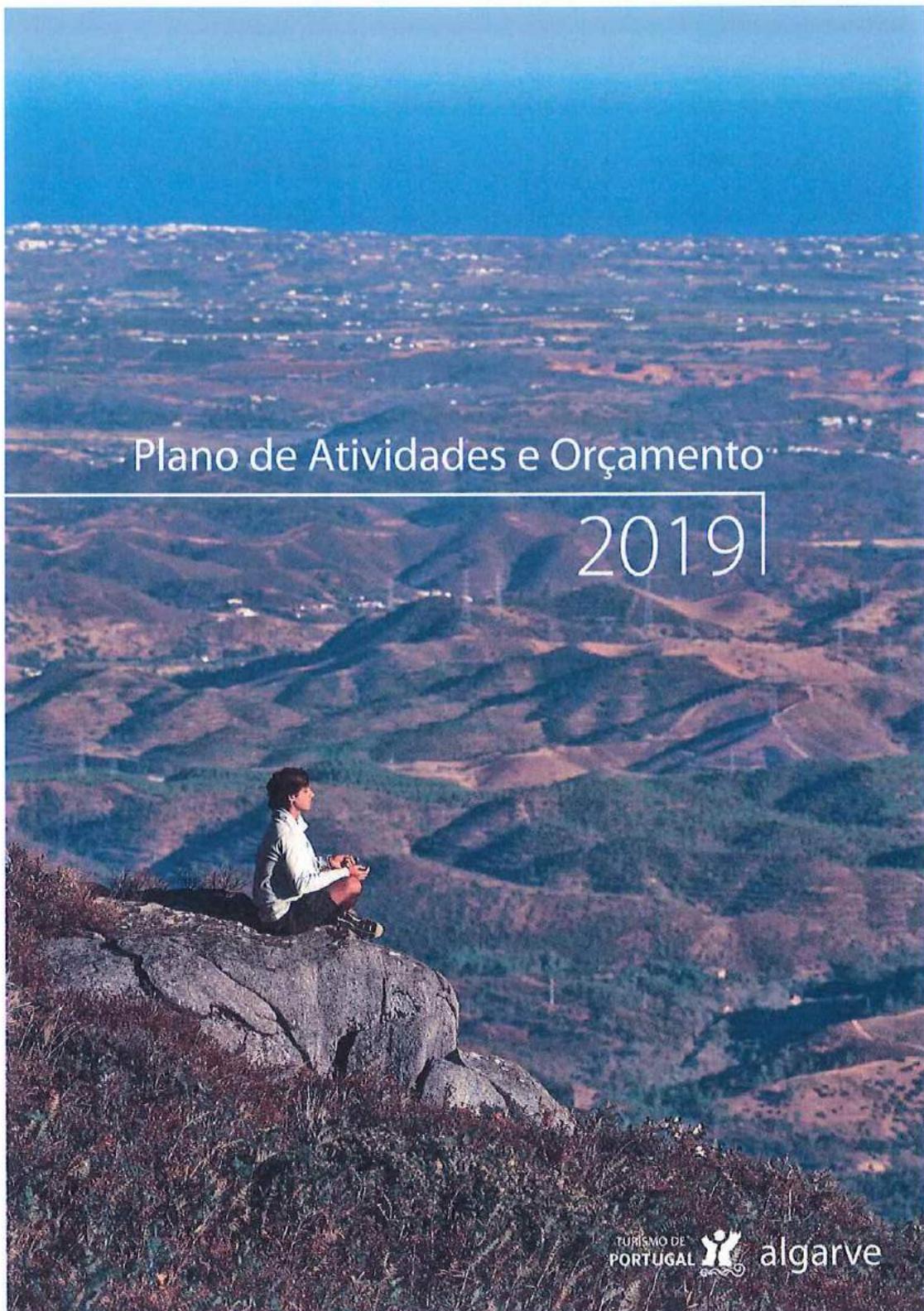


F P. Lou



8 Nov 2019
J

Índice Geral

1. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA.....	8
1.1. Oferta turística.....	8
1.1.1 Alojamento.....	8
1.1.2 Golfe	13
1.1.3 Animação turística.....	15
1.2. Procura turística.....	17
1.2.1. Movimento de passageiros no aeroporto de Faro	17
1.2.2. Dormidas na hotelaria global	19
1.2.3. Hóspedes	21
1.2.4. Proveitos.....	23
1.2.5. Estada média.....	25
1.2.6. A atividade golfe no Algarve	26
1.2.7. Postos de turismo	27
2. EIXOS DE ATUAÇÃO.....	30
2.1. Planeamento.....	30
2.1.1. Fóruns de discussão	30
2.1.2. Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve	30
2.1.3. Observatório Turismo Sustentável	30
2.1.4. Cicloturismo e caminhadas - Programa "Cycling & Walking".....	31
2.1.5. "Lugares de Globalização" a Património Mundial da UNESCO	31
2.1.6. RAARA – Rede de Acolhimento ao Autocaravanismo no Algarve	32
2.1.7. Participação na Rede de Judiarias de Portugal.....	32
2.1.8. Gestão do CDI	33
2.1.9. Participação em comissões técnicas de trabalho.....	33
2.1.10. Gabinete de Apoio ao Investidor	34
2.1.11. Turismo Acessível	34

*P. Souto
AP*

2.2. Gestão da qualidade	34
2.2.1. Sistema de Gestão da Qualidade dos postos de turismo – certificação	34
2.3. Comunicação e Imagem	35
2.3.1. Campanha de comunicação multimeios - Espanha	35
2.3.2. Marketing digital	35
2.3.3. Atribuição de apoio na divulgação de eventos em meios próprios	36
2.3.4. Imagem Algarve	36
2.3.5. Guia Algarve.....	37
2.3.6. Outras edições.....	37
2.3.7. <i>Merchandising</i>	38
2.4. Promoção e Animação.....	38
2.4.1. Bolsa de Turismo de Lisboa	38
2.4.2. Incentivo Algarve.....	38
2.4.3. <i>Fam-trips</i> – Portugal e Espanha	39
2.4.4. Mundo Abreu – Feira de verão - Lisboa	39
2.4.5. Expo Abreu – Feira de inverno - Lisboa	39
2.4.6. FITUR – Madrid - Espanha.....	40
2.4.7. INTUR - Valladolid - Espanha.....	40
2.4.8. <i>Algarve Nature Week</i>	40
2.4.9. Dinamização de Eventos/Atividades.....	41
2.4.10. Dia Mundial do Turismo	41
2.4.11. Dieta Mediterrânica	42
2.4.12. Caravela Boa Esperança.....	42
2.4.13. Associação Musical do Algarve	43
2.4.14. Apoio a Associações do setor turístico	43
2.4.15. Associação Turismo do Algarve	43
2.5. Informação Turística	43
2.5.1. <i>Merchandising</i> e produtos à consignação - Vendas	43

S. J. da J.

2.6. Relações Externas	44
2.6.1. Assinatura de Publicações	44
2.6.2. Clipping Eletrónico	44
2.6.3. Press e Blog Trips	45
2.6.4. Agências de Comunicação - Portugal e Espanha	45
2.6.5. Ações de Relações Públicas	45
2.6.6. Ações de Comunicação	46
2.7. PROJETOS INTEGRADOS EM CANDIDATURAS PREVISTAS, SUBMETIDAS, APROVADAS E TRANSVERSAIS A DIVERSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO DA RTA.....	46
2.7.1. Cicloturismo - Projeto <i>Atlantic on bike</i>	46
2.7.2. Projeto "Algarve Cooking Vacations".....	47
2.7.3. Algarve Natural – valorização e promoção do património natural do Algarve.....	48
2.7.4. Projeto Para um Algarve + Verde	48
2.7.5. Projeto Património Cultural – Dieta Mediterrânica.....	49
2.7.6. Projeto <i>Odyssea Blue Heritage 2020</i>	49
2.7.7. Fomento da eficiência energética no edifício sede.....	50
2.7.8. Programa cultural "365 Algarve"	50
2.7.9. Algarve Eventos Âncora de Turismo de Natureza - Valorizar	51
2.7.10. Internacionalização do destino Algarve	52
2.7.11. Projeto "Algarve by Choice".....	53
2.7.12. Projeto Turismo Criativo	53
3. SÍNTESE DE INVESTIMENTO	54
4. MAPA DE PESSOAL.....	55
5. PROJETO DE ORÇAMENTO.....	56



Índice de Figuras

Figura 1 – Distribuição do número de estabelecimentos pelas várias categorias de alojamento, em dezembro de 2017	9
Figura 2 – Quota dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos por região, em 2017	10
Figura 3 - Quota do n.º de camas por região, ano de 2017	11
Figura 4 - Quota do alojamento local registado, até outubro de 2018	12
Figura 5 - Quota do alojamento local registado, por tipologia, até outubro de 2018 .	12
Figura 6 – Evolução do número de campos de golfe no Algarve	13
Figura 7 - Evolução do número de buracos nos campos de golfe no Algarve.....	13
Figura 8 - Quota dos buracos nos campos de golfe, por região turística, em 2017....	14
Figura 9 – Distribuição geográfica dos campos de golfe, no Algarve	15
Figura 10 – Agentes de animação turística registados no Algarve.....	15
Figura 11 – Quota dos agentes de animação turística registados no Algarve no total nacional	16
Figura 12 – Distribuição geográfica dos Operadores Marítimo Turísticos, no Algarve outubro de 2018	16
Figura 13 – Quota nacional, por área de atividade, dos agentes de animação turística do Algarve, em outubro de 2018	17
Figura 14 - Evolução mensal (janeiro a outubro) do movimento de passageiros no Aeroporto de Faro em 2013, 2015, 2017 e 2018 (1º semestre)	18
Figura 15 - Movimento de passageiros no Aeroporto de Faro provenientes dos principais países, de janeiro a outubro em 2018 e 2017	18
Figura 16 – Nº de dormidas na hotelaria global – 2013 a 2018 (estimativa).....	19
Figura 17 – N.º de dormidas na hotelaria global por país de residência até agosto de 2018	20
Figura 18 - Quota de cada região nas dormidas na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2018.....	20
Figura 19 - Evolução dos hóspedes na hotelaria global, no Algarve – janeiro a agosto de 2018 e 2017.....	21
Figura 20 - Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento 1º semestre de 2018.....	22

8 Jun

DR

Figura 21 - Quota de cada região quanto ao número de hóspedes na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2018	23
Figura 22 - Proveitos na hotelaria global por regiões - janeiro a agosto - 2018 e 2017	24
Figura 23 - Quota de cada região nos proveitos globais nos empreendimentos turísticos – janeiro a agosto de 2018	24
Figura 24 - Estada média dos hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem de janeiro a agosto de 2018	25
Figura 25 - Estada média na hotelaria global, por região turística, de janeiro a agosto de 2018	26
Figura 26 – Nº de voltas nos campos de golfe do Algarve – janeiro a agosto – 2018 e 2017	27
Figura 27 – Atendimento nos postos de turismo – 2018 e 2017	27
Figura 28 – Quota do atendimento, por país de origem até setembro de 2018	28
Figura 29 – Variação no atendimento, por posto de turismo, de janeiro a setembro – 2018 vs 2017	29

F. Loureiro

Quadro 1 – Evolução do número de empreendimentos turísticos no Algarve 2004 a 2017.....	9
Quadro 2 – Evolução do número de camas na hotelaria global do Algarve entre 2004 e 2017.....	11
Quadro 3 – Hóspedes na hotelaria global por país de origem – 1º semestre 2018 e 2017.....	21

1. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

A RTA pretende em 2019 continuar a implementar 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.

É fundamental, para possibilitar uma melhor definição das ações a propor para 2019, ter o conhecimento do panorama atual do turismo regional, através da análise de indicadores de oferta e de procura turística.

1.1. Oferta turística

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

1.1.1 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 dezembro de 2017 e de acordo com os dados do Turismo de Portugal, existiam no Algarve 425 empreendimentos turísticos. As tipologias que mais se destacavam eram os "Hotéis" e os "Apartamentos turísticos" representando, respetivamente 33,4% e 30,8%, do total de estabelecimentos existentes (figura 1).

