalhavam no Turismo de Portugal 640 colaboradores (+3,7% face a 2018). A sua distribuição era a seguinte: 278 afetos às 12 Escolas de Hotelaria e Turismo do Turismo de Portugal (44%), 264 afetos à sede (41%) e 98 ao Serviço de Inspeção de Jogos (15%).

Escolaridade



Localização



Nota: Gráficos com informação de 2019

Tipo de vínculo	2018	2019
Cedência por interesse público	1	1
Comissão de serviço	55	49
Contrato de trabalho em funções públicas (CTFP) Indeterminado	368	376
Contrato de trabalho em funções públicas (CTFP) Termo resolutivo certo	30	55
Contrato de trabalho em funções públicas (CTFP) Termo resolutivo incerto	22	18
Mobilidade interna intercarreiras	12	10
Mobilidade interna na categoria	62	59
Nomeação definitiva	67	72
Total de colaboradores	617	640



5. o nosso valor humano

Gestão do Talento



O Turismo de Portugal está ciente de que a motivação dos seus colaboradores e conseqüente melhoria de resultados financeiros e operacionais só se consegue quando as organizações possuem práticas de atração e retenção do talento. Nesse sentido, continuam a ser práticas habituais:



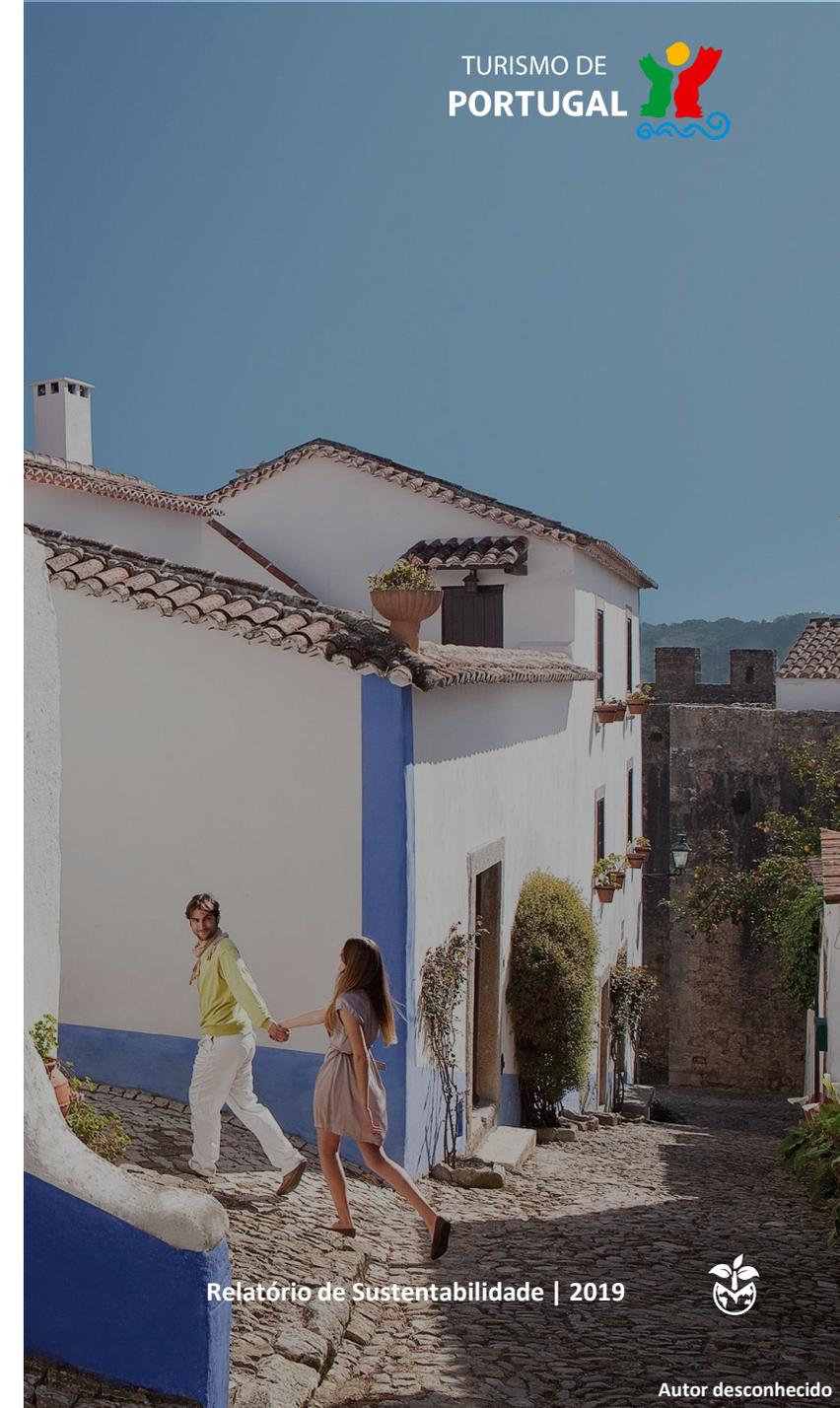
A possibilidade de desenvolver competências dentro da organização, incentivado por um programa anual de mobilidade interna, o **CresceRH**. Aqui fomenta-se o desenvolvimento de novas competências e apoia-se os trabalhadores nos novos desafios internos por mudança de área funcional;
Promover projetos de capacitação internacional dos colaboradores em organismos e empresas do setor do Turismo no estrangeiro.



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);
Dar acesso ao financiamento parcial de mestrados, pós-graduações e doutoramentos em áreas de relevância para a atividade do Instituto.



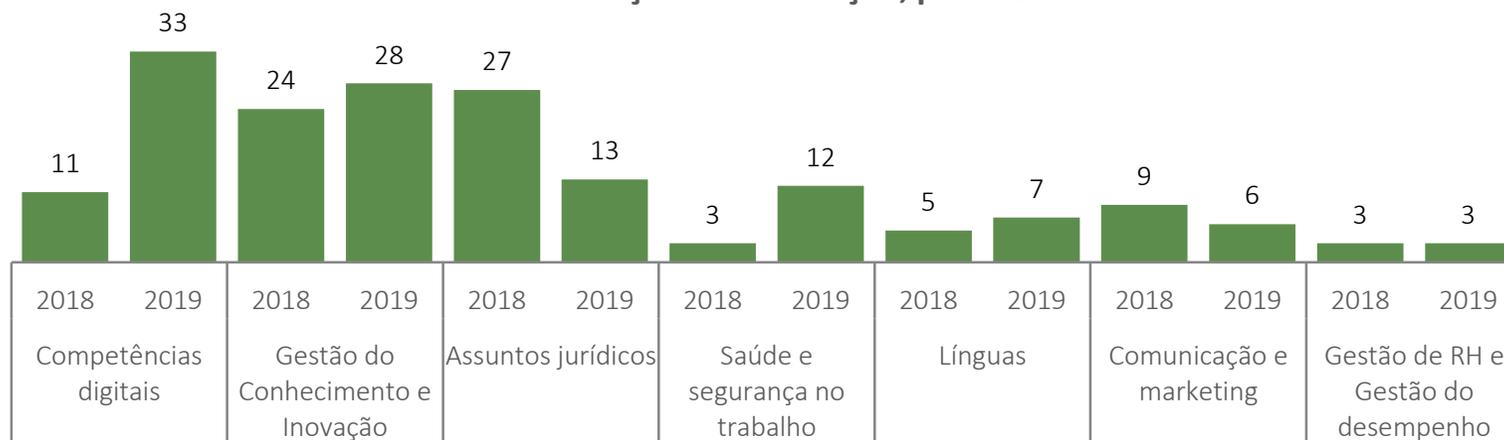
Disponibilizar tecnologia que facilita o trabalho em qualquer lugar, bem como, a flexibilidade no horário de trabalho com a utilização de créditos de horas (ex. concessão de 1 dia por cada 7 horas a mais de trabalho/mês) e acesso a lugares de estacionamento, na propriedade do instituto, que são ocupados por ordem de chegada;
Promover formação: em 2019 aumentou em 48% o número horas de formação (8 005 em 2018 e 11 807 em 2019). Relativamente ao número de ações de formação, registaram-se mais 7, face a 2018 (99 ações de formação em 2018 e 106 em 2019).



