



TURISMO 2015

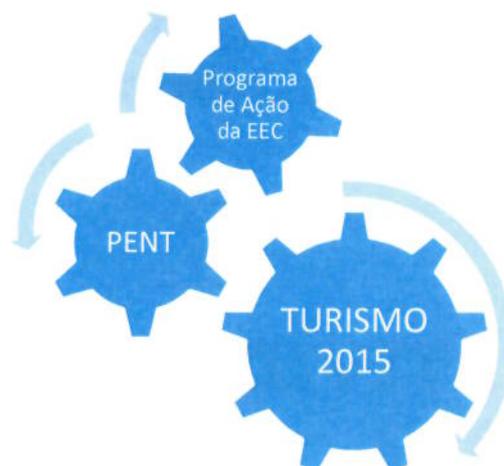
PÓLO DE COMPETITIVIDADE E TECNOLOGIA

PLANO DE ATIVIDADES 2012



Introdução

O Polo de Competitividade e Tecnologia Turismo 2015, é uma Estratégia de Eficiência Coletiva que visa promover o desenvolvimento integrado e o aumento da competitividade do setor turístico nacional, através do recurso aos Fundos Estruturais do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN). O principal objetivo consiste na concretização das prioridades de desenvolvimento turístico definidas no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), apostando no desenvolvimento baseado na qualificação e competitividade da oferta, permitindo desta forma alcançar um novo patamar de excelência para o Turismo em Portugal tornando-se num dos motores de crescimento da economia nacional.



Pretende-se, assim, apoiar os investimentos públicos e/ou privados que apostem claramente na formação dos Recursos Humanos, na Inovação e na Qualificação da Oferta, que contribuam para o desenvolvimento das regiões, polos turísticos e dos dez produtos estratégicos para o turismo nacional.

Numa lógica de dinamização do setor, a atividade do Pólo Turismo 2015, desenvolve-se em parceria com os agentes mais representativos do Turismo, passando pela aposta no estímulo dos agentes do setor a trabalhar em rede e em cooperação para cumprimento dos objetivos estabelecidos.

No Programa de Ação do Polo Turismo 2015 foi estruturado, coerente e estrategicamente, um conjunto de ações vocacionado para a inovação, a qualificação ou a modernização de um agregado de empresas sendo os seus principais eixos de atuação:

- I. Estímulo à competitividade das empresas
- II. Desenvolvimento seletivo da oferta turística
- III. Reforço da atratividade do destino Portugal

Alinhados diretamente com os eixos de atuação eleitos como estratégicos, existem duas tipologias principais de projetos: Âncora e Complementares.



Os projetos âncora em curso são projetos públicos que, nessa medida podem ser entendidos como contributo para a criação de instrumentos de política pública coerentes e adaptados à estratégia de mobilização dos atores económicos e sociais com incidência no setor do turismo, tratando-se de intervenções de carácter horizontal fundamentais para que as empresas possam, com sucesso, enfrentar os desafios do futuro.

Programa de Ação/Os Eixos/ os Projetos

O ano de 2012 será um ano marcadamente direcionado às empresas do setor, pelo que a atuação do Polo deverá privilegiar ações de promoção, divulgação e dinamização que representem um retorno com incidência na competitividade das empresas.

Tanto os projetos institucionais (públicos) como os projetos privados serão focalizados na capacidade das empresas produzirem mais riqueza, quer seja no contexto do incremento das exportações, quer seja na adaptação de modelos de gestão racional e eficiente que permitam economias de escala.

Considerando que ao nível do apoio financeiro ao investimento de natureza empresarial, o ano de 2011 se caracterizou pela significativa procura por parte das empresas turísticas, de apoios disponibilizados por via do QREN, o Polo Turismo 2015, em 2012, apostará fortemente na divulgação e comunicação dos avisos de concursos que vierem a ser lançados. Além de que se procurará realizar ações de sensibilização junto do *trade* de modo a mobilizar um conjunto alargado de investimentos distintivos e diferenciadores em alinhamento com o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT).

