

An aerial photograph of a coastal town in Portugal. In the foreground, a rugged, rocky cliff juts out into the dark blue sea. A dirt path winds along the top of the cliff. Behind the cliff, a sandy beach curves around a bay. The town of Sagres is visible, with its buildings clustered on a hillside. In the background, a vast, flat landscape stretches to the horizon, dotted with numerous wind turbines under a clear blue sky.

Plano de Atividades e Orçamento

2016

g. ut
R
H

1. INTRODUÇÃO	11
2. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA	12
2.1. Oferta turística.....	12
2.1.1. Alojamento.....	12
2.1.2. Golfe	14
2.1.3. Animação turística.....	16
2.2. Procura turística.....	18
2.2.1. Movimento de passageiros no aeroporto de Faro	18
2.2.2. Dormidas na hotelaria global	20
2.2.3. Hóspedes	22
2.2.4. Proveltos.....	24
2.2.5. Estada média.....	26
2.2.6. A atividade golfe no Algarve	26
2.2.7. Postos de turismo	27
3. EIXOS DE ATUAÇÃO	29
3.1. Planeamento.....	29
3.1.1. Fóruns de discussão	29
3.1.2. Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve: 2015-2018 ..	29
3.1.3. Cicloturismo, Projeto Eurovelo 1 – Rota da Costa do Atlântico.....	29
3.1.4. Candidatura Lugares da Primeira Globalização	30
3.1.5. Projeto transfronteiriço Umayyad	31
3.1.6. Projeto transfronteiriço Almutamid II.....	32
3.1.7. Projeto de turismo acessível.....	32
3.1.8. Cicloturismo e caminhadas - Projeto "Hiking & Cycling".....	32
3.1.9. RAARA – Rede de Acolhimento ao Autocaravanismo no Algarve	33

3.1.10. Selo Birdwatching Algarve.....	33
3.1.11. Campanhas de sensibilização – cultura regional em prol do turismo	33
3.1.12. Projeto Via Algarviana	34
3.1.13. Participação na Rede de Judiárias de Portugal.....	34
3.1.14. Implementação de um Sistema de Indicadores de Avaliação da Sustentabilidade do Destino Turístico Algarve.....	35
3.1.15. Atualização do fundo bibliográfico do CDI.....	35
3.1.16. Sistema de gestão documental do CDI.....	35
3.1.17. Avaliação do grau de satisfação dos turistas	36
3.1.18. Estatísticas relativas aos atendimentos nos postos de turismo	36
3.1.19. Monitorização da atividade turística do Algarve	36
3.1.20. Boletim "Algarve - Análise de Conjuntura".....	37
3.1.21. Participação em comissões técnicas de trabalho.....	37
3.1.22. Apoio ao investidor.....	38
3.1.23. Guia de Apoio ao investidor	38
3.1.24. Monitorização do investimento no Algarve	38
3.1.25. Boletim bibliográfico do CDI	38
3.1.26. Avaliação do grau de satisfação dos utentes do CDI	39
3.2. Gestão da qualidade	39
3.2.1. Sistema de Gestão da Qualidade dos postos de turismo – certificação	39
3.2.2. Alargamento do âmbito do SGQ às restantes áreas de atuação da RTA ...	40
3.3. Comunicação e Imagem	40
3.3.1. Reposicionamento da Marca Algarve	40
3.3.2. Campanha de comunicação multimeios pré-verão – Barcelona e Madrid..	41
3.3.3. Campanha de comunicação multimeios fim de ano - Portugal e Espanha.	41
3.3.4. Dinamização dos eventos realizados no Algarve (época baixa)	41
3.3.5. Ações de marketing de guerrilha pré-verão (Madrid e Barcelona)	42
3.3.6. Ações de marketing de guerrilha fim de ano (Porto e Lisboa)	42

3.3.7. Marketing digital – Portal promocional do Algarve -Visitalgarve.....	42
3.3.8. Marketing digital – App Roteiro Cultural do Algarve	43
3.3.9. Marketing digital – App Observação de Aves no Algarve.....	43
3.3.10. Marketing digital – App Surf no Algarve	43
3.3.11. Atribuição de apoio na divulgação de eventos em meios próprios	44
3.3.12. Imagem Algarve	44
3.3.13. Guia Algarve.....	44
3.3.14. Outras edições.....	45
3.3.15. <i>Merchandising</i>	45
3.3.16. Redes sociais.....	45
3.4. Promoção e Animação.....	46
3.4.1. Bolsa de Turismo de Lisboa	46
3.4.2. Projeto "Redescobrir os Segredos do Algarve".....	46
3.4.3. Incentivo "Segredos do Algarve"	47
3.4.4. <i>Fam-trips</i> e ações de promoção - Espanha	47
3.4.5. <i>Fam-trips</i> - Portugal	47
3.4.6. Feira das Viagens – Lisboa, Porto e Coimbra.....	48
3.4.7. Feiras - Espanha	48
3.4.8. Expo Abreu - Lisboa	49
3.4.9. Mundo Abreu - Lisboa.....	49
3.4.10. Algarve <i>Masters Pro-Am</i>	49
3.4.11. Portugal <i>Masters</i> - Vilamoura.....	50
3.4.12. <i>Algarve Nature Week</i> - Feira de Turismo de Natureza	50
3.4.13. Dinamização de Produtos Turísticos/Comissões de Acompanhamento	51
3.4.14. Dinamização de Eventos/Atividades.....	51
3.4.15. Dia Mundial do Turismo	52
3.4.16. Festival de Gastronomia de Santarém.....	52
3.4.17. Dieta Mediterrânica	52

3.4.18. Participação em Eventos Regionais – Mar Expo / BLIP.....	53
3.4.19. Caravela Boa Esperança.....	53
3.4.20. Associação Turismo do Algarve	53
3.4.21. Associação Musical do Algarve	53
3.4.22. Apoio a Associações do Setor.....	54
3.5. Informação Turística	54
3.5.1. Intervenções em Postos de Turismo	54
3.5.2. <i>Merchandising</i> e produtos à consignação - Vendas	54
3.6. Relações Externas	55
3.6.1. Assinatura de Publicações	55
3.6.2. <i>Clipping</i> Eletrónico	55
3.6.3. Agências de Comunicação - Portugal e Espanha	55
3.6.4. <i>Press Trips</i>	56
3.6.5. <i>Blog Trip</i> Algarve Outono-Inverno	56
3.6.6. Ação mediática no âmbito do <i>Roadshow</i> Algarve 2016 em Espanha	57
3.6.7. Conferência de Imprensa BTL 2016	57
3.6.8. Ações de Relações Públicas	57
3.6.9. Produção de Conteúdos Editoriais.....	58
3.6.10. <i>E-book</i> «Volta ao Algarve em 80 Experiências»	59
3.7. Requalificação do edifício sede e restantes áreas de atuação da RTA.....	59
3.7.1. Requalificação energética	59
3.7.2. Requalificação informática alargada às restantes áreas de atuação da RTA.....	59
4. SÍNTESE DE INVESTIMENTO	61
5. MAPA DE PESSOAL.....	62
6. ORÇAMENTO	63



Índice de Figuras

Página

Figura 1 – Distribuição do número de estabelecimentos pelas várias categorias de alojamento, em novembro de 2015.....	12
Figura 2 - Quota do n.º de camas por região, até janeiro de 2015	14
Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA), 2015	15
Figura 3 – Evolução do número de campos de golfe no Algarve	15
Figura 4 - Evolução do número de buracos nos campos de golfe no Algarve.....	15
Figura 5 – Distribuição geográfica dos campos de golfe, no Algarve	16
Figura 6 – Agentes de animação turística registados no Algarve	17
Figura 7 – Distribuição geográfica dos Operadores Marítimo Turísticos, no Algarve em novembro de 2015	17
Figura 8 – Distribuição geográfica das empresas com atividade na área da natureza, no Algarve em novembro de 2015	18
Figura 9 - Evolução mensal (janeiro a agosto) do movimento de passageiros no Aeroporto de Faro em 2008, 2012, 2013, 2014 e 2015	19
Figura 10 - Movimento de passageiros no Aeroporto de Faro provenientes dos principais países, de janeiro a agosto em 2015 e 2014	19
Figura 11 – N.º de dormidas na hotelaria global – janeiro a agosto – anos de 2012, 2013, 2014 e 2015	20
Figura 12 – N.º de dormidas na hotelaria global por país de residência até agosto de 2015	21
Figura 13 - Quota de cada região nas dormidas na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2015.....	21
Figura 14 - Evolução dos hóspedes na hotelaria global, no Algarve, de janeiro a agosto – 2013, 2014 e 2015	22
Figura 15 - Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento de janeiro a agosto – 2015 vs 2014	23
Figura 16 - Quota de cada região quanto ao número de hóspedes na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2015.	24
Figura 17 - Proveitos na hotelaria global por regiões - janeiro a agosto 2014 e 2015	25

Figura 18 - Quota de cada região nos proveitos globais nos empreendimentos turísticos – janeiro a agosto de 2015	25
Figura 19 - Estada média dos hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem de janeiro a agosto de 2015.....	26
Figura 20 - Nº de voltas nos campos de golfe do Algarve – janeiro a agosto – 2015, 2014 e 2013	27
Figura 21 - Atendimento nos postos de turismo – janeiro a outubro de 2015 e 2014.....	27



Índice de Quadros

Página

Quadro 1 – Evolução do nº de empreendimentos turísticos no Algarve até novembro de 2015.....	13
Quadro 2 – Evolução do nº de camas na hotelaria global entre 2001 e 2014.....	14
Quadro 3 – Hóspedes na hotelaria global por país de origem de janeiro a agosto 2015 vs 2014.....	23
Quadro 5 – Síntese do investimento.....	59

FICHA TÉCNICA:

COORDENAÇÃO GERAL: Comissão Executiva da Região de Turismo do Algarve

COORDENAÇÃO OPERACIONAL: Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade

Departamento Operacional

Departamento de Administração Geral

COMISSÃO CONSULTIVA: Núcleo Administrativo e Financeiro

Núcleo de Apoio, Relações Externas e Informática

Núcleo de Promoção, Animação e Informação Turística

Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade

APOIO TÉCNICO: Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade

DESIGN DA CAPA: Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade



1. INTRODUÇÃO

Não obstante as incertezas que ainda subsistem relativamente às grandes orientações que nortearão a nossa atividade nos próximos anos, arrisco a dizer que 2016 será O ano do Algarve.

Efetivamente, em termos promocionais, seremos destino convidado na Bolsa de Turismo do Algarve – mais importante certame do género em Portugal – onde apresentaremos o nosso novo *stand*.

Continuaremos empenhados em apoiar e reconhecer o trabalho dos agentes de viagens e operadores, razão pela qual voltaremos a marcar presença nas feiras organizadas pelo grupo ABREU (Mundo Abreu e Expo Abreu) e voltaremos a organizar o Incentivo Algarve, onde um programa surpresa premela os agentes de viagens portugueses e espanhóis que mais venderem o Algarve no próximo verão.

Também na lógica das parcerias, continuaremos empenhados na manutenção e reforço das rotas aéreas diretas, que em 2015 começaram a ligar a região a Barcelona e Madrid.

Ao nível da estruturação do produto, será também um ano extremamente profícuo; iniciativas para dinamizar o turismo ativo, em particular os passeios pedestres, o ciclismo e o cicloturismo começarão a ser concretizados e implementados.

Após o estrondoso sucesso da 1ª edição da Algarve Nature Week, tentaremos subir a fasquia a trazer ainda mais atividades e novidades para este segundo ano, com a mostra a ter lugar no concelho de Loulé.

A aposta no digital será mais evidente, com novas *apps* e novo *site*, já em consonância com a nova imagem promocional, que começará a ser desenvolvida em 2016.

Ano novo, muitas novidades, grandes expetativas, o mesmo empenho.

Desidério Silva

2. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

A RTA pretende continuar a implementar, em 2016, ações que permitam desenvolver e valorizar o potencial turístico da região bem como dar um contributo para a gestão integrada do destino turístico como base territorial da principal atividade económica do Algarve.

Assim, para possibilitar uma melhor definição das ações a propor para 2016, é fundamental ter o conhecimento do panorama atual do turismo regional através da análise de indicadores de oferta e de procura turística.

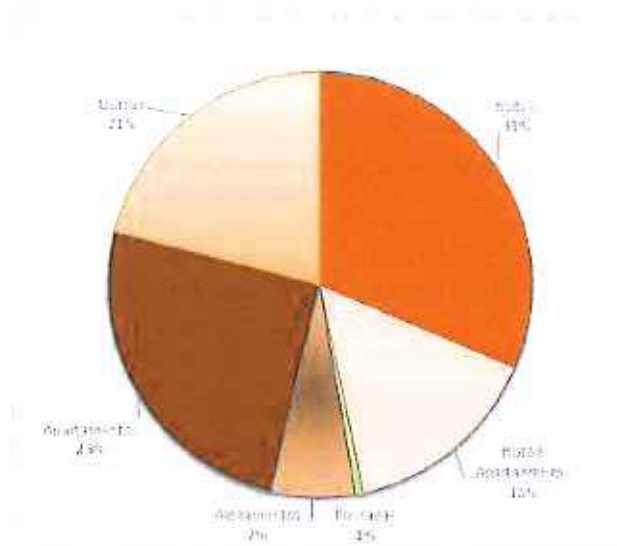
2.1. Oferta turística

Pretende-se, neste ponto, caracterizar a oferta turística regional, constituída pelos equipamentos e serviços disponibilizados pelo setor.

2.1.1. Alojamento

A oferta de equipamentos e serviços turísticos no Algarve é, atualmente, bastante diversificada, apresentando estabelecimentos de alojamento em todas as tipologias legalmente definidas.

Até novembro de 2015, e de acordo com os dados do RNET, existiam no Algarve 445 empreendimentos turísticos. As tipologias que mais se destacavam eram os "Hotéis" e os "Apartamentos turísticos" representando, respetivamente 34% e 27%, do total de estabelecimentos existentes (figura 1).



Fonte: Turismo de Portugal – RNET; dados tratados

Figura 1 – Distribuição do número de estabelecimentos pelas várias categorias de alojamento, em novembro de 2015

Analisando o Quadro 1, pode concluir-se que, apesar de terem existido ligeiras variações na última década, o número total de estabelecimentos de alojamento na hotelaria global manteve-se, em média, nos 420. As tipologias "Hotéis" e "Hotéis-Apartamentos" foram as que mais viram aumentar o seu número nos últimos anos, em detrimento da categoria "Outros" que integram Pensões, Estalagens e Motéis, estabelecimentos de tipologias que ainda se encontram em reconversão, face às alterações impostas pelo novo RJET.

Quadro 1 - Evolução do número de empreendimentos turísticos no Algarve até novembro 2015

Nº de Estabelecimentos de alojamento no Algarve								
Tipologia de Estabelecimento	2001	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hotéis	74	93	102	112	116	120	146	151
Hotéis Apart.	49	57	65	72	75	73	74	74
Pousadas	3	2	3	3	3	3	3	3
Aldeamentos	30	29	27	27	31	31	31	31
Apartamentos	115	141	122	122	136	138	122	126
Outros	113	111	92	80	64	64	64	101
TOTAL GERAL	384	433	411	416	428	432	440	486

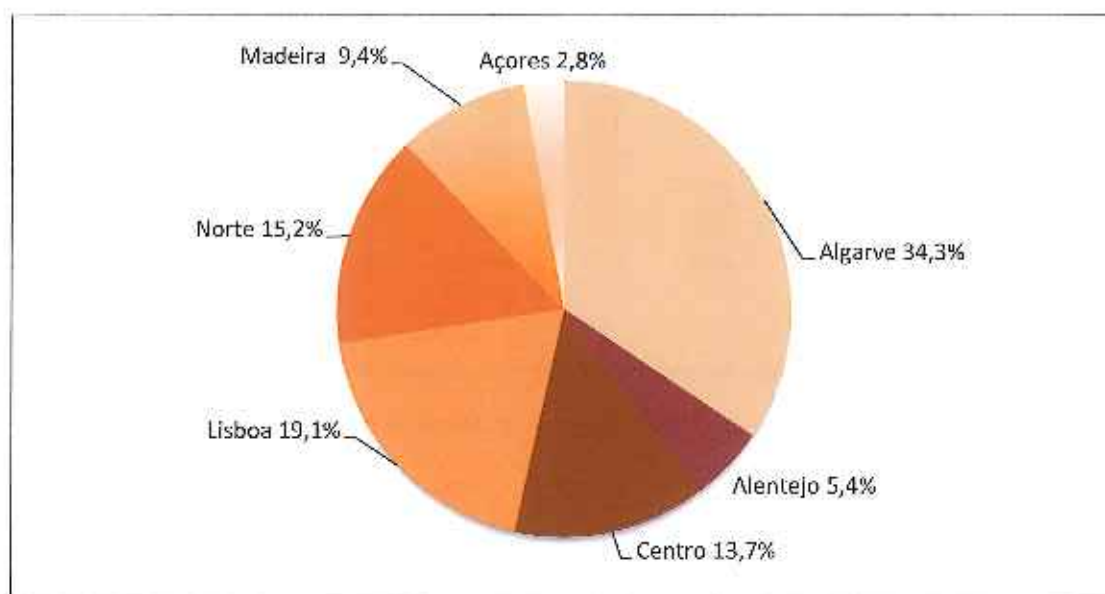
Fonte: Turismo de Portugal – RNET; dados tratados (última atualização – 27/10/2015)

O número de camas na hotelaria global do Algarve, em 2014, aumentou 9,6% relativamente a 2013 (Quadro 2). A maior subida registou-se no número de camas disponíveis na tipologia "Hotéis" (+ 4317 camas). Esta tipologia de alojamento era a que apresentava mais camas, com cerca de 32.0% do número total de camas da hotelaria global.

**Quadro 2 - Evolução do número de camas na hotelaria global do Algarve entre 2005 e 2014
(Estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos)**

Nº de Camas nos estabelecimentos de alojamento do Algarve										
Tipologia	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hotéis	27.546	27.204	26.540	27.500	28.056	30.872	33.577	32.002	33.354	37.671
Hotéis Apart.	19.638	19.791	20.739	20.768	20.450	21.456	24.372	26.204	25.949	26.152
Pousadas	168	168	168	240	378	334	300	392	383	399
Aldeamentos	12.813	11.498	11.494	12.245	12.358	12.616	11.608	13.342	13.641	14.196
Apartamentos	34.360	33.278	31.725	32.608	29.549	29.397	28.572	31.726	31.282	32.087
Outros	5.457	5.585	5.514	5.363	5.119	4.628	4.033	2.959	2.730	7.124
Total Geral	99.982	97.524	96.180	98.724	95.910	99.303	102.462	106.625	107.339	117.629

Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados



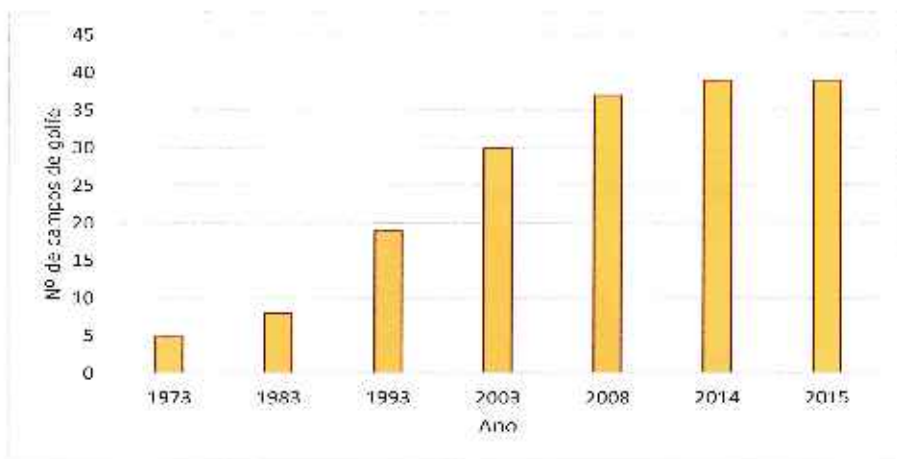
Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 2 - Quota do n.º de camas por região, até janeiro de 2015

Relativamente à distribuição do número de camas da hotelaria global do país, em janeiro de 2015 (figura 2), verifica-se que o Algarve é, claramente, a região com maior oferta, disponibilizando 34,3% do número total de camas do país.