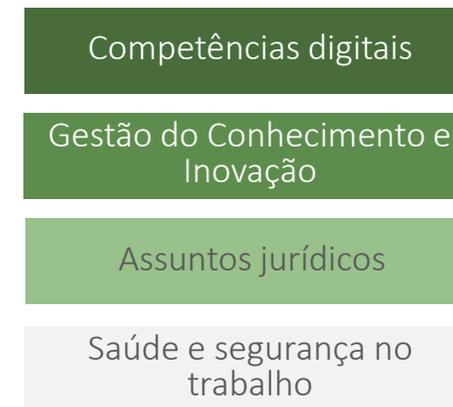
5. o nosso valor humano

Gestão do Talento

Número de ações de formação, por área temática

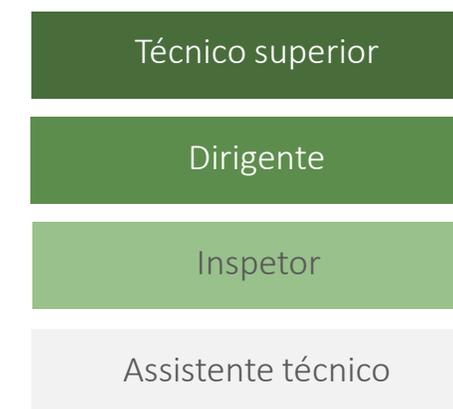
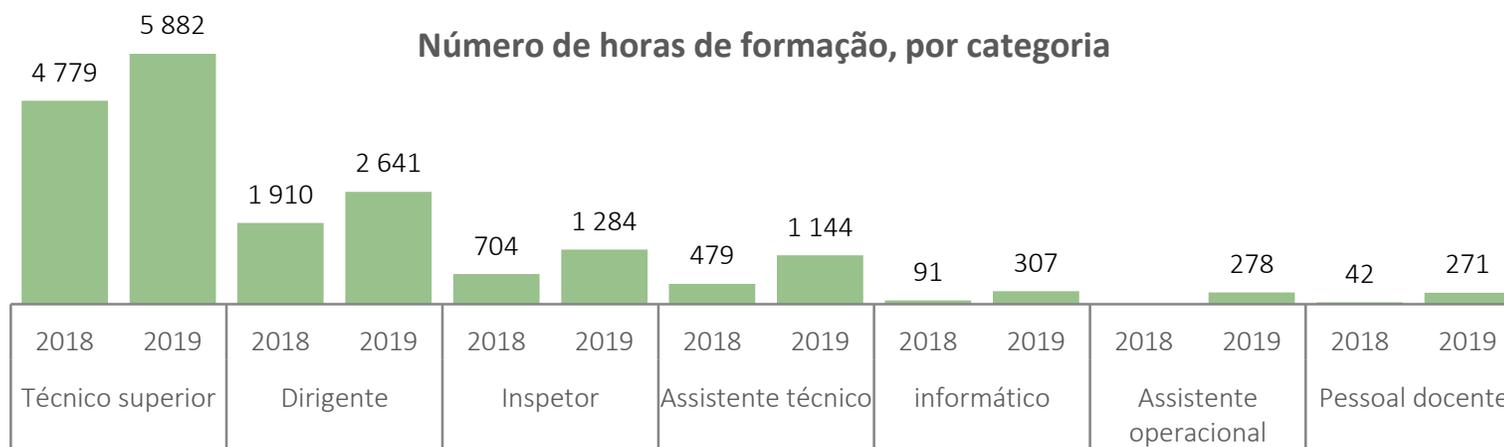


O Turismo de Portugal deu prioridade à Formação, em 2019, nas seguintes áreas temáticas:



As categorias profissionais que usufruíram de mais horas de formação em 2019 foram:

Número de horas de formação, por categoria



5. o nosso valor humano

Saúde, Bem-Estar e Segurança



Workshops

38 workshops aos quais assistiram 385 participantes.

Temas principais:

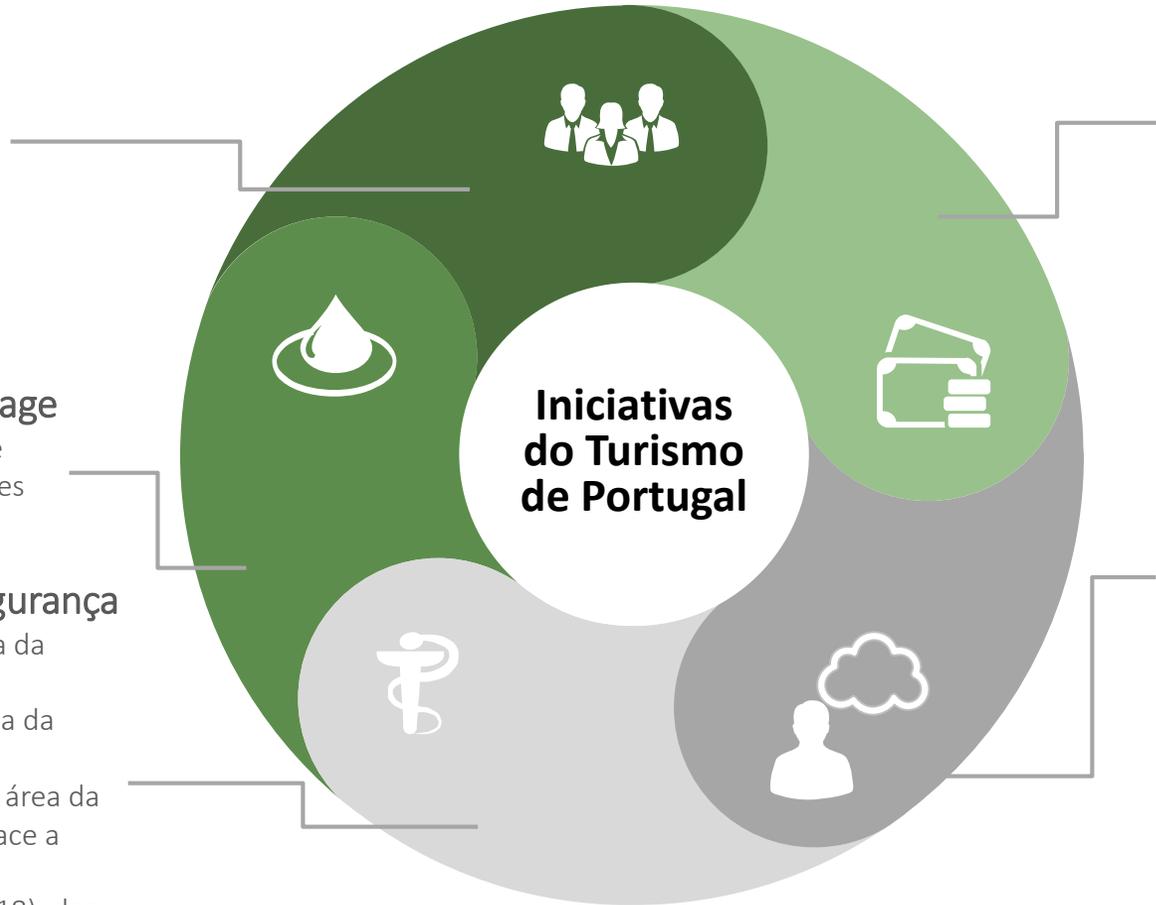
- Mindfulness;
- Aulas de hitt e pilates;
- Agricultura e jardinagem; doméstica em ambiente urbano;
- Deixar de fumar;
- Primeiros socorros;
- Ergonomia.

Office massage

- 1 216 sessões de massagens que contemplaram 1 111 participantes

Saúde e segurança

- 110 colaboradores receberam a vacina da gripe;
- 283 exames médicos realizados na área da saúde (+93 face a 2018);
- 6 ações de formação e 8 auditorias na área da segurança (+2 ações e +6 auditorias, face a 2018);
- 14 acidentes de trabalho (-2 face a 2018), dos quais 4 no local e 10 in itinere.



Sorteios

8 sorteios de bilhetes para eventos especiais

Temas principais:

- Acesso à BTL;
- Prova do Global Champions Tour CSI 5* Cascais;
- Grandes Escolhas: Vinhos e Sabores;
- Portugal Masters 2019;
- Festival Músicas do Mundo – Sines.

Indoors academy

6 sessões nas quais participaram 150 colaboradores

Temas principais:

- Pequeno almoço a 1, a 2 ou a 3;
- Café com natas ou a nata do café;
- Azeite será a nova manteiga?;
- Provar o vinho com quem sabe?;
- Comer bem ou muito? Na boca menos é mais.



5. o nosso valor humano

Ações solidárias



Team building de caráter social e voluntariado

83 colaboradores participaram num team building de responsabilidade social e ambiental, numa atitude de cooperação. O projeto consistiu na recolha de lixo na praia. A Brigada do Mar planeou e coordenou o projeto, no âmbito de um encontro de quadros do Turismo de Portugal. Esta atividade contou com 212 pessoas que recolheram cerca de três toneladas de lixo.



Praia da Base Aérea do Montijo; produção própria

Campanha de solidariedade

Na sequência da catástrofe que assolou a região da Beira, em Moçambique, o Turismo de Portugal associou-se à Cruz Vermelha Portuguesa, promovendo uma campanha de recolha de bens. Contributos do Turismo de Portugal: 260 enlatados, 240 produtos de higiene, 21 embalagens de mercearia diversa e 124 medicamentos não sujeitos prescrição médica.