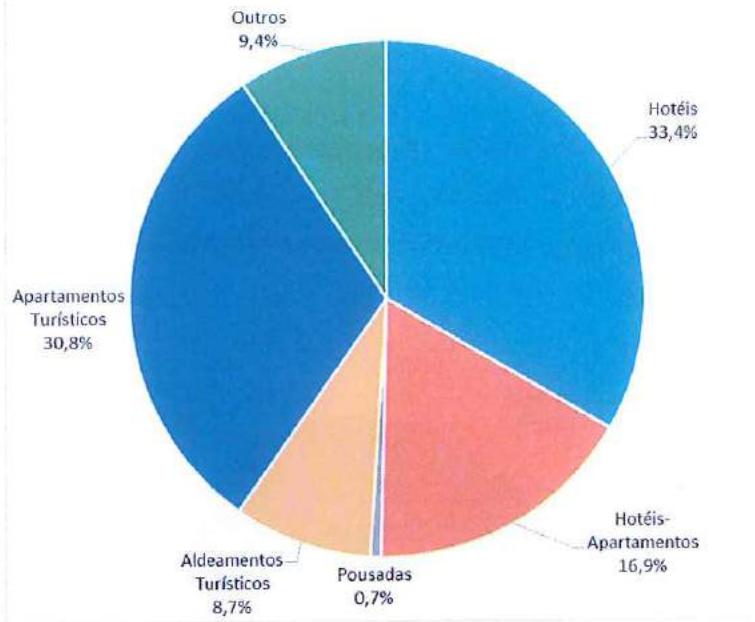


Figura 1 – Distribuição do número de estabelecimentos pelas várias categorias de alojamento, em dezembro de 2017

Analizando 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 é, em média, de 421. A tipologia "Hotéis" foi a que mais viu aumentar, de forma consistente, o seu número nos últimos anos.

Quadro 1 - Evolução do número de empreendimentos turísticos no Algarve 2004 a 2017

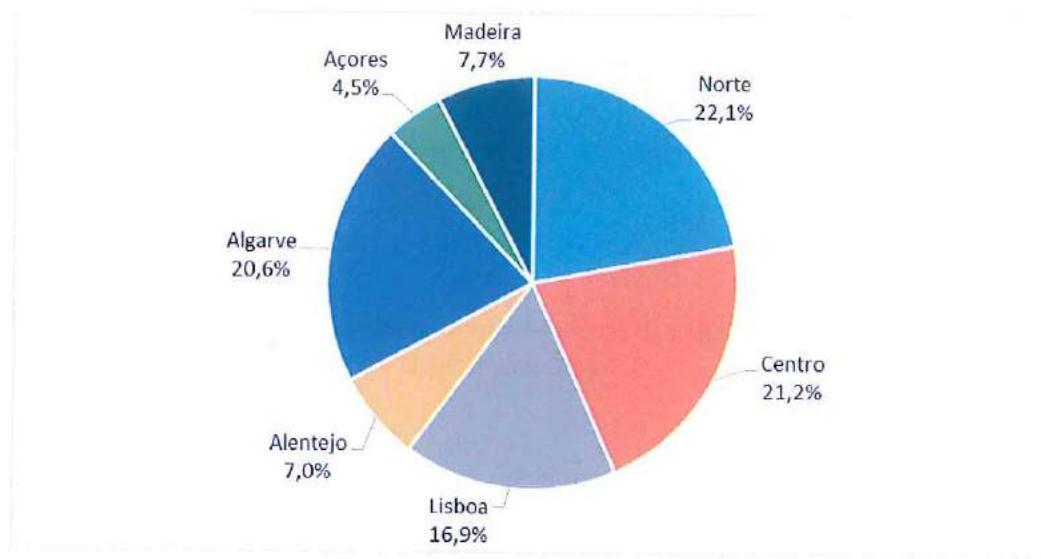
Nº de estabelecimentos de alojamento no Algarve														
Tipologias	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hotéis	85	93	94	91	90	91	103	112	116	120	126	129	135	142
5*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	11	15	19	16	19	23	23	24	26
4*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	41	43	46	45	47	49	50	53	54
3*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	28	33	32	35	34	33	35	36	40	
2* e 1*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	10	12	15	20	20	21	21	22	22	22
Hotéis-Apartamentos	55	57	60	63	63	61	67	72	75	71	73	69	72	72
Pousadas	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Aldeamentos Turísticos	28	29	26	23	25	24	27	27	34	34	34	33	36	37
Apartamentos Turísticos	143	141	136	135	137	122	122	122	136	138	141	138	130	131
Outros	112	111	109	102	99	93	90	80	64	59	57	48	43	40
Total Global	425	433	427	416	417	395	412	416	428	426	434	420	419	425

Fonte: Turismo de Portugal

S. Lourenço

Numa análise comparativa entre as diferentes regiões de Portugal, verifica-se que a região do país com mais empreendimentos turísticos era o Norte com 455, seguida do Centro com 437, Algarve com 425.

Considerando a hotelaria global (estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos) o Algarve detém 20,6% da oferta total nacional de estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos (figura 2).



Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 2 – Quota dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos por região, em 2017

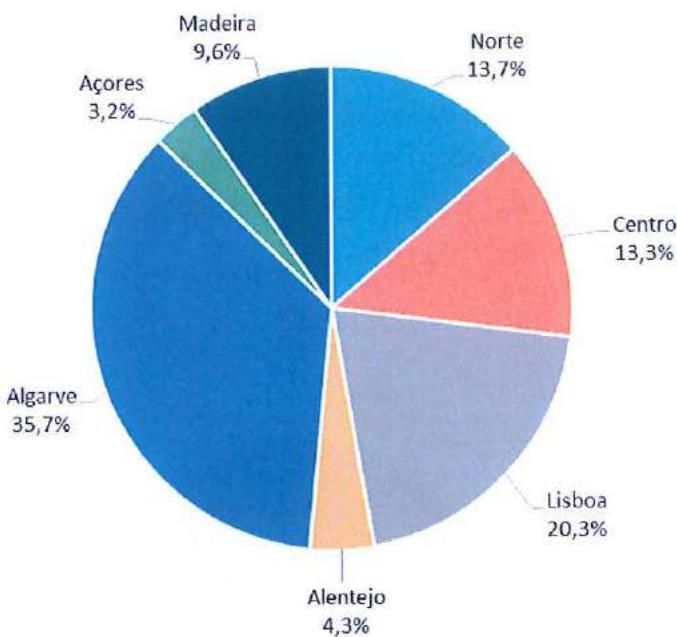
O número de camas na hotelaria global do Algarve, em 2017, registou um aumento de 3,0% relativamente a 2016 (Quadro 2). A maior subida registou-se no número de camas disponíveis na tipologia “Hotéis” (+6,7%). Esta tipologia de alojamento era a que apresentava mais camas, com cerca de 36,5% do número total de camas da hotelaria global.

*F. Louw
J.
P.J.*

Quadro 2 - Evolução do número de camas na hotelaria global do Algarve entre 2004 e 2017
(Estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos)

Tipologias	Nº de camas nos estabelecimentos de alojamento do Algarve														(unidade)
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Hoteis	23,931	27,546	27,204	26,540	27,500	26,056	30,424	33,577	32,002	33,354	37,671	37,864	40,375	43,088	
5*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,190	6,596	8,993	6,881	8,308	10,494	9,975	10,899	12,035	
4*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	16,886	16,436	17,281	17,975	17,877	19,066	19,127	20,427	21,317	
3*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5,830	6,254	5,878	5,513	5,534	6,427	7,072	7,235	7,898	
2* e 1*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1,150	1,138	1,425	1,633	1,635	1,684	1,690	1,312	1,838	
Hoteis-Apartamentos	18,119	19,638	19,781	20,739	20,768	20,450	22,261	24,372	26,204	25,849	26,152	25,789	27,779	27,584	
Pousadas	168	168	168	168	240	378	334	300	392	383	399	380	330	328	
Aldeamentos Turísticos	12,984	12,813	11,498	11,494	12,245	12,358	12,552	11,808	13,342	13,641	14,196	13,939	26,488	15,586	
Apartamentos Turísticos	35,624	34,360	33,278	31,725	32,608	29,546	28,970	28,572	31,726	31,262	32,067	32,492	27,779	29,614	
Outros	5,761	5,457	5,585	5,514	5,363	5,118	4,439	4,033	2,959	2,730	2,812	2,285	2,108	1,847	
Total Global	96,487	99,982	97,524	96,180	98,724	95,910	98,980	102,462	106,625	107,339	113,117	112,729	114,649	118,047	

Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados



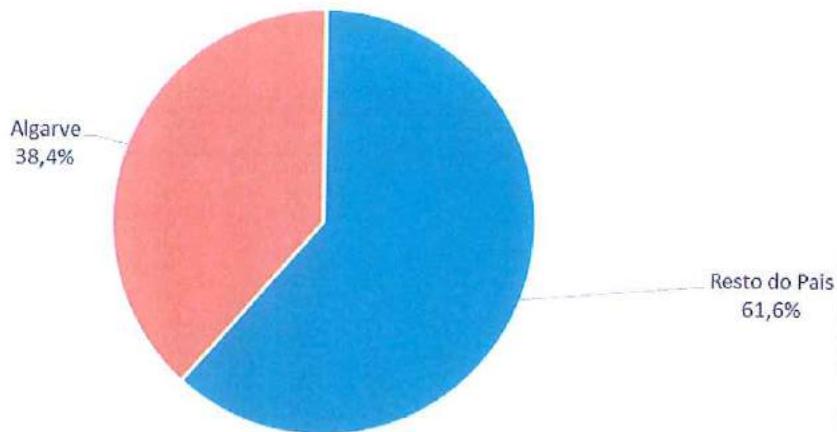
Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 3 - Quota do n.º de camas por região, ano de 2017

Relativamente à distribuição do número de camas da hotelaria global do país, em dezembro de 2017 (figura 3), verifica-se que o Algarve é, claramente, a região com maior oferta, disponibilizando 35,7% do número total de camas do país.

S. Azevedo

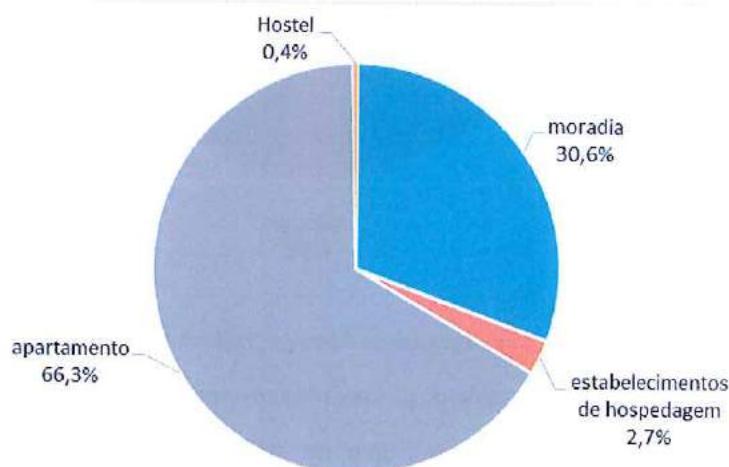
BN



Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 4 - Quota do alojamento local registado, até outubro de 2018

No que concerne ao alojamento local, o Algarve representa, em outubro de 2018, 38,4% do total do alojamento local registado em Portugal (fig.4). Por tipologia, os “apartamentos” tem uma quota de 66,3% da oferta na região, seguido da “moradia”, com 30,6% e “estabelecimentos de hospedagem”, com 2,7% e “hostel”, com 0,4%



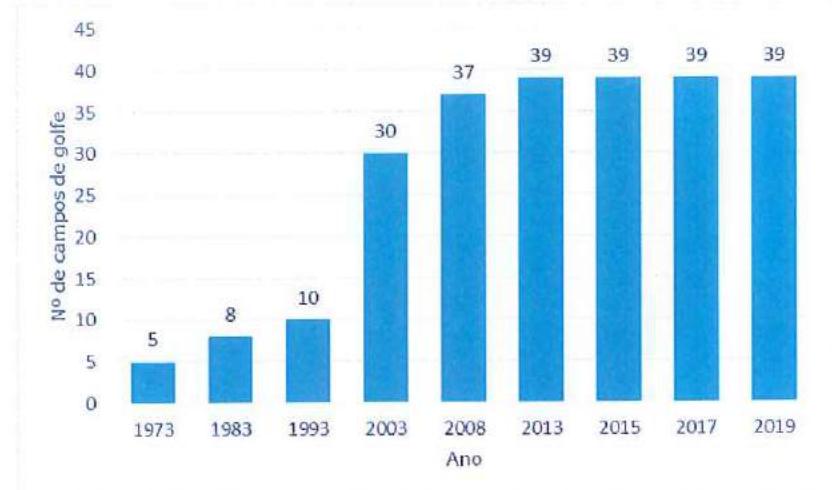
Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 5 - Quota do alojamento local registado, por tipologia, até outubro de 2018

S. Loui - J.

1.1.2 Golfe

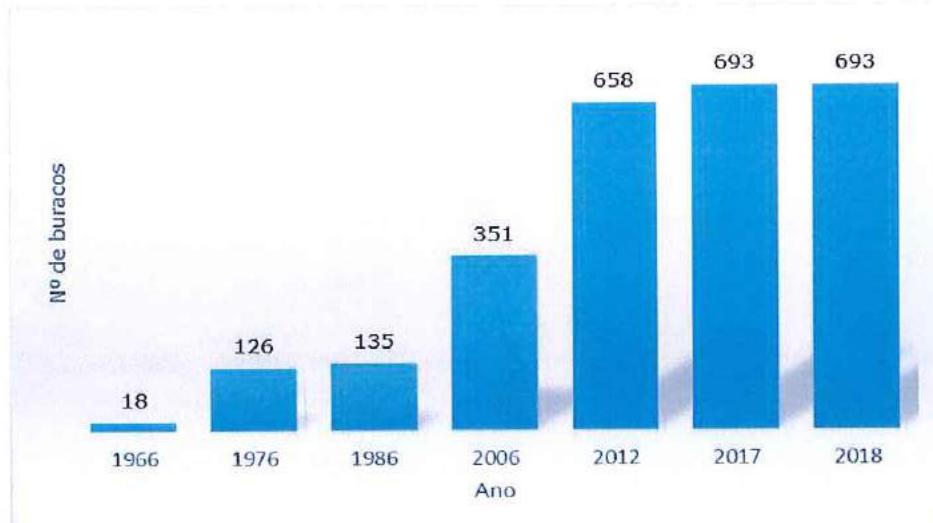
Desde 2009 que o número de campos de golfe do Algarve se tem mantido estável. A região conta, atualmente, com 39 campos de golfe, alguns dos quais reconhecidos mundialmente pela sua excelência.



Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA), 2018

Figura 6 – 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 7), pelo que o Algarve tinha, até outubro de 2018, 693 buracos, distribuídos pelo total de campos existentes.

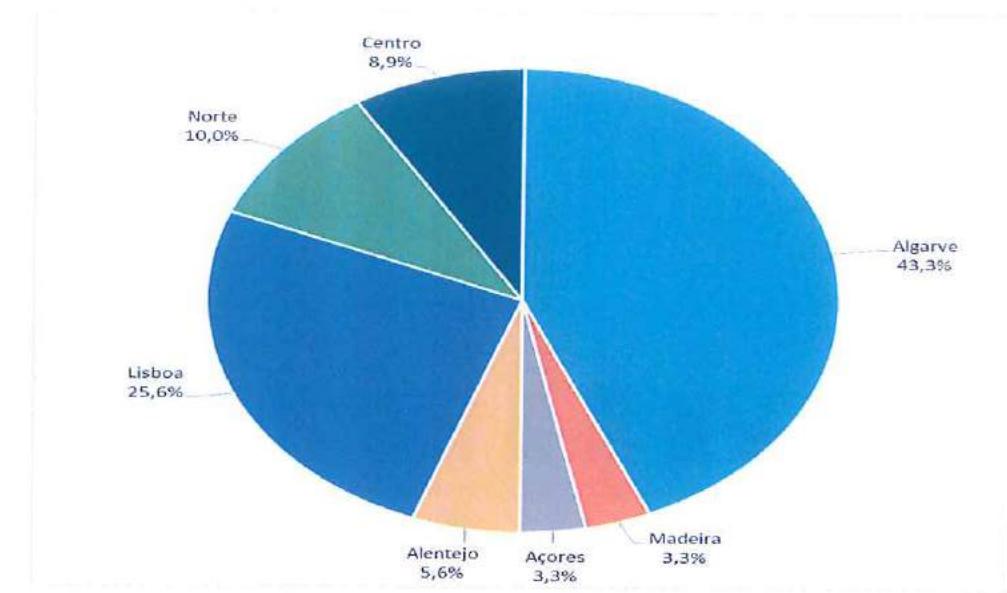


Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA); dados tratados

Figura 7 - Evolução do número de buracos nos campos de golfe no Algarve

P. Jau

O Algarve representava, em dezembro de 2017, 43,5% do total dos buracos nos campos de golfe em Portugal e 43,3% do total de campos existentes no território nacional.



Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 8 - Quota dos buracos nos campos de golfe, por região turística, em 2017.

A distribuição geográfica dos campos de golfe no Algarve não é a mais equilibrada, verificando-se uma concentração nas zonas oeste (Barlavento) e central do Algarve, com 16 e 17 campos, respetivamente (figura 9). A zona este (Sotavento) é a que apresenta menor concentração (6 campos).



F. Queirós

Fonte: Sítio na internet da Região de Turismo do Algarve, 2017

Figura 9 – Distribuição geográfica dos campos de golfe, no Algarve

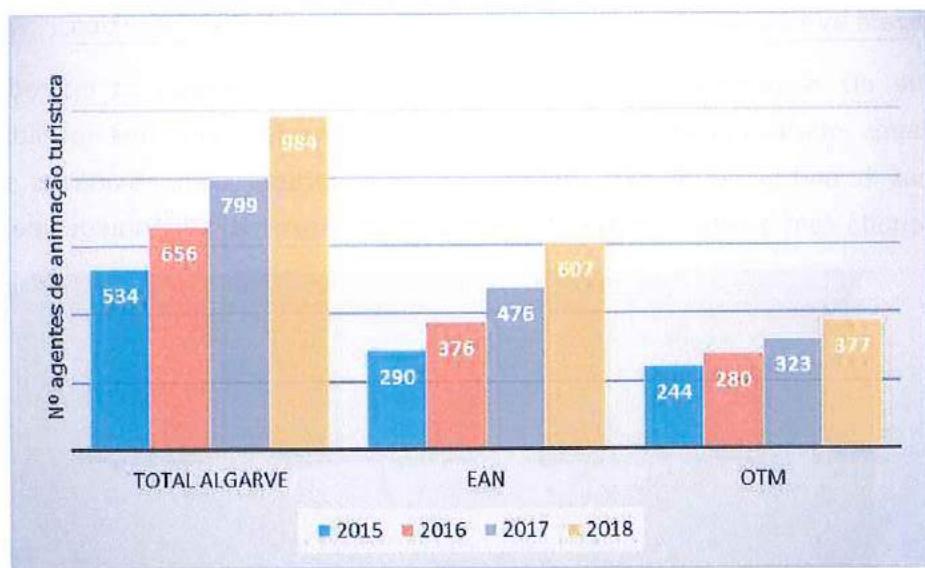
ZEPY

1.1.3 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.

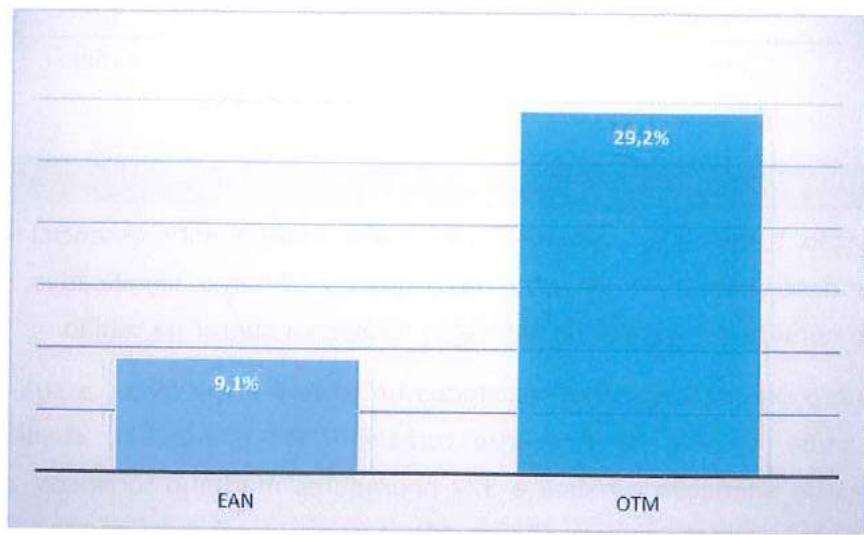
Em outubro de 2018 estavam registados no RNAAT e a exercer a sua atividade no Algarve, 984 agentes de animação turística (799 em 2017), divididos em 607 empresas de animação turística e 377 operadores marítimo-turísticos, contra 476 e 323 em 2017, respetivamente (figura 10). A quota do Algarve no total nacional é de 12,4%.

Constata-se até outubro de 2018 que 48,3% das empresas de animação turística desenvolvem atividades no domínio marítimo-turístico, 32,6% tem atividades relacionadas com o turismo de ar livre, turismo de natureza e aventura e 24,8% centram a sua atividade nas áreas do turismo cultural, *touring paisagístico e cultural*.



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Agentes de Animação Turística, out. 2018

Figura 10 – Agentes de animação turística registados no Algarve



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Agentes de Animação Turística, out. 2018

Figura 11 – Quota dos agentes de animação turística registados no Algarve no total nacional

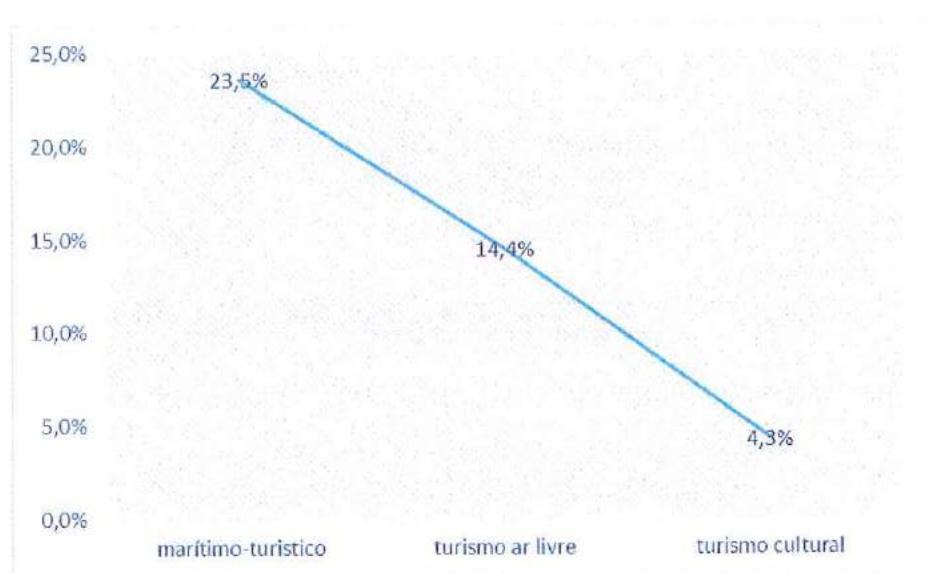
Os agentes de animação turística registados no Algarve representam 24,1% do total nacional nas atividades na vertente marítimo-turística, 8,7% do turismo de ar livre, natureza e aventura, e 13,7% do turismo cultural e *touring paisagístico*.

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 12). As empresas com atividades nas áreas relacionada com a natureza ou cultural já se encontram mais distribuídas pela região.



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Turismo, setembro 2017

Figura 12 – Distribuição geográfica dos Operadores Marítimo Turísticos, no Algarve outubro de 2018



Fonte: Turismo de Portugal, Registo Nacional de Turismo, outubro 2018

Figura 13 – Quota nacional, por área de atividade, dos agentes de animação turística do Algarve, em outubro de 2018

1.2. Procura turística

Para caracterizar a procura turística do Algarve em 2017 foram analisados alguns indicadores que permitem demonstrar o desempenho da região.

1.2.1. Movimento de passageiros no aeroporto de Faro

De janeiro a agosto de 2017, o movimento de passageiros provenientes dos principais mercados para o Algarve viu o seu número aumentar 855,2 mil em valor absoluto, representando um acréscimo de 16,1% em relação a identico periodo de 2016.

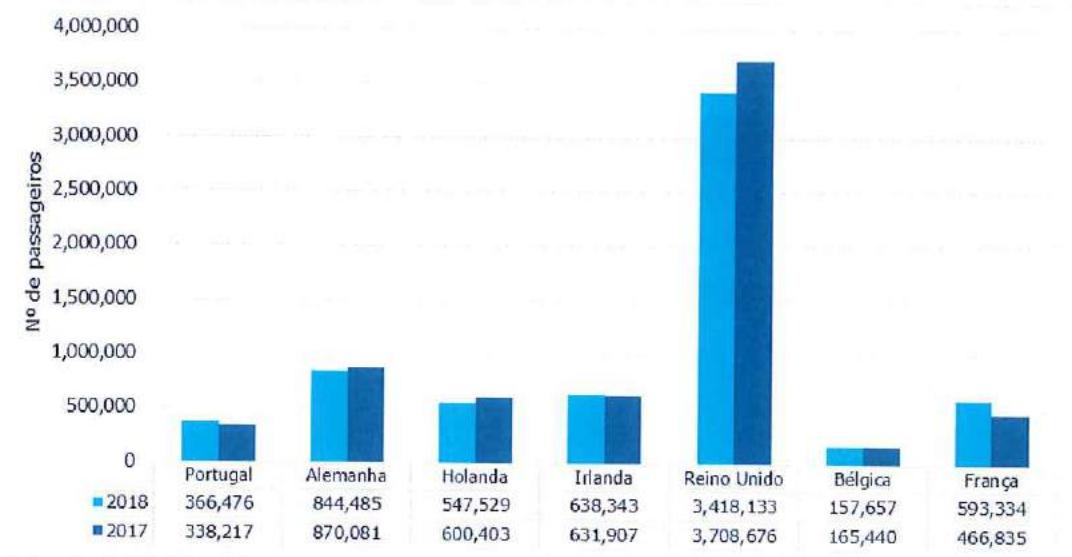


Fonte: ANA Aeroportos de Portugal; dados tratados

Figura 14 - Evolução mensal (janeiro a outubro) do movimento de passageiros no Aeroporto de Faro em 2013, 2015, 2017 e 2018 (1º semestre)

O grande impulsionador desta quebra foi o Reino Unido, com uma diminuição de 290,5 mil passageiros (-7,8%).