Em anexo 1 junta-se uma mapa contendo os projetos que encontram enquadramento na Estratégia de Eficiência Coletiva – Polo de Competitividade e Tecnologia Turismo 2015 – e que se dividem em projetos públicos e privados.

O enquadramento dos projetos privados encontra-se distribuído pelas seguintes tipologias:

1. Projetos de investimento turístico na área da Inovação (Sistema de Incentivos à Inovação) – 60 projetos aprovados
2. Projetos de investimento turístico na área da Qualificação de PME - 13 projetos aprovados
3. Projetos de investimento turístico na área da Internacionalização de PME - 7- projetos aprovados
4. Projetos investimento turístico na área da Inovação Financeira (FCR _PME) – COMPETE - incentivo aprovado para empresas no montante 10.073670,5€

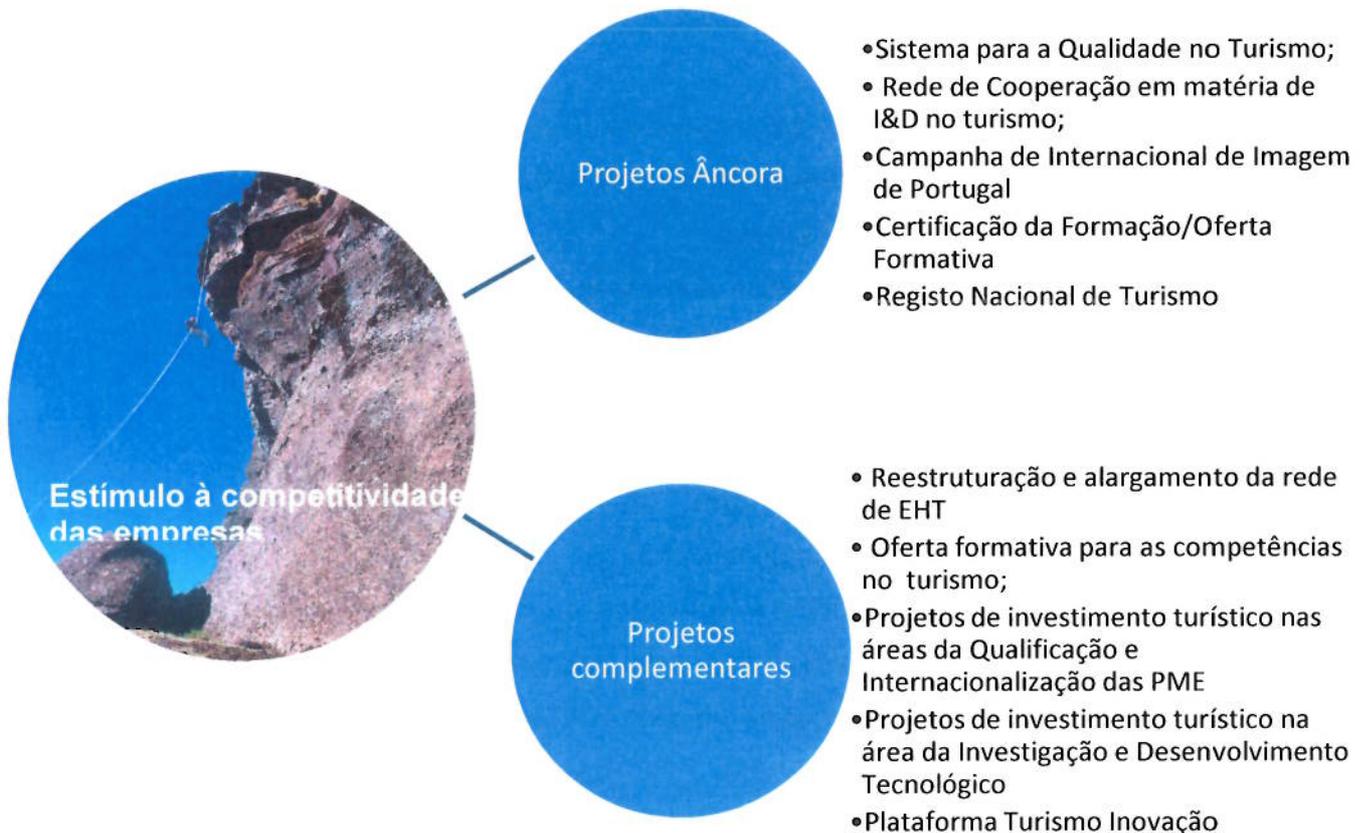
No domínio do incentivo ao investimento de natureza pública até 2015, o Turismo de Portugal, IP, na qualidade de parceiro do Polo Turismo 2015, desenvolve e executa os projetos nas principais áreas estratégicas de Investimento Turístico: Qualificação da Oferta Turística, Qualificação dos Recursos Humanos, Investigação e Conhecimento e Promoção do Destino Portugal.