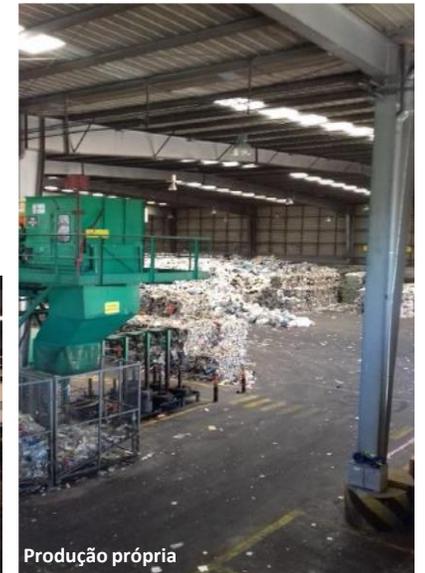


Centro de triagem de resíduos do Lumiar

A Equipa Interna para a Sustentabilidade teve a oportunidade de observar todo o processo inerente à separação dos resíduos que chegam ao centro diariamente. Foi acompanhado todo o processo, desde a chegada e receção do lixo, o seu encaminhamento para as diversas secções, onde se procede à separação do mesmo e, por fim, como é feito o acondicionamento do mesmo para ser posteriormente reutilizado.



Centro de triagem de resíduos do Lumiar



Produção própria



6. as nossas escolas

Missão e Objetivos

Missão

O Turismo de Portugal, enquanto entidade reguladora e agente técnico na qualificação dos profissionais de turismo para a excelência do serviço e da gestão, **tem por missão o desenvolvimento de recursos humanos para o setor e a respetiva investigação técnico-pedagógica, bem como a coordenação, execução e reconhecimento dos cursos e ações de formação, além de certificar a aptidão profissional para o exercício das profissões turísticas.**

Objetivos

Contribuir de forma decisiva, para a **produção de valor na qualificação dos recursos humanos**, em conformidade com os eixos de atuação da “Estratégia Turismo 2027”, destacando-se:

- a valorização das profissões do turismo e o desenvolvimento de cursos e programas formativos que respondam às necessidades do mercado;
- a transferência de conhecimento de instituições de ensino e centros de investigação para as empresas.

Escolas

O Turismo de Portugal gere uma rede nacional de 12 Escolas, líderes na **formação do capital humano para o turismo**, com vista à melhoria da qualidade e prestígio das profissões turísticas.

Em Janeiro de 2018 a Organização Mundial de Turismo distinguiu o projeto formativo das escolas do Turismo de Portugal - denominado Tourism Training Talent - com o primeiro lugar na categoria Inovação e Políticas Públicas da 14.ª edição dos prémios UNWTO.

Tourism Training Talent (TTT)

o Tourism Training Talent (TTT) consiste num programa de formação abrangente disponibilizado pela nossa **rede de 12 Escolas de Turismo**, focado essencialmente em:

- aumentar as competências dos alunos e profissionais;
- adaptar a formação às novas tendências, abrindo as escolas à comunidade;
- incentivar a inovação e o empreendedorismo;
- ampliar o papel da formação a outras atividades.



6. as nossas escolas

Principais Indicadores

12 Escolas de Hotelaria e Turismo

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

82 projetos anuais
(+20 face a 2018)

Alimentação Saudável e Nutrição	EDP-Escolas Solidárias	Newsletter e Publicações	Redução de Consumos
Comemorações	Empreendedorismo Social	Promoção da Oferta Formativa	Responsabilidade Social
Eco-Escolas	Hábitos de Vida Saudável	Recolha de Bens e Géneros Alimentares	Work shops e Palestras

180 entidades parceiras ()

11 galardões
Bandeira Verde (+2 face a 2018)

2 745 ações realizados (+249)

10 151 pessoas alocadas às ações

4 760 horas de dedicação

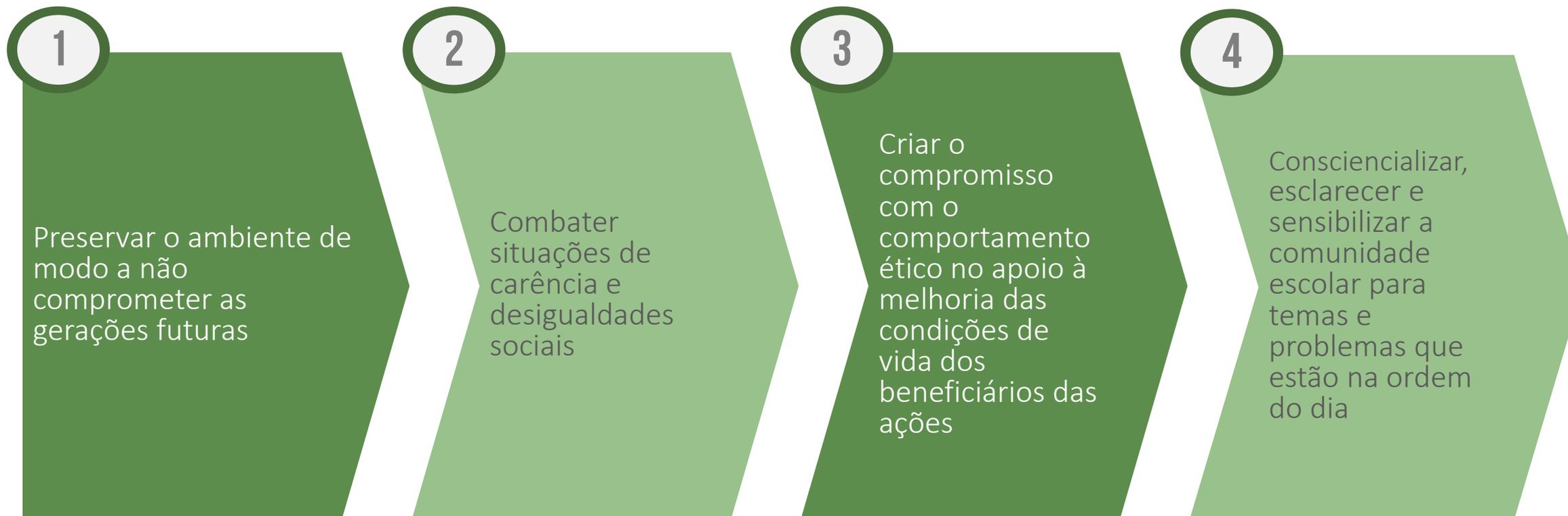
64 instituições apoiadas

6. as nossas escolas

Educar para a Responsabilidade

“Educar para a Responsabilidade” é, para além de um compromisso assumido e incorporado pelo Turismo de Portugal na sua missão e nas estratégias orientadoras dos últimos anos, o nome dado ao projeto que engloba todas as ações e atividades inerentes à área da responsabilidade social e ambiental das escolas.

A par da desafiante missão de educar para a responsabilidade, este projeto faz parte dos dez artigos presentes no Código Mundial de Ética do Turismo. Como agente de formação, o departamento tem a atribuição de estimular e incentivar os trabalhos em torno dos princípios do Código “inserindo-se numa lógica tendente a conciliar sustentavelmente proteção ambiental, desenvolvimento económico e luta contra a pobreza (...)”. Com efeito, alinhado também com os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) da ONU, o trabalho desenvolvido nas escolas em torno da sustentabilidade social e ambiental tem contribuído para:



6. as nossas escolas

Os Eixos da Responsabilidade Aliados à Formação

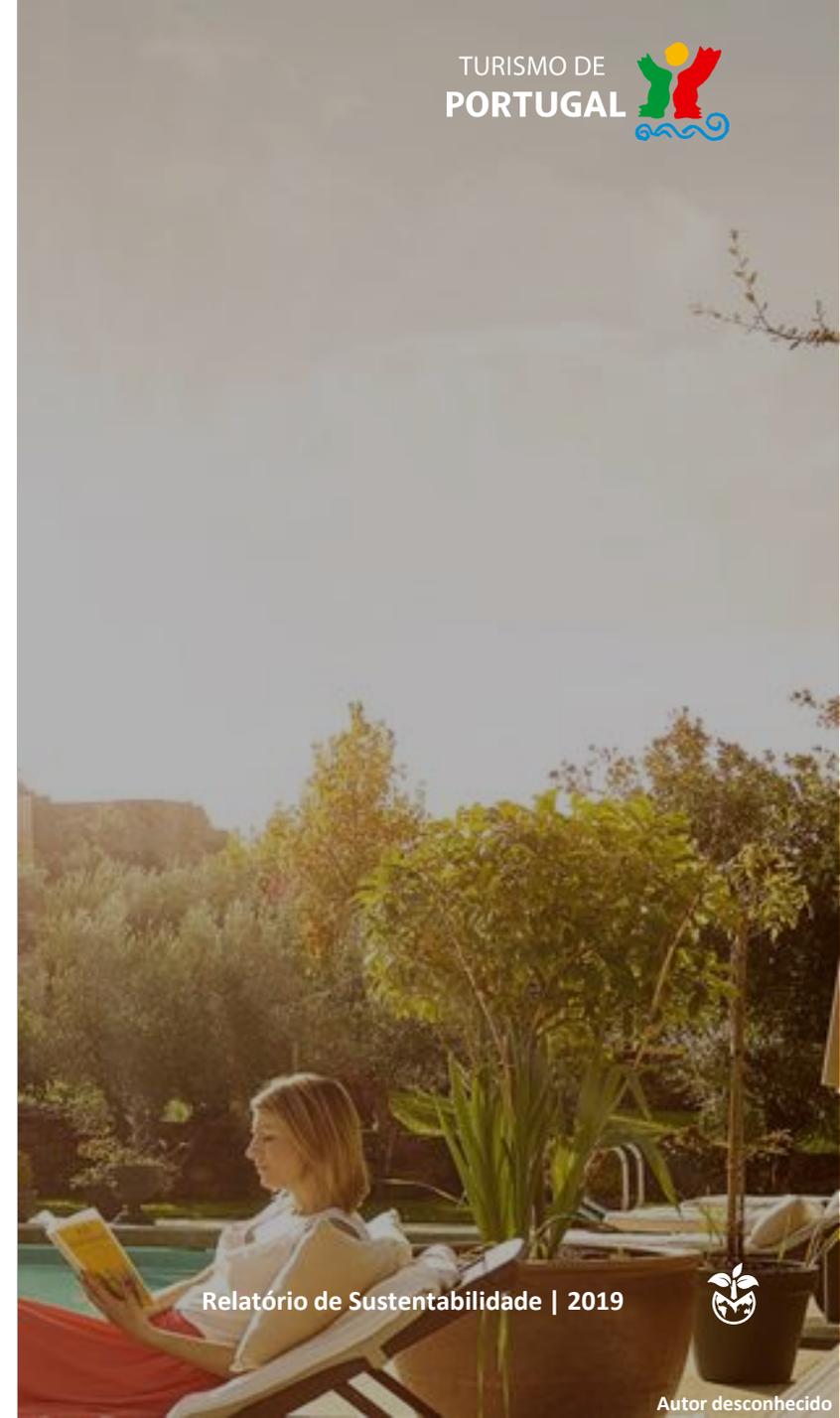


A temática da responsabilidade social, ambiental e económica tem vindo a ganhar destaque nas EHT pela inclusão dessa mesma temática nas práticas escolares.

Foram introduzidas alterações expressivas na gestão e organização escolar, assim como nos próprios planos de estudos dos cursos, com o intuito de reforçar o papel determinante da educação na formação de cidadãos responsáveis, conscientes, atentos e despertos para as causas sociais, ambientais e económicas num mundo fortemente marcado por assimetrias e constantes mudanças.

Foram as seguintes, as novas unidades curriculares incluídas nos cursos para jovens e profissionais do Turismo:

1	Sustentabilidade no Turismo
2	Turismo Acessível
3	Intraempreendedorismo
4	Empreendedorismo e Modelo de Negócio em Empreendedorismo
5	Iniciativa Empresarial
6	Ética e Protocolo Empresarial



6. as nossas escolas

Impacto do Programa de Responsabilidade Social e Ambiental



01

Escola é espaço de dinamização e preservação de proximidade com a comunidade

02

Combate ao desperdício alimentar

03

Redução de produção de lixo, plásticos e outros resíduos

04

Implementação de soluções amigas do ambiente

05

Promoção e desenvolvimento de competências de responsabilidade, compromisso, solidariedade e cooperação

06

Ambiente de responsabilidade social através da práticas de voluntariado

07

Cooperação e realização de projetos e ações em benefício da comunidade

08

Comportamentos de boas páticas extensíveis a todas as EHT, com base na partilha e nos encontros regulares (Dia Verde)

09

Aumento da motivação dos alunos e colaboradores pelo feed-back demonstrado pelos beneficiários

10

Práticas sustentáveis nas empresas do setor, que recebem alunos com conhecimentos adquiridos em contexto escolar



6. as nossas escolas

Reconhecimento e Mérito

Projetos Complementares



- **Eco-Escolas** – Programa internacional coordenado pela **Foundation for Environmental Education** e desenvolvido em Portugal desde 1996 pela **ABAE** (Associação Bandeira Azul da Europa).
 - ✓ 11 escolas receberam galardão Bandeira Verde;
 - ✓ EHT Coimbra, Diploma de Qualidade/Excelência;
 - ✓ EHT Faro, 3.º prémio Criar com Estilo: o Mar em Tecido
 - ✓ EHT Estoril, 1.º lugar Poster eco-código
- **EDP – Escolas Solidárias** – Programa coordenado e desenvolvido pela Fundação EDP desde 2010. Está assente nos Objetivos de desenvolvimento sustentável da Organização das Nações Unidas.
 - ✓ EHT Coimbra, Distinção SUPER ESCOLA SOLIDÁRIA
- **Parlamento dos Jovens** – Iniciativa da Assembleia da República dirigida aos jovens dos 2.º e 3.º ciclos do ensino básico e secundário, de escolas do ensino público, particular e cooperativo de Portugal e dos círculos da Europa. Participaram: **EHT Douro-Lamego, Oeste e Portalegre.**
- **Green Cork** – Reciclagem de rolhas de cortiça.
 - ✓ EHT Coimbra, 2.º prémio

Prémios



- **Prémio APEE** (Associação Portuguesa de Ética Empresarial)
 - ✓ “Educar para a Responsabilidade” foi o projeto vencedor no eixo **Responsabilidade Social** direcionado para a comunidade consagrando assim todas as ações dinamizados pela rede de Escolas do Turismo de Portugal
- **Hospitality Education Awards** – Este prémio valoriza o talento na Educação e Formação em Turismo e contribui para a dignificação das profissões do setor.
 - ✓ “Educar para a Responsabilidade” foi um dos 4 finalistas da categoria “Melhor Projeto Inovação e Desenvolvimento”



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

Projetar Portugal, aumentando a notoriedade do destino nos mercados internacionais, em articulação com as Agências Regionais de Promoção Turística tem sido uma atuação constante, com vista a promover Portugal enquanto destino turístico para visitar, investir, viver, estudar e com capacidade para acolher grandes eventos nacionais e internacionais.

A conceção e concretização de campanhas promocionais específicas que incluem mensagens e conteúdos sobre Portugal como destino turístico sustentável contribuem, de modo determinante, para a imagem de Portugal e para o incremento da sua notoriedade nos mercados internacionais, sendo um dos pontos-chave da estratégia de promoção.

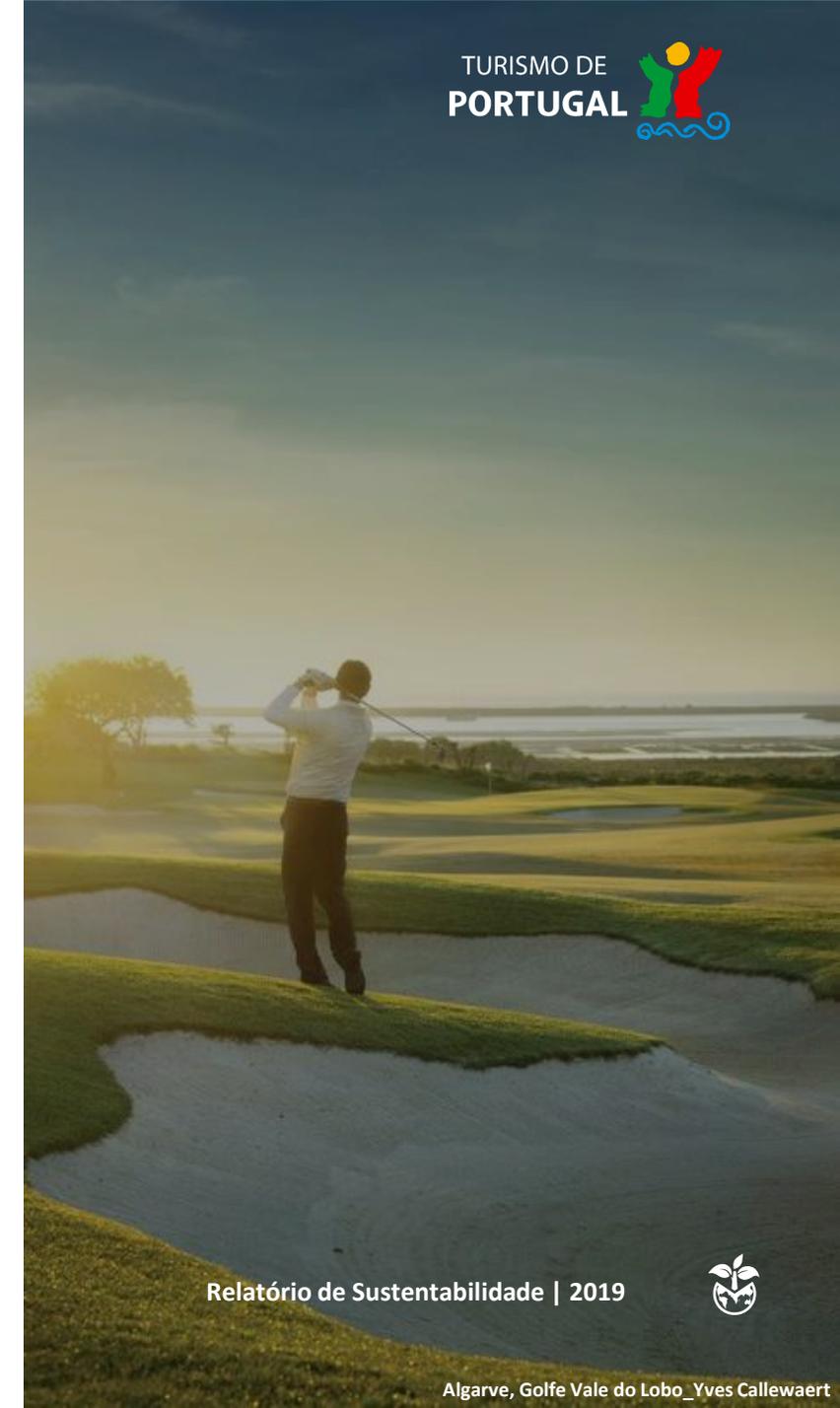
Portugal, enquanto destino turístico de qualidade, alicerça a sua vantagem competitiva não só nos princípios de sustentabilidade, que estão sempre presentes em qualquer campanha, mas também na oferta diversificada e na valorização das suas características distintivas e inovadoras, colocando as pessoas no centro da sua estratégia.