A destacar ainda o excelente desempenho da França (+27,1 mil / +26,4%) e Portugal (+28,3 mil / +8,4%) (figura 15).



Fonte: ANA Aeroportos de Portugal; dados tratados

Figura 15 - Movimento de passageiros no Aeroporto de Faro provenientes dos principais países, de janeiro a outubro em 2018 e 2017

Z *Ian*
J

DJ

1.2.2. Dormidas na hotelaria global

Em 2017, o número total de dormidas na hotelaria global atingiu o número de 18,11 milhões em unidades de alojamento (estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos) do Algarve, com um aumento percentual de 9,5% face a período homólogo.

Em 2018, e considerando os dados conhecidos até agosto, verifica-se uma tendência de descida, com uma quebra nesses 8 meses de 2,1% (menos 292,5 mil dormidas), o que nos faz acreditar que, mantendo-se até final do ano o desempenho verificado nos meses anteriores, dificilmente conseguiremos ultrapassar os 19 milhões de dormidas registadas no final de 2017.

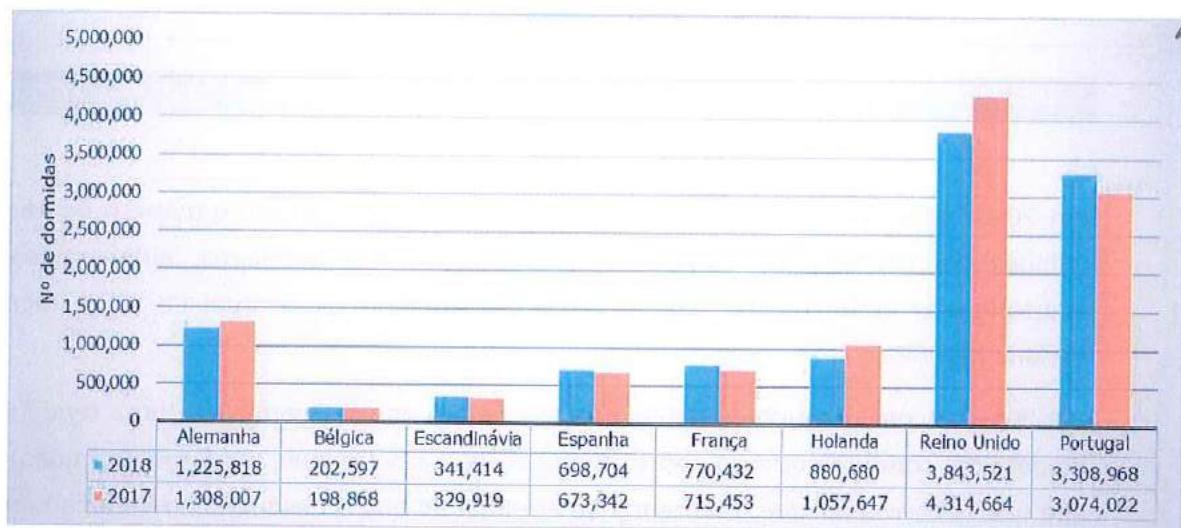


Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 16 – Nº de dormidas na hotelaria global – 2013 a 2018 (estimativa)

Analisando a origem dos turistas que pernoitaram no Algarve (figura 17) verificou-se que, até agosto de 2018 e comparativamente com período homólogo, o mercado nacional teve o maior acréscimo verificado nestes 8 meses, com mais 234,9 mil dormidas (+7,6%), com a França a crescer mais 7,7% (+55,0 mil dormidas).

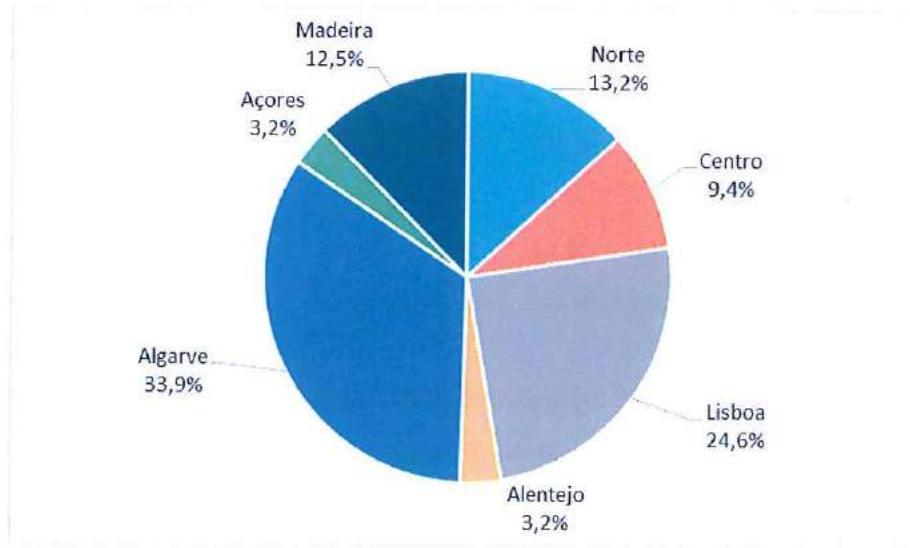
Mas o principal destaque vai para as quebras registadas nas dormidas do Reino Unido, com menos 471,1 mil dormidas (-19,9%), Holanda, com menos 177,0 mil dormidas (-16,7%) e Alemanha, com menos 82,2 mil dormidas (-6,28%).



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 17 – N.º de dormidas na hotelaria global por país de residência até agosto de 2018

Pela análise da figura 18, verifica-se que o Algarve é a região com a maior quota de dormidas de Portugal, com 33,9% do total. Segue-se Lisboa, com 24,6% e Madeira, com 14,1%.



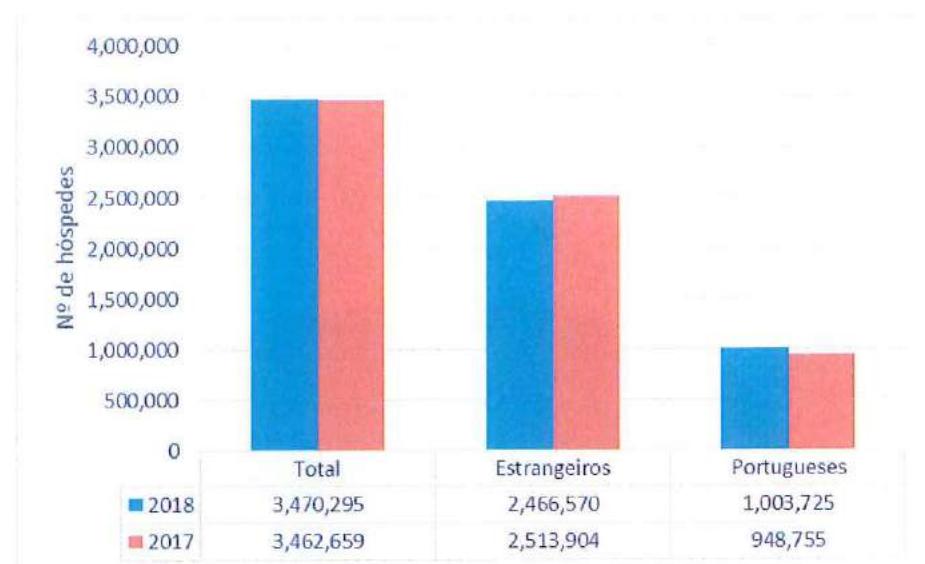
Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 18 - Quota de cada região nas dormidas na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2018

1.2.3. Hóspedes

Em 2017, o número total de hóspedes na hotelaria global situou-se nos 3,9 milhões.

De janeiro a agosto de 2018 registou-se uma tendência de subida residual no número de hóspedes, na ordem dos 0,2%, o que representa mais 7,6 mil hóspedes, dos quais menos 47,3 mil estrangeiros (-1,6%) e uma subida de hóspedes nacionais (+55,0 mil hóspedes /+4,9%).



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 19 - Evolução dos hóspedes na hotelaria global, no Algarve – janeiro a agosto de 2018 e 2017

Analizando o quadro infra, constata-se que os hóspedes estrangeiros representam 74,1% enquanto os nacionais têm uma quota de 25,9% do total.

Quadro 3 – Hóspedes na hotelaria global por país de origem – 1º semestre 2018 e 2017

	1º semestre 2018	2017	Variação	Quota 2018	Quota 2017
Alemanha	153,269	167,101	-8,3%	8,5%	9,3%
Bélgica	24,727	24,278	1,8%	1,4%	1,4%
Escandinávia	43,505	42,539	2,3%	2,4%	2,4%
Espanha	122,479	121,914	0,5%	6,8%	6,8%
França	111,171	94,687	17,4%	6,1%	5,3%
Holanda	89,438	105,388	-15,1%	4,9%	5,9%
Reino Unido	487,134	524,946	-7,2%	26,9%	29,2%
Portugal	470,387	439,739	7,0%	26,0%	24,5%

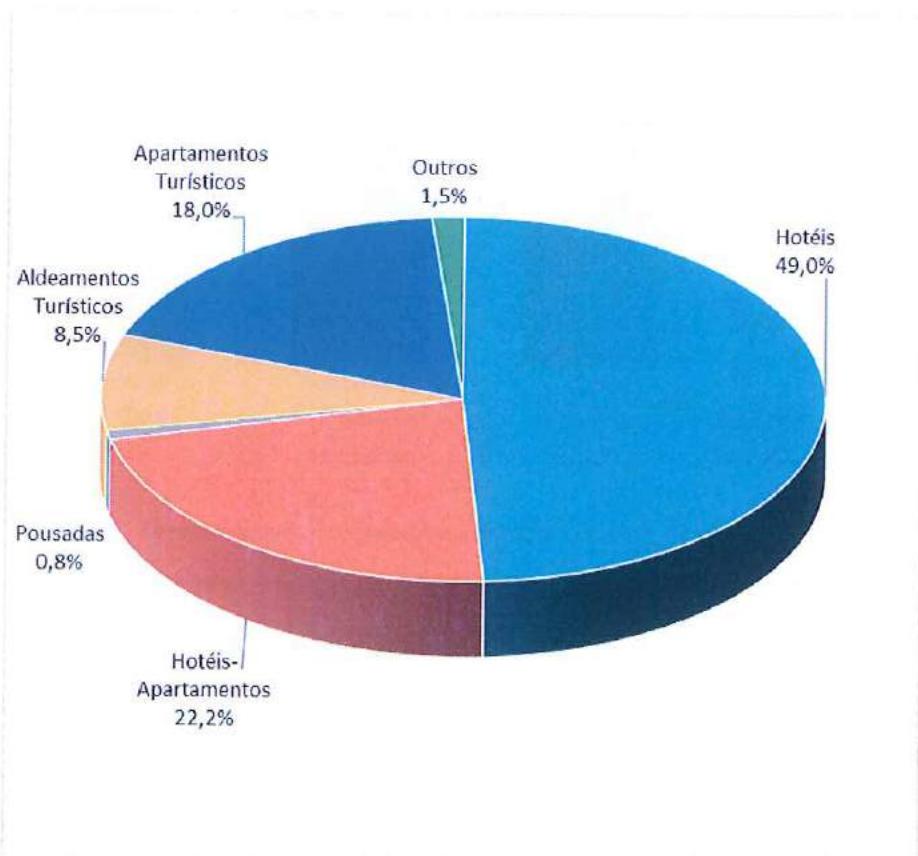
Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

[Handwritten signatures]

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 52,9% do total de hóspedes.

Os mercados que, em termos percentuais, registaram maiores subidas do número de hóspedes, face ao mesmo período de 2017, foram a França (+17,4%) e Portugal (+7,0%) (quadro 3).

Relativamente à distribuição do número de hóspedes por tipologia de alojamento, entre janeiro e junho de 2018, verificou-se uma variação positiva nas tipologias "hotéis" (+3,6%), "hotéis-apartamentos" (+0,9%) e "pousadas" (+4,5%) (figura 20).