Os projetos de Investimento turístico de natureza pública aprovados e atualmente em execução, totalizam um valor total elegível de 84.483.584,40€ com um incentivo de 57.421.32,97€, são:

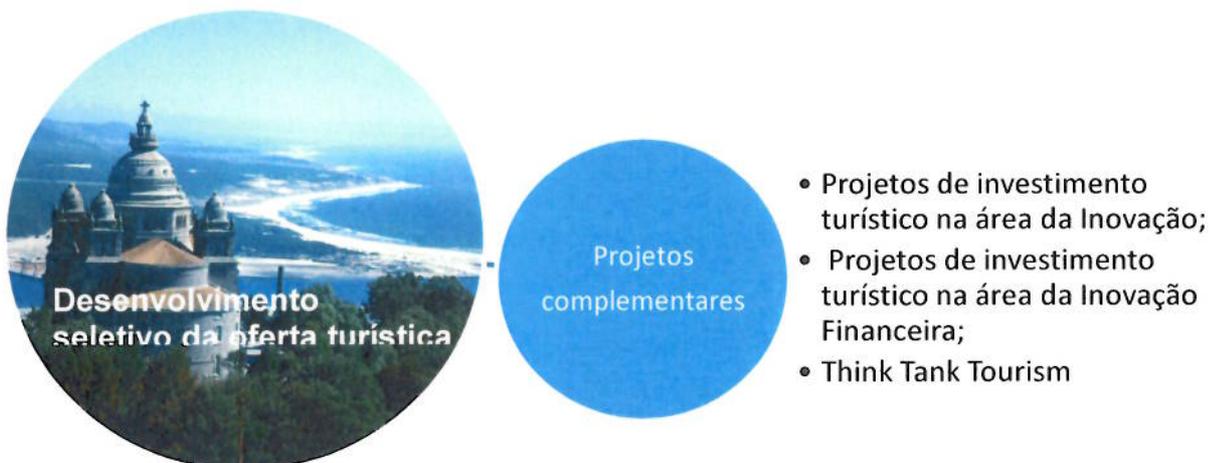
1. Sistema de Qualidade para o Turismo
2. Campanha Internacional da Imagem de Portugal
3. Rede de Cooperação em Matéria de ID
4. Registo Nacional de Turismo
5. Centro de Investigação e Formação Avançada em Turismo
6. Plano de Promoção Externa 2008/2009
7. Exposições, Certames e Promoção Temática
8. Certificação da Formação/Oferta Formativa para as competências no Turismo
9. Reestruturação e Alargamento da Rede de Escolas de Hotelaria e Turismo
10. Roteiros Turísticos do Património Mundial – Projeto de Valorização Turística dos Recursos culturais
11. Plataforma Turismo Inovação
12. Rede Nacional de Informação Turística
13. Animação, Coordenação e Gestão da Parceria

Apenas a candidatura referente ao projeto de “Otimização da aplicação da Diretiva de Serviços no Turismo de Portugal, IP” não foi ainda aprovada.