2.1.2. Golfe

Desde 2009 que o número de campos de golfe do Algarve se tem mantido estável. A região conta, atualmente, com 39 campos de golfe, alguns dos quais reconhecidos mundialmente pela sua excelência.



Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA), 2015

Figura 3 – Evolução do número de campos de golfe no Algarve

A evolução do número de buracos disponíveis tem acompanhado o crescimento do número de campos de golfe (figura 4), pelo que o Algarve tinha, até dezembro de 2014, ao dispor dos praticantes da modalidade 675 buracos, distribuídos pelo total de campos existentes.



Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA); dados tratados

Figura 4 - Evolução do número de buracos nos campos de golfe no Algarve

A distribuição geográfica dos campos de golfe no Algarve demonstra uma maior concentração nas zonas oeste (Barlavento) e central do Algarve, com 16 e 17 campos, respetivamente (figura 5). A zona este (Sotavento) é a que apresenta menor concentração (6 campos).



Fonte: Sítio na internet da Associação de Turismo do Algarve, 2015

Figura 5 – Distribuição geográfica dos campos de golfe, no Algarve

2.1.3. Animação turística

A animação turística é, cada vez mais, uma componente essencial da atividade turística desenvolvida no Algarve, com um crescimento significativo, nos últimos anos, do número de agentes de animação turística a operar na região.

Em novembro de 2015 estavam registados no RNAAT e a exercer a sua atividade no Algarve, 530 agentes de animação turística (463 em 2014), divididos em 284 empresas de animação turística e 246 operadores marítimo-turísticos, contra 249 e 214 em 2014, respetivamente (figura 6).

Constata-se, até novembro de 2015, que 53,1% das empresas de animação turística desenvolvem atividades no domínio marítimo-turístico, 34,8% têm atividades relacionadas com o turismo de ar livre, turismo de natureza e aventura e só 12,1% centram a sua atividade nas áreas do turismo cultural, *touring* paisagístico e cultural.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Agentes de Animação Turística, nov. 2015

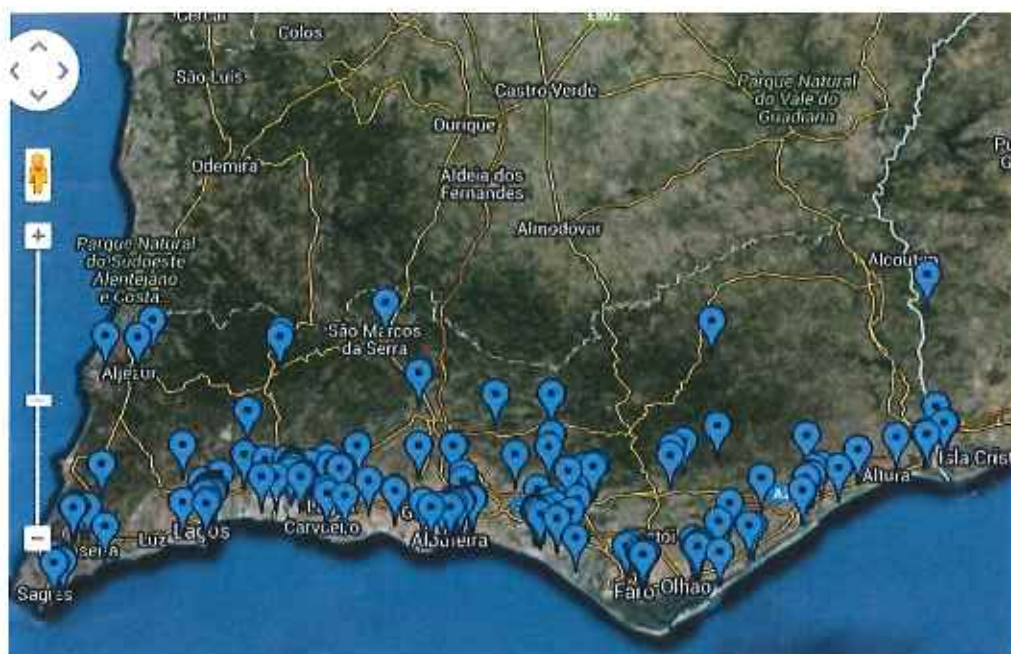
Figura 6 – Agentes de animação turística registados no Algarve

No que diz respeito à distribuição geográfica das empresas, os operadores com atividades marítimo-turísticos estão sedeados especialmente nas localidades com marinas e portos de recreio (figura 7). As empresas com atividade na área relacionada com a natureza, já se encontram mais distribuídas pela região (figura 8).



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Turismo, novembro 2015

Figura 7 – Distribuição geográfica dos Operadores Marítimo Turísticos, no Algarve em novembro de 2015



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Turismo, novembro 2015

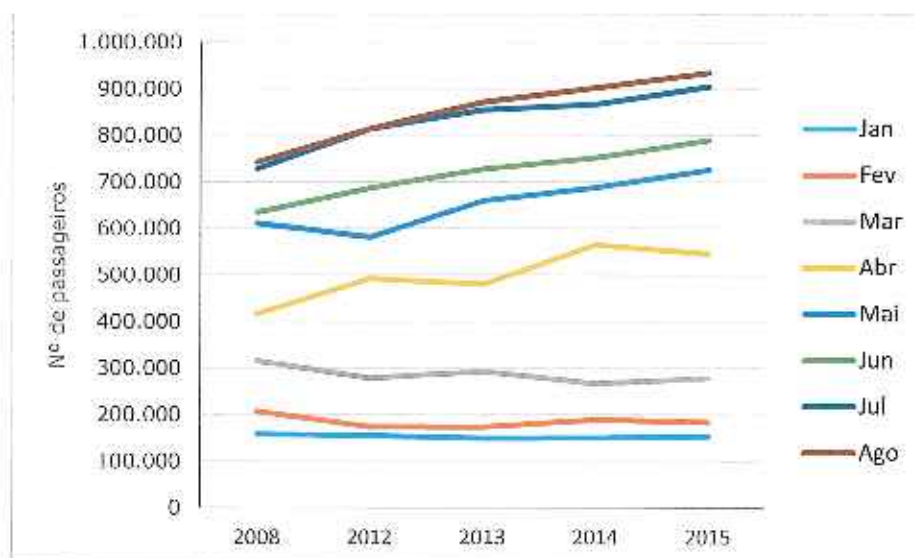
Figura 8 – Distribuição geográfica das empresas com atividade na área da natureza, no Algarve em novembro de 2015

2.2. Procura turística

Para caracterizar a procura turística do Algarve em 2015 foram analisados alguns indicadores que permitem demonstrar o desempenho da região.

2.2.1. Movimento de passageiros no aeroporto de Faro

Nos primeiros oito meses de 2015, o movimento de passageiros provenientes dos principais mercados para o Algarve viu o seu número aumentar 134.406 em valor absoluto, representando um acréscimo de 3,1% em relação a igual período de 2014.



Fonte: ANA Aeroportos de Portugal; dados tratados

Figura 9 - Evolução mensal (janeiro a agosto) do movimento de passageiros no Aeroporto de Faro em 2008, 2012, 2013, 2014 e 2015

O grande impulsionador deste acréscimo foi o Reino Unido, com um aumento de 55 469 passageiros (+2%). A França (+18%) e a Irlanda (+7,4%) também tiveram subidas a destacar (figura 10).



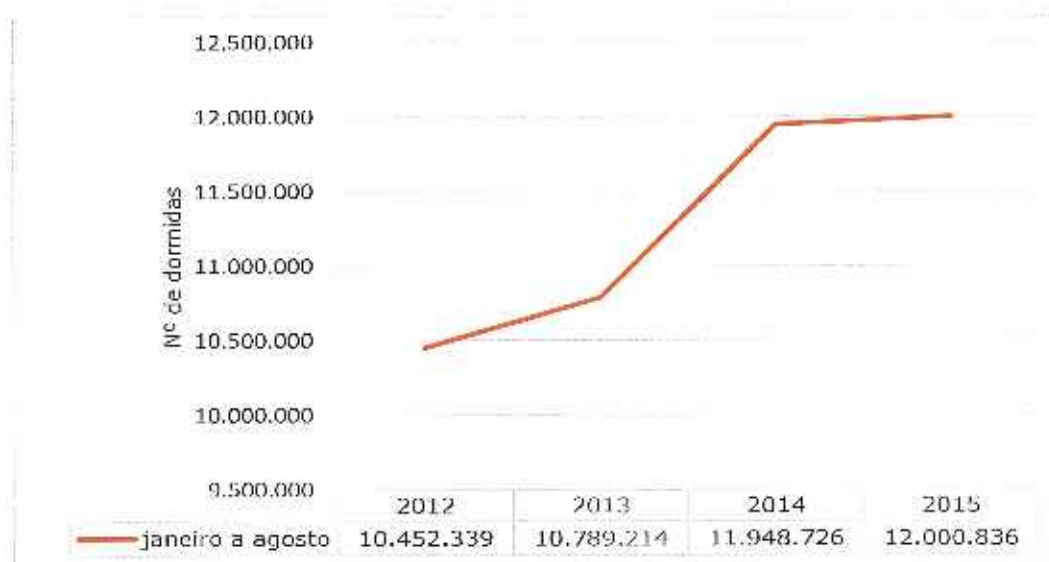
Fonte: ANA Aeroportos de Portugal; dados tratados

Figura 10 - Movimento de passageiros no Aeroporto de Faro provenientes dos principais países, de janeiro a agosto em 2015 e 2014

2.2.2. Dormidas na hotelaria global

Em 2014, o número total de dormidas na hotelaria global atingiu o número de 16,39 milhões em unidades de alojamento (estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos) do Algarve, com um aumento percentual de 11,2% face a período homólogo de 2013.

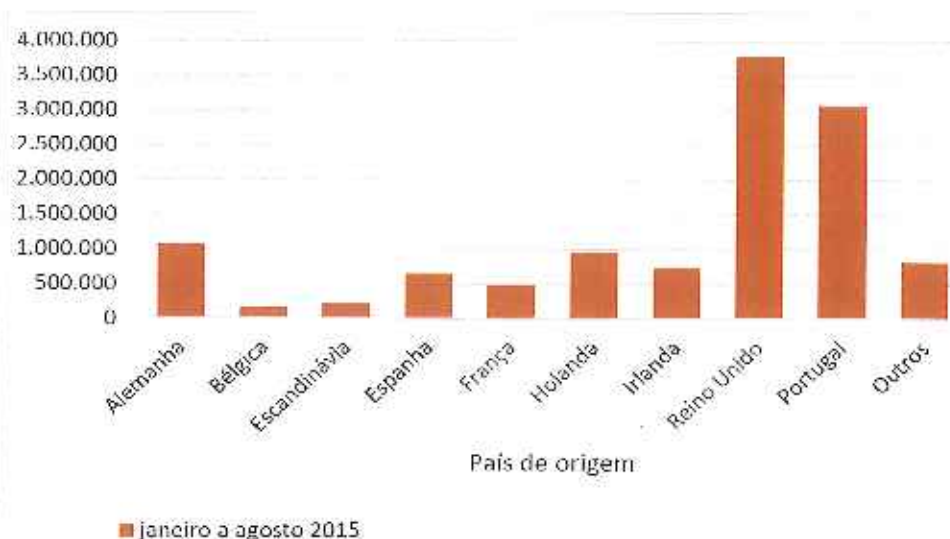
Em 2015, e considerando os dados conhecidos até agosto, verifica-se uma tendência de crescimento constante, com um aumento global nesses 8 meses de 1,4% (mais 167,2 mil dormidas), o que nos faz acreditar que, mantendo-se até final do ano o desempenho verificado nos 8 meses anteriores, podemos ultrapassar a barreira dos 16,5 milhões de dormidas no final de 2015, mantendo-se a tendência de crescimento que se verifica desde 2010, embora menos acentuado em 2015.



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 11 – Nº de dormidas na hotelaria global – janeiro a agosto – anos de 2012, 2013, 2014 e 2015

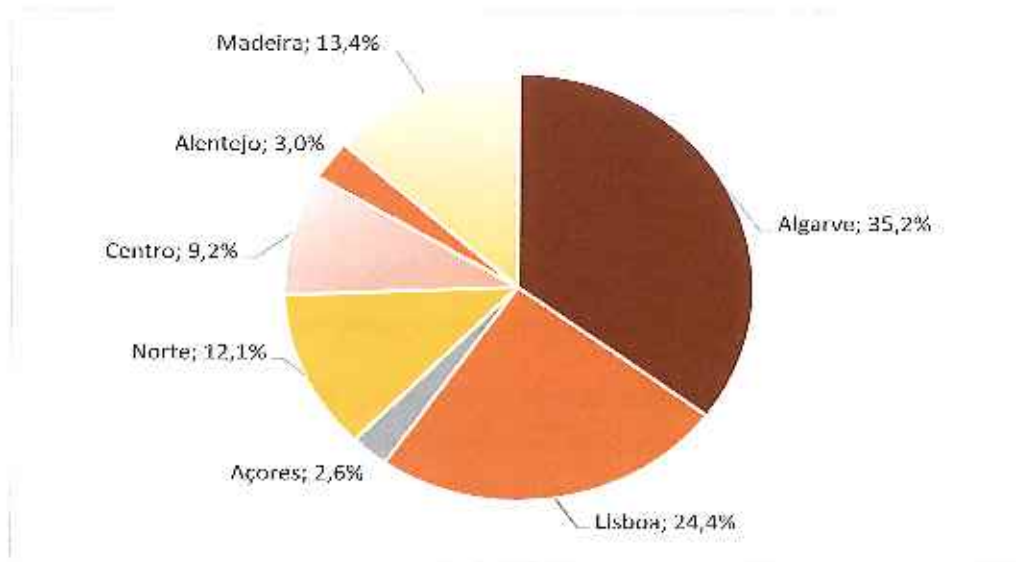
Analisando a origem dos turistas que pernoveram no Algarve (figura 12) verificou-se que, até agosto de 2015, o mercado mais importante segundo o indicador “dormidas” continuou a ser o Reino Unido com uma quota de, aproximadamente, 31,6% face ao total. Em segundo lugar encontrava-se o mercado nacional com 25,7% do total de dormidas na região, o que representa uma descida de 1,1 p.p. na quota de mercado.



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 12 – N.º de dormidas na hotelaria global por país de residência até agosto de 2015

Pela análise da figura 13, verifica-se que o Algarve é a região com a maior quota de dormidas de Portugal, com 35,2% do total (-2,8% que em 2014). Segue-se Lisboa, com 24,4%.



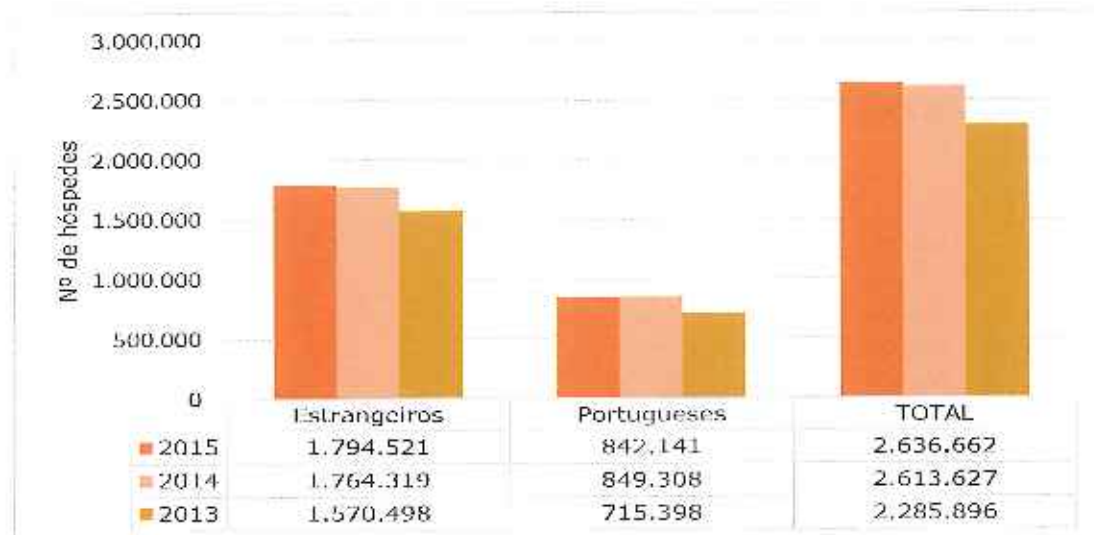
Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 13 - Quota de cada região nas dormidas na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2015

2.2.3. Hóspedes

Em 2014, o número total de hóspedes na hotelaria global aumentou 14,5% face a 2013, registando-se 3,6 milhões de turistas a pernoitar em unidades de alojamento.

Já nos oito primeiros meses de 2015 registou-se uma tendência de muito ligeira subida no número de hóspedes, na ordem dos 0,9%, o que representa mais 23 mil hóspedes: mais 30,2 mil estrangeiros (+1,7%) e menos 7,1 mil nacionais (-0,8%).



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 14 - Evolução dos hóspedes na hotelaria global, no Algarve, de janeiro a agosto - 2013, 2014 e 2015

Analisando o quadro infra, constata-se que os hóspedes estrangeiros representam 68,1% enquanto os nacionais têm uma quota de 31,9% do total.

Quadro 3 – Hóspedes na hotelaria global por país de origem – janeiro a agosto 2015 vs 2014

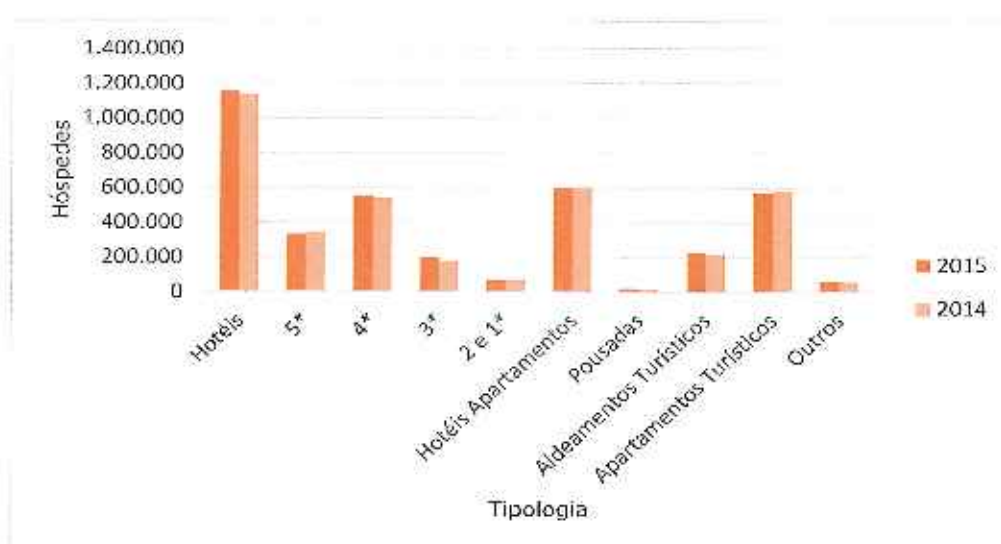
País	2015	2014	Var%	Var Abs.	Quota 2015
Alemanha	185.353	186.003	-0,3%	-650	7,0%
Bélgica	30.596	28.278	8,2%	2.318	1,2%
Escandinávia a)	50.070	60.032	-16,6%	-9.962	1,9%
Espanha	222.593	218.906	1,7%	3.687	8,4%
EUA	25.576	22.752	12,4%	2.824	1,0%
França	102.687	90.864	13,0%	11.823	3,9%
Holanda	144.448	152.677	-5,4%	-8.229	5,5%
Irlanda	132.771	122.524	8,4%	10.247	5,0%
Polónia	29.451	24.445	20,5%	5.006	1,1%
Reino Unido	710.074	692.192	2,6%	17.882	26,9%
Outros	160.002	165.646	-2,9%	-4.744	6,1%
Total Estrangeiros	1.794.521	1.764.319	1,7%	30.202	68,1%
Portugal	842.141	849.308	-0,8%	-7.167	31,9%
Total	2.636.662	2.613.627	0,9%	23.035	100,0%

Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

O Reino Unido continuou a ser o país de origem da maioria dos hóspedes estrangeiros no Algarve, representando 26,9% do valor global. Em conjunto, os hóspedes de Portugal e do Reino Unido representam 58,8% do total de hóspedes.