Can't Skip Portugal, Conceito Chave de Promoção de Portugal



Em quatro filmes, a campanha aposta na mensagem de que já não há como passar ao lado de um destino como este: autêntico e único, com tanto para ver, provar, sentir e experimentar. Um raciocínio que se estende a toda a comunicação de destino do Turismo de Portugal. Esta é a campanha de Portugal mais vista de sempre, contabilizando mais de dez milhões de visualizações desde o seu lançamento, e apesar de ter sido implementada em 20 países, chegou, de forma orgânica, a mais de 200. Os Prémios M&P Criatividade em Autopromoções e Inovação em Media distinguiram a campanha Can't Skip Portugal como a melhor a concurso na edição de 2018.

A Partners, que desenvolveu esta campanha para o Turismo de Portugal, foi eleita Agência do Ano, e o Turismo de Portugal recebeu, também, o prémio de Anunciante do Ano.



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

Can't Skip Portugal, Conceito Chave de Promoção de Portugal



Portugal foi eleito, pelo 3.º ano consecutivo, o “World’s Leading Destination” nos World Travel Awards 2019. Este prémio contribui para consolidar Portugal como um destino turístico imperdível

Portugal dispõe de património, material e imaterial, classificado pela UNESCO como Património da Humanidade. A Universidade de Coimbra, a Arte Rupestre do Vale do Côa, a Dieta Mediterrânica, a Paisagem Vínica da Ilha do Pico, o Mosteiro da Batalha, a Paisagem Cultural de Sintra, o Centro Histórico de Évora, Floresta Laurissilva da Madeira e o Alto Douro Vinhateiro e agora também os Caretos de Podence foram o cenário de uma nova campanha de promoção do Turismo de Portugal sob o título HeritagetoShare.



O programa de Ação para o Enoturismo em Portugal, lançado em 2019 foi mais uma iniciativa desenvolvida no âmbito da Estratégia Turismo 2027, que se insere no ativo estratégico Gastronomia & Vinhos, com o objetivo de promover o destino e diversificar os mercados emissores, reduzir a sazonalidade e alargar o turismo a todo o território.

Contribui ainda para a valorização do destino Portugal, numa lógica de cruzamento entre setores, contribuindo para a coesão e sustentabilidade da atividade turística com o objetivo de posicionar o país como destino de enoturismo de referência mundial.

No âmbito do Programa de Ação para o Enoturismo, foram aprovados projetos com um investimento total superior a 60 milhões de euros. Estes projetos, financiados através dos diversos instrumentos financeiros de apoio do Turismo de Portugal, designadamente, Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior, Linha de Apoio ao Turismo Acessível e através do Sistema de Incentivos Inovação Empresarial – Produtiva no âmbito do Portugal 2020, são exemplos da materialização do programa de ação definido.



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

Promover a conectividade aérea e estimular a captação de eventos



Através do Programa VIP.pt & Ações de Trade Marketing nos mercados, foram celebrados 45 contratos no âmbito do programa VIP.pt, implicando campanhas conjuntas com Companhias Aéreas, com o objetivo de promover o lançamento de novas rotas e o reforço de conectividade.



O ISQ organizou em setembro de 2019, com o apoio do Turismo de Portugal, um debate nacional sobre a sustentabilidade no sector do Turismo. Evento que teve lugar na Estufa Fria, em Lisboa, e tinha como objetivo apresentar soluções de eficiência ambiental e energética para posicionar Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do Mundo. O evento contou com um espaço de exposição permanente de empresas, decorrendo, em simultâneo, ao longo de várias sessões temáticas sobre Eficiência Energética e Ambiental, Sustentabilidade Social, Instrumentos de Apoio Financeiro e Vantagem Competitiva da Certificação.

O Presidente do Turismo de Portugal, **Luís Araújo** destacou que “Afirmar Portugal como destino sustentável, inovador e competitivo, com base num território coeso e onde trabalho e talento são valorizados, é um propósito de todo o sector. Mas a sua concretização só tem vindo a ser possível com a incorporação que as empresas têm feito de soluções, métodos e ferramentas que tornem os seus processos mais eficientes do ponto de vista do uso dos recursos. E é precisamente este o objetivo da conferência: promover a partilha do conhecimento sobre boas práticas de sustentabilidade no turismo e, sobretudo, o encontro entre detentores de soluções relacionadas com sustentabilidade e empresas turísticas, potenciando a capacidade de adoção por parte destas últimas de práticas que, globalmente, contribuam para atingir os objetivos da Estratégia Turismo 2027.”



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

Promover a conectividade aérea e estimular a captação de eventos

Climate Change Leadership Porto
Solutions for the Wine
Industry 2019 e Climate Change
Leadership Porto Summit 2019

De 5 a 7 de março de 2019, no Centro de Conferências da Alfândega, no Porto, oradores de renome internacional partilharam as suas pesquisas e experiências práticas e discutiram estratégias que estão a implementar, para reduzir os efeitos das alterações climáticas.

A conferência Solutions for the Wine Industry culminou com a segunda edição da Climate Change Leadership Porto Summit. O Prémio Nobel da Paz e Ex-Vice-presidente dos EUA, Al Gore, foi o keynote speaker do evento e falou sobre o tema "Porto Protocol - um caso para otimismo nas alterações Climáticas", partilhando a sua experiência enquanto pioneiro do "The Climate Reality Project", uma organização sem fins lucrativos, orientada para a educação ambiental.

Com um painel de quatro reconhecidos oradores internacionais, a Climate Change Leadership Porto Summit 2018 pretendeu posicionar Portugal e a cidade do Porto como um centro mundial da apresentação de soluções para fazer face às alterações climáticas.

Durante o evento, foi também lançado um movimento de debate de medidas que impactem as empresas e o meio ambiente de forma mais positiva, através do "The Porto Protocol", um movimento empresarial e institucional voluntário em prol de uma política ambiental mais sustentável.

O evento ocorreu no dia 6 de Julho, no Coliseu Porto Ageas. Assistiram a esta conferência cerca de duas mil e duzentas pessoas. Este evento contou com a participação do 44º Presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, que participou como Keynote speaker.

Climate
Change
Leadership
PORTO



Centro de Conferências Alfândega Porto: produção própria



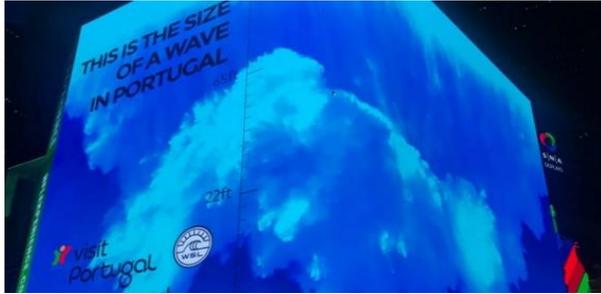
Relatório de Sustentabilidade | 2019

Coliseu do Porto: produção própria



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

Prémios Internacionais

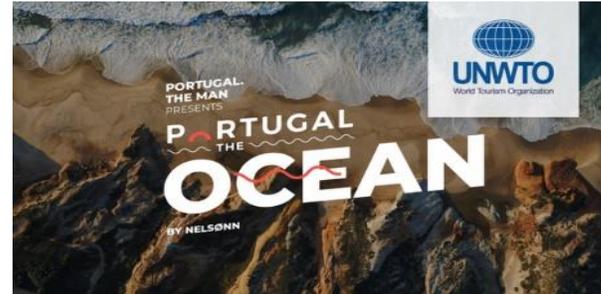


Campanha Building Sized Wave

Esta campanha do Turismo de Portugal, que durante 15 dias pôs Times Square, em Nova Iorque, “surfear” digitalmente a maior onda do mundo, ficou em 3.º lugar nos New Festival Advertising Awards, no concurso “Branded Content/Entertainment” na categoria “Outdoor”.