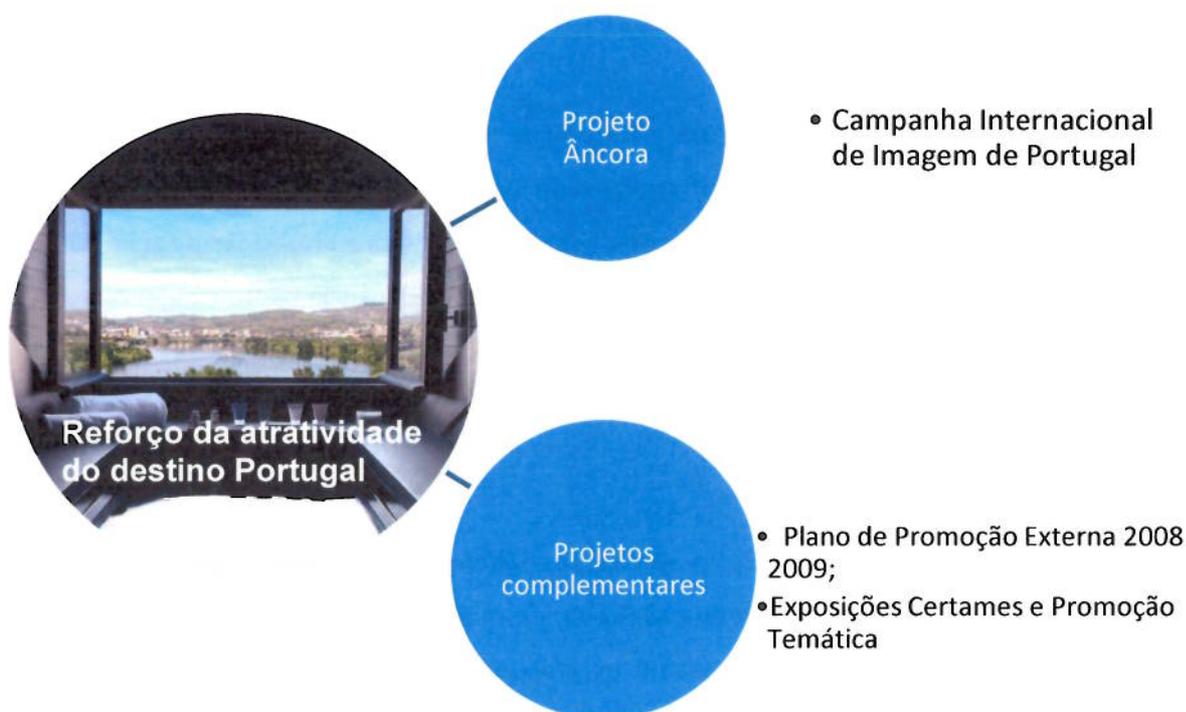
Eixo 1- Estímulo à competitividade das empresas



Eixo 2- Desenvolvimento seletivo da oferta turística



Eixo 3- Reforço da atratividade do destino Portugal



Os projetos referidos integrados no Turismo 2015 constituem um conjunto coerente que visa impulsionar e qualificar a oferta turística, e também atuar sobre os comportamentos empresariais. Pretende-se ainda criar as condições de suporte público direto e indireto para tornar possível o estímulo a esses comportamentos e a adoção de boas práticas, bem como atuar sobre a procura turística alargando o mercado e reforçando a rentabilidade das empresas.

A este respeito, importa salientar o enquadramento dos projetos complementares nas áreas da inovação, qualificação e internacionalização das PME, promovidos por 140 empresas com um investimento total de cerca de 290 milhões de euros. Trata-se, por isso, de um Polo cujo mecanismo próprio de agregação se tem revelado eficaz permitindo o apoio a projetos de empresas distintivos e inovadores, em linha com aquelas que são as prioridades de atuação desta estratégia, tendo em vista alcançar um patamar de excelência no Turismo em Portugal.