Os mercados que, em termos absolutos, registaram maiores subidas do número de hóspedes, face ao mesmo período de 2014, foram a França (+11,2 mil / +13,0%), a Irlanda (+10 mil / +8,4%) e o Reino Unido (+17,9 mil / +2,6%) (quadro 3).

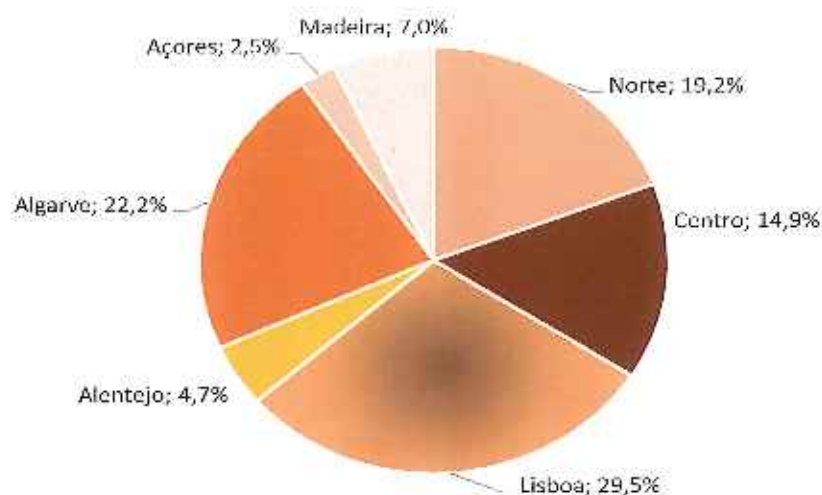
Relativamente à distribuição do número de hóspedes por tipologia de alojamento, entre janeiro e agosto de 2015, verificou-se uma variação positiva nas tipologias "hotéis" (+2,2%), "aldeamentos turísticos" (+5,1%) e "pousadas" (+4,7%) (figura 15).



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 15 - Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento de janeiro a agosto - 2015 vs 2014

Fazendo uma análise à distribuição de todos os hóspedes pelo país, no período de janeiro a agosto de 2014, verifica-se que o Algarve é a segunda região que mais hóspedes recebeu (22,2%) depois de Lisboa (29,5%).



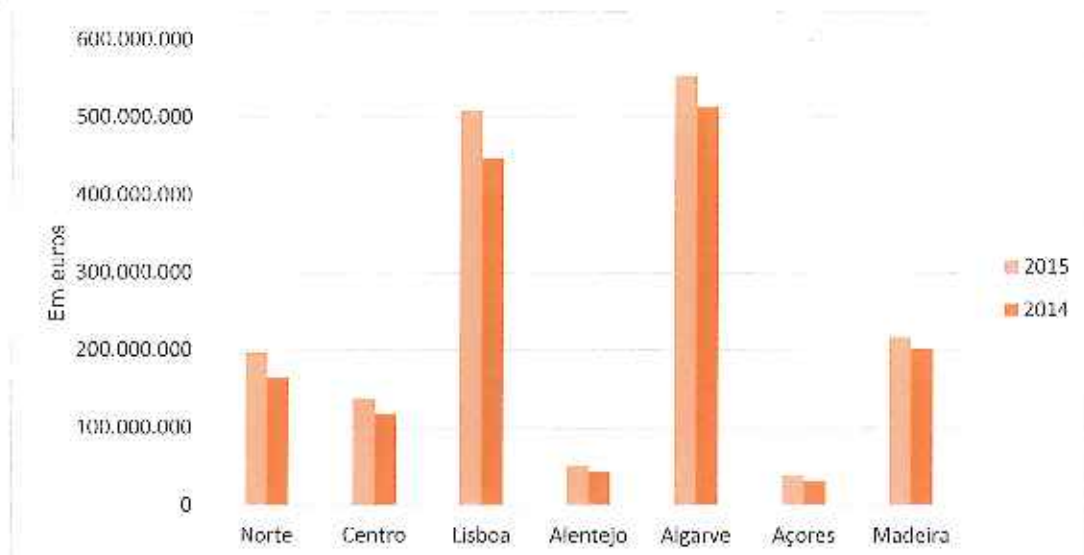
Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 16 - Quota de cada região quanto ao número de hóspedes na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2015.

2.2.4. Proveitos

Os proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros do Algarve atingiram, em 2014, mais de 695,3 milhões de euros, o que se traduz num aumento de 14% comparativamente a 2013. De janeiro a agosto de 2015 o aumento percentual é de 8,1%, o que nos permite considerar que se pode, no final do ano, ultrapassar os 700 milhões de proveitos globais.

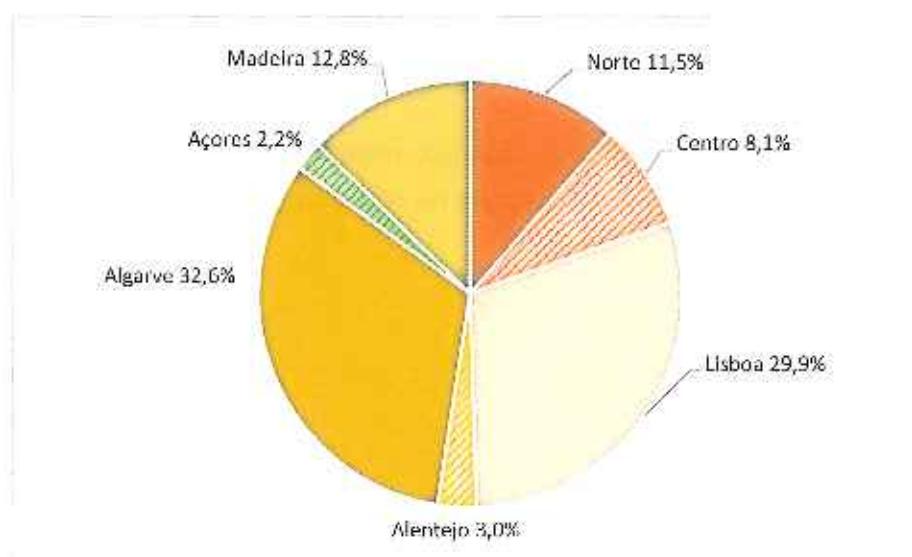
O Algarve continua a ser, nos primeiros oito meses de 2015, a região que consegue atingir o maior volume de proveitos totais na hotelaria (figura 17).



Fonte: TP – Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 17 - Proveitos na hotelaria global por regiões - janeiro a agosto 2014 e 2015

De janeiro a agosto de 2015, o Algarve desceu a sua quota do total nacional de proveitos globais nos estabelecimentos hoteleiros para 32,6% o que representou -1,4 p.p. que em igual período de 2014 (figura 18).



Fonte: INE-Instituto Nacional de Estatística; dados tratados

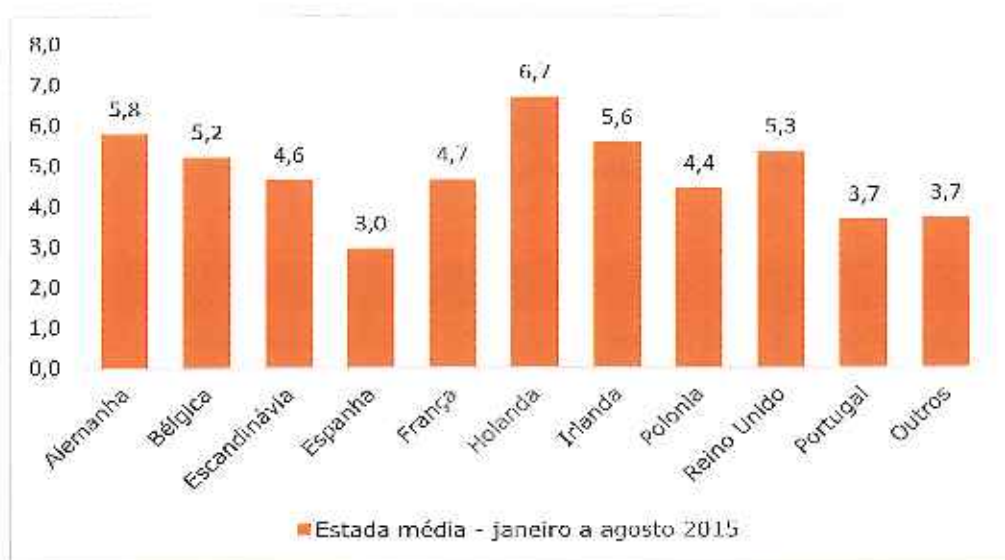
Figura 18 - Quota de cada região nos proveitos globais nos empreendimentos turísticos - janeiro a agosto de 2015

2.2.5. Estada média

Em 2014 a estada média dos hóspedes na hotelaria global foi de 4,5 noites, sendo a dos estrangeiros de 5,0 noites e a dos nacionais de 3,6 noites.

De janeiro a agosto de 2015 a estada média dos hóspedes na hotelaria global foi de 4,6 noites (+0,1 noite face a Idêntico período de 2014).

Quanto aos hóspedes estrangeiros, note-se uma variação positiva nos polacos (+2,4 noites), alemães e belgas (+0,4 noites). Ao contrário, os hóspedes provenientes do Reino Unido e França (-2,4 noites) tiveram uma queda acentuada na sua estada média.



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 19 - Estada média dos hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem de janeiro a agosto de 2015

2.2.6. A atividade golfe no Algarve

No período de janeiro a agosto de 2015 o número de voltas de golfe no Algarve cifrou-se em 735 158, com um aumento de 5,8% face às 694 934 voltas registadas em 2014.

Os meses de março (128,2 mil voltas, + 5,4%), abril (123,9 mil voltas, + 12,8%) e maio (119 mil voltas, +6,6%) representam 50,5% do total destes 8 meses. Janeiro (57,7 mil voltas, +3,9%) continua a ser o mês com um registo mais fraco, sendo de realçar que houve uma subida percentual em todos os primeiros oito meses de 2015, face a idêntico período do ano anterior.



Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA), 2015

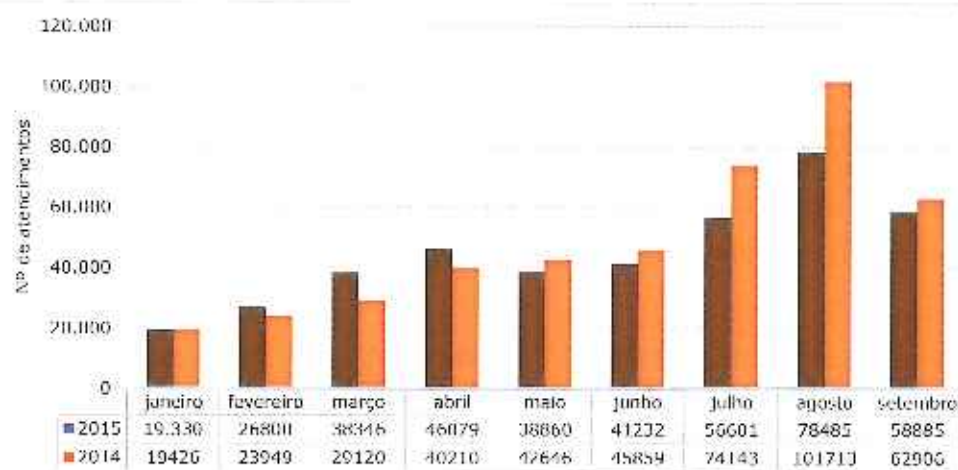
Figura 20 – Nº de voltas nos campos de golfe do Algarve – janeiro a agosto – 2015, 2014 e 2013

2.2.7. Postos de turismo

A RTA gere vinte e um postos de turismo, que prestam serviços de informação turística e venda de produtos regionais e da marca Algarve.

Registo de Atendimento

O número de atendimentos de turistas nos postos de turismo, no período de janeiro a setembro de 2015, foi de 404 618 contra os 439 972 verificados em igual período de 2013, o que representa uma descida percentual de 8,0%.



Fonte: Postos de Turismo da RTA - dados tratados

Figura 21 – Atendimento nos postos de turismo – janeiro a outubro de 2015 e 2014

No que se refere ao tipo de atendimento, constata-se que, do total de utentes dos serviços dos postos de turismo nos primeiros 8 meses de 2015, 0,9% fizeram-no por via telefónica e 99,1% usufruíram de atendimento presencial.



3. EIXOS DE ATUAÇÃO

3.1. Planeamento

3.1.1. Fóruns de discussão

Descrição: Ao longo do ano 2016 serão organizados diversos fóruns de discussão subordinados a temas relacionados com o turismo. Estas iniciativas visam promover a troca de conhecimentos, a discussão e a concertação de estratégias relacionados com o desenvolvimento da atividade turística e sensibilizar os empresários da região para questões relacionadas com a área de investimento e desenvolvimento de produtos turísticos.

Destinatários: Profissionais do setor turístico público e privado e população em geral.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-4 *Marketing Intelligence* - Fóruns de discussão.

3.1.2. Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve: 2015-2018

Descrição: O Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve é um plano alinhado com a estratégia nacional definida no Plano Estratégico Nacional de Turismo, e inclui, também, uma componente de desenvolvimento regional. Tratando-se de um documento dinâmico, será alvo de atualização e objeto de alargamento com o desenvolvimento de estudos complementares.

Destinatários: Profissionais do setor turístico público e privado.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-2 *Marketing Intelligence* - Estudos na área do turismo.

3.1.3. Cicloturismo, Projeto Eurovelo 1 – Rota da Costa do Atlântico

Descrição: A estruturação do produto Turismo de Natureza, na componente do cicloturismo será realizada, a par de outras ações, pela parceria estabelecida entre entidades regionais, nacionais e internacionais, para desenvolvimento do projeto "Eurovelo 1 - Rota da Costa do Atlântico".

O projeto será alvo de uma candidatura ao programa Espaço Atlântico que inclui os países da rota Eurovelo 1: Portugal, Espanha, França, Reino Unido, Irlanda do Norte e Noruega. Por Portugal integram a parceria a Comunidade Intermunicipal do Algarve (AMAL), a Região de Turismo do Algarve (RTA), a Associação Turismo do Algarve (ATA) e o Turismo de Portugal (TP). O seu objetivo principal é dar visibilidade à rota criando uma comunidade Internacional de ciclistas (Bike Community) através da cooperação e troca de experiências entre entidades de diversos países e áreas de atividades. Para atingir este objetivo serão desenvolvidas diversas ações como:

- Definição da situação atual, perfil do cicloturista e avaliação do potencial da região para o cicloturismo;
- Melhorar das condições de utilização da Eurovelo 1 em termos de sinalização, estruturas e serviços de apoio.
- Criação de uma plataforma de divulgação/promoção direcionada para o desenvolvimento de uma comunidade e de um estilo de férias tornando a Eurovelo 1 uma rota turística memorável.

Destinatários: Entidades do setor e cicloturistas.

Calendarização: 36 meses (2016 – 2019)

PMETA/Plano de Ação: G-3(VIII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de Natureza.

3.1.4. Candidatura Lugares da Primeira Globalização

Descrição: A Região de Turismo do Algarve, com a Direção Regional de Cultura do Algarve e os municípios de Vila do Bispo, Lagos, Aljezur, Monchique, Portimão, Silves, Tavira e Castro Marim apresentaram uma pré-candidatura à Comissão Nacional da UNESCO visando a inclusão dos "Lugares da Primeira Globalização" na lista indicativa do Património Mundial.

Trata-se de uma candidatura que se enquadra no critério de «Paisagem Cultural» (Associativa), integrando elementos patrimoniais, mas também a história associada aos lugares, reconhecendo o seu valor universal. O Algarve alberga vários locais, símbolos, mitos e personagens, que é fundamental salvaguardar na narrativa da História de Portugal e do Mundo.

Estes «Lugares da Primeira Globalização», que se prendem com o período de abertura da expansão marítima das rotas comerciais, estão na génese de um novo modo de

conceção do mundo e de relações entre os povos, e detêm assim um valor universal a preservar.

Para além dos 8 municípios do Algarve a candidatura tem a ambição de envolver os Açores e a Madeira, Ceuta em Espanha, Alcacér Céguer em Marrocos, Arguim na Mauritânia (1ª feitoria na costa ocidental que já é Património Mundial) e conta já com a participação da Cidade Velha de Cabo Verde (já reconhecida como Património Mundial).

Assim, ao longo de 2016 deverão prosseguir os trabalhos conducentes à consolidação desta candidatura.

Destinatários: Diversos.

Calendarização: Durante o ano 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – *Touring*.

3.1.5. Projeto transfronteiriço UMayYAD

Descrição: No início de 2016 será concluído o projeto UMayYAD, que faz parte de uma candidatura, a 3 anos, ao programa de financiamento ENPI CBC Med e que reúne 14 entidades de 7 países do mediterrâneo com objetivo de desenvolver um itinerário turístico-cultural com base no património Omíada. Esse itinerário pretende ainda criar um produto comercializável pelos operadores turísticos e ao mesmo tempo estabelecer uma rede de parcerias entre entidades do setor (animação turística, alojamento, restauração...).

Destinatários: Municípios, entidades regionais de cultura e turismo, agentes de animação turística, unidades de alojamento, restauração, operadores turísticos e turistas.

Calendarização: 2016

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – *Touring*.

3.1.6. Projeto transfronteiriço ALMUTAMID II

Descrição: No âmbito do desenvolvimento do produto turismo cultural revela-se necessário criar e promover rotas que potenciem a descoberta do património e que aumentem a atratividade do destino Algarve. Nesse contexto a RTA participará no projeto Almutamid – II, correspondendo a uma 2ª fase do projeto Almutamid que deu origem a uma rota turístico-cultural com percursos no Algarve e na Andaluzia.

Trata-se de um projeto ao abrigo do programa de cooperação transfronteiriça Espanha Portugal, em que a RTA deverá desenvolver uma estratégia integrada de marketing e proceder a ações de divulgação e promoção da rota em feiras e outros eventos turísticos.

Destinatários: agentes do setor turístico, turistas, público em geral.

Calendarização: 2016 a 2019

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – *Touring*.