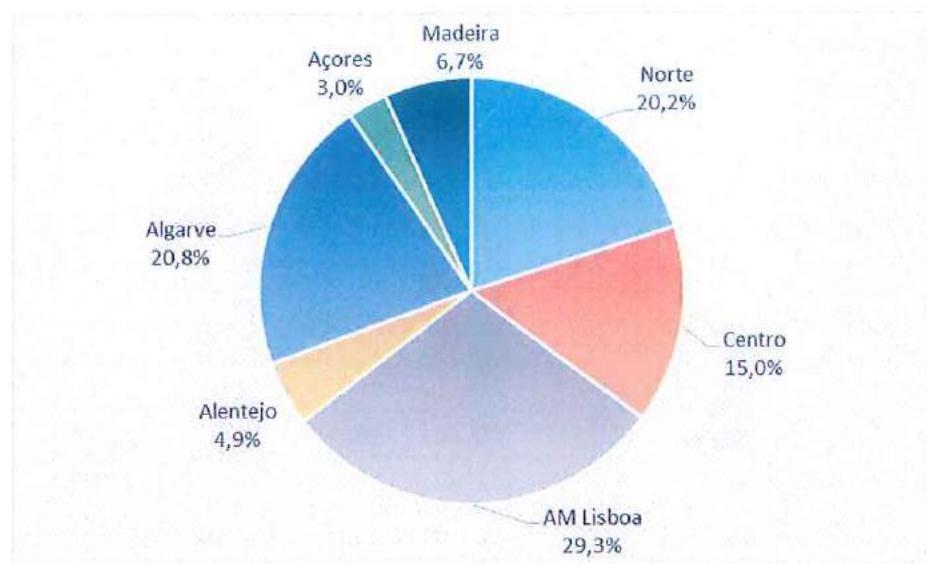


Fonte: Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 20 - Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento 1º semestre de 2018

Fazendo uma análise à distribuição de todos os hóspedes pelo país, no período de janeiro a agosto de 2018, verifica-se que o Algarve é a segunda região que mais hóspedes recebeu (20,8%) depois de Lisboa (29,3%).

J. Azevedo
J. H.
D.A.



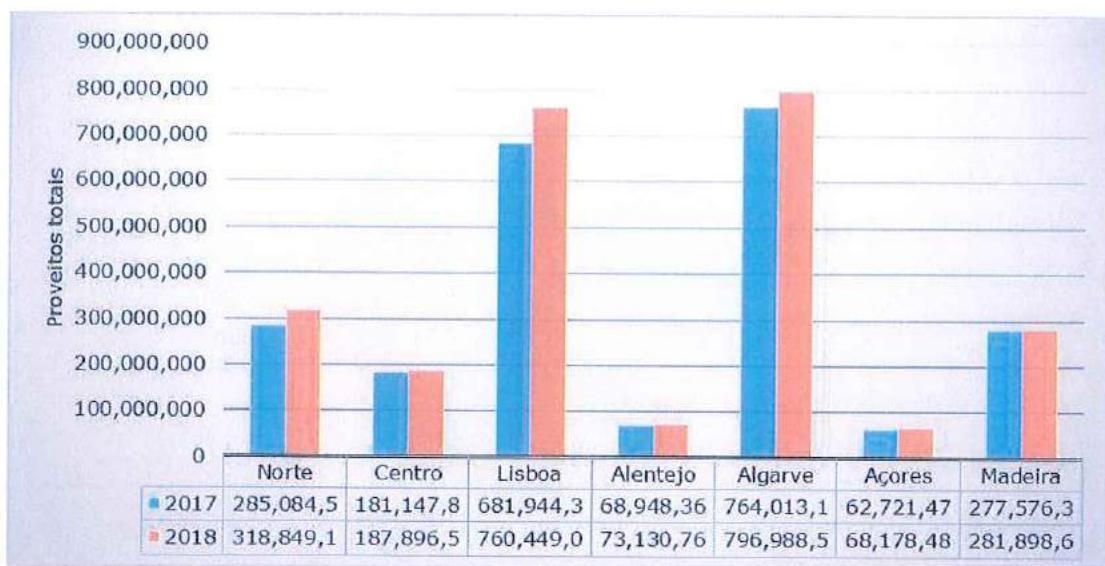
Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 21 - Quota de cada região quanto ao número de hóspedes na hotelaria global, em Portugal, de janeiro a agosto de 2018.

1.2.4. Proveitos

Os proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros do Algarve atingiram, em 2017, a cifra de 1.032,5 milhões de euros, o que se traduz num aumento de 124,1 milhões de euros (+13,7%) comparativamente a 2016. De janeiro a agosto de 2018 os proveitos já ultrapassaram os 797,0 milhões de euros, com um aumento percentual de 4,3%, face a idêntico período de 2017, o que nos permite considerar que estão reunidas as condições para, no final do 2018, ultrapassarmos de novo o resultado obtido em 2017.

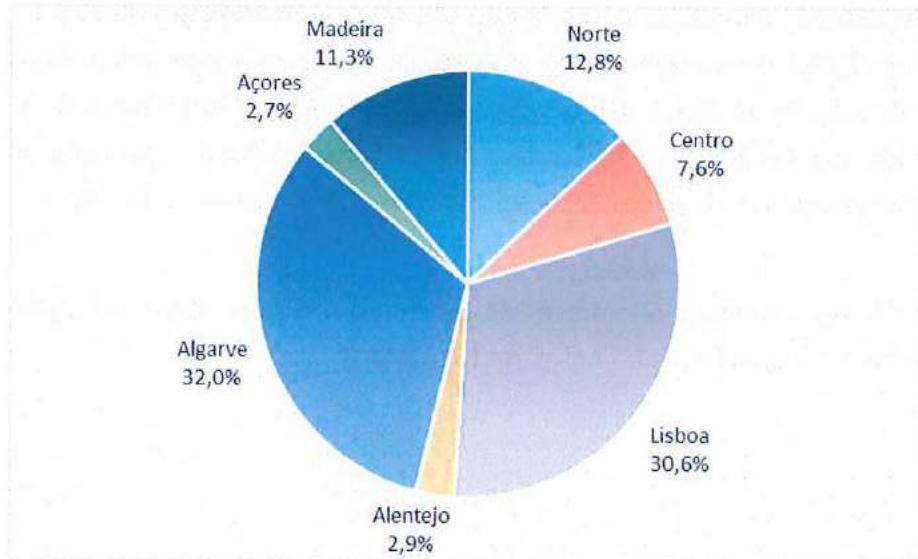
O Algarve, nos primeiros oito meses de 2018, a primeira região do país em termos de volume de proveitos totais na hotelaria (figura 22).



Fonte: TP – Turismo de Portugal; dados tratados

Figura 22 - Proveitos na hotelaria global por regiões - janeiro a agosto - 2018 e 2017

De janeiro a agosto de 2018, o Algarve subiu a sua quota do total nacional de proveitos globais nos estabelecimentos hoteleiros para 32,0%, com Lisboa a registar 30,6% (figura 23).



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

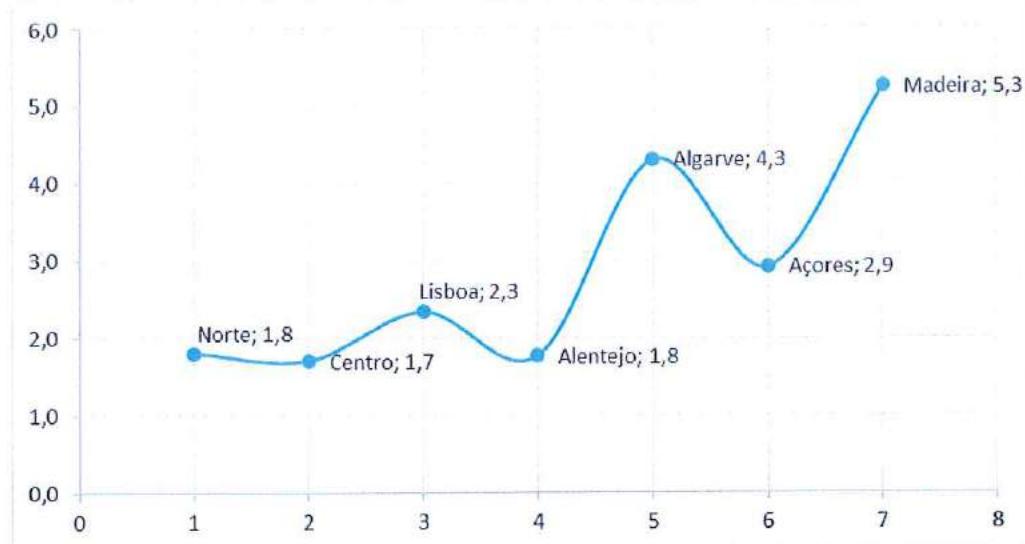
Figura 23 - Quota de cada região nos proveitos globais nos empreendimentos turísticos – janeiro a agosto de 2018

S. Azevedo

1.2.5. Estada média

De janeiro a agosto de 2018, a estada média dos hóspedes na hotelaria global foi de 4,3 noites, sendo a dos estrangeiros de 4,8 noites e a dos nacionais de 3,0 noites.

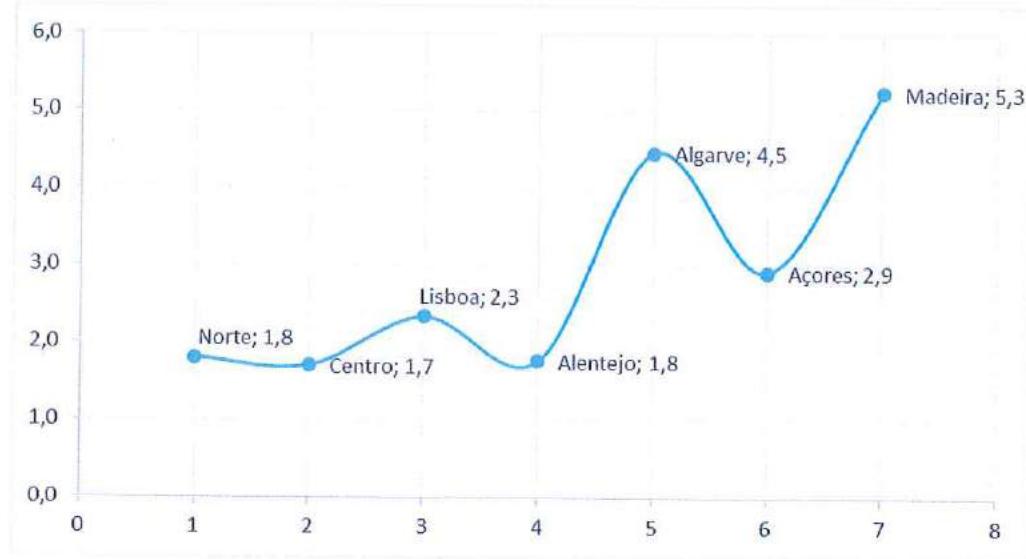
Quanto aos hóspedes estrangeiros, verifica-se uma variação positiva nos escandinavos (+0,25 noites), e, em sentido contrário, os hóspedes provenientes da França (-0,12 noites) e registaram uma queda na sua estada média.



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 24 - Estada média dos hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem de janeiro a agosto de 2018

De janeiro a agosto de 2018 o Algarve é a segunda região do país, logo a seguir à Madeira, com a maior estada média de visitantes estrangeiros, com 4,3 noites de estada média.



Fonte: INE-Instituto Nacional Estatística; dados tratados

Figura 25 - Estada média na hotelaria global, por região turística, de janeiro a agosto de 2018

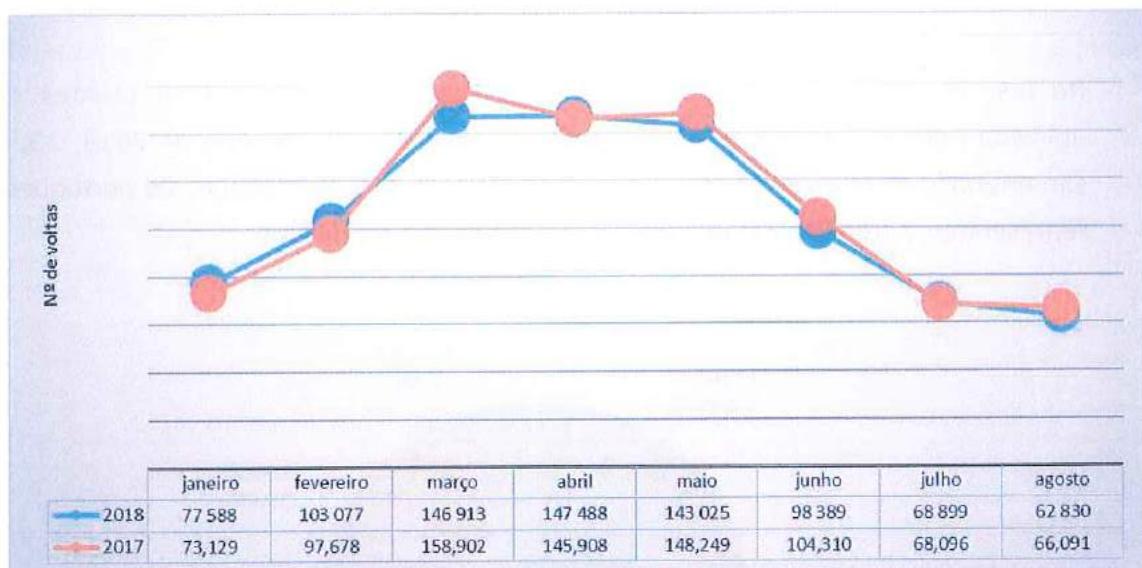
1.2.6. A atividade golfe no Algarve

No período de janeiro a agosto de 2018 o número de voltas de golfe no Algarve cifrou-se em 848,2 mil, com uma diminuição de 1,6% face às 862,4 mil voltas registadas em período homólogo de 2017.