A onda de 24,38 metros surfada na Nazaré pelo brasileiro Rodrigo Koxa foi projetada em écrans LED num edifício que tinha a mesma dimensão, localizado na emblemática praça norte-americana.

O objetivo foi promover o destino e a sua oferta diferenciadora ao abrigo da marca Portuguese Waves, no âmbito da Estratégia Turismo 2027, o referencial estratégico para o turismo em Portugal nos próximos anos.

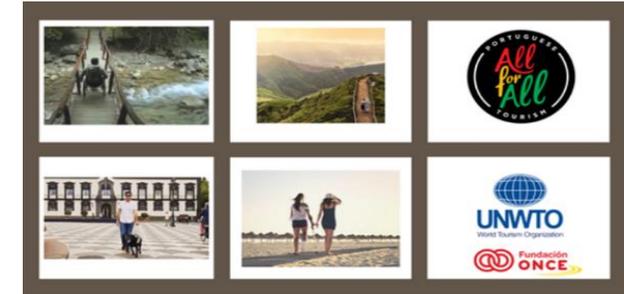


Campanha Portugal.The Summer

Esta campanha internacional do Turismo de Portugal, que resultou de uma parceria com a banda norte-americana Portugal.TheMan, venceu a 4.ª edição do Tourism Video Competition da Organização Mundial do Turismo, no decorrer da sua 23.ª Assembleia Geral, em São Petersburgo, na Rússia.

A edição de verão da campanha internacional de turismo “Can’t Skip Portugal” posiciona o país como “O” destino de verão, através de cinco filmes que despertam os sentidos e mostram um destino rico em experiências e sensações.

Numa parceria com Portugal.The Man, o Turismo de Portugal desafiou músicos de todo o mundo a criar a banda sonora que mostrasse o calor dos portugueses, os ritmos nacionais, um verão que se sente o ano inteiro e explorasse os cinco sentidos que são também cinco motivos de visita a Portugal.



Destino Turístico Acessível 2019

Portugal recebeu a distinção de Destino Turístico Acessível 2019 durante a 23.ª Assembleia Geral da Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO), realizada em São Petersburgo, na Rússia.

O prémio, atribuído pela primeira vez este ano pela OMT em parceria com a Fundación ONCE, reconhece o esforço de Portugal na promoção da acessibilidade no turismo. Só a Europa representa um mercado de 90 milhões de turistas com necessidades específicas de mobilidade, sendo esta distinção muito importante para posicionar Portugal como líder na acessibilidade.

A afirmação de Portugal como país acessível ganha relevo a partir de 2016 com o lançamento do programa All for All, que tem como objetivo mobilizar a oferta turística nacional para criação de incorporar a acessibilidade na oferta nacional, divulgar roteiros e a oferta acessível e promover Portugal como destino inclusivo para todos através da construção de um conceito criativo.



7. como promovemos Portugal como destino sustentável

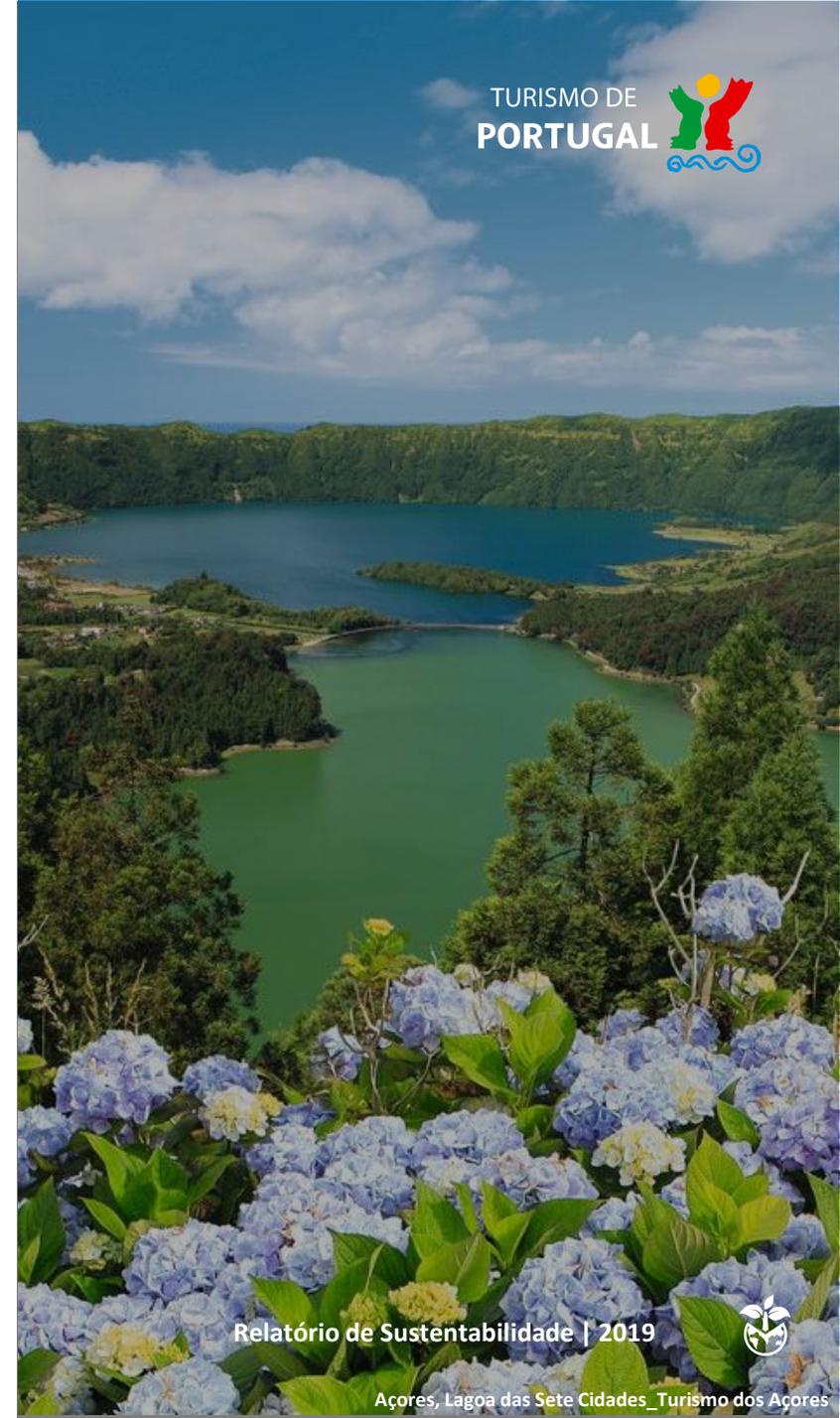
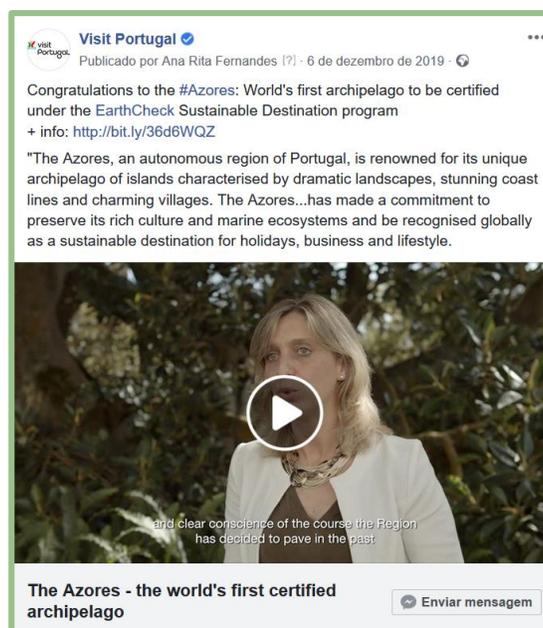
Prémios Internacionais

Portugal premiado como Best Of Europe | 2019

Portugal foi distinguido como o melhor destino europeu pelos Sustainable Top 100 Destination Awards, promovidos pela Green Destinations. Além de Portugal, concorreram a este prémio a região Lyngenfiord (Noruega), Drnis (Croácia) e Bled (Eslovénia).

Foi a primeira vez que Portugal recebeu este prémio como destino, tendo sido igualmente premiados em outras categorias os Municípios/Regiões de Águeda, Açores, Cascais, Lagos, Região do Oeste, Sintra, Torres Vedras e Alto Minho (CIM).

A Green Destinations distingue anualmente, desde 2015, os destinos turísticos com iniciativas na área do turismo sustentável avaliadas por diversos critérios que abrangem os temas: gestão do destino; natureza e paisagem; ambiente e clima; cultura e tradição; bem-estar e hospitalidade. Os prémios contam com o apoio da ITB Berlin, Green Destinations, TravelMole, Travelife, entre outras organizações.



8. como apoiamos as empresas e o investimento

Programa Valorizar



O Valorizar é um programa do Turismo de Portugal de apoio ao investimento na promoção da qualificação do destino turístico Portugal cujo objetivo se pauta por dotar os agentes públicos e privados, que atuam na área do turismo, de um instrumento financeiro que permita **potenciar e melhorar a experiência turística**.