3.1.7. Projeto de turismo acessível

Descrição: Considerando o turismo acessível ou turismo para todos um contributo para a competitividade e sustentabilidade do setor, a Região de Turismo do Algarve promoverá, no âmbito do enriquecimento da oferta e da valorização dos recursos e produtos turísticos, ações visando o seu desenvolvimento: levantamento de equipamentos e recursos acessíveis e sensibilização de agentes públicos e privados.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, turistas e residentes.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(XI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo sénior/acessível.

3.1.8. Cicloturismo e caminhadas - Projeto "Hiking & Cycling"

Descrição: No âmbito da estruturação do produto turismo de natureza, nas suas vertentes de cicloturismo e caminhadas, a Região de Turismo do Algarve promoverá, tendo em vista o enriquecimento da oferta e da valorização dos recursos e produtos turísticos, diversas ações visando a implementação no terreno das propostas decorrentes do estudo dinamizado pela ANA Aeroportos.



Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, turistas e residentes.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VIII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de Natureza.

3.1.9. RAARA – Rede de Acolhimento ao Autocaravanismo no Algarve

Descrição: Dando continuidade ao projeto RAARA que visa a estruturação da atividade turística associada ao autocaravanismo no Algarve, a RTA desenvolverá ações para a promoção turística e para a divulgação da rede, seus pressupostos e entidades aderentes.

Destinatários: Áreas de serviço de autocaravanismo, parques de campismo e caravanismo, turistas.

Calendarização: 2016

PMETA/Plano de Ação: G-3(XII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Autocaravanismo.

3.1.10. Selo Birdwatching Algarve

Descrição: Pretende-se iniciar o processo de reconhecimento das entidades que trabalham no Algarve, o subproduto turístico “Observação de Aves”, seguindo critérios de excelência e sustentabilidade. O reconhecimento concretizar-se-á através da atribuição do Selo *Birdwatching* Algarve.

Destinatários: Empresas de animação turística e outras entidades relacionadas com a atividade de observação de aves.

Calendarização: 2016

PMETA/Plano de Ação: G-3(VIII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de natureza.

3.1.11. Campanhas de sensibilização – cultura regional em prol do turismo

Descrição: Com o objetivo de se desenvolver uma cultura regional que favoreça o turismo, serão promovidas campanhas de sensibilização alertando para o contributo deste setor de atividade para o desenvolvimento regional e qualidade de vida da

população local, fomentando o reforço do habitual bom acolhimento aos turistas por parte de residentes e profissionais de contacto com os turistas.

A comunidade estudantil da região será outro público-alvo de ações de sensibilização para a importância do turismo, com o objetivo de dar a conhecer os recursos e produtos turísticos e de despertar o seu interesse por carreiras profissionais no setor.

Destinatários: População residente, população estudantil e profissionais de contacto com turistas.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: B-1; B-3; Desenvolvimento de uma cultura regional em prol do turismo – Ações de sensibilização; E-3 Qualificação dos serviços e recursos humanos – Promoção das carreiras profissionais em turismo.

3.1.12. Projeto Via Algarviana

Descrição: A Via Algarviana é uma grande rota pedestre e ciclável (BTT) que se configura como uma infraestrutura estratégica para o desenvolvimento do Turismo de Natureza do Algarve. A sua manutenção, desenvolvimento e dinamização requer a criação de uma parceria entre entidades públicas e privadas que faça a gestão da mesma. Neste sentido, será dinamizado pela Região de Turismo do Algarve, um plano de ação para assegurar uma correta e sustentável gestão da Via Algarviana.

Destinatários: Alargem, municípios, empresas do setor e turistas.

Calendarização: 36 meses (2016 – 2019)

PMETA/Plano de Ação: G-3(VIII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de Natureza.

3.1.13. Participação na Rede de Judiarias de Portugal

Descrição: A RTA participa, enquanto membro fundador, na Rede de Judiarias de Portugal, associação que visa a defesa do património urbanístico, arquitetónico, ambiental, histórico e cultural, relacionado com a herança judaica e que pretende conjugar a valorização histórica e patrimonial com a promoção turística.

Em 2016, a RTA continuará a acompanhar e a participar no trabalho da Rede de Judiarias de Portugal no sentido do enriquecimento e diversificação da oferta de turismo cultural desta região.



Destinatários: Diversos.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – *Touring*.

3.1.14. Implementação de um Sistema de Indicadores de Avaliação da Sustentabilidade do Destino Turístico Algarve

Descrição: A Região de Turismo do Algarve continuará a colaborar com o Turismo de Portugal (TP) na definição e avaliação regional dos Indicadores do Sistema Nacional de Indicadores de Turismo Sustentável.

Destinatários: Diversos.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-5 *Marketing Intelligence* – Monitorização da sustentabilidade do destino.

3.1.15. Atualização do fundo bibliográfico do CDI

Descrição: Ao longo de 2016 continuará a proceder-se ao enriquecimento do fundo documental da biblioteca da Região de Turismo do Algarve através da aquisição de bibliografia especializada na área do turismo de modo a responder eficazmente às necessidades documentais dos utilizadores internos e externos do serviço.

Destinatários: Utentes do CDI.

Calendarização: Ao longo do ano.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.1.16. Sistema de gestão documental do CDI

Descrição: Será dada continuidade ao funcionamento da base de dados bibliográfica do CDI, permitindo a consulta e pesquisa pública do respetivo catálogo, sendo, para isso, necessário manter o contrato de manutenção.

Destinatários: Utentes do CDI.

Calendarização: Ao longo do ano.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.1.17. Avaliação do grau de satisfação dos turistas

Descrição: À semelhança de anos anteriores, serão realizados inquéritos aos turistas que utilizam os Postos de Turismo de forma a avaliar o seu grau de satisfação pelos serviços prestados nesses serviços, bem como da sua satisfação face ao destino turístico Algarve.

Essa avaliação será feita duas vezes por ano, na época alta e na época baixa.

Serão produzidos relatórios com as conclusões da avaliação em três momentos: época alta, época baixa e final do ano.

Destinatários: Turistas.

Calendarização: Época alta e época baixa do turismo.

PMETA/Plano de Ação: E-1 Qualificação dos serviços e recursos humanos – Certificação.

3.1.18. Estatísticas relativas aos atendimentos nos postos de turismo

Descrição: Mensalmente será compilado e tratado estatisticamente o registo mensal de atendimento dos Postos de Turismo, com a finalidade de conhecer o perfil dos utentes dos postos de turismo e visando a otimização do serviço de informação e vendas prestado nos Postos de Turismo.

Destinatários: Diversos.

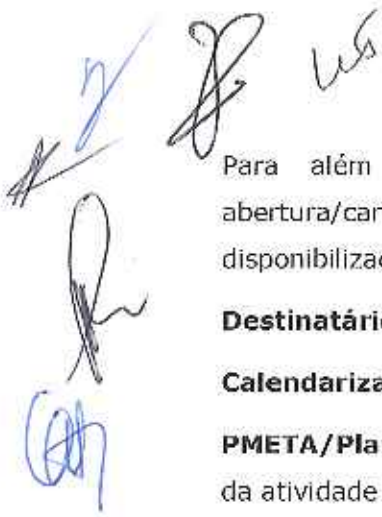
Calendarização: Mensalmente.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.19. Monitorização da atividade turística do Algarve

Descrição Monitorizar a atividade turística da região revela-se importante para a implementação de adequadas estratégias de dinamização do destino turístico.

Nesse sentido, será realizado o levantamento e sistematização de dados estatísticos relativos ao turismo, visando a caracterização, avaliação e análise das perspetivas de desenvolvimento do turismo regional.



Para além disso, a referida monitorização contemplará informação sobre abertura/cancelamentos de empreendimentos turísticos em articulação com os dados disponibilizados pelo Turismo de Portugal e Câmaras Municipais.

Destinatários: Diversos.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.20. Boletim "Algarve - Análise de Conjuntura"

Descrição: Durante o ano de 2016 será dada continuidade à edição do boletim digital "Algarve - Análise de Conjuntura", através do qual se efetua a análise do comportamento da atividade turística na região, abrangendo um conjunto de indicadores estatísticos de desempenho do setor.

Destinatários: População em geral.

Calendarização: Periodicidade trimestral.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.21. Participação em comissões técnicas de trabalho

Descrição: A RTA participa em diversas comissões técnicas, grupos de trabalho e júris no âmbito da atividade turística, designadamente nas sub-comissões dinamizadas pelo Turismo de Portugal que visam a implementação de normas para a certificação da oferta turística nacional (turismo de saúde e bem-estar, alojamento, praias, entre outras).

Destinatários: Entidades públicas e privadas

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: E-1(II) Qualificação dos serviços e recursos humanos – Certificação – Referenciais de qualidade.

3.1.22. Apoio ao investidor

Descrição: A RTA dará continuidade ao trabalho de atendimento dos investidores com o objetivo de os esclarecer (ou encaminhar para as entidades competentes) sobre questões legais e financeiras relacionadas com os seus projetos de investimento.

Destinatários: Investidores.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.23. Guia de Apoio ao investidor

Descrição: Será produzido um guia prático com o objetivo de prestar informação e apoio a todos os potenciais empresários/investidores nas diferentes áreas da atividade turística.

Destinatários: Investidores / empresários.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.24. Monitorização do investimento no Algarve

Descrição: Será dada continuidade ao projeto de registo dos investimentos previstos e realizados, tendo como base informações da comunicação social e outras entidades.


Destinatários: Profissionais do setor turístico público e privado e outros.

Calendarização: Ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: C-1 *Marketing Intelligence* – Mecanismos de monitorização da atividade turística.

3.1.25. Boletim bibliográfico do CDI

Descrição: O CDI continuará a editar um boletim bibliográfico para divulgação do fundo documental disponível para consulta dos utentes.



Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Seis edições ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.1.26. Avaliação do grau de satisfação dos utentes do CDI

Descrição: De forma a avaliar o grau de satisfação dos utentes do CDI pelos serviços prestados, serão elaborados inquéritos aos utentes que utilizam esses serviços.

Destinatários: Utesntes do CDI.

Calendarização: Janeiro 2016.

PMETA/Plano de Ação: E-1(I) Qualificação dos serviços e recursos humanos – Certificação – Serviços da RTA.

3.2. Gestão da qualidade

3.2.1. Sistema de Gestão da Qualidade dos postos de turismo – certificação

Descrição: Constituindo os postos de turismo um elemento fundamental na definição da Imagem do destino Algarve, uma vez que são o ponto de contacto e de apoio de primeira linha com a população que visita a região, a Região de Turismo do Algarve implementou um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) nos postos de turismo, no âmbito da NP EN ISO 9001:2008, na perspetiva da obtenção de uma melhoria qualitativa dos serviços prestados pelos mesmos.

Esse Sistema de Gestão da Qualidade encontra-se certificado desde 2014 e está sujeito a auditorias externas de seguimento anuais, devendo, por isso, ocorrer em 2016 uma auditoria externa ao SGQ, sendo necessário contratar os serviços de uma entidade certificadora acreditada para o efeito.

Destinatários: Utesntes dos postos de turismo.

Calendarização: Março de 2016.

PMETA/Plano de Ação: E-1(I) Qualificação dos serviços e recursos humanos – Certificação – Serviços da RTA.

3.2.2. Alargamento do âmbito do SGQ às restantes áreas de atuação da RTA

Após a Implementação do Sistema de Gestão da Qualidade nos postos de turismo, no âmbito da NP EN ISO 9001:2008, a Região de Turismo do Algarve pretende alargar o seu âmbito às restantes áreas de atuação da entidade, retirando-se sinergias daquele que foi considerado o projeto-piloto.

O principal objetivo é melhorar os métodos de trabalho, simplificar os procedimentos, economizando recursos, eliminando custos de contexto, bem como promover a comunicação interna e a cooperação Intersectorial, com o fim último da melhoria dos serviços prestados pela Região de Turismo do Algarve.

Os trabalhos visando o alargamento do âmbito do SGQ aos restantes serviços da RTA deverão prosseguir em 2016, com vista a futura certificação.

Destinatários: Utentes dos serviços da Região de Turismo do Algarve.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: E-1(I) Qualificação dos serviços e recursos humanos – Certificação – Serviços da RTA.

3.3. Comunicação e Imagem

3.3.1. Reposicionamento da Marca Algarve

Descrição: Na prossecução da sua missão promocional, a Região de Turismo do Algarve pretende reposicionar a marca Algarve através de um processo de *rebranding* que consubstancie uma nova estratégia de comunicação junto do mercado nacional e mercados externos, considerados estratégicos na emissão de fluxo turístico para a região. Pretende-se proceder ao *rebranding* da marca Algarve, desenvolvendo um conceito criativo, numa perspetiva de comunicação integrada que contemple as respetivas declinações para os diferentes produtos turísticos regionais e motivações de mercados (Interno e externo), com vista ao seu reposicionamento, diferenciação e *awareness*.

Esta ação tem como principais objetivos:

- Rejuvenescer e Reposicionar a marca Algarve, de acordo com as orientações estratégicas e o posicionamento do destino turístico Algarve emanados no Plano de Marketing Estratégico do Turismo do Algarve 2015-2018;



- Consolidar a notoriedade do destino Algarve.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção – Redefinição da estratégia de comunicação.

3.3.2. Campanha de comunicação multimeios pré-verão – Barcelona e Madrid

Descrição: Pretende-se desenvolver uma campanha de comunicação multimeios, em Barcelona e Madrid, no período pré-verão, de forma a potenciar as ligações áreas *low-cost* com origem nestas duas cidades, aproveitando ainda as sinergias decorrentes das ações de promoção e relações públicas a realizar em Espanha, neste período.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: maio e junho de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.3.3. Campanha de comunicação multimeios fim de ano - Portugal e Espanha

Descrição: Campanha de comunicação multimeios, no mercado interno alargado (Portugal e Espanha), com o objetivo de incentivar a deslocação ao Algarve para as comemorações de fim de ano 2016.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: novembro e dezembro de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.3.4. Dinamização dos eventos realizados no Algarve (época baixa)

Descrição: Divulgação e dinamização, no mercado interno, dos eventos realizados no Algarve, procurando estimular a procura turística à região na época baixa.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: setembro a dezembro de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.3.5. Ações de marketing de guerrilha pré-verão (Madrid e Barcelona)

Descrição: Implementação de ações de *marketing* de guerrilha, inovadoras, originais, impactantes e com forte efeito viral, com o objetivo de divulgar a região, em Barcelona e Madrid, no período pré-verão, potenciando as ligações áreas *low-cost* com origem nestas duas cidades, aproveitando ainda as sinergias decorrentes das ações de promoção e relações públicas a realizar em Espanha, neste período.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: maio e junho de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.3.6. Ações de marketing de guerrilha fim de ano (Porto e Lisboa)

Descrição: Desenvolvimento de ações de marketing de guerrilha, inovadoras, originais e impactantes, com o objetivo de reforçar a notoriedade da marca Algarve e incentivar a deslocação ao Algarve para a passagem de ano 2016.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: dezembro de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.3.7. Marketing digital – Portal promocional do Algarve -Visitalgarve

Descrição: Pretende-se dar continuidade à presença da RTA na Web através do projeto Portal Promocional do Algarve – www.visitalgarve.pt, cuja total renovação (*layout*, funcionalidades, integração do *site* Institucional da RTA – www.turismoalgarve.pt, etc.) e atualização de conteúdos está em curso.

Destinatários: Público em geral (turistas, residentes e profissionais).

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-2(I) Promoção – Marketing digital.



3.3.8. Marketing digital – App Roteiro Cultural do Algarve

Descrição: Será criada uma aplicação móvel que Integre os monumentos, museus e outros sítios históricos de interesse do Algarve, para que o visitante possa conhecer a região de uma forma independente, através de uma navegação com base na geolocalização.

Destinatários: Público geral (turistas, residentes e profissionais).

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – serviços de informação ao turista.

3.3.9. Marketing digital – App Observação de Aves no Algarve

Descrição: Será criada uma aplicação móvel que tornará possível ao observador de aves, conhecer as principais espécies existentes no Algarve, bem como os principais *hotspots* para observação de aves na região, entre os quais se destacam o Sapal de Castro Marim, a Ria Formosa e a Lagos dos Salgados. Conterá Informação técnica sobre os locais onde se podem observar aves, quer na ótica do Investigador, quer na perspetiva das centenas de milhares de ornitólogos e observadores de aves, a quem a variedade de espécies existentes no Algarve suscita o interesse geral.

Destinatários: Público em geral (turistas, residentes e profissionais).

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – serviços de informação ao turista.

3.3.10. Marketing digital – App Surf no Algarve

Descrição: Será criada uma aplicação móvel que permitirá divulgar os principais *spots* para a prática desta modalidade no Algarve, através de georreferenciação e disponibilização de informações sobre as ondas, marés e ventos e outros elementos úteis sobre os locais (acessibilidades, estacionamento, etc.).

Destinatários: Público geral (turistas, residentes e profissionais).

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – serviços de informação ao turista.

3.3.11. Atribuição de apoio na divulgação de eventos em meios próprios

Descrição: Pretende-se dar continuidade aos veículos de comunicação de cariz mais institucional da marca Algarve, nomeadamente através da gestão da rede regional de *outdoors* de modo a divulgar as diversas iniciativas, de cariz lúdico e recreativo organizadas e/ou promovidas por esta entidade e/ou por terceiros.

Neste âmbito também se procederá à atribuição de apoios em meios próprios, através da cedência, por parte da RTA, de estruturas *outdoor*, dos painéis existentes nos Postos de Turismo, do Guia Algarve, do Site Promocional e da Info Agenda, a municípios e a outras entidades que queiram aí divulgar atividades na região e que não tenham qualquer alusão comercial.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de Informação ao turista; F-1 Promoção.

3.3.12. Imagem Algarve

Descrição: No sentido de manter os *stocks*, serão produzidos diversos artigos para oferta (*give aways*), a utilizar nas ações e feiras promovidas e/ou apoiadas pela RTA. Também se deverá proceder à aquisição de imagens diversas da região do Algarve, para utilização nos vários suportes comunicacionais da RTA.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2016.


PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção; G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – serviços de informação ao turista.

3.3.13. Guia Algarve

Descrição: Pretende-se dar continuidade à publicação do Guia Algarve, enquanto importante meio de promoção e divulgação do calendário de eventos de toda a região, sendo uma forma privilegiada de comunicação, não só com turistas que nos visitam, como também com os residentes no Algarve.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2016.



PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de Informação ao turista; F-1 Promoção.

3.3.14. Outras edições

Descrição: Pretende-se dar continuidade à publicação de edições para oferta (plantas turísticas de localidade, folhetos concelhios, Guia de Praias, Guia do Património, Guia de Turismo de Natureza, Guia de Observação de Aves, etc.), bem como a edição de novas publicações, (Guia de Percursos Pedestres e Guia de Cicloturismo, Roteiro Cultural do Algarve, brochura genérica, brochuras temáticas, Roteiro das Lendas Encantadas do Algarve, Guia de Surf e um Guia infantil), para apoio às ações promocionais a desenvolver em Portugal e Espanha.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2015.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de Informação ao turista; F-1 Promoção.

3.3.15. Merchandising

Descrição: No sentido de repor os *stocks*, pretende-se reeditar edições já existentes ou adquirir novos artigos para venda nos Postos de Turismo, tendo como objetivo aumentar o nível de vendas em 2016.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de Informação ao turista.

3.3.16. Redes sociais

Descrição: Prosseguirá a dinamização da presença do Algarve nas redes sociais (Blogger, Facebook, Twitter e YouTube), em português e espanhol, através da produção, difusão e partilha de conteúdos, bem como do desenvolvimento de passatempos interativos, que possibilitem o aumento da notoriedade da região nas referidas redes.