Plano 2012 - o ano +E+

1. BTL

Considerando que o parceiro do Polo Turismo 2015 – Turismo de Portugal – irá estar representado na Bolsa de Turismo de Lisboa, é intenção do Polo articular-se com este para a sua participação num espaço próprio na feira com cariz reforçado, utilizando este evento como uma alavanca para a divulgação da ação do Pólo e das vantagens advenientes para as empresas decorrentes das linhas de financiamento disponíveis através desta estrutura. Este evento irá ocorrer em Fevereiro.

2. Abertura de Concursos

Quando se verificar a abertura de concursos, no âmbito dos Sistemas de Incentivos pela Autoridade de Gestão, o PCT Turismo 2015 dinamizará de forma assertiva, de modo a garantir uma grande afluência de candidaturas aos apoios ao investimento, porquanto os projetos daí resultantes podem contribuir para dinamizar a economia não só a nível setorial mas também a nível nacional, através do efeito multiplicador do setor do Turismo em outros setores da economia nacional.

Assim, sempre que abrir um aviso de concurso e com o objetivo de promover, divulgar e informar os Sistemas de Incentivos, serão realizadas as seguintes ações:

Ações de divulgação a realizar em cada Aviso	Descrição
Publicação dos concursos no site Turismo 2015	Logo após a comunicação de abertura de concurso, são disponibilizados os respetivos documentos
Publicação de Newsletter	Através do site institucional do Polo Turismo 2015
Divulgação da Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação no <i>site</i> Turismo 2015 • Envio de Newsletter a contactos da base de dados do Polo Turismo 2015 que conta com cerca de 3.500 contactos • Publicação na Newsletter institucional do Turismo de Portugal
Inserção de anúncios publicitários na imprensa	Regional, Nacional e do <i>Trade</i> – a inserção terá como critério a área de influência do jornal bem como a respetiva tiragem
Inserção de “ <i>banners</i> ” publicitários em sites	Serão concebidos <i>banners</i> por cada tipologia de concurso, de modo a serem inseridos nos sites dos parceiros, do próprio Polo Turismo 2015 e em sites do <i>trade</i> para obter uma divulgação mais ampla

Produção e edição de folhetos	Produção estimada de 2.200 folhetos informativos para divulgar os concursos SI Inovação e SI Qualificação – 1.100 por cada SI –
Distribuição de folhetos	Os folhetos serão distribuídos de forma proporcional entre as Entidades Regionais de Turismo, as Associações Regionais de Promoção Turística e os Polos de Desenvolvimentos Turístico, para que cada uma delas pudesse ter suportes informativos junto do tecido empresarial das respetivas Regiões, podendo os mesmos ser também distribuídos em suporte digital caso venha a justificar-se
Sessões Informativas sobre Avisos que estiverem e curso	Paralelamente à campanha de publicidade para divulgar os concursos, o Polo Turismo 2015 considera importante que sejam realizadas sessões informativas pelas 5 regiões do País, designadamente, no Algarve, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo, Centro e Norte que permitam aos empresários antecipadamente enquadrar as suas pretensões
Monitorização das Sessões	Pretende-se através de questionário próprio proceder à monitorização das ações de divulgação, de modo a avaliar a eficácia das sessões e identificar as necessidades dos empresários em sede de ações futuras

3. Networking - potenciar a transversalidade do setor do Turismo e criar sinergias de atuação

Interação com outros Polos e Clusters

Face ao período de tempo que decorreu entre a sua constituição e o presente, o Polo Turismo 2015 atingiu uma fase de maturidade que lhe permitirá lançar as bases para a interação com outros polos e clusters, procurando criar cadeias de valor entre os diversos setores da economia nacional e potenciando a visão transversal do setor do turismo com ganhos de notoriedade para o destino Portugal.