Este programa prevê a concessão de apoios financeiros a projetos de investimento e a iniciativas que tenham em vista aspetos sustentáveis como:

A regeneração e reabilitação dos espaços públicos com interesse para o turismo; A valorização turística do património cultural e natural do país, promovendo condições para a desconcentração da procura; A redução da sazonalidade; A criação de valor.

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, com valorização da identidade do país e das comunidades e que facilitem o diálogo geracional.

Linha de Apoio ao Turismo Acessível

- 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.

Programa Valorizar

Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior

- apoiar o investimento em projetos e iniciativas que, por meio de atividades com relevância ou interesse para o turismo, contribuam para o **desenvolvimento do interior** e para a **coesão económica e social do território**, inserindo-se no âmbito do Programa Nacional para a Coesão Territorial.

A elevada adesão registada desde o início de 2017 e os bons resultados alcançados com as candidaturas aprovadas, levaram à publicação do Despacho n.º 6254/2018, de 27 de junho.

Em 2019 é publicado o Despacho Normativo n.º 10/2019, de 5 de abril, que reforça a dotação orçamental global do Programa Valorizar para os 100 milhões de euros, e que alarga o âmbito das tipologias de projetos enquadráveis do Aviso de candidaturas da Linha de apoio à valorização turística do interior, a projetos que contribuam para a criação ou reforço de soluções de acessibilidade para todos em projetos turísticos.



8. como apoiamos as empresas e o investimento

Linhas de Apoio

Linha de Apoio à Sustentabilidade

Foram rececionadas 124 candidaturas com um investimento total de 35,5 milhões de €.

Desse total foram apoiadas financeiramente 94 candidaturas num total de 10,2 milhões de €

Linha de Apoio ao Turismo Acessível

Foram rececionadas 261 candidaturas com um investimento total de 50 milhões de €.

Desse total foram apoiadas financeiramente 121 candidaturas num total de 14,4 milhões de €

Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior

Foram rececionadas 471 candidaturas com um investimento total de 164,7 milhões de €.

Desse total foram apoiadas financeiramente 228 candidaturas num total de 28,7 milhões de €



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Ambiental e de Natureza



Indicadores Turismo Ambiental	Fonte	2018	2019
N.º de estabelecimentos reconhecidos como Turismo de Natureza	RNET	160	172
N.º de empresas de animação turística com atividades reconhecidas de Turismo de Natureza	RNAAT	987	1 058
N.º de praias, portos de recreio e marinas com Bandeira Azul	ABAE	350	369
N.º de embarcações de recreio e ecoturísticas com Bandeira Azul	ABAE	7	9

Projeto Portuguese Trails



Em 2018 e 2019, o projeto **Portuguese Trails** consolidou-se com a adesão de empresas *bike & walk friendly* – alojamento turístico e animação turística – e ainda com a divulgação de programas para turistas nacionais e internacionais nas rotas pedestres e cicláveis disponíveis no website www.portuguesetrails.com. Em 2019, mais de 250 empresas divulgaram a sua oferta nesta plataforma desenvolvida pelo Turismo de Portugal, com a colaboração das Entidades Regionais de Turismo – Porto e Norte, Centro, Alentejo, Algarve e Açores – e parceiros gestores das Rotas.

Este projeto é particularmente relevante para o posicionamento internacional de Portugal como um destino de natureza, para as atividades de Cycling & Walking, as quais podem ser desenvolvidas em todo o território e ao longo de todo o ano.



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Ambiental e de Natureza

Plano de Capacitação do Setor do Turismo em Situação de Risco de Incêndio



O Turismo de Portugal I.P. e a Agência para a Gestão Integrada de Fogos celebraram em 2019, um contrato de concessão de apoio financeiro (protocolo de colaboração) para o desenvolvimento do “Plano de Capacitação do Setor do Turismo em Situações de Risco de Incêndio”. Entre as ações já realizadas destacam-se:

- A Introdução aos princípios de “Fire Adapted Communities” através da presença em Portugal, de uma especialista internacional que desenvolveu trabalho com comunidades, incluindo com a rede colaborativa Aldeias do Xisto;
- A realização de dois estudos de diagnóstico e recomendações sobre o Risco de Incêndio em Festivais de Verão e Parques de Campismo e Caravanismo, tendo em vista a segurança dos seus utilizadores;
- A criação de conteúdos técnicos sobre prevenção de risco de incêndio para gestores de festivais, parques de campismo e rotas pedestres e cicláveis, alinhados com a estratégia de comunicação Portugal Chama;
- A criação de conteúdos de comunicação, no formato digital, sobre prevenção de risco de incêndio para turistas, no âmbito dos festivais, parques de campismo e rotas pedestres e cicláveis, alinhados com a estratégia de comunicação Portugal Chama;
- A realização de ações de formação para empresas turísticas, nomeadamente as empresas *bike & walk friendly*, sobre “Turismo de Natureza: Autoproteção e segurança face a incêndios Rurais”.

A realização deste conjunto de ações, desenvolvido pela AGIF com o apoio do Turismo de Portugal, envolveu um vasto conjunto de entidades, como a Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil, o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, a Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, a Guarda Nacional Republicana, a Associação Safe Communities, a Associação Portuguesa de Festivais de Música, as Entidades Regionais de Turismo, entidades promotoras e gestoras de percursos pedestres e cicláveis e empresas (empreendimentos e atividades turísticas).

Programa Bandeira Azul



O programa “[Bandeira Azul](#)” é um galardão internacional iniciado à escala europeia em 1986 e visa educar para o desenvolvimento sustentável em praias costeiras e fluviais, portos de recreio e marinas e embarcações de recreio e ecoturísticas que se candidatem e cumpram um conjunto de critérios relacionados com Informação e Educação Ambiental, Qualidade da Água Balnear, Gestão Ambiental, Segurança e Serviços, Responsabilidade Social e Envolvimento Comunitário.

Em 2018 foram atribuídos 357 galardões e em 2019 foram galardoados 378 locais.



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Ambiental e de Natureza

Programa Green Key



O programa “[Green Key](#)” é um galardão internacional que promove o Turismo Sustentável reconhecendo estabelecimentos turísticos, alojamento local, parques de campismo e restaurantes que implementam boas práticas ambientais e sociais, que valorizam a gestão ambiental e que promovem a Educação Ambiental para a Sustentabilidade.

Em Portugal, é a Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE) que coordena esta iniciativa que, entre outras entidades, tem o Turismo de Portugal como membro do Júri Nacional desde 2010.

Em 2018 foram atribuídos 127 galardões e 167 em 2019, registando-se um significativo aumento de 140 novos galardões.

Programa ECOXXI



O programa “[ECOXXI](#)” é um galardão que surgiu em Portugal em 2005 e conta com a participação do Turismo de Portugal desde a sua criação como membro do Júri Nacional. É um programa que reconhece os municípios pela adoção de medidas de sustentabilidade e contribui para a aferição de indicadores de desenvolvimento sustentável, revistos anualmente.

O “ECOXXI” é composto atualmente por 21 indicadores sobre várias matérias de sustentabilidade local, sendo o 21 o indicador “Turismo Sustentável”.

Foram atribuídas 47 Bandeiras Verdes em 2018 e em 2019 foram 48 os municípios galardoados.

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 2018, foram galardoadas 214 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. Em 2019, foram galardoadas 215 praias com a Bandeira “Praia Acessível”, o que corresponde a cerca de 35% do total das zonas balneares classificadas este ano, registando-se 7 novas entradas nesta edição do programa.

No total das 215 zonas balneares galardoadas, 189 localizam-se no Continente, 17 na Região Autónoma dos Açores e 9 na Região Autónoma da Madeira.



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Acessível



Programa “ALL FOR ALL – portuguese tourism”

Em 2018 e 2019, e no âmbito do Programa foram levadas a cabo as seguintes iniciativas:

Disponibilização de novos conteúdos técnicos no canal dedicado “ALL FOR ALL”, incluindo 23 Histórias de Sucesso (empresas e entidades públicas com projetos de acessibilidade para todos)

- Realização de ações de capacitação/formação:
 - Ação de formação “Praia Acessível, Praia para todos”: dirigida aos técnicos das Agências Regionais Hidrográficas da Agência Portuguesa do Ambiente e aos técnicos das Entidades Regionais de Turismo;
 - ALA+T – 2ª edição – módulo sobre Turismo Acessível e Programa ALL FOR ALL, para técnicos de municípios
- Acompanhamento da implementação da plataforma de informação sobre a oferta turística acessível TUR4all;
- Acompanhamento de visitas técnicas com bloggers europeus especialistas em Turismo Acessível e com a Presidente da Associação Tourisme et Handicaps (França);
- Estruturação do Programa “Festivais Acessíveis” , em parceria com INR (a lançar oportunamente).

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.