Proceder-se-á também à dinamização da página de Facebook relativa ao evento "Algarve Nature Week" (www.facebook.com/algarvenatureweek).

Destinatários: Público utilizador de redes sociais (turistas, residentes e profissionais).

Calendarização: janeiro a dezembro de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-2(II) Promoção – Marketing digital.

3.4. Promoção e Animação

3.4.1. Bolsa de Turismo de Lisboa

Descrição: A Região de Turismo do Algarve participará, como destino convidado, na BTL, a maior feira de turismo que se realiza em território nacional. Este certame será destinado ao *trade* nos dois primeiros dias e ao público nos restantes. A RTA irá disponibilizar ao *trade* representante da oferta do Algarve cerca de 30 módulos de negócios no interior do seu espaço, facultando, assim, a possibilidade de venda direta ao público. Na edição da BTL de 2016, o Algarve irá dispor de um novo *stand*, com 864m², que, para além da habitual área institucional e da área destinada ao setor privado, terá uma zona de bar e um palco destinado à animação que decorrerá ao longo dos 5 dias do evento.

A par da participação na feira, a RTA desenvolverá também ações de comunicação e ativação da marca Algarve.

Destinatários: Profissionais do setor e público em geral.


Calendarização: 2 a 6 de março 2016

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.2. Projeto "Redescobrir os Segredos do Algarve"

Descrição: Será dada continuidade a este projeto de visitas de familiarização, em parceria com os municípios, destinadas a diferentes públicos da região do Algarve com o objetivo de proporcionar um conhecimento mais integrado da oferta existente, tanto ao nível das infraestruturas, equipamentos e serviços como de projetos aprovados em cada concelho.

Destinatários: Jornalistas, *trade* e líderes de opinião.



Calendarização: Todo o ano (datas a definir).

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.3. Incentivo "Segredos do Algarve"

Descrição: Será organizada uma viagem educacional de incentivo destinada a agentes de viagens portugueses e espanhóis. Esta iniciativa, visa premiar os profissionais do setor que efetuarem mais reservas de alojamento para o verão, proporcionando-lhes a oportunidade de experienciarem o destino, através de um programa especial de três dias na região.

Destinatários: Agentes de viagens.

Calendarização: data a definir.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.4. Fam-trips e ações de promoção - Espanha

Descrição: Ao longo de 2016 serão levadas a cabo diversas ações de promoção no mercado espanhol. Entre elas incluem-se visitas educacionais ao Algarve de operadores turísticos e líderes de opinião, proporcionando-lhes a experiência do destino. Também se realizarão visitas educacionais no âmbito do apoio às rotas aéreas da Air Nostrum (Madrid-Faro) e da Vueling (Barcelona-Faro), bem como ao programa de rádio "A Cuerpo de rey" da emissora Cope – Badajoz.

Serão igualmente realizadas ações de Relações Públicas, com entidades oficiais, imprensa e *trade*, através da organização de *roadshows* e *workshops* na Andaluzia e na Galiza, para além de ações com a Imprensa, ao longo do ano.

Destinatários: Profissionais do setor, comunicação social, entidades oficiais, líderes de opinião.

Calendarização: ao longo de 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.5. Fam-trips - Portugal

Descrição: Serão organizadas e apoiadas visitas de familiarização de agentes de viagens nacionais para lhes dar a conhecer a oferta turística regional. As visitas ao

destino deverão incluir, para além de áreas conhecidas, outras menos divulgadas mas de enorme Interesse promocional, assim como as infraestruturas existentes de modo a incentivar as vendas.

Destinatários: Agentes de viagens.

Calendarização: ao longo de 2016, em datas a definir.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção

3.4.6. Feira das Viagens – Lisboa, Porto e Coimbra

Descrição: A RTA, voltará a participar na Feira das Viagens que em 2016 contará com três edições a realizar em Lisboa, Porto e Coimbra. Estes são certames destinados a promover destinos de férias com preços especiais.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Lisboa (Campo Pequeno) 6-8 maio 2016; Porto (Palácio da Bolsa) 13-15 maio 2016; Coimbra (Pavilhão Centro de Portugal) 20-22 maio 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.7. Feiras - Espanha

Descrição: A Região de Turismo do Algarve participará na FITUR – Madrid com um módulo de destino no *stand* nacional do Turismo de Portugal, com o objetivo de promover a região e estabelecer contactos com os profissionais do setor e os meios de comunicação social no mercado espanhol. Ainda neste mercado, estará presente na FEHISPOR – Badajoz, principal feira de turismo da Extremadura, com um *stand* Algarve; na Expotur Vacaciones, em Madrid e na feira internacional de turismo ornitológico (FIO), em Monfrague, Extremadura, promovendo a oferta turística da região.

Destinatários: Profissionais do setor, comunicação social e público em geral.

Calendarização: FITUR – janeiro 2016; Expotur Vacaciones – junho 2016; FEHISPOR – novembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.



3.4.8. Expo Abreu - Lisboa

Descrição: A Região de Turismo do Algarve estará presente, com um *stand* próprio de 36 m2, na 3ª edição desta feira destinada ao público consumidor, organizada pelo operador turístico Abreu com o objetivo de promover a venda de pacotes de férias no inverno 2015/16. O certame será, para a RTA, uma oportunidade de promoção da região e de prestação de Informação turística aos visitantes que pretendam e/ou tenham adquirido férias no Algarve, nomeadamente nas unidades hoteleiras algarvias presentes no evento.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Novembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção

3.4.9. Mundo Abreu - Lisboa

Descrição: A Região de Turismo do Algarve marcará presença, com *stand* próprio, numa das maiores feiras de viagens da Europa destinada ao público consumidor, organizada pelas Viagens Abreu. Durante dois dias, mais de uma centena de unidades de alojamento do Algarve e outras empresas do setor irão promover os seus produtos a preços convidativos e a RTA terá também a oportunidade de prestar aos visitantes toda a informação turística sobre o destino.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: 9 e 10 abril 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.10. Algarve Masters Pro-Am

Descrição: A RTA organizará este torneio de golfe, em formato *Stableford Net*, para jogadores amadores e profissionais, de Portugal e Espanha, com o objetivo de promover a modalidade no mercado interno alargado durante a época baixa dos campos de golfe, contribuindo para diminuir a sazonalidade. Este evento atribui à equipa melhor classificada a possibilidade de participar no *Pro-am* do Portugal Masters, o mais importante torneio português e uma das etapas fortes do European Tour.

Destinatários: Profissionais e amadores de golfe, líderes de opinião, figuras públicas.

Calendarização: Setembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(II) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Golfe.

3.4.11. Portugal Masters - Vilamoura

Descrição: A RTA estará presente, com um *stand* próprio, no Portugal Masters, o principal evento da modalidade de golfe em Portugal, organizado pelo European Tour, com o objetivo de divulgar a oferta turística regional.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Outubro 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(II) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Golfe.


3.4.12. Algarve Nature Week - Feira de Turismo de Natureza

Descrição: A Algarve Nature Week é uma iniciativa de animação e promoção turística que envolve profissionais, turistas e a população local em torno de atividades de turismo de natureza e respetivo negócio e terá, em 2016, a sua segunda edição.

Durante o evento, entre 13 e 22 de maio de 2016, serão disponibilizadas por toda a região ofertas especiais de turismo de natureza propostas por agentes de animação turística ou alojamento de Turismo no Espaço Rural (TER) e Turismo de Habitação (TH) do Algarve. O site www.algarvenatureweek.pt será o suporte comunicacional de todo o evento e divulgará as experiências e programas propostos pelas empresas aderentes.

Para além dessas propostas, a Algarve Nature Week, integrará uma mostra que poderá ser visitada durante os três primeiros dias do evento, de 13 a 15 de maio, no Passelo das Dunas (Quarteira – Loulé) em que as empresas do setor irão expor os seus produtos e serviços. Essa exposição que também contará com a presença de produtores locais, proporcionará um leque variado de atividades e de animação para o grande público, incluindo turistas, população escolar e residentes.

A vertente empresarial da iniciativa será assegurada através da realização de uma *fam* e *press-trip*, bem como, através de uma bolsa de contactos entre operadores turísticos internacionais convidados e empresas participantes, no sentido de divulgar



o evento, o produto e a região. Estas ações são organizadas em colaboração com a Associação Turismo do Algarve (ATA).

No âmbito desta ação será igualmente desenvolvida uma campanha de comunicação e produção de materiais de suporte à divulgação do evento.

Destinatários: Agentes de animação turística (Turismo de Natureza) Alojamentos de Turismo no Espaço Rural (TER) e Turismo de Habitação (TH), operadores turísticos nacionais e internacionais, população residente e turistas.

Calendarização: 13 a 22 de maio 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VIII) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de natureza.

3.4.13. Dinamização de Produtos Turísticos/Comissões de Acompanhamento

Descrição: Prevê-se a criação de grupos de trabalho designados por Comissões de Acompanhamento para dinamização, estruturação e promoção da oferta turística e infraestruturas existentes na região no âmbito de novos produtos complementares.

Destinatários: Profissionais do setor, Universidades, Associações.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: A-1 Articulação entre agentes do setor.

3.4.14. Dinamização de Eventos/Atividades

Descrição: No âmbito da dinamização de eventos e atividades com reflexo no setor do turismo, de âmbito regional ou nacional, a RTA dará resposta a pedidos de apoio visando a comparticipação de iniciativas que se revistam de interesse promocional para o destino Algarve como é o caso da Volta ao Algarve em Bicicleta, da Concentração Internacional de Motos, do Campeonato Mundial Optimist, do Cross Amendoeiras em Flor, do Algarve Rugby Festival, do Rally Casinos do Algarve e da Via Algarviana, entre outros.

Destinatários: Agentes do setor público, privado e associativo; Público em geral.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-2 Enriquecimento da oferta – Animação

3.4.15. Dia Mundial do Turismo

Descrição: Serão levadas a cabo várias iniciativas para comemorar a efeméride do Dia Mundial do Turismo.

Destinatários: Turistas e residentes.

Calendarização: 27 de setembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.16. Festival de Gastronomia de Santarém

Descrição: Trata-se do mais importante e conhecido evento gastronómico do país, onde se valoriza o conceito de experiência gastronómica. Participam restaurantes de várias regiões de Portugal para promover os produtos regionais. A RTA participará neste festival, com um restaurante algarvio, num espaço total de 59m², onde será possível degustar as iguarias da região.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: outubro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.17. Dieta Mediterrânica

Descrição: A RTA irá prosseguir com a realização de ações de divulgação e promoção da dieta mediterrânica. Nesse âmbito, entre outras iniciativas, integrará a comissão organizadora da 4ª edição da Feira da Dieta Mediterrânica, que decorrerá em Tavira. Para além da participação no evento, com um *stand* próprio, a RTA assegurará a conceção e produção de materiais promocionais alusivos à temática da dieta mediterrânica e desenvolverá toda a campanha de comunicação e divulgação do certame.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(V) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Gastronomia e vinhos.



3.4.18. Participação em Eventos Regionais – Mar Expo / BLIP

Descrição: A RTA participará em vários eventos regionais, com um espaço próprio, como contrapartida do seu apoio institucional, e visando a prestação de informação turística e a distribuição de material promocional aos visitantes.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3 Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos

3.4.19. Caravela Boa Esperança

Descrição: Considerada já um *ex-libris* promocional da região, a caravela será utilizada como complemento de ações de promoção e/ou relações públicas da Região de Turismo do Algarve ou Integrada em projetos de parceria com outras entidades.

Destinatários: Entidades oficiais regionais e nacionais e público em geral.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos - *Touring*.

3.4.20. Associação Turismo do Algarve

Descrição: Trata-se do apoio à promoção externa, no âmbito da atividade da Associação Regional de Promoção Turística – ARPT e da contratualização anual entre TdP/RTA/ARPT Algarve.

Destinatários: ATA.

Calendarização: Todo o ano.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.4.21. Associação Musical do Algarve

Descrição: Trata-se do apoio à atividade da Associação Musical do Algarve

Destinatários: Associação Musical do Algarve.

Calendarização: Todo o ano.

PMETA/Plano de Ação: G-3(VI) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos - *Touring*.

3.4.22. Apoio a Associações do Setor

Descrição: Com esta rubrica visa-se o apoio a diversas associações ligadas à atividade turística.

Destinatários: AREAL; OMT (Organização Mundial do Turismo); SPEA; Outras.

Calendarização: Todo o ano.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.5. Informação Turística

3.5.1. Intervenções em Postos de Turismo

Descrição: Pretende-se melhorar as condições de funcionamento dos 21 Postos de Turismo da RTA, visando uma melhoria das condições de trabalho e de atendimento dos visitantes. Para o efeito prevêem-se intervenções gerais e pequenos arranjos pontuais nos postos de turismo.

Destinatários: Turistas.

Calendarização: 2016.


PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de Informação ao turista.

3.5.2. Merchandising e produtos à consignação - Vendas

Descrição: A área de Informação Turística da RTA coordenará a atividade de vendas nos Postos de Turismo, procedendo à seleção e aquisição de produtos à consignação e, em colaboração com a área de Comunicação e Imagem, de produtos de *merchandising* com marca Algarve.

Destinatários: Turistas.

Calendarização: Janeiro – dezembro 2016.



PMETA/Plano de Ação: G-1(III) Enriquecimento da oferta – Valorização da visita – Serviços de informação ao turista.

3.6. Relações Externas

3.6.1. Assinatura de Publicações

Descrição: Pretende-se efetuar a assinatura de edições de meios de comunicação social regionais e de publicações especializadas com relevância para a atividade turística.

Destinatários: Comissão Executiva, Gabinete de Relações Externas, CDI e colaboradores da Região de Turismo do Algarve (sede e postos de turismo) em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.6.2. Clipping Eletrónico

Descrição: Trata-se da aquisição de serviços de *clipping* eletrónico com as coberturas Imprensa + Internet + Audiovisuais, incluindo a disponibilização de gravações de Tv e Rádio, segundo um perfil ajustado à missão da RTA, visando a monitorização do noticiário sobre a atividade do destino turístico, dos destinos concorrentes e de todo o setor e dos seus *players*.

Destinatários: Comissão Executiva, Gabinete de Relações Externas, CDI e colaboradores da Região de Turismo do Algarve (sede e postos de turismo) em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2015.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.6.3. Agências de Comunicação - Portugal e Espanha

Descrição: Serão adquiridos serviços de assessoria mediática nos mercados de Portugal e Espanha, com o objetivo de aumentar a visibilidade do Algarve entre os portugueses e espanhóis, de reforçar o posicionamento da região como destino preferencial desses turistas para férias, bem como de introduzir a RTA como

interlocutora preferencial e fonte credível para as questões setoriais referentes ao destino junto dos media.

Destinatários: Profissionais de comunicação social e público em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.4. Press Trips

Descrição: As visitas de familiarização do destino para a imprensa aumentam a sensibilidade do profissional de comunicação social face à região, enquanto originam peças jornalísticas que levarão o nome Algarve ao público consumidor do meio em causa (peças essas de alto valor publicitário, devido ao espaço que ocupam no respetivo órgão de comunicação em que são emitidas ou publicadas).

Em 2016, a RTA deverá realizar várias *press trips* no âmbito de determinados produtos turísticos e das ações de promoção programadas, por convite dirigido a jornalistas ou *bloggers* nacionais e espanhóis. Será o caso das *press trips* por ocasião da Algarve Nature Week e da BTL. Prevê-se ainda o convite a jornalistas ou *bloggers* de meios nacionais espanhóis, através da agência de comunicação do destino naquele mercado emissor, para um encontro com o Presidente da RTA e uma visita ao stand de Portugal na FITUR 2016, em Madrid, maximizando a representação do Algarve numa das maiores feiras de turismo da Europa.


Destinatários: jornalistas e *bloggers* de meios regionais, nacionais e espanhóis.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.5. Blog Trip Algarve Outono-Inverno

Descrição: As visitas de familiarização com o destino para jornalistas aumentam a sensibilidade do profissional de comunicação social face à região, enquanto originam peças jornalísticas que levarão o nome Algarve ao público consumidor do meio em causa (peças essas de alto valor publicitário, devido ao espaço que ocupam [a título gratuito] no respetivo órgão de comunicação em que são emitidas ou publicadas). Aplicando esse modelo à blogosfera, pretende-se realizar uma *blog trip* fora da época alta do turismo de Sol e Praia, por convite dirigido a *bloggers* de Portugal e de Espanha.



Destinatários: *Bloggers* portugueses e espanhóis.

Calendarização: 2º semestre 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.6. Ação mediática no âmbito do *Roadshow* Algarve 2016 em Espanha

Descrição: Deverá convidar-se jornalistas ou *bloggers* de meios nacionais espanhóis, através da agência de comunicação do destino naquele mercado emissor, para encontros com o Presidente da RTA, workshops e degustações gastronómicas a realizar em cada cidade espanhola no âmbito do *Roadshow* Algarve 2016.

Destinatários: Jornalistas e *bloggers* de meios nacionais (ES).

Calendarização: 1º semestre 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.7. Conferência de Imprensa BTL 2016

Descrição: Serão convidados jornalistas ou *bloggers* de meios nacionais, através da agência de comunicação do destino em Portugal, para uma Conferência de Imprensa (almoço) com o Presidente da RTA para antecipação da presença na feira internacional de turismo BTL 2016, na qual o Algarve será o destino nacional convidado.

Destinatários: Jornalistas e *bloggers* de meios regionais.

Calendarização: Fevereiro 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.8. Ações de Relações Públicas

Descrição: Ao longo do ano serão promovidas pela RTA, e devidamente acompanhadas, ações de charme e ações protocolares.

Destinatários: Entidades oficiais, *trade*, jornalistas e Órgãos Sociais da RTA.

Calendarização: 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.9. Produção de Conteúdos Editoriais

Descrição: Serão produzidos conteúdos editoriais *online* e *offline*, incluindo:

A partilha diária de publicações para dinamização das redes sociais da RTA, em particular das páginas oficiais no Facebook (<http://www.facebook.com/VisitAlgarve> e <https://www.facebook.com/Desiderio-Jorge-Silva>);

A publicação regular de artigos diversos e de iniciativas temáticas para dinamização do *blog* da RTA (<http://blog.turismoalgarve.pt>);

A publicação regular de conteúdos no canal institucional da Região de Turismo do Algarve na Internet (site institucional www.turismoalgarve.pt ou área institucional do portal promocional www.visitalgarve.pt);

A edição da *newsletter* Algarve Nature Week com periodicidade quinzenal e conteúdos do produto Turismo de Natureza no destino e dos expositores aderentes, programa de animação, passatempos a decorrer no evento, patrocinadores, etc.

A edição de uma *newsletter* mensal, intitulada «Lugar ao Sol», associada ao sítio www.visitalgarve.pt e dirigida aos turistas que visitam a região, que terão de se registar no portal para receber os destaques e artigos especiais do seu destino turístico preferido;

A edição de uma *newsletter* mensal, intitulada «Shhhh», destinada aos colaboradores da RTA, que a receberão via *e-mail*. Falar com o público interno é uma das regras do bom funcionamento da entidade, uma vez que dinamiza as estruturas, aproxima os colegas e fomenta o fluxo de informação, tornando comum a agenda das diversas equipas e da Comissão Executiva.