De modo a concretizar este desiderato, o Polo Turismo 2015 tem como objetivo implementar o seguinte plano de ação, cuja proposta deverá a ser aprovada pelo Conselho da Parceria:

Fase	Ação	Ponto de situação atual	Cronograma	Observações	Contributos da EAT
1ª fase	Elaborar Newsletter com informação síntese sobre reunião do Porto	Recolha de material junto do COMPETE (apresentações dos Polos, anúncio de novos concursos etc.)	Em data a definir após aprovação do plano		

2ª fase	Contactar parceiros Turismo 2015 para analisar apetência para ações de interação	Deve aguardar-se definições superiores sobre estrutura da equipa do polo, designadamente quanto à sua representatividade junto do exterior	Em data a definir após aprovação do plano		Proposta de reunião (coletiva ou individual?) para: a) levantamento das necessidades dos parceiros junto do PCT; b) auscultação das necessidades das empresas das regiões; c) abordar possibilidade de sinergias com outros polos e clusters
3ª fase	Fase exploratória junto de outros polos sobre apetência	idem nota anterior	Em data a definir após aprovação do plano	No evento do Porto foram feitas as seguintes abordagens informais: a) Health Cluster Portugal (Turismo de Saúde) b) Pólo do Mobiliário (promoção de design português em Portugal e no mundo) c) Pólo engineering & tooling (gadget para Turismo) d) Pólo das Indústrias criativas (promoção de novidades portuguesas e projeção das mesmas na hotelaria nacional); e) Pólo das Indústrias da Base Florestal f) Cluster Agro-Industrial do Centro	Após audição e avaliação das necessidades dos parceiros, definir forma de atuação junto dos outros polos. Após definição dessa estratégia, estabelecer os contactos necessários
4ª fase	Levantamento junto dos parceiros de ações de interação preferenciais (desde que haja aceitação na interação em si)	idem nota anterior	Em data a definir após aprovação do plano		Na reunião da 2ª fase devem ser logo apuradas as necessidades para se definir as ações concretas
5ª fase	Promoção de reunião com representantes de outros pólos para apresentação do levantamento dos parceiros Turismo 2015	idem nota anterior	Em data a definir após aprovação do plano		Na reunião da 3ª fase devem ser logo apuradas as necessidades para se definir as ações concretas propostas pelos parceiros

Interação com entidades do Sistema Científico e Tecnológico



Promoção de reunião com empresários do setor e entidades do SCT para a análise das potencialidades de projetos em IDT, em articulação com o Departamento de Estudos e Planeamento Estratégico, responsável pelo projeto “Rede de Cooperação em Matéria de ID”.