Em termos absolutos, o mês de abril registou o maior número de voltas, com 1 mil (+8,5%), enquanto fevereiro teve o maior aumento em número de voltas (+5,4 mil / +5,5%).

Março (-11,9 mil voltas / -7,5%) é o mês com a quebra mais acentuada, enquanto, em termos absolutos, agosto, com 62,8 mil voltas, é o mês com menor número de voltas.

J. Quer J. S. P.



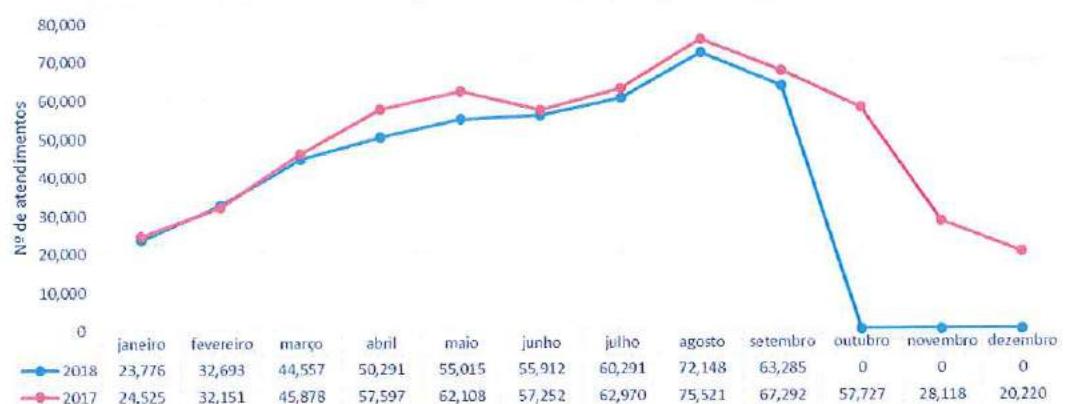
Fonte: Associação do Turismo do Algarve (ATA), 2018

Figura 26 – Nº de voltas nos campos de golfe do Algarve – janeiro a agosto – 2018 e 2017

1.2.7. Postos de turismo

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

O número de atendimentos de turistas nos postos de turismo, no período de janeiro a setembro de 2018, foi de 457 968 contra os 485 294 registados em igual período de 2017, o que representa uma descida percentual de 5,6%.



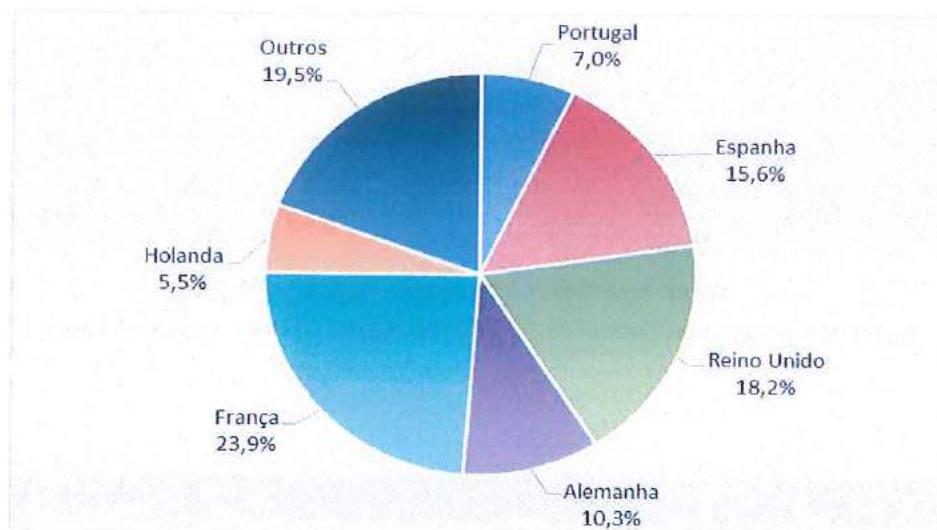
Fonte: Postos de Turismo da RTA - dados tratados

Figura 27 – Atendimento nos postos de turismo – 2018 e 2017

S. Lourenço

RJ

No que se refere ao país de origem, constata-se que, do total de utentes que utilizaram os serviços dos postos de turismo de janeiro a setembro de 2018, 23,9% são oriundos de França, 18,2% do Reino Unido e 15,6% de Espanha. Os portugueses representam 7,0% do total de utilizadores dos postos de turismo.

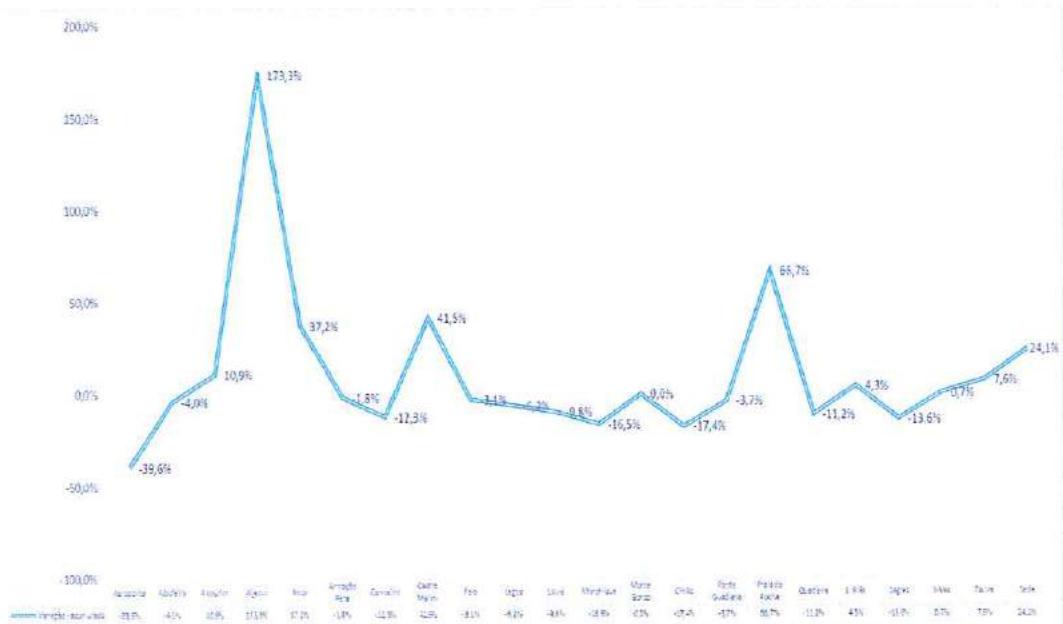


Fonte: Postos de Turismo da RTA - dados tratados

Figura 28 – Quota do atendimento, por país de origem até setembro de 2018

A variação registada nos postos de turismo oscila entre a subida registada no posto de turismo da Praia da Rocha, com mais 11 964 atendimentos (+66,7%) e a quebra verificada no posto de turismo do aeroporto, com menos 27 723 atendimentos (-39,6%).

S. Quer
X
DST



Fonte: Postos de Turismo da RTA - dados tratados

Figura 29 – Variação no atendimento, por posto de turismo, de janeiro a setembro – 2018 vs 2017



2. EIXOS DE ATUAÇÃO

2.1. Planeamento

2.1.1. Fóruns de discussão

Descrição: Ao longo do ano 2019 serão organizados diversos fóruns de discussão subordinados a temas relacionados com o turismo. O objetivo destas iniciativas é promover a troca de conhecimentos, a discussão e a concertação de estratégias relacionados com o desenvolvimento da atividade turística e a sensibilização dos 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 2019.

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

2.1.2. Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve

Descrição: O Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve é um plano alinhado com a estratégia nacional de turismo e inclui, também, uma componente de desenvolvimento regional. Tratando-se de um documento dinâmico, será alvo de atualização e alargamento, devendo promover-se o desenvolvimento de estudos complementares.

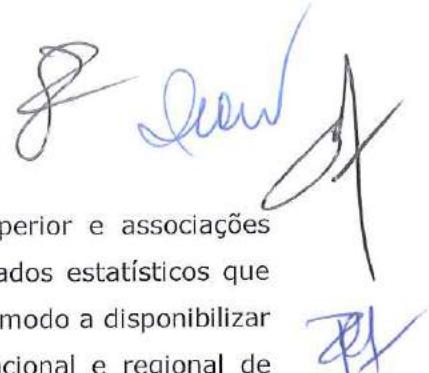
Destinatários: Profissionais do setor turístico público e privado.

Calendarização: 2019.

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

2.1.3. Observatório Turismo Sustentável

Descrição: A RTA desenvolverá esforços visando a criação de um Observatório Regional para o Turismo Sustentável. Trata-se de constituir um instrumento de monitorização e avaliação da sustentabilidade da região, envolvendo entidades



públicas e privadas, entre as quais instituições de ensino superior e associações sectoriais. Importa fazer convergir para este observatório os dados estatísticos que várias entidades já recolhem e de potenciar o seu tratamento de modo a disponibilizar mais e melhor informação para enquadramento da política nacional e regional de turismo, favorecendo a gestão do destino turístico Algarve.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas e privadas.

Calendarização: 2019

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

2.1.4. Cicloturismo e caminhadas - Programa “Cycling & Walking”

Descrição: No âmbito da estruturação do produto turismo de natureza, nas suas vertentes de cicloturismo e caminhadas, a Região de Turismo do Algarve prosseguirá os trabalhos iniciados com vista ao enriquecimento da oferta e da valorização dos recursos e produtos turísticos de modo a implementar no terreno as propostas decorrentes do estudo dinamizado pela ANA Aeroportos.

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

Calendarização: 2019.

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

2.1.5. “Lugares de Globalização” a Património Mundial da UNESCO

Descrição: O Bem “Lugares de Globalização” que a Região de Turismo do Algarve, com a Direção Regional de Cultura do Algarve e os municípios de Vila do Bispo, Lagos, Aljezur e Silves, Tavira e Castro Marim propuseram à Comissão Nacional da UNESCO, visando a sua inclusão na lista indicativa de Portugal ao Património Mundial, foi integrado na mesma em maio 2016.

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 de 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 de Sagres e as Terras do Infante, Lagos e Silves, a candidatura envolve os Açores e a Madeira, Ceuta em Espanha, Alcácer Ceguer em Marrocos, Arguim na Mauritânia (1^a feitoria na costa ocidental que já é Património Mundial) e conta também com a participação da Cidade Velha de Cabo Verde (já reconhecida como Património Mundial).

Conseguido o pré-requisito de integrar a lista indicativa de Portugal, indispensável à candidatura dos "Lugares de Globalização" a Património Mundial, a RTA e os parceiros envolvidos deverão prosseguir, em 2019, os trabalhos conducentes ao aprofundamento dos elementos necessários à justificação do valor universal excepcional do bem e da sua integridade.

Destinatários: Diversos.

Calendarização: Durante o ano 2019.

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

2.1.6. 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.

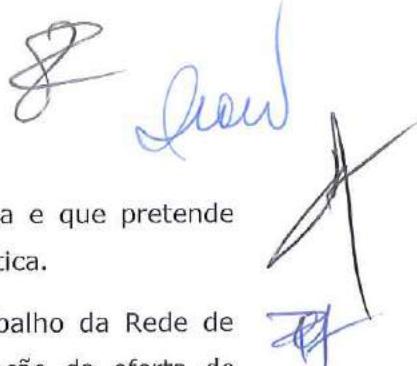
Destinatários: Áreas de serviço de autocaravanismo, parques de campismo e caravanismo, turistas.

Calendarização: 2019

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

2.1.7. 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 2019, 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 2019.

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

2.1.8. Gestão do CDI

Descrição: A RTA dispõe de um Centro de Documentação e Informação com um conjunto de recursos bibliográficos e materiais de apoio aos restantes serviços do organismo bem como a público externo.

Ao longo de 2019 procederá ao enriquecimento do seu fundo documental, atualizando-o através da **aquisição de bibliografia** especializada na área do turismo, a qual tratará integrando-a no **catálogo**, suportado por **aplicação de gestão documental** apropriada e disponível em linha, de modo a responder eficazmente às necessidades documentais dos utilizadores internos e externos do serviço.

Proceder-se-á igualmente à difusão regular da documentação disponível, através da edição bimestral de um **boletim bibliográfico**.

Destinatários: Utentes do CDI.

Calendarização: Ao longo do ano.

PMETA/Plano de Ação: NA.

2.1.9. 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 subcomissões 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 2019.