A edição de *press release*, de informações de agenda, de convites e de outros formatos para comunicação da atividade da RTA;

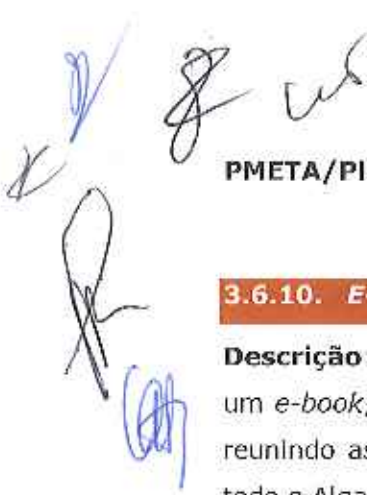
A resposta a questionários e a edição de mensagens de boas-vindas, artigos de opinião e de outros formatos para comunicação de mensagens institucionais;

A edição de *copyright* e de outros conteúdos promocionais;

Reportagens fotográficas de reuniões na sede da RTA.

Destinatários: Colaboradores da RTA e imprensa de âmbito regional e nacional e público em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2016.



PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.6.10. E-book «Volta ao Algarve em 80 Experiências»

Descrição: Pretende-se produzir um conjunto de conteúdos editoriais na forma de um e-book, um pequeno livro virtual para ser partilhado por todos nas redes sociais, reunindo as 80 melhores experiências que os turistas podem realizar um pouco por todo o Algarve.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: 2º semestre 2016.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

3.7. Requalificação do edifício sede e restantes áreas de atuação da RTA

3.7.1. Requalificação energética

Descrição: Constituindo o edifício sede um elemento fundamental na definição da melhoria das condições de trabalho e de atendimento aos vários decisores/investidores da região, pretende-se intervir ao nível da requalificação energética.

Destinatários: Decisores/investidores da região e colaboradores da Região de Turismo do Algarve (sede e postos de turismo) em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: NA.

3.7.2. Requalificação informática alargada às restantes áreas de atuação da RTA

Descrição: Considerando a reclassificação da Região de Turismo do Algarve, como entidade pública reclassificada e considerando as alterações legislativas impostas ao organismo, torna-se necessário proceder à requalificação informática alargada às restantes áreas de atuação da RTA.

Destinatários: Administração central e colaboradores da Região de Turismo do Algarve (sede e postos de turismo) em geral.

Calendarização: Janeiro a dezembro 2016.

PMETA/Plano de Ação: NA.



4. SÍNTESE DE INVESTIMENTO

Quadro 4 – Síntese do investimento

ATIVIDADES COM DESPESA ASSOCIADA	PERSPECTIVA DE INVESTIMENTO
Fóruns de discussão	10.000,00 €
Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve	39.000,00 €
Candidatura EUROVELO I - Rota da Costa do Atlântico (ciclismo)	60.000,00 €
Candidatura à UNESCO "Lugares da 1ª globalização"	10.000,00 €
Projeto Umayyad	26.500,00 €
Projeto ALMUTAMIZ II	21.000,00 €
Projeto Turismo Acessível	30.000,00 €
Projeto "Hiking & Cycling"	30.000,00 €
RAMA - Rede de Acolhimento ao Autocaravanismo no Algarve	5.000,00 €
Selo Birdwatching Algarve	9.000,00 €
Campanha de sensibilização - cultura regional em prol do turismo	20.000,00 €
Via Algarviana	30.000,00 €
Participação na Rota de Judiarias	750,00 €
Sistema de Indicadores de Sustentabilidade no Turismo	5.000,00 €
Atualização do fundo bibliográfico do CDI	1.000,00 €
Sistema de Gestão Documental do CDI	1.300,00 €
PLANEAMENTO	298.800,00 €
Sistema de Gestão da Qualidade dos postos de turismo - certificação	4.000,00 €
GESTÃO DA QUALIDADE	4.000,00 €
Bolsa de Turismo de Lisboa	230.000,00 €
Mundo Abreu	40.000,00 €
Festa das Viagens	4.000,00 €
Incentivo Algarve	25.000,00 €
Dia Mundial de Turismo	1.500,00 €
Algarve Nature Week	100.000,00 €
Expo Abreu	21.500,00 €
Redescobrir os Segredos do Algarve	2.000,00 €
Algarve Masters	27.000,00 €
Fam trips	5.000,00 €
Festival de Gastronomia de Santarém	5.000,00 €
Dia da Madrugada	50.000,00 €
FEIUR	15.000,00 €
Expulsa Vacaciones	6.000,00 €
FEIUSFOR	20.000,00 €
FEO	10.000,00 €
Apoio a rotas (Madrid/Faro e Barcelona/Faro)	5.000,00 €
Press trips rotas (Madrid e Barcelona)	10.000,00 €
Ação rádio Opereña Cope "El cuerpo del rey"	2.500,00 €
Fam trips - Espanha	20.000,00 €
Roadshow Barcelona/Madrid	80.000,00 €
Ação KP Andalusia	23.150,00 €
Atribuição de apoios	184.877,00 €
Associação Turismo do Algarve	1.171.123,00 €
Associação Musical do Algarve	30.000,00 €
Quotizações/participação em associações	0.560,00 €
Caravela Boa Esperança	65.000,00 €
Comissões de acompanhamento	7.000,00 €
PROMOÇÃO E ANIMAÇÃO	2.247.230,00 €
Intervenções nos postos de turismo	130.000,00 €
Vendas (designação)	25.000,00 €
INFORMAÇÃO TURÍSTICA	155.000,00 €
Rebranding marca Algarve	200.000,00 €
Campanhas multimídia pré-verão (Barcelona e Madrid)	90.000,00 €
Campanha multimídia fim de ano (Portugal e Espanha)	90.000,00 €
Dinamização de eventos Algarve - época baixa	92.250,00 €
Ações de marketing de guerrilha pré-verão (Madrid e Barcelona)	55.250,00 €
Ações de marketing de guerrilha fim de ano - Lisboa e Porto	37.000,00 €
Portal promocional do Algarve (visitaalgarve.pt)	92.250,00 €
Marketing digital (apps)	75.000,00 €
Apoio a eventos (divulgação)	55.000,00 €
Guia Algarve	85.000,00 €
Imagem Algarve	50.000,00 €
Outras edições (póster)	100.000,00 €
Merchandising (edições e artigos marca Algarve para venda)	95.000,00 €
COMUNICAÇÃO E IMAGEM	1.156.750,00 €
RELAÇÕES EXTERNAS	102.400,00 €
REQUALIFICAÇÃO DO EDÍFICO SEDE E RESTANTES ÁREAS DE ATUAÇÃO	334.738,00 €
Requalificação energética	201.228,00 €
Requalificação informática alargada às restantes áreas de atuação	133.510,00 €
TOTAL	4.298.918,00 €

5. MAPA DE PESSOAL

Região de Turismo do Algarve													
Mapa de pessoal 2016													
Atribuições/competência/atividades	Unidade orgânica/centros de competência ou de produção/órgão de atividade	Estrutura							Área de formação académica ou profissional	Pontos de Trabalho			
		Presidente	Vice-Presidente	Órgão de Desembolso	Órgão de Apoio	Serviço Superior	Serviço de Informação	Assistente Técnica		Assistente Operacional	Doutor	Pontos de Trabalho	Pontos de Trabalho
Executar todas as tarefas necessárias à execução das atribuições da Região de Turismo do Algarve	COEX	1	1							Não se aplica	2	2	0
Sub-Total		1	1								2	2	0
Assegurar o desenvolvimento e a gestão integrada das atividades, tendo em conta a definição estratégica da atividade, bem como da componente operacional da mesma, nomeadamente através da dinamização e estruturação dos produtos turísticos e da oferta turística de âmbito regional, ação de comunicação e valorização da região Algarve, assim como informação, promoção e educação turística, a desenvolver no mercado interno e externo, com o objetivo de alcançar o mais adequado aproveitamento da oferta turística da Região de Turismo do Algarve e ainda com de forma integrada o sistema de gestão da qualidade	DRFP			1						Licenciatura	1	1	0
Coordenar a operacionalidade da atividade, designando e atribuindo as funções técnicas e a oferta turística de âmbito regional, as ações de comunicação e valorização da marca Algarve	PCUQ				1					Licenciatura	1	1	0
Realizar e difundir estudos e análises sobre o Algarve e a problemática turística, com incidência tanto no conjunto do território como no tratamento da dados estatísticos, monitorização da evolução e dinâmica da atividade turística regional, nacional e internacional, divulgação de programas e projetos de incentivo ao investimento turístico e estudos e divulgação das medidas de política regional, nacional e comunitária						10		3		Físico complementar	13	12	3
Assegurar o desenvolvimento e a execução da estratégia de comunicação e marketing do TA; criar e implementar um Sistema de Gestão da Qualidade dos Serviços do TA, fomentando boas práticas e melhorias que contribuam para a qualidade do destino													
Coordenar a operacionalidade da atividade de informação, promoção e marketing turística a desenvolver no mercado interno e externo	PAII				3					Licenciatura	1	1	0
Assegurar o desenvolvimento e a execução das ações de promoção e marketing turística do Algarve, visando alcançar o mais adequado aproveitamento da oferta turística; gerar os meios de comunicação e assegurar a produção de informação turística bem como o acolhimento e assistência aos turistas e ainda venda de produtos						12		43	2	Físico complementar	61	47	14
Sub-Total				1	2	22		55	2		77	62	15
Prestar apoio técnico-administrativo e jurídico às atividades desenvolvidas pelos órgãos e serviços da Região de Turismo do Algarve, visando a gestão dos recursos humanos, assegurar e apoiar nos domínios da atividade administrativa o cumprimento de diretivas e orientações da assembleia geral e do executivo, e também prestar apoio contabilístico e financeiro à entidade, aos seus serviços e órgãos, assegurar a gestão dos recursos financeiros e patrimoniais e condicionar a suportar a atividade financeira, controlar o cumprimento dos planos de atividade, os resultados físicos e financeiros dos serviços	DEAG			1						Licenciatura	1	1	0
Coordenar e suportar as atividades técnicas administrativas de apoio aos órgãos e serviços da Região de Turismo do Algarve, cumprir as diretivas e orientações da assembleia geral e do executivo					1					Licenciatura	1	0	1
Prestar assistência e apoio aos órgãos e atividade operacional da Região de Turismo do Algarve; assegurar a circulação de informação sobre o Turismo do Algarve, facilitando a ligação da entidade com os seus públicos externos e internos, na ótica das relações públicas; gestão do parque informático e das comunicações e assegurar os meios necessários à segurança da informação	AIOP					4	1	1		Licenciatura	6	2	4
Coordenar as atividades de gestão de recursos humanos, gestão documental e prestar apoio contabilístico e financeiro à entidade, aos seus serviços e órgãos e assegurar a gestão dos recursos financeiros e patrimoniais					1					Licenciatura	1	1	0
Apoio jurídico aos órgãos e serviços; Apoio técnico administrativo à gestão em áreas relacionadas com gestão documental, arquivo, serviços gerais, gestão de recursos humanos, formação, avaliação de desempenho, segurança e saúde no trabalho; assegurar a gestão contabilística, a administração dos recursos financeiros e patrimoniais, de acordo com as disposições legais aplicáveis, normas internas estabelecidas e critérios de boa gestão	ADFI					7		0	6		23	19	4
Sub-Total					1	2	11	1	6		30	23	7
Total		1	1	2	4	33	1	55	4		107	85	22




6. ORÇAMENTO

ORÇAMENTO 2016				
DESPESA				
Org	Económica	FF	Descrição	Dotação Orçamento
Fonte de Financiamento: Transferências do OE - 319				
0102			FISCAL	12.372,00 €
0102	01		Despesas com o pessoal	12.372,00 €
0102	0101		Remunerações certas e permanentes	12.372,00 €
0102	010102	319	Órgãos sociais	12.372,00 €
0103			COMISSÃO EXECUTIVA	128.960,00 €
0103	02		Aquisição de bens e serviços	123.860,00 €
0103	0201		Aquisição de bens	15.700,00 €
0103	020102		Combustíveis e lubrificantes	2.500,00 €
0103	02010202	319	Gasóleo	2.000,00 €
0103	02010299	319	Outros	500,00 €
0103	020106	319	Alimentação-Géneros para confeccionar	300,00 €
0103	020107	319	Vestuário e artigos pessoais	2.000,00 €
0103	020113	319	Material de consumo hoteleiro	1.000,00 €
0103	020114	319	Outro material-Peças	1.000,00 €
0103	020115	319	Prémios, condecorações e ofertas	7.000,00 €
0103	020121	319	Outros bens	1.900,00 €
0103	0202		Aquisição de serviços	108.160,00 €
0103	020202	319	Limpeza e higiene	500,00 €
0103	020203	319	Conservação	38.000,00 €
0103	020209	319	Comunicações	500,00 €
0103	020210	319	Transportes	12.400,00 €
0103	020211	319	Representação dos serviços	18.000,00 €
0103	020212	319	Seguros	3.200,00 €
0103	020214	319	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	10,00 €
0103	020219	319	Assistência técnica	50,00 €
0103	020220	319	Outros trabalhos especializados	35.000,00 €
0103	020225	319	Outros serviços	500,00 €
0103	06		Outras despesas correntes	100,00 €
0103	0602		Diversas	100,00 €
0103	060203		Outras	100,00 €
0103	06020305	319	Outras	100,00 €
0103	07		Aquisição de bens de capital	5.000,00 €
0103	0701		Investimentos	5.000,00 €
0103	070107	319	Equipamento de informática	1.500,00 €
0103	070108	319	Software informático	1.000,00 €
0103	070110		Equipamento básico	2.500,00 €
0103	07011002	319	Outro	2.500,00 €
0200			DEPARTAMENTO OPERACIONAL	59.526,00 €
0200	01		Despesas com o pessoal	59.526,00 €
0200	0101		Remunerações certas e permanentes	47.898,00 €
0200	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	36.979,00 €
0200	010111	319	Representação	3.735,00 €
0200	010113	319	Subsidio de refeição	939,00 €
0200	010114	319	Subsidio de férias e de Natal	6.145,00 €
0200	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	100,00 €
0200	0102		Abonos variáveis ou eventuais	500,00 €
0200	010204	319	Ajudas de custo	500,00 €
0200	0103		Segurança social	11.128,00 €
0200	010305		Contribuições para a segurança social	11.128,00 €
0200	01030501	319	Assistência na doença dos funcionários públicos	- €
0200	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	11.128,00 €
0200	0103050201	319	Caixa Geral de Aposentações	11.128,00 €

0201			NUCLEO DE PLANEAMENTO, COMUNICAÇÃO, IMAGEM E QUALIDADE	1.362.304,00 €
0201	01		Despesas com o pessoal	397.361,00 €
0201	0101		Remunerações certas e permanentes	322.712,00 €
0201	010104		Pessoal quadros-Regime contrato individ. trabalho	203.729,00 €
0201	01010401	319	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	203.729,00 €
0201	010106	319	Contratado a termo	7.209,00 €
0201	010108	319	Pessoal aguardando aposentação	0,00 €
0201	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	52.999,00 €
0201	010111	319	Representação	2.337,00 €
0201	010113	319	Subsídio de refeição	15.000,00 €
0201	010114	319	Subsídio de férias e de Natal	40.938,00 €
0201	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	500,00 €
0201	0102		Abonos variáveis ou eventuais	1.510,00 €
0201	010202	319	Horas extraordinárias	750,00 €
0201	010204	319	Ajudas de custo	750,00 €
0201	010212	319	Indemnizações por cessação de funções	10,00 €
0201	0103		Segurança social	73.139,00 €
0201	010303	319	Subsídio familiar a criança e jovens	480,00 €
0201	010305		Contribuições para a segurança social	72.649,00 €
0201	01030501	319	Assistência na doença dos funcionários públicos	0,00 €
0201	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	72.649,00 €
0201	0103050201	319	Caixa Geral de Aposentações	52.660,00 €
0201	0103050202	319	Regime Geral	19.989,00 €
0201	010310		Outras despesas de segurança social	10,00 €
0201	01031001	319	Eventualidade maternidade, paternidade e adopção	10,00 €
0201	02		Aquisição de bens e serviços	959.518,00 €
0201	0201		Aquisição de bens	217.500,00 €
0201	020107	319	Vestuário e artigos pessoais	100,00 €
0201	020115	319	Prémios, condecorações e ofertas	50.000,00 €
0201	020116		Mercadorias para venda	166.000,00 €
0201	02011603	319	Outras	166.000,00 €
0201	020118	319	Livros e documentação técnica	800,00 €
0201	020121	319	Outros bens	600,00 €
0201	0202		Aquisição de serviços	742.018,00 €
0201	020203	319	Conservação de bens	13.500,00 €
0201	020204	319	Locação de edifícios	1.500,00 €
0201	020208	319	Locação de outros bens	1.000,00 €
0201	020210	319	Transportes	2.000,00 €
0201	020213	319	Deslocações e estadas	2.600,00 €
0201	020214	319	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	53.550,00 €
0201	020215	319	Formação	3.500,00 €
0201	020216	319	Seminários, exposições e similares	1.000,00 €
0201	020217	319	Publicidade	409.178,00 €
0201	020219	319	Assistência técnica	3.000,00 €
0201	020220	319	Outros trabalhos especializados	231.190,00 €
0201	020225	319	Outros serviços	20.000,00 €
0201	06		Outras despesas correntes	1.325,00 €
0201	0602		Diversas	1.325,00 €
0201	060203		Outras	1.325,00 €
0201	06020301	319	Outras restituições	300,00 €
0201	06020305	319	Outras	1.025,00 €
0201	07		Aquisição de bens de capital	4.100,00 €
0201	0701		Investimentos	4.100,00 €
0201	070108	319	Software Informático	10,00 €
0201	070110		Equipamento básico	3.500,00 €
0201	07011002	319	Outro	3.500,00 €
0201	070113	319	Investimentos incorpóreos	590,00 €

NÚCLEO DE PROMOÇÃO, ANIMAÇÃO E INFORMAÇÃO TURÍSTICA				3.447.121,00 €
0202	01		Despesas com o pessoal	1.074.664,00 €
0202	0101		Remunerações certas e permanentes	851.798,00 €
0202	010104		Pessoal quadros-Regime contrato individ. trabalho	568.591,00 €
0202	01010401	319	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	568.591,00 €
0202	010106		Pessoal contratado a termo	45.000,00 €
0202	01010601	319	Contratado a termo - Pessoal em funções	45.000,00 €
0202	010108	319	Pessoal aguardando aposentação	10,00 €
0202	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	53.060,00 €
0202	010111	319	Representação	2.338,00 €
0202	010112	319	Suplementos e prémios	1.440,00 €
0202	010113	319	Subsídio de refeição	64.280,00 €
0202	010114	319	Subsídio de férias e de Natal	112.079,00 €
0202	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	5.000,00 €
0202	0102		Abonos variáveis ou eventuais	24.010,00 €
0202	010202	319	Horas extraordinárias	6.000,00 €
0202	010204	319	Ajudas de custo	6.000,00 €
0202	010211	319	Subsídio de turno	12.000,00 €
0202	010212	319	Indemnizações por cessação de funções	10,00 €
0202	0103		Segurança social	198.856,00 €
0202	010303	319	Subsídio familiar a criança e jovens	1.920,00 €
0202	010305		Contribuições para a segurança social	192.353,00 €
0202	01030501	319	Assistência na doença dos funcionários públicos	0,00 €
0202	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	192.353,00 €
0202	0103050201	319	Caixa Geral de Aposentações	130.189,00 €
0202	0103050202	319	Regime Geral	62.164,00 €
0202	010310		Outras despesas de segurança social	4.583,00 €
0202	01031001	319	Eventualidade maternidade, paternidade e adopção	4.583,00 €
0202	02		Aquisição de bens e serviços	888.860,00 €
0202	0201		Aquisição de bens	32.190,00 €
0202	020102		Combustíveis e lubrificantes	0,00 €
0202	02010202	319	Gasóleo	
0202	02010299	319	Outros	
0202	020111	319	Material de consumo clínico	150,00 €
0202	020114	319	Outro material-Peças	1.000,00 €
0202	020115	319	Prémios, condecorações e ofertas	5.000,00 €
0202	020116		Mercadorias para venda	22.000,00 €
0202	02011603	319	Outras	22.000,00 €
0202	020121	319	Outros bens	4.040,00 €
0202	0202		Aquisição de serviços	856.670,00 €
0202	020201	319	Encargos das instalações	26.000,00 €
0202	020202	319	Limpeza e higiene	23.000,00 €
0202	020203	319	Conservação de bens	18.000,00 €
0202	020204	319	Locação de edifícios	348.600,00 €
0202	020208	319	Locação de outros bens	5.000,00 €
0202	020209	319	Comunicações	11.000,00 €
0202	020210	319	Transportes	11.000,00 €
0202	020212	319	Seguros	1.000,00 €
0202	020213	319	Deslocações e estadas	22.000,00 €
0202	020217	319	Publicidade	10,00 €
0202	020219	319	Assistência técnica	8.500,00 €
0202	020220	319	Outros trabalhos especializados	276.750,00 €
0202	020225	319	Outros serviços	105.810,00 €
0202	04		Transferências correntes	1.416.000,00 €
0202	0401		Sociedades e quase sociedades não financeiras	70.000,00 €
0202	040101		Públicas	0,00 €
0202	04010101	319	Empresas públicas municipais e intermunicipais	0,00 €