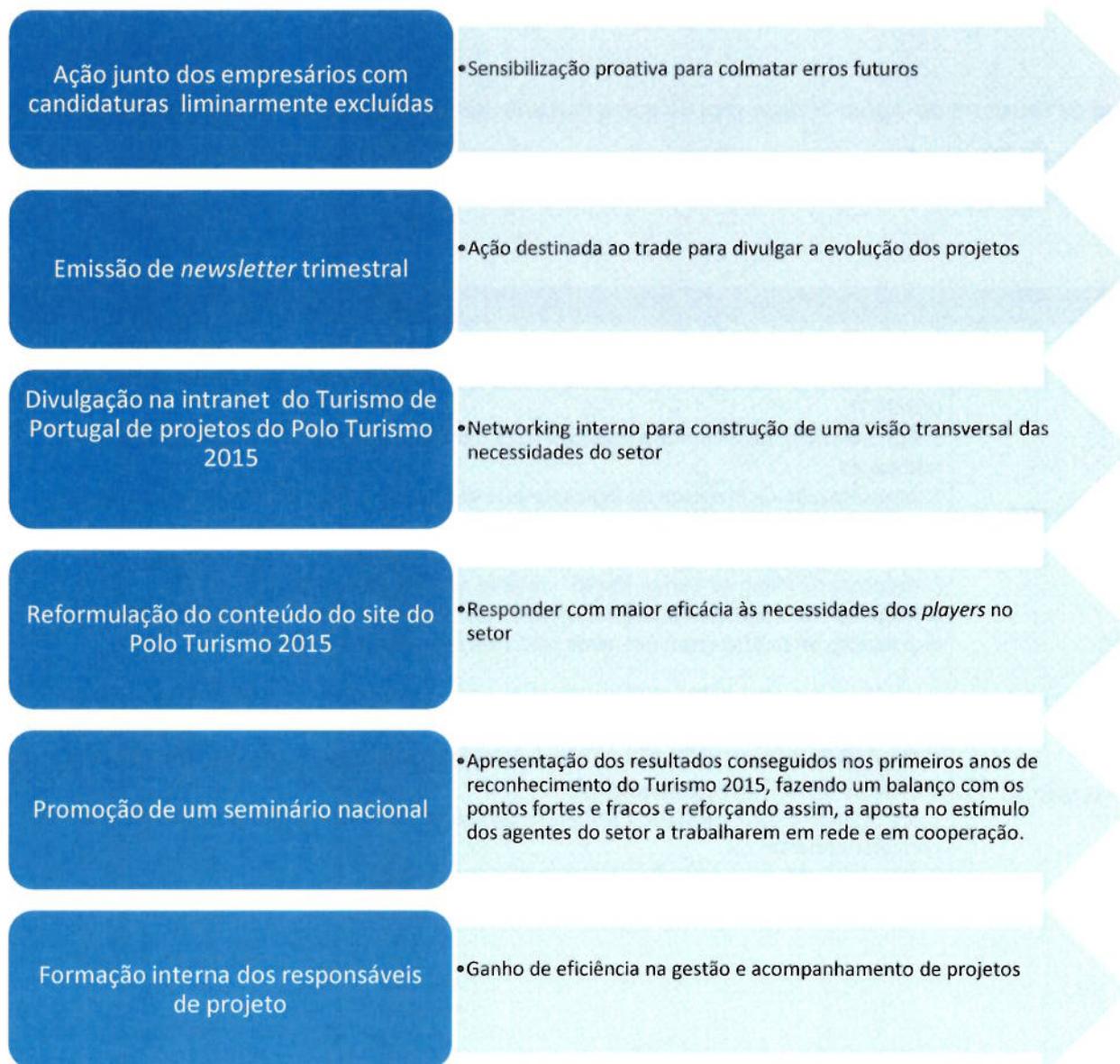
4. Parceria - a ação do Conselho

A equipa da Estrutura de Apoio Técnico propõe que a Parceria realize duas reuniões, uma por semestre com as seguintes agendas:

Reuniões propostas	Agenda
1º Semestre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgação do Relatório do 5º Ponto de Situação (2º Semestre 2011) apresentado ao POFC-COMPETE 2. Apresentação de Plano de Atividades 2012 – proposta da Presidência da Parceria para ratificação 3. Apresentação de Proposta de Indicadores revistos para a EEC com métricas definidas e recolha de contributos; 4. Apresentação de Plano de Ação para a Interação entre outros Polos e Clusters; 5. Proposta de Plano de Comunicação – revisão recolha de contributos. 6. Proposta de seminário anual para o trade com divulgação de resultados de concursos - distribuição de tarefas entre parceiros para concretização do evento
2º semestre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgação de conclusões da reunião com Secretário de Estado do Empreendedorismo sobre renovação do reconhecimento da EEC 2. Apresentação dos resultados relativos às candidaturas apresentadas em sede de Avisos de Concursos Abertos 3. Apresentação das conclusões do seminário para o <i>trade</i>



5. Outras Ações de Animação da parceria



6. Síntese

Ação/Atividade	Data	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	Nº de Ações
Divulgação Nacional/Bolsa de Turismo de Lisboa		*				1
Divulgação local (Ex: roadshows, Netconference ou outros)		*		*		6
Reunião do Conselho da Parceria			*		*	2
Implementação do Plano de Ação de Interação entre Polos			*	*		2
Promoção de ações na área da I&DT - Networking		*		*		2
Apresentação de resultados ao trade (reunião/netconference ou outro)					*	1
Revisão do conteúdo do site www.turismo2015.pt				*		1
Emissão de Newsletter		*	*	*	*	4

Coimbra, Janeiro de 2012

Em representação da Parceria

O Presidente



Frederico Costa