No plano internacional, o Turismo de Portugal foi convidado a participar na Conferência Internacional “Destinations for All 2018 - World Summit on Accessible Tourism”, em Bruxelas e na III Conferência Internacional “Technology and Tourism for Diversity”, em Málaga (2019), como caso de estudo.

Em 2019, foi atribuído a Portugal o Prémio “Melhor Destino Turístico Acessível 2019”, lançado pela primeira vez pela OMT e a Fundación ONCE, na sequência de uma candidatura apresentada pelo Turismo de Portugal, destacando o trabalho que tem vindo a ser desenvolvido na consolidação de uma oferta turística acessível.



2 730 visualizações da página de entrada do Programa “All for all” website, em 2019



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Acessível

**Linha de apoio turismo acessível:
14,4 milhões de euros em 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.

Desse total, foram apoiados financeiramente 121 projetos, num total de 14.427.063,05€, em que 76,2%, corresponde ao financiamento de candidaturas de promotores de natureza pública e os restantes 23,8% a promotores de natureza privada.

Numa perspetiva regional, destacaram-se as Regiões Centro de Portugal, Lisboa e o Porto e Norte de Portugal como as que reuniram mais candidaturas aprovadas, respetivamente: 31, 28 e 26 candidaturas.

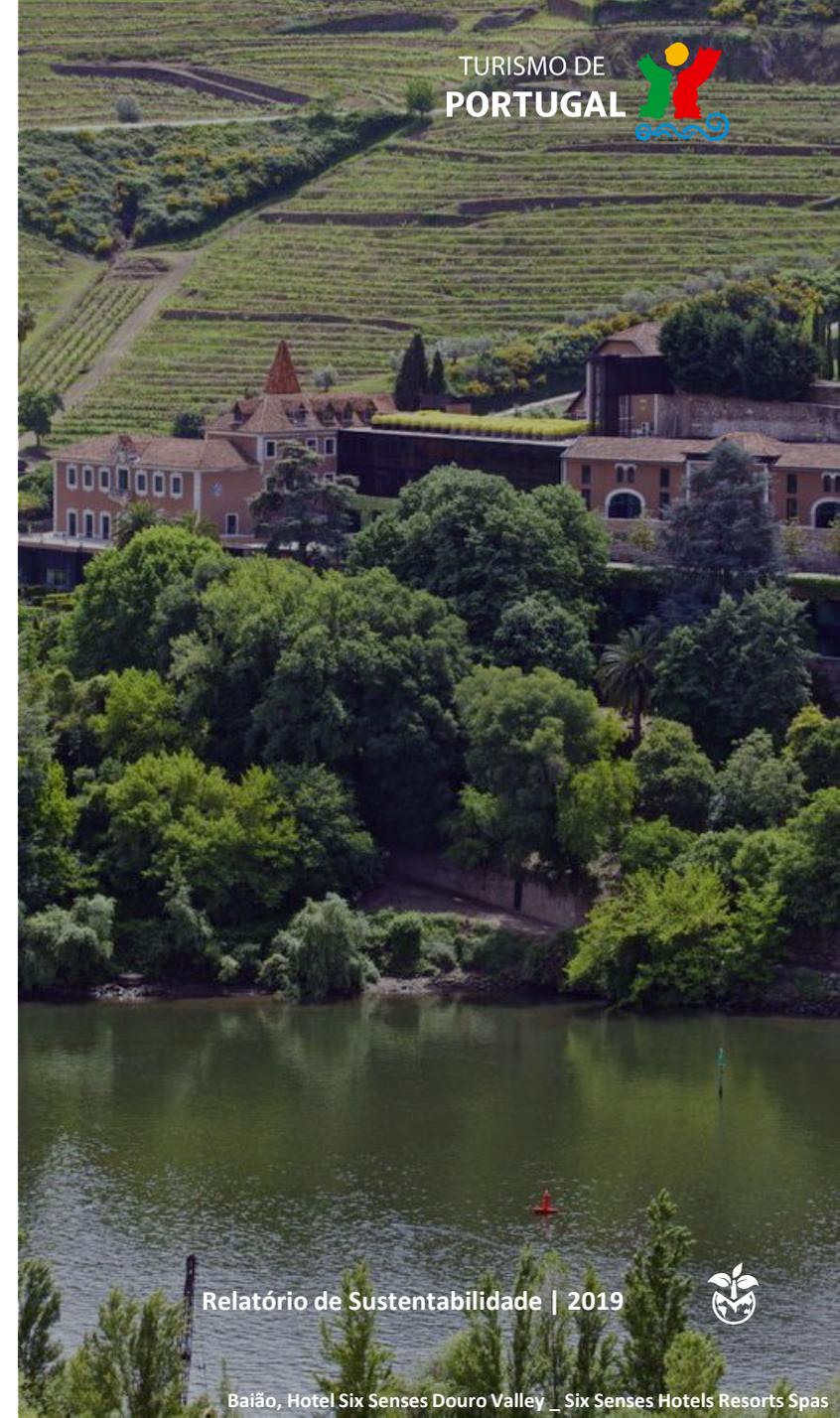
Quanto à tipologia dos projetos, as candidaturas aprovadas associadas a oferta cultural assume uma maior predominância, com um total de 58 candidaturas, representando cerca de 48% das candidaturas aprovadas.

Na repartição regional do investimento destacam-se as regiões Centro de Portugal e Lisboa, como as que apresentam um maior volume de investimento elegível e incentivo atribuído.

A disponibilização de conteúdos com recurso a tecnologia (p.ex. audioguias, APP's, guias de sinalização sonora, realidade virtual, realidade aumentada, websites acessíveis, etc.) e a eliminação de barreiras físicas constituíram as intervenções mais frequentes nos projetos apoiados.

Assinala-se ainda no contexto da comunicação acessível o foco na disponibilização de conteúdos adaptados em braille, LGP e SI, bem assim, sinalética acessível.

Por último, realça-se a dimensão da formação do staff como uma das componentes presentes em cerca de 40 candidaturas.



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Religioso



Caminhos da Fé

O projeto Caminhos da Fé visa posicionar Portugal como destino de fruição espiritual, assente em 3 âncoras: Caminhos de Fátima, Caminhos de Santiago e Herança Judaica. Através da oferta turística associada a estas temáticas, é possível percorrer o território nacional, incluindo o interior, e ao longo de todo o ano.

No caso dos Caminhos de Fátima e Santiago, os mesmos são percursos na natureza, organizados por etapas e com pontos de apoio para os turistas e peregrinos, bem como locais de visita cultural. O website www.pathsoffaith.com, lançado em 2018, reúne a informação dos Caminhos da Fé, num trabalho de cooperação entre Turismo de Portugal, Entidades Regionais de Turismo, Centro Nacional de Cultural, Pastoral Nacional do Turismo, Comunidades Israelitas, Municípios, entre outros parceiros.

A capacitação das empresas para a interpretação do património religioso associado a estas temáticas, através da realização de ações de formação, decorreu em 2019, com o envolvimento dos vários parceiros.

Em 2019, o Decreto Lei 51/2019 de 17 abril veio estabelecer o processo de certificação dos itinerários do Caminho de Santiago em Portugal, juntando para o efeito as tutelas do Turismo e da Cultura. Através da certificação destes itinerários de relevante valor histórico e cultural será possível consolidar esta oferta em Portugal, garantindo uma adequada gestão dos percursos e os serviços necessários a quem deles usufrui.



9. como apoiamos o desenvolvimento de produtos sustentáveis

Turismo Náutico



Estações Náuticas de Portugal



Na sequência do projeto “Portugal Náutico”, desenvolvido pela Associação Empresarial de Portugal em cooperação com a Fórum Oceano – Associação da Economia do Mar, reconhecida a valia dos recursos e o potencial que Portugal apresenta na área do turismo náutico, ficou estabelecido desenvolver, promover e certificar as Estações Náuticas de Portugal (ENP).

Desde o seu início em 2018, o Turismo de Portugal, entre outras entidades, tem vindo a participar ativamente no desenvolvimento da rede de Estações Náuticas como membro da Comissão de Avaliação das candidaturas à certificação e como membro do Grupo Dinamizador do Portugal Náutico.

As ENP contribuem para a diversificação da oferta turística e possuem um elevado potencial para a redução da sazonalidade, para além de acrescentarem valor aos recursos náuticos gerando igualmente emprego nas respetivas regiões.

Em 2018 foram certificadas 15 Estações Náuticas e em 2019 mais 6 ao longo da costa portuguesa, mas igualmente em rios, lagos e albufeiras de barragens.



Ficha técnica

Propriedade: Turismo de Portugal, IP
Autor: Direção de Gestão do Conhecimento
Fontes: Turismo de Portugal, IP, INE - Instituto Nacional de Estatística, Banco de Portugal, ANA – Aeroportos de Portugal, DGEG – Direção Geral de Geologia e Energia, APA – Associação Portuguesa do Ambiente, ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa, OMT – Organização Mundial do Turismo,

Classificação da informação: Uso externo
Data da realização: outubro 2020

Contactos: patricia.seguro@turismodeportugal.pt
mleonor.silva@turismodeportugal.pt