0202	040102	319	Privadas	70.000,00 €
0202	0403		Administração central	5.000,00 €
0202	040305		Serviços e fundos autónomos	5.000,00 €
0202	04030599	319	Outros	5.000,00 €
0202	0405		Administração local	0,00 €
0202	040501		Continente	0,00 €
0202	04050101	319	Municípios	0,00 €
0202	0407		Instituições sem fins lucrativos	1.331.000,00 €
0202	040701	319	Instituições sem fins lucrativos	1.331.000,00 €
0202	0408		Famílias	10.000,00 €
0202	040802	319	Outras	10.000,00 €
0202	06		Outras despesas correntes	7.235,00 €
0202	0602		Diversas	7.235,00 €
0202	060203		Outras	7.235,00 €
0202	06020301	319	Outras restituições	300,00 €
0202	06020305	319	Outras	6.935,00 €
0202	07		Aquisição de bens de capital	60.362,00 €
0202	0701		Investimentos	60.362,00 €
0202	070103		Edifícios	25.000,00 €
0202	07010301	319	Instalações de serviços	25.000,00 €
0202	070107	319	Equipamento de informática	5.750,00 €
0202	070108	319	Software Informático	4.500,00 €
0202	070109	319	Equipamento administrativo	13.962,00 €
0202	070110		Equipamento básico	7.200,00 €
0202	07011002	319	Outro	7.200,00 €
0202	070115		Outros investimentos	3.950,00 €
0202	07011599	319	Outros	3.950,00 €
0300			DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL	59.076,00 €
0300	01		Despesas com o pessoal	59.076,00 €
0300	0101		Remunerações certas e permanentes	47.798,00 €
0300	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	36.979,00 €
0300	010111	319	Representação	3.735,00 €
0300	010113	319	Subsidio de refeição	939,00 €
0300	010114	319	Subsidio de férias e de Natal	6.145,00 €
0300	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	0,00 €
0300	0102		Abonos variáveis ou eventuais	150,00 €
0300	010204	319	Ajudas de custo	150,00 €
0300	0103		Segurança social	11.128,00 €
0300	010305		Contribuições para a segurança social	11.128,00 €
0300	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	11.128,00 €
0300	0103050202	319	Regime Geral	11.128,00 €
0301			NÚCLEO DE APOIO, RELAÇÕES EXTERNAS E INFORMÁTICA	382.962,00 €
0301	01		Despesas com o pessoal	120.462,00 €
0301	0101		Remunerações certas e permanentes	101.100,00 €
0301	010104		Pessoal quadros-Regime contrato Individ. trabalho	50.000,00 €
0301	01010401	319	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	50.000,00 €
0301	010106		Pessoal contratado a termo	21.400,00 €
0301	01010601	319	Contratado a termo - Pessoal em funções	21.400,00 €
0301	010108	319	Pessoal aguardando aposentação	0,00 €
0301	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	7.000,00 €
0301	010111	319	Representação	500,00 €
0301	010112	319	Suplementos e prémios	1.400,00 €
0301	010113	319	Subsidio de refeição	5.700,00 €
0301	010114	319	Subsidio de férias e de Natal	15.000,00 €
0301	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	100,00 €
0301	0102		Abonos variáveis ou eventuais	600,00 €
0301	010202	319	Horas extraordinárias	300,00 €

0301	010204	319	Ajudas de custo	300,00 €
0301	010212	319	Indemnizações por cessação de funções	0,00 €
0301	0103		Segurança social	18.762,00 €
0301	010305		Contribuições para a segurança social	18.762,00 €
0301	01030501	319	Assistência na doença dos funcionários públicos	0,00 €
0301	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	18.762,00 €
0301	0103050201	319	Caixa Geral de Aposentações	6.000,00 €
0301	0103050202	319	Regime Geral	12.762,00 €
0301	02		Aquisição de bens e serviços	184.700,00 €
0301	0201		Aquisição de bens	1.800,00 €
0301	020108	319	Material de escritório	400,00 €
0301	020114	319	Outras Peças	300,00 €
0301	020115	319	Artigos para oferta	500,00 €
0301	020119	319	Artigos honoríficos e de decoração	100,00 €
0301	020121	319	Outros bens	500,00 €
0301	0202		Aquisição de serviços	182.900,00 €
0301	020203	319	Conservação de bens	500,00 €
0301	020204	319	Locação de espaços	2.000,00 €
0301	020208	319	Locação de outros bens	500,00 €
0301	020209	319	Comunicações	30.000,00 €
0301	020210	319	Transportes	7.500,00 €
0301	020213	319	Deslocações e estadas	2.300,00 €
0301	020219	319	Assistência Técnica	21.500,00 €
0301	020220	319	Outros trabalhos especializados	97.600,00 €
0301	020225	319	Outros serviços	21.000,00 €
0301	06		Outras despesas correntes	300,00 €
0301	0602		Diversas	300,00 €
0301	060203		Outras	300,00 €
0301	06020301	319	Outras restituições	300,00 €
0301	07		Aquisição de bens de capital	77.500,00 €
0301	0701		Investimentos	77.500,00 €
0301	070107	319	Equipamento de informática	54.000,00 €
0301	070108	319	Software Informático	18.000,00 €
0301	070109	319	Equipamento administrativo	2.000,00 €
0301	070110		Equipamento básico	2.500,00 €
0301	07011002	319	Outro	2.500,00 €
0301	070113	319	Investimentos Incorpóreos	1.000,00 €
0302			NÚCLEO ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO	590.597,00 €
0302	01		Despesas com o pessoal	400.472,00 €
0302	0101		Remunerações certas e permanentes	315.739,00 €
0302	010104		Pessoal quadros-Regime contrato individ. trabalho	205.000,00 €
0302	01010401	319	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	205.000,00 €
0302	010106		Pessoal contratado a termo	6.724,00 €
0302	01010601	319	Contratado a termo - Pessoal em funções	6.724,00 €
0302	010108	319	Pessoal aguardando aposentação	10,00 €
0302	010109	319	Pessoal em qualquer outra situação	32.900,00 €
0302	010111	319	Representação	2.338,00 €
0302	010112	319	Suplementos e prémios	3.221,00 €
0302	010113	319	Subsídio de refeição	19.500,00 €
0302	010114	319	Subsídio de férias e de Natal	40.868,00 €
0302	010115	319	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	5.178,00 €
0302	0102		Abonos variáveis ou eventuais	2.375,00 €
0302	010202	319	Horas extraordinárias	480,00 €
0302	010204	319	Ajudas de custo	400,00 €
0302	010205	319	Abono para falhas	1.485,00 €
0302	010212	319	Indemnizações por cessação de funções	10,00 €
0302	0103		Segurança social	82.358,00 €
0302	010303	319	Subsídio familiar a criança e jovens	- €

2/3 R 04/11

0302	010305		Contribuições para a segurança social	68.858,00 €
0302	01030501	319	Assistência na doença dos funcionários públicos	- €
0302	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	68.858,00 €
0302	0103050201	319	Caixa Geral de Aposentações	46.961,00 €
0302	0103050202	319	Regime Geral	21.897,00 €
0302	010309		Seguros	13.500,00 €
0302	01030901	319	Seguros acidentes trabalho doenças profissionais	13.500,00 €
0302	010310		Outras despesas de segurança social	- €
0302	01031001	319	Eventualidade maternidade, paternidade e adopção	- €
0302	02		Aquisição de bens e serviços	133.030,00 €
0302	0201		Aquisição de bens	55.010,00 €
0302	020102		Combustíveis e lubrificantes	15.860,00 €
0302	02010201	319	Gasolina	500,00 €
0302	02010202	319	Gasóleo	15.350,00 €
0302	02010299	319	Outros	10,00 €
0302	020104	319	Limpeza e higiene	5.000,00 €
0302	020107	319	Vestuário e artigos pessoais	8.000,00 €
0302	020108	319	Material de escritório	7.000,00 €
0302	020111	319	Material de consumo clínico	200,00 €
0302	020112	319	Material de transporte-Peças	2.000,00 €
0302	020114	319	Outro material-Peças	6.000,00 €
0302	020115	319	Prémios, condecorações e ofertas	1.500,00 €
0302	020117	319	Ferramentas e utensílios	150,00 €
0302	020118	319	Livros e documentação técnica	300,00 €
0302	020121	319	Outros bens	9.000,00 €
0302	0202		Aquisição de serviços	78.020,00 €
0302	020204	319	Locação de edifícios	18.000,00 €
0302	020206	319	Locação de material de transporte	30.000,00 €
0302	020208	319	Locação de outros bens	10,00 €
0302	020209	319	Comunicações	4.000,00 €
0302	020210	319	Transportes	500,00 €
0302	020212	319	Seguros	11.000,00 €
0302	020213	319	Deslocações e estadas	500,00 €
0302	020214	319	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	10,00 €
0302	020215	319	Formação	9.000,00 €
0302	020222	319	Serviços de saúde	5.000,00 €
0302	03		Juros e outros encargos	1.055,00 €
0302	0303		Juros de locação financeira	1.000,00 €
0302	030305	319	Material de transporte	1.000,00 €
0302	0306		Outros encargos financeiros	55,00 €
0302	030601	319	Outros encargos financeiros	55,00 €
0302	06		Outras despesas correntes	30,00 €
0302	0602		Diversas	30,00 €
0302	060203		Outras	30,00 €
0302	06020304	319	Serviços bancários	30,00 €
0302	07		Aquisição de bens de capital	56.010,00 €
0302	0701		Investimentos	56.010,00 €
0302	070103		Edifícios	30.000,00 €
0302	07010301	319	Instalações de serviços	30.000,00 €
0302	070106		Material de transporte	10,00 €
0302	07010602	319	Outro	10,00 €
0302	070109	319	Equipamento administrativo	7.000,00 €
0302	070110		Equipamento básico	12.000,00 €
0302	07011002	319	Outro	12.000,00 €
0302	070115		Outros investimentos	7.000,00 €
0302	07011599	319	Outros	7.000,00 €
Total Fonte de Financiamento 319				6.042.918,00 €
Fonte de Financiamento: Projetos Cofinanciados - 418				

0201			NUCLEO DE PLANEAMENTO, COMUNICAÇÃO, IMAGEM E QUALIDADE	268.500,00 €
0201	02		Aquisição de bens e serviços	268.500,00 €
0201	0201		Aquisição de bens	11.750,00 €
0201	020115	418	Prémios, condecorações e ofertas	11.250,00 €
0201	020121	418	Outros bens	500,00 €
0201	0202		Aquisição de serviços	256.750,00 €
0201	020213	418	Deslocações e estadas	750,00 €
0201	020214	418	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	50.000,00 €
0201	020217	418	Publicidade	120.000,00 €
0201	020220	418	Outros trabalhos especializados	55.000,00 €
0201	020225	418	Outros serviços	31.000,00 €
0202			NUCLEO DE PROMOÇÃO, ANIMAÇÃO E INFORMAÇÃO TURÍSTICA	69.500,00 €
0202	02		Aquisição de bens e serviços	69.500,00 €
0202	0202		Aquisição de serviços	69.500,00 €
0202	020210	418	Transportes	1.500,00 €
0202	020213	418	Deslocações e estadas	3.000,00 €
0202	020220	418	Outros trabalhos especializados	40.000,00 €
0202	020225	418	Outros serviços	25.000,00 €
0301			NÚCLEO DE APOIO, RELAÇÕES EXTERNAS E INFORMÁTICA	183.000,00 €
0301	02		Aquisição de bens e serviços	15.000,00 €
0301	020220	418	Outros trabalhos especializados	15.000,00 €
0301	07		Aquisição de bens de capital	168.000,00 €
0301	0701		Investimentos	168.000,00 €
0301	070107	418	Equipamento de informática	126.000,00 €
0301	070108	418	Software Informático	42.000,00 €
Total Fonte de Financiamento 418				521.000,00 €
Fonte de Financiamento: Receitas Próprias - 510				
0100			OPERAÇÕES FINANCEIRAS	2.520,00 €
0100	03		Juros e outros encargos	2.520,00 €
0100	0303		Juros de locação financeira	10,00 €
0100	030305	510	Material de transporte	10,00 €
0100	0305		Outros juros	2.500,00 €
0100	030502	510	Outros	2.500,00 €
0100	0306		Outros encargos financeiros	10,00 €
0100	030601	510	Outros encargos financeiros	10,00 €
0100	10		Passivos financeiros	
0100	1005		Empréstimos a curto prazo	
0100	100503	510	Socied.financ.-Bancos e outras instit. financeiras	
0100	1006		Empréstimos a médio e longo prazos	
0100	100603	510	Socied.financ.-Bancos e outras instit. financeiras	
0103			COMISSÃO EXECUTIVA	141.067,00 €
0103	01		Despesas com o pessoal	141.067,00 €
0103	0101		Remunerações certas e permanentes	114.286,00 €
0103	010102	510	Órgãos sociais	82.896,00 €
0103	010111	510	Representação	16.248,00 €
0103	010113	510	Subsidio de refeição	1.700,00 €
0103	010114	510	Subsidio de férias e de Natal	13.442,00 €
0103	0102		Abonos variáveis ou eventuais	500,00 €
0103	010204	510	Ajudas de custo	500,00 €
0103	0103		Segurança social	26.281,00 €
0103	010305		Contribuições para a segurança social	26.281,00 €
0103	01030501	510	Assistência na doença dos funcionários públicos	- €
0103	01030502		Segurança social dos funcionários públicos	26.281,00 €
0103	0103050201	510	Caixa Geral de Aposentações	14.328,00 €
0103	0103050202	510	Regime Geral	11.953,00 €
0302			NÚCLEO ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO	260.868,00 €

0302	02		Aquisição de bens e serviços	209.500,00 €
0302	0202		Aquisição de serviços	209.500,00 €
0302	020201	510	Encargos das instalações	86.000,00 €
0302	020202	510	Limpeza e higiene	9.000,00 €
0302	020203	510	Conservação de bens	60.000,00 €
0302	020217	510	Publicidade	4.000,00 €
0302	020219	510	Assistência técnica	13.000,00 €
0302	020220	510	Outros trabalhos especializados	36.000,00 €
0302	020225	510	Outros serviços	1.500,00 €
0302	06		Outras despesas correntes	51.368,00 €
0302	0602		Diversas	51.368,00 €
0302	060203		Outras	51.368,00 €
0302	06020301	510	Outras restituições	300,00 €
0302	06020302	510	IVA pago	49.068,00 €
0302	06020305	510	Outras	2.000,00 €
Total Fonte de Financiamento 510				404.455,00 €
ORÇAMENTO POR FONTE DE FINANCIAMENTO				
319 (OE)				6.042.918,00 €
418 (CF)				521.000,00 €
510(RP)				404.455,00 €
TOTAL ORÇAMENTO				6.968.373,00 €

ORÇAMENTO 2016			
RECEITA			
Económica	FF	Descrição	Dotação Orçamento
Fonte de Financiamento: Transferências do OE - 319			
0603		Administração central	
060301		Estado	
06030199	319	Outras	6.042.918,00 €
Total Fonte de Financiamento 319			6.042.918,00 €
Fonte de Financiamento: Projetos Cofinanciados - 418			
0603		Administração central	
060306	418	Estado-Particip.comunit.projectos co-financiados	520.000,00 €
0609		Resto do mundo	
060904	418	União Europeia-Países membros	1.000,00 €
Total Fonte de Financiamento 418			521.000,00 €
Fonte de Financiamento: Receitas Próprias - 510			
05		Rendimentos da propriedade	200,00 €
0502		Juros-Sociedades financeiras	200,00 €
050201	510	Bancos e outras instituições financeiras	200,00 €
06		Transferências correntes	9.040,00 €
0602		Sociedades financeiras	20,00 €
060201	510	Bancos e outras instituições financeiras	10,00 €
060202	510	companhias de seguros	10,00 €
0603		Administração central	8.000,00 €
060307		Serviços e fundos autónomos	8.000,00 €
06030701	510	Eventos Regionais	7.000,00 €
06030702	510	Outras	1.000,00 €
0605		Administração local	1.000,00 €
060501	510	Continente	1.000,00 €
0607		Instituições sem fins lucrativos	10,00 €
060701	510	Instituições sem fins lucrativos	10,00 €
0608		Famílias	10,00 €
060801	510	Famílias	10,00 €
07		Venda de bens e serviços correntes	377.718,00 €
0701		Venda de bens	150.010,00 €
070108	510	Mercadorias	150.000,00 €
070199	510	Outros	10,00 €
0702		Serviços	227.647,00 €
070201	510	Aluguer de espaços e equipamentos	61.110,00 €
07020899	510	Outros	10,00 €
070209		Serviços específicos das autarquias	37.027,00 €
07020999		Outros	37.027,00 €
0702099901	510	Publicidade	5.000,00 €
0702099902	510	Eventos	30.027,00 €
0702099999	510	Outros	2.000,00 €
070299		Outros	129.500,00 €
07029999	510	Outros	129.500,00 €
0703		Rendas	61,00 €
070302	510	Edifícios	61,00 €
08		Outras receitas correntes	12.740,00 €
0801		Outras	12.740,00 €
080199		Outras	12.740,00 €
08019901	510	Indemniz.por deterior,roubo extravio bens patrim.	10,00 €
08019902	510	Indem.estrag.prov.outrem viat.outr.equip.aut.local	500,00 €
08019999	510	Diversas	12.230,00 €
09		Venda de bens de investimento	1.000,00 €
0904		Outros bens de investimento	1.000,00 €
090410		Famílias	1.000,00 €

Handwritten notes: *# 8 us* (top left), *l* (middle left), *GH* (bottom left).