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

2.1.10. Gabinete de Apoio ao Investidor

Descrição: A RTA continuará a manter em funcionamento um serviço de apoio ao investidor, com atendimento presencial e/ou à distância, por telefone. Trata-se de um serviço especializado, de prestação de informação aos atuais e/ou potenciais investidores e empresários sobre os mais diversos aspetos relacionados com a atividade turística.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, potenciais investidores.

Calendarização: 2019.

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

2.1.11. 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.

A RTA pretende promover intervenções visando a acessibilidade dos seus próprios produtos e serviços, nomeadamente na adaptação dos seus suportes de informação e dos seus postos de turismo, no âmbito de eventuais linhas de apoio que venham a estar disponíveis.

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

Calendarização: 2019.

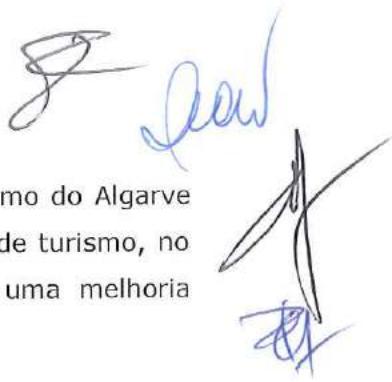
Nota: Aguarda enquadramento no CRESC 2020 ou outros programas de financiamento

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

2.2. Gestão da qualidade

2.2.1. 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 9001:2015, na perspetiva da obtenção de uma melhoria qualitativa dos serviços prestados pelos mesmos.

Esse Sistema de Gestão da Qualidade está certificado desde 2014, encontrando-se já num segundo ciclo de certificação, devendo ocorrer em 2019 mais uma auditoria de acompanhamento do SGQ para sua manutenção.

Destinatários: Utentes dos postos de turismo.

Calendarização: 2019.

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

2.3. Comunicação e Imagem

2.3.1. Campanha de comunicação multimeios - Espanha

Descrição: Campanha de comunicação multimeios, em Espanha, com o objetivo de incentivar a deslocação em férias ao Algarve.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.3.2. Marketing digital

Descrição: A RTA continuará, em 2019, a reforçar a sua presença nos meios *online*, tendo como principal objetivo aumentar a notoriedade do destino turístico Algarve.

Será ainda dada continuidade à implementação da app “**Rota Omíada**”, destinada à divulgação dos monumentos existentes no Algarve que integram a Rota Omíada; app “**Eventos algarve**”, destinada à divulgação exclusiva dos eventos que decorrem na região; e app “**Roteiro Cultural**”, aplicação móvel que integra todos 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.

De igual modo, prosseguirá a gestão do **portal promocional** do Algarve – www.visitalgarve.pt, com atualização regular de conteúdo e adaptado também a dispositivos móveis, integrando uma funcionalidade de *travel planner* e um **CRM** (*Customer Relationship Management*), que permite a disponibilização de serviços digitais direcionados para todos os cidadãos (residentes e turistas) e empresas do setor turístico do Algarve. A par do portal promocional, será igualmente dada continuidade à gestão do **portal institucional** www.turismodoalgarve.pt.

Para além dos sites internet, serão utilizados também outros meios digitais para reforçar a visibilidade e acessibilidade da informação sobre o destino.

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

Calendarização: 2019.

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

2.3.3. 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.

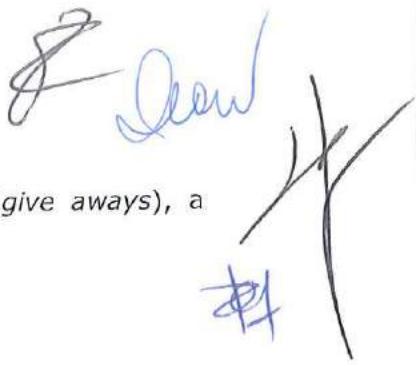
Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2019.

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

2.3.4. Imagem Algarve

Descrição: Com vista ao aumento da notoriedade da imagem turística do Algarve serão levadas a cabo, ao longo do ano e associadas a momentos de efemérides ou eventos de promoção e animação do destino, inserções publicitárias em diversos



meios. Serão igualmente produzidos diversos artigos para oferta (*give aways*), a utilizar nas ações e feiras promovidas e/ou apoiadas pela RTA.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2019.

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

2.3.5. 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 2019.

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

2.3.6. 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, Cataplana Algarvia – Tradições e Recriações, etc.).

Serão ainda editadas novas publicações, para apoio às ações promocionais a desenvolver em Portugal e Espanha, nomeadamente um Guia de Percursos Pedestres e um Guia de Turismo de Natureza Júnior, ambos integrados no projeto "Algarve Natural". No âmbito da candidatura do projeto "Algarve Cooking Vacations" serão editados um Guia de Vinhos e um Livro de Receitas.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2019.

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



2.3.7. Merchandising

Descrição: Deverão ser reeditadas publicações já existentes e poderão ser adquiridos novos artigos para venda nos Postos de Turismo, tendo como objetivo aumentar o nível de vendas em 2019.

Destinatários: Consumidor final.

Calendarização: Entre janeiro e dezembro 2019.

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

2.4. Promoção e Animação

2.4.1. Bolsa de Turismo de Lisboa

Descrição: A Região de Turismo do Algarve participará, em março 2019, na BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa, 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.

Será utilizado o stand adquirido em 2018, integrando módulos de destino e de negócios, especialmente destinados à participação das câmaras municipais e das empresas do setor turístico algarvio.

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: março 2019

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.2. Incentivo Algarve

Descrição: Será organizada uma visita educacional ao Algarve destinada a agentes de viagens. O objetivo é premiar as agências de viagens que efetuaram mais reservas de alojamento no corrente ano, oferecendo-lhes a possibilidade de participarem num programa especial de três dias na Região.

Destinatários: Agentes de viagens.

Calendarização: 2019 (data a definir).



PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.3. Fam-trips – Portugal e Espanha

Descrição: Ao longo de 2019, serão organizadas e apoiadas visitas de familiarização de operadores turísticos e agentes de viagens nacionais e espanhóis, para lhes dar a conhecer a oferta turística da região. 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: Profissionais do setor, comunicação social, entidades oficiais, líderes de opinião.

Calendarização: ao longo de 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.4. Mundo Abreu – Feira de verão - Lisboa

Descrição: Trata-se de uma das maiores feiras de viagens de venda direta ao público que se realiza na Europa, destinada ao público consumidor português, com entrada gratuita.

A RTA participará nesta feira com um stand integrado num espaço ALGARVE, em que estarão também empresas algarvias (unidades hoteleiras) para promover o destino e as ofertas da região, com o objetivo de fomentar o *early booking* a preços competitivos e aumentar o número de reservas/vendas.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: abril 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.5. Expo Abreu – Feira de inverno - Lisboa

Descrição: Trata-se da 6ª edição da Expo Abreu – Mercado de Viagens de Inverno-2018, organizada pelo operador turístico Viagens Abreu onde o Algarve terá um *stand* próprio, juntamente com as unidades de alojamento inscritas no certame, para promover o destino e as ofertas da região.

O objetivo é aumentar as vendas para a época baixa, procurando atenuar a sazonalidade da procura turística.

Destinatários: Público em geral.

[Handwritten signatures in blue ink: a stylized 'S' and 'J' above a large 'X', and a signature starting with 'R' below them.]

Calendarização: novembro 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção

2.4.6. FITUR – Madrid - Espanha

Descrição: Trata-se da principal e maior feira de turismo espanhola, destinada aos profissionais do setor nos dois primeiros dias e ao público em geral nos três restantes.

O Algarve participará na FITUR, com um módulo de destino integrado no stand nacional do Turismo de Portugal, para prestar informação turística aos visitantes e estabelecer contactos com as agências de viagens, operadores turísticos, e demais *players* da indústria turística durante o evento.

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

Calendarização: janeiro 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.7. INTUR - Valladolid - Espanha

Descrição: A RTA irá participar na INTUR – *Feria Internacional de Turismo de Interior*, um certame destinado a profissionais do setor e ao grande público que recebe anualmente mais de 44 mil vistantes.

Natureza, gastronomia e vinhos e cultura são os grandes eixos temáticos desta feira de turismo na qual a RTA irá estar presente pela primeira vez.

Destinatários: Profissionais e público em geral.

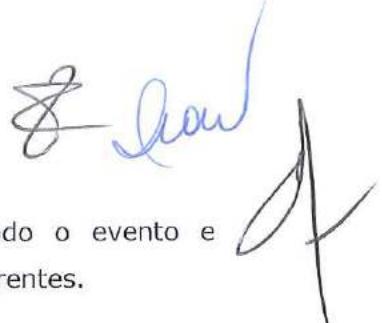
Calendarização: novembro 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.8. Algarve Nature Week

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 2019, a sua 5ª edição.

Durante o evento, 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.

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: abril/maio 2019.

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

2.4.9. 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.

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

Calendarização: 2019.

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

2.4.10. 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 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.4.11. Dieta Mediterrânea

Descrição: A RTA irá prosseguir com a realização de ações de divulgação e promoção da dieta mediterrânica. Nesse âmbito, participará em diversos projetos:

- Integrará a comissão organizadora da **7ª edição da Feira da Dieta Mediterrânea**, 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;
- Continuará a participar na **Comissão da Dieta Mediterrânea** e a colaborar no Plano de Salvaguarda do Património Cultural e Imaterial da DM;
- Integrará o projeto **Património Cultural – Dieta Mediterrânea**, no âmbito de candidatura aprovada ao CRESC Algarve 2020, com ações de divulgação da dieta mediterrânica, nomeadamente com a produção de materiais informativos e visitas de familiarização;
- Acompanhará, enquanto parceiro associado, o **projeto Medfest – MED culinary heritage experiences: drivers of sustainable development and tourism**, que a associação In Loco, representando Portugal, está desenvolvendo em parceria com entidades de mais sete países (Eslovénia, Croácia, França, Espanha, Grécia e Chipre), visando a criação de estratégias de turismo sustentável no âmbito da gastronomia tradicional, envolvendo experiências culinárias em zonas rurais de modo promover novos destinos sustentáveis na área do Mediterrâneo, reduzindo a sazonalidade, salvaguardando o património culinário, os produtos e saberes locais. Em 2019, está previsto realizar-se no Algarve a reunião de encerramento do projeto, com a participação de todos os parceiros internacionais.

Destinatários: Público em geral.

Calendarização: 2019

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

2.4.12. 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: 2019.

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

2.4.13. 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*.

2.4.14. Apoio a Associações do setor turístico

Descrição: A RTA apoiará diversas associações ligadas à atividade turística.

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

Calendarização: Todo o ano.

PMETA/Plano de Ação: NA.

2.4.15. 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 TP/RTA/ARPT Algarve.

Destinatários: ATA.

Calendarização: 2019

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.5. Informação Turística

2.5.1. 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

S. Jau

merchandising com marca Algarve, tendo como objetivo aumentar o nível de vendas em 2019.

Destinatários: Turistas.

Calendarização: Janeiro – dezembro 2019.

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

2.6. Relações Externas

2.6.1. 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 2019.

PMETA/Plano de Ação: NA.

2.6.2. 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 2019.

PMETA/Plano de Ação: NA.

*S
Ana J*

PL

2.6.3. Press e Blog Trips

Descrição: As visitas de jornalistas e *bloggers* ao Algarve aumentam a sensibilidade do profissional de comunicação social face ao destino turístico e à ação da entidade regional, enquanto originam peças jornalísticas que levarão o bom nome da região e da instituição 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 ou blogue em que são emitidas ou publicadas).

Em 2019, a RTA deverá realizar *press trips* no âmbito de determinados produtos turísticos e das ações de promoção programadas, por convite dirigido a jornalistas ou *bloggers* nacionais e espanhóis.

Ainda neste domínio, pretende-se apoiar *press trips* ao Algarve de **jornalistas ou bloggers independentes** de meios de Portugal e de Espanha, após avaliação dos pedidos de apoio recebidos.

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

Calendarização: ao longo do ano 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.6.4. 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 2019.

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.6.5. 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: 2019.


PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.6.6. Ações de Comunicação

Descrição: Desenvolvimento de ações de comunicação complementares de forma a 1) promover a notoriedade da marca Algarve com a contratação de influenciadores de opinião para criação de conteúdos originais sobre o destino, 2) aumentar a audiência, gerar o envolvimento e alargar o *target* das redes sociais da entidade, através do investimento em publicidade nas páginas de FB e Instagram VisitAlgarve, 3) destacar o Algarve de outros destinos nacionais e atrair visitantes, apostando na aquisição de novas imagens e vídeos que cativem o consumidor final para a região.

Destinatários: Bloggers, vloggers, público em geral

Calendarização: Janeiro a dezembro de 2019

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.

2.7. PROJETOS INTEGRADOS EM CANDIDATURAS PREVISTAS, SUBMETIDAS, APROVADAS E TRANSVERSAIS A DIVERSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO DA RTA

2.7.1. Cicloturismo - Projeto *Atlantic on bike*

Descrição: A estruturação do produto Turismo de Natureza, na componente do cicloturismo continuará a ser realizada, a par de outras ações, pela parceria estabelecida entre entidades regionais, nacionais e internacionais, para desenvolvimento do projeto "Atlantic on bike - Eurovelo 1".