09041001	510	Equipamento de transporte	1.000,00 €
010		Transferências de capital	40,00 €
01001		Sociedades e quase-sociedades não financeiras	10,00 €
0100102	510	Privadas	10,00 €
01003		Administração central	20,00 €
0100307	510	Estado-Particip.comunitária project.co-financiados	10,00 €
0100308	510	Serviços e fundos autónomos	10,00 €
01005		Administração local	10,00 €
0100501	510	Continente	10,00 €
013		Outras receitas de capital	3.707,00 €
01301		Outras	3.707,00 €
0130101	510	Indemnizações	3.707,00 €
0130199	510	Outras	0,00 €
15		Reposições não abatidas nos pagamentos	10,00 €
150101	510	Reposições não abatidas nos pagamentos	10,00 €
16		Saldo da Gerência anterior	0,00 €
Total Fonte de Financiamento 510			404.455,00 €
ORÇAMENTO POR FONTE DE FINANCIAMENTO			
319 (OE)			6.042.918,00 €
418 (CF)			521.000,00 €
510(RP)			404.455,00 €
TOTAL ORÇAMENTO			6.968.373,00 €

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante €
Class. Orgânica/Económica			
0302	07011599	Outros	7.000
Total do Capítulo Económico 07:			56.010
Total das Despesas de Capital:			56.010
Total da Divisão Orgânica 0302:			851.465
Total do Capítulo Orgânico 03:			1.476.503
Total das Despesas:			6.968.373

Handwritten signatures and initials in blue ink at the top left of the page.

Quadro 3

Orçamento para o ano de 2016 – Receita e despesa, por fonte de financiamento e por classificação orçamental

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante
Class. Orgânica/Económica			€
0302	020115	Prémios, condecorações e ofertas	1.500
0302	020117	Ferramentas e utensílios	150
0302	020118	Livros e documentação técnica	300
0302	020121	Outros bens	9.000
0302	020201	Encargos das instalações	86.000
0302	020202	Limpeza e higiene	9.000
0302	020203	Conservação de bens	60.000
0302	020204	Locação de edifícios	18.000
0302	020206	Locação de material de transporte	30.000
0302	020208	Locação de outros bens	10
0302	020209	Comunicações	4.000
0302	020210	Transportes	500
0302	020212	Seguros	11.000
0302	020213	Deslocações e estadas	500
0302	020214	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	10
0302	020215	Formação	9.000
0302	020217	Publicidade	4.000
0302	020219	Assistência técnica	13.000
0302	020220	Outros trabalhos especializados	36.000
0302	020222	Serviços de saúde	5.000
0302	020225	Outros serviços	1.500
Total do Capítulo Económico 02:			342.530
0302	030305	Material de transporte	1.000
0302	030601	Outros encargos financeiros	55
Total do Capítulo Económico 03:			1.055
0302	06020301	Outras restituições	300
0302	06020302	IVA pago	49.068
0302	06020304	Serviços bancários	30
0302	06020305	Outras	2.000
Total do Capítulo Económico 06:			51.398
Total das Despesas Correntes:			795.455
0302	07010301	Instalações de serviços	30.000
0302	07010602	Outro	10
0302	070109	Equipamento administrativo	7.000
0302	07011002	Outro	12.000

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante €
Class. Orgânica/Económica			
0301	020220	Outros trabalhos especializados	112.600
0301	020225	Outros serviços	21.000
Total do Capítulo Económico 02:			199.700
0301	06020301	Outras restituições	300
Total do Capítulo Económico 06:			300
Total das Despesas Correntes:			320.462
0301	070107	Equipamento de informática	180.000
0301	070108	Software informático	60.000
0301	070109	Equipamento administrativo	2.000
0301	07011002	Outro	2.500
0301	070113	Investimentos incorpóreos	1.000
Total do Capítulo Económico 07:			245.500
Total das Despesas de Capital:			245.500
Total da Divisão Orgânica 0301:			565.962
0302	01010401	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	205.000
0302	01010601	Contratado a termo - Pessoal em funções	6.724
0302	010108	Pessoal aguardando aposentação	10
0302	010109	Pessoal em qualquer outra situação	32.900
0302	010111	Representação	2.338
0302	010112	Suplementos e prémios	3.221
0302	010113	Subsidio de refeição	19.500
0302	010114	Subsidio de férias e de Natal	40.868
0302	010115	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	5.178
0302	010202	Horas extraordinárias	400
0302	010204	Ajudas de custo	480
0302	010205	Abono para falhas	1.485
0302	010212	Indemnizações por cessação de funções	10
0302	0103050201	Caixa Geral de Aposentações	46.961
0302	0103050202	Regime Geral	21.897
0302	01030901	Seguros acidentes trabalho doenças profissionais	13.500
Total do Capítulo Económico 01:			400.472
0302	02010201	Gasolina	500
0302	02010202	Gasóleo	15.350
0302	02010299	Outros	10
0302	020104	Limpeza e higiene	5.000
0302	020107	Vestuário e artigos pessoais	8.000
0302	020108	Material de escritório	7.000
0302	020111	Material de consumo clínico	200
0302	020112	Material de transporte-Peças	2.000
0302	020114	Outro material-Peças	6.000

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante
Class. Orgânica/Económica			€
0202	07011599	Outros	3.950
Total do Capítulo Económico 07:			60.362
Total das Despesas de Capital:			60.362
Total da Divisão Orgânica 0202:			3.516.621
Total do Capítulo Orgânico 02:			5.206.951
0300	010109	Pessoal em qualquer outra situação	36.979
0300	010111	Representação	3.735
0300	010113	Subsidio de refeição	939
0300	010114	Subsídio de férias e de Natal	6.145
0300	010204	Ajudas de custo	150
0300	0103050202	Regime Geral	11.128
Total do Capítulo Económico 01:			59.076
Total das Despesas Correntes:			59.076
Total da Divisão Orgânica 0300:			59.076
0301	01010401	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	50.000
0301	01010601	Contratado a termo - Pessoal em funções	21.400
0301	010109	Pessoal em qualquer outra situação	7.000
0301	010111	Representação	500
0301	010112	Suplementos e prémios	1.400
0301	010113	Subsidio de refeição	5.700
0301	010114	Subsídio de férias e de Natal	15.000
0301	010115	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	100
0301	010202	Horas extraordinárias	300
0301	010204	Ajudas de custo	300
0301	0103050201	Caixa Geral de Aposentações	6.000
0301	0103050202	Regime Geral	12.762
Total do Capítulo Económico 01:			120.462
0301	020108	Material de escritório	400
0301	020114	Outro material-Peças	300
0301	020115	Prémios, condecorações e ofertas	500
0301	020119	Artigos honoríficos e de decoração	100
0301	020121	Outros bens	500
0301	020203	Conservação de bens	500
0301	020204	Locação de edifícios	2.000
0301	020208	Locação de outros bens	500
0301	020209	Comunicações	30.000
0301	020210	Transportes	7.500
0301	020213	Deslocações e estadas	2.300
0301	020219	Assistência técnica	21.500

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código	Designação	Montante €
Class. Orgânica/Económica		
0202 01031001	Eventualidade maternidade, paternidade e adopção	4.583
	Total do Capítulo Económico 01:	1.074.664
0202 020111	Material de consumo clínico	150
0202 020114	Outro material-Peças	1.000
0202 020115	Prémios, condecorações e ofertas	5.000
0202 02011603	Outras	22.000
0202 020121	Outros bens	4.040
0202 020201	Encargos das instalações	26.000
0202 020202	Limpeza e higiene	23.000
0202 020203	Conservação de bens	18.000
0202 020204	Locação de edifícios	348.600
0202 020208	Locação de outros bens	5.000
0202 020209	Comunicações	11.000
0202 020210	Transportes	12.500
0202 020212	Seguros	1.000
0202 020213	Deslocações e estadas	25.000
0202 020217	Publicidade	10
0202 020219	Assistência técnica	8.500
0202 020220	Outros trabalhos especializados	316.750
0202 020225	Outros serviços	130.810
	Total do Capítulo Económico 02:	958.360
0202 040102	Privadas	70.000
0202 04030599	Outros	5.000
0202 040701	Instituições sem fins lucrativos	1.331.000
0202 040802	Outras	10.000
	Total do Capítulo Económico 04:	1.416.000
0202 06020301	Outras restituições	300
0202 06020305	Outras	6.935
	Total do Capítulo Económico 06:	7.235
	Total das Despesas Correntes:	3.456.259
0202 07010301	Instalações de serviços	25.000
0202 070107	Equipamento de informática	5.750
0202 070108	Software informático	4.500
0202 070109	Equipamento administrativo	13.962
0202 07011002	Outro	7.200

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante
Class. Orgânica/Económica			€
0201	020121	Outros bens	1.100
0201	020203	Conservação de bens	13.500
0201	020204	Locação de edifícios	1.500
0201	020208	Locação de outros bens	1.000
0201	020210	Transportes	2.000
0201	020213	Deslocações e estadas	3.350
0201	020214	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	103.550
0201	020215	Formação	3.500
0201	020216	Seminários, exposições e similares	1.000
0201	020217	Publicidade	529.178
0201	020219	Assistência técnica	3.000
0201	020220	Outros trabalhos especializados	286.190
0201	020225	Outros serviços	51.000
Total do Capítulo Económico 02:			1.228.018
0201	06020301	Outras restituições	300
0201	06020305	Outras	1.025
Total do Capítulo Económico 06:			1.325
Total das Despesas Correntes:			1.626.704
0201	070108	Software informático	10
0201	07011002	Outro	3.500
0201	070113	Investimentos incorpóreos	590
Total do Capítulo Económico 07:			4.100
Total das Despesas de Capital:			4.100
Total da Divisão Orgânica 0201:			1.630.804
0202	01010401	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	568.591
0202	01010601	Contratado a termo - Pessoal em funções	45.000
0202	010108	Pessoal aguardando aposentação	10
0202	010109	Pessoal em qualquer outra situação	53.060
0202	010111	Representação	2.338
0202	010112	Suplementos e prémios	1.440
0202	010113	Subsídio de refeição	64.280
0202	010114	Subsídio de férias e de Natal	112.079
0202	010115	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	5.000
0202	010202	Horas extraordinárias	6.000
0202	010204	Ajudas de custo	6.000
0202	010211	Subsídio de turno	12.000
0202	010212	Indemnizações por cessação de funções	10
0202	010303	Subsídio familiar a criança e jovens	1.920
0202	0103050201	Caixa Geral de Aposentações	130.189
0202	0103050202	Regime Geral	62.164

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código	Designação	Montante €
Class. Orgânica/Económica		
0103 06020305	Outras	100
	Total do Capítulo Económico 06:	100
	Total das Despesas Correntes:	265.027
0103 070107	Equipamento de informática	1.500
0103 070108	Software informático	1.000
0103 07011002	Outro	2.500
	Total do Capítulo Económico 07:	5.000
	Total das Despesas de Capital:	5.000
	Total da Divisão Orgânica 0103:	270.027
	Total do Capítulo Orgânico 01:	284.919
0200 010109	Pessoal em qualquer outra situação	36.979
0200 010111	Representação	3.735
0200 010113	Subsidio de refeição	939
0200 010114	Subsidio de férias e de Natal	6.145
0200 010115	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	100
0200 010204	Ajudas de custo	500
0200 0103050201	Caixa Geral de Aposentações	11.128
	Total do Capítulo Económico 01:	59.526
	Total das Despesas Correntes:	59.526
	Total da Divisão Orgânica 0200:	59.526
0201 01010401	Contrato Indiv. de Trabalho - Pessoal em funções	203.729
0201 01010601	Contratado a termo - Pessoal em funções	7.209
0201 010109	Pessoal em qualquer outra situação	52.999
0201 010111	Representação	2.337
0201 010113	Subsidio de refeição	15.000
0201 010114	Subsidio de férias e de Natal	40.938
0201 010115	Remunerações por doença e maternidade/paternidade	500
0201 010202	Horas extraordinárias	750
0201 010204	Ajudas de custo	750
0201 010212	Indemnizações por cessação de funções	10
0201 010303	Subsidio familiar a criança e jovens	480
0201 0103050201	Caixa Geral de Aposentações	52.660
0201 0103050202	Regime Geral	19.989
0201 01031001	Eventualidade maternidade, paternidade e adopção	10
	Total do Capítulo Económico 01:	397.361
0201 020107	Vestuário e artigos pessoais	100
0201 020115	Prémios, condecorações e ofertas	61.250
0201 02011603	Outras	166.000
0201 020118	Livros e documentação técnica	800

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Despesa para o Ano 2016

Código		Designação	Montante €
Class. Orgânica/Económica			
0100	030305	Material de transporte	10
0100	030502	Outros	2.500
0100	030601	Outros encargos financeiros	10
Total do Capítulo Económico 03:			2.520
Total das Despesas Correntes:			2.520
Total da Divisão Orgânica 0100:			2.520
0102	010102	Órgãos sociais	12.372
Total do Capítulo Económico 01:			12.372
Total das Despesas Correntes:			12.372
Total da Divisão Orgânica 0102:			12.372
0103	010102	Órgãos sociais	82.896
0103	010111	Representação	16.248
0103	010113	Subsídio de refeição	1.700
0103	010114	Subsídio de férias e de Natal	13.442
0103	010204	Ajudas de custo	500
0103	0103050201	Caixa Geral de Aposentações	14.328
0103	0103050202	Regime Geral	11.953
Total do Capítulo Económico 01:			141.067
0103	02010202	Gasóleo	2.000
0103	02010299	Outros	500
0103	020106	Alimentação-Géneros para confeccionar	300
0103	020107	Vestuário e artigos pessoais	2.000
0103	020113	Material de consumo hoteleiro	1.000
0103	020114	Outro material-Peças	1.000
0103	020115	Prémios, condecorações e ofertas	7.000
0103	020121	Outros bens	1.900
0103	020202	Limpeza e higiene	500
0103	020203	Conservação de bens	38.000
0103	020209	Comunicações	500
0103	020210	Transportes	12.400
0103	020211	Representação dos serviços	18.000
0103	020212	Seguros	3.200
0103	020214	Estudos, pareceres, projectos e consultadoria	10
0103	020219	Assistência técnica	50
0103	020220	Outros trabalhos especializados	35.000
0103	020225	Outros serviços	500
Total do Capítulo Económico 02:			123.860

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Receita para o Ano 2016

Código	Designação	Montante
Class. Económica		€
09041001	Equipamento de transporte	1.000
	Total do Capítulo 09:	1.000
100102	Privadas	10
100307	Estado-Particip.comunitária project.co-financiados	10
100308	Serviços e fundos autónomos	10
100501	Continente	10
	Total do Capítulo 10:	40
130101	Indemnizações	3.707
	Total do Capítulo 13:	3.707
150101	Reposições não abatidas nos pagamentos	10
	Total do Capítulo 15:	10
	Total das Receitas de Capital:	4.757
Total das Receitas:		6.968.373

Região de Turismo do Algarve

Orçamento da Receita para o Ano 2016

Código	Designação	Montante €
Class. Económica		
050201	Bancos e outras instituições financeiras	200
Total do Capítulo 05:		200
060201	Bancos e outras instituições financeiras	10
060202	Companhias de seguros e fundos de pensões	10
06030199	Outras	6.042.918
060306	Estado-Particip.comunit.projectos co-financiados	520.000
06030701	Eventos Regionais	1.000
06030702	Outras	7.000
060501	Continente	1.000
060701	Instituições sem fins lucrativos	10
060801	Famílias	10
060904	União Europeia-Países membros	1.000
Total do Capítulo 06:		6.572.958
070108	Mercadorias	150.000
070199	Outros	10
070201	Aluguer de espaços e equipamentos	61.110
07020899	Outros	10
0702099901	Publicidade	5.000
0702099902	Eventos	30.027
0702099999	Outros	2.000
07029999	Outros	129.500
070302	Edifícios	61
Total do Capítulo 07:		377.718
08019901	Indemniz.por deterior,roubo extravio bens patrim.	10
08019902	Indem.estrag.prov.outrem viat.outr.equip.aut.local	500
08019999	Diversas	12.230
Total do Capítulo 08:		12.740
Total das Receitas Correntes:		6.963.616

[Handwritten signature]

Quadro 2

Orçamento para o ano de 2016 – Receita e Despesa, por orgânica e por classificação orçamental

[Handwritten signature]
LW

Região de Turismo do Algarve

RESUMO DO ORÇAMENTO PARA O ANO 2016

Receitas	Montante (€)	Despesas	Montante (€)
Correntes	6.963.616	Correntes	6.597.401
Capital	4.757	Capital	370.972
Total:	6.968.373	Total:	6.968.373
Serviços Municipalizados	0	Serviços Municipalizados	0
Total Geral:	6.968.373	Total Geral:	6.968.373

ORGÃO EXECUTIVO

Em de de

[Signature]

ORGÃO DELIBERATIVO

Em de de

[Signature]

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "Cath", "Rus", and "10/2".

Quadro 1

Resumo do Orçamento para o ano de 2016





PARECER DO FISCAL ÚNICO SOBRE OS INSTRUMENTOS DE GESTÃO PREVISIONAL

Introdução

1. Tendo sido solicitado pela **Região de Turismo do Algarve**, apresentamos o nosso parecer sobre os instrumentos de gestão previsional daquela entidade para o exercício de 2016, consistindo: no Plano Anual de Atividades e Orçamento Anual de Exploração (Receitas e Despesas).

Responsabilidades

2. É da responsabilidade da Direcção a preparação e a apresentação da informação previsional, a qual inclui a identificação e divulgação dos pressupostos mais significativos que lhe serviram de base.
3. A nossa responsabilidade consiste em verificar a consistência e adequação dos pressupostos e estimativas contidas nos instrumentos de gestão previsional acima referidos, competindo-nos emitir um relatório profissional e independente baseado no nosso trabalho.

Âmbito

4. O trabalho a que procedemos teve como objectivo obter uma segurança moderada quanto a se a informação previsional contida nos instrumentos de gestão previsional anteriormente referida está isenta de distorções materialmente relevantes. O nosso trabalho foi efectuado com base nas Normas Técnicas e Directrizes de Revisão emitidas pela Ordem dos Revisores Oficiais de Contas, planeado de acordo com aquele objectivo, e consistiu:
 - a) principalmente, em indagações e procedimentos analíticos destinados a rever:
 - a fiabilidade das asserções constantes da informação previsional;
 - a adequação das políticas contabilísticas adoptadas, tendo em conta as circunstâncias e a consistência da sua aplicação;
 - a apresentação da informação previsional;

uy lrb



- b) na verificação das previsões constantes dos documentos em análise, com o objectivo de obter uma segurança moderada sobre os seus pressupostos, critérios e coerência.
5. Entendemos que o exame efectuado proporciona uma base aceitável para a emissão do presente relatório sobre os instrumentos de gestão previsional.

Comentários

6. O total de receita prevista é de €6.968.373, dos quais €6.042.918, é a dotação prevista pela entidade a receber do Orçamento de Estado para 2016, para o desenvolvimento do turismo regional, o qual não foi ainda publicado. Esta verba poderá ser ajustada caso venha a ser fixado um valor diferente no Orçamento de Estado, ou seja determinada alguma limitação à sua utilização.

Parecer

7. Com base no trabalho efectuado sobre a evidência que suporta os pressupostos da informação financeira previsional dos documentos acima referidos, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que tais pressupostos não proporcionem uma base aceitável para aquela informação e que tal informação não tenha sido preparada e apresentada de forma consistente com as políticas e princípios contabilísticos normalmente adoptados pela entidade.
8. Devemos contudo advertir que frequentemente os acontecimentos futuros não ocorrem de forma esperada, pelos que os resultados reais poderão vir a ser diferentes dos previstos e as variações poderão ser materialmente relevantes.

Faro, 17 de Dezembro de 2015

O Fiscal Único

Isabel Paiva, Miguel Galvão & Associados, SROC, Lda

ISABEL PAIVA, MIGUEL GALVÃO & ASSOCIADOS, LDA
Sociedade de Revisores Oficiais de Contas


Representada por:
(João Miguel Pinto Galvão, ROC nº 587)