O "Atlantic on Bike" é um projeto internacional que pretende transformar a rota europeia, que se desenvolve ao longo de mais de 9 mil quilómetros, num recurso turístico de excelência.

O projeto que inclui parceiros dos 6 países que integram a rota ciclável Eurovelo 1 (Noruega, Irlanda, Reino Unido, França, Espanha e Portugal) tem uma duração prevista de 36 meses, tendo a sua conclusão prevista para maio de 2020. O orçamento global é de 4,8 milhões de euros e é co-financiado, em 75%, pelo Programa Interreg – Espaço Atlântico (2014-2020). Os parceiros portugueses são a Região de Turismo do Algarve (RTA) e a Comunidade Intermunicipal do Algarve

F. J. A. J.

(AMAL) que contam com um orçamento individual de 175 mil euros. O seu Objetivo geral é alcançar benefícios resultantes da implementação de uma estratégia transnacional de cicloturismo, baseada no património natural e cultural da Eurovelo 1, desenvolvendo um projeto europeu economicamente sustentável, amigo do ambiente, inovador e inclusivo. Para o atingir, serão desenvolvidas diversas ações como:

- Definição da situação atual, perfil do cicloturista e avaliação do potencial da região para o cicloturismo;
- Melhoria 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: durante o ano 2019.

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

2.7.2. Projeto "Algarve Cooking Vacations"

Descrição: No âmbito do desenvolvimento e promoção do produto turismo cultural, nomeadamente do turismo gastronómico, a RTA integra o projeto "Algarve Cooking Vacations", com os parceiros Tertúlia Algarvia (líder do projeto) e Associação Turismo do Algarve, numa candidatura a financiamento do CRESC Algarve 2020.

O objetivo central deste projeto é o de afirmar o Algarve como destino de excelência para programas de aprendizagem culinária e enológica, através da criação de rotas e pacotes turísticos para o efeito.

Estão previstas várias atividades, entre as quais:

- Estudo sobre tendências, oportunidades, perfil do turista, análise da cadeia de valor, *benchmarking* da oferta nacional, europeia e mundial no que se refere a turismo culinário e enológico;
- Desenvolvimento de programas/rotas de férias culinárias e enológicas;
- Realização de *workshops* temáticos;

- Edição de livros de gastronomia e de vinhos do Algarve;
- Campanhas de marketing e promoção nacional e internacional.

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

Calendarização: 2019

Nota: Trata-se de candidatura já aprovada ao CRESC Algarve 2020.

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

2.7.3. Algarve Natural – valorização e promoção do património natural do Algarve

Descrição: No âmbito da estruturação do produto turismo de natureza, a Região de Turismo do Algarve prosseguirá as ações previstas no âmbito do projeto “Algarve Natural – promoção e valorização do património natural da região do Algarve”.

Entre essas ações estão a produção de materiais de apoio e publicações como o Guia Turismo de Natureza Júnior e o Guia de Percursos Pedestres.

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

Calendarização: 2019.

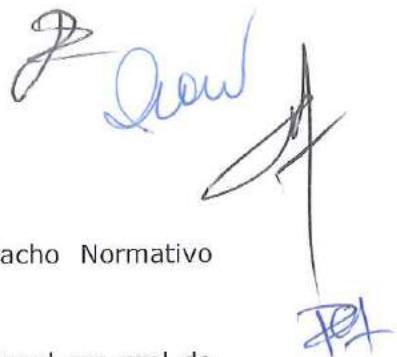
Nota: Trata-se de candidatura já aprovada ao CRESC Algarve 2020.

PMETA/Plano de Ação: G-3(V) Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de Natureza e B-1; B-3; Desenvolvimento de uma cultura regional em prol do turismo – Ações de sensibilização.

2.7.4. Projeto Para um Algarve + Verde

Descrição: A noção de que o sucesso do destino não depende unicamente do investimento em promoção, devendo também ser considerados a valorização do património natural, esforço de requalificação e percepção de sustentabilidade por parte dos diversos *stakeholders*, tem levado a RTA a empreender, num esforço de sensibilização e capacitação de residentes e profissionais do setor do turismo, várias ações no sentido de se criar e fortalecer uma cultura de turismo na região.

Este projeto dará continuidade a diversas iniciativas, já desenvolvidas por esta entidade regional, contemplando campanhas de sensibilização, ações de capacitação para alojamento, suportes informativos, entre outras.



Calendarização: 2019 (projeto termina em 2020)

Nota: Trata-se de candidatura a submeter no âmbito do Despacho Normativo 18/2017, de 24 de outubro.

PMETA/Plano de Ação: B-1 Desenvolvimento de uma cultura regional em prol do turismo.

2.7.5. Projeto Património Cultural – Dieta Mediterrânea

Descrição: No âmbito do desenvolvimento do produto turismo cultural, nomeadamente do turismo gastronómico, com incidência particular na Dieta Mediterrânea, a RTA integrou uma candidatura ao CRESC Algarve 2020, com outros parceiros regionais, no âmbito do aviso ALG-14-2016-08 – Património Cultural.

O objetivo é a implementação de ações no âmbito do Plano de Salvaguarda do Património Cultural e Imaterial da Dieta Mediterrânea.

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

Calendarização: 2019

Nota: Trata-se de candidatura já aprovada ao CRESC Algarve 2020.

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

2.7.6. Projeto *Odyssea Blue Heritage 2020*

Descrição: No âmbito do desenvolvimento e promoção do turismo cultural, a RTA integra o projeto “*Odyssea Blue Heritage 2020* - Desenvolvimento de um modelo comum de ecoturismo baseado na capitalização das boas práticas europeias para a valorização do potencial económico e o uso sustentável do património cultural e natural dos territórios costeiros, marítimos e rurais”.

Trata-se de um projeto de cooperação transfronteiriça, candidatado ao comunitário INTERREG V – Espanha e Portugal – POCTEP, que tem como parceiros a Camara de Comercio de Sevilla, a Diputación de Huelva, as Câmaras Municipais de Faro, Lagos, Vila do Bispo e a Região de Turismo do Algarve.

O objetivo deste Projeto é posicionar as cidades portuárias costeiras como portas de acesso do território e elementos dinamizadores socioeconómicos que valorizam e integram a história, a cultura, os produtos locais e a identidade local com um modelo/referencial comum transfronteiriço, permitindo dinamizar os recursos



históricos, culturais e naturais do espaço de cooperação transfronteiriço, com produtos atrativos e sustentáveis, que proporcionem experiências personalizadas e únicas.

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

Calendarização: 2019.

Nota: Trata-se de candidatura aprovada no âmbito do POCTEP

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

2.7.7. Fomento da eficiência energética no edifício sede

Descrição: As questões relacionadas com a eficiência energética das suas instalações continuarão a ser prioritárias para a Região de Turismo do Algarve. A par do investimento contínuo na reposição e melhoria da sua infraestrutura, é ainda intenção desta entidade apresentar candidatura para obtenção de fundos comunitários que lhe permita robustecer a aquisição ou renovação de equipamentos relacionados com a possibilidade de reduzir os consumos energéticos (iluminação, climatização e Sistema de Gestão Técnica Centralizada – SGTC).

Destinatários: Colaboradores da RTA, agentes do setor, entidades públicas, turistas e residentes.

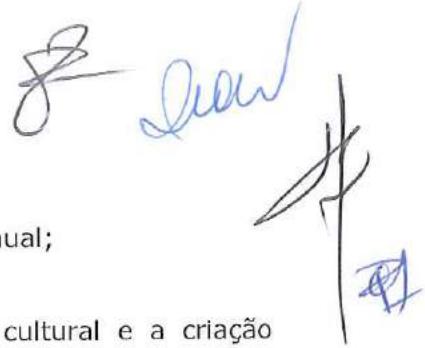
Calendarização: 2019

Nota: Aguarda enquadramento no CRESC 2020

PMETA/Plano de Ação: NA

2.7.8. Programa cultural “365 Algarve”

Descrição: O programa 365 Algarve nasce de uma parceria entre a Secretaria de Estado da Cultura e a Secretaria de Estado do Turismo, através do Turismo de Portugal e com execução pela Região de Turismo do Algarve, em colaboração com a Associação Turismo do Algarve, os municípios e os agentes culturais da região. 365 Algarve é uma proposta de intervenção e qualificação do território, materializada através de um programa cultural para desenvolver a competitividade do destino todo o ano, apostando na sua matriz identitária e criativa. Partindo da identidade da região, para construir uma simbiose perfeita entre território, comunidades, conhecimento, património, inovação, criação contemporânea, experiência e imersão.



O programa 365 Algarve tem como objetivos:

- Dar vida à região através de uma programação cultural anual;
- Reforçar a Identidade cultural do território;
- Valorizar, qualificar, diferenciar e diversificar a oferta cultural e a criação artística como complemento aos produtos turísticos sol & mar, golfe e negócios;
- Construir um produto cultural consistente para estimular a procura do destino;
- Melhorar a experiência turística e a percepção internacional do destino integrando-lhe uma forte componente cultural;
- Construir uma oferta cultural nacional e internacional de relevância turística todo o ano;
- Construir um projeto estruturante e sustentável.

Os eixos condutores para a construção do programa 365 Algarve são: a coesão territorial, a abrangência temática e artística e a abrangência temporal definida de 8 meses.

Este programa aposta nas épocas média e baixa da região, e para a terceira edição do 365 Algarve, a iniciar em outubro de 2018 e que se prolonga até maio de 2019, estão programadas, por todo o território algarvio, apresentações de música, dança, teatro, exposições, animação de património, cinema, circo, gastronomia, entre outras.

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

Calendarização: até maio de 2019.

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

2.7.9. Algarve Eventos Âncora de Turismo de Natureza - Valorizar

Descrição: No âmbito do programa Valorizar, está em vigor a Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior que se destina a projetos e iniciativas que concorram para o desenvolvimento do interior e para a coesão nacional. Uma das componentes previstas é o desenvolvimento de calendários de eventos com potencial turístico e com impacto internacional realizados nos territórios do interior.

Neste sentido, pretende-se, mais uma vez, candidatar como parte integrante do calendário da RTA os seguintes eventos:

- 45ª Volta ao Algarve em Bicicleta;
- 7º Algarve Bike Challenge;

- 2º Algarve Walking Season;
- 10º Festival de Observação de Aves de Sagres;
- 3ª Algarviana Ultra trail



O presente projeto visa promover o turismo de natureza e atenuar a sazonalidade da atividade turística, com eventos que se realizam fora da época balnear.

Destinatários: Entidades públicas e privadas, turistas e residentes

Calendarização: 2019

Nota: Projeto a candidatar ao Programa Valorizar do Turismo de Portugal

PMETA/Plano de Ação: G3 – Enriquecimento da oferta – Valorização dos recursos/produtos – Turismo de natureza.

2.7.10. Internacionalização do destino Algarve

Descrição: A RTA pretende desenvolver um projeto de internacionalização do destino turístico Algarve em Espanha através da implementação de ações de promoção, com incidência nos principais produtos turísticos identificados no Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve.

Pretende-se com este projeto reforçar a notoriedade da marca Algarve no mercado espanhol e reforçar a promoção, de uma forma conjunta com diversos parceiros e trade turístico regional, de produtos considerados estratégicos para a região, com uma forte aposta em produtos complementares e em desenvolvimento, que permitam atenuar a sazonalidade, como o turismo de natureza, saúde, golfe e náutica.

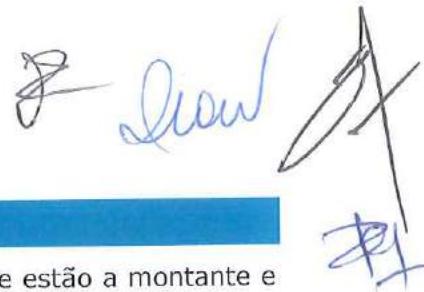
O incremento da competitividade das empresas do setor turístico regional, bem como o aumento dos fluxos turísticos para a região, com expectável impacto nos principais indicadores turísticos (dormidas, hóspedes, receitas e taxas de ocupação), são outros dos objetivos almejados.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, turistas.

Calendarização: 2019

Nota: Projeto ao CRESC Algarve 2020 (SIAC- Sistema de Apoio a Ações Coletivas – Internacionalização).

PMETA/Plano de Ação: F-1 Promoção.



2.7.11. Projeto "Algarve by Choice"

Descrição: A RTA, agindo enquanto facilitador de dinâmicas que estão a montante e a jusante do turismo, pretende desenvolver um projeto que concorra para a dinamização da economia local e regional, expresso num conjunto diversificado de iniciativas a realizar nos 16 concelhos algarvios.

Em parceria com cada município do Algarve, pretende-se conhecer e dar a conhecer os espaços/equipamentos passíveis de serem colocados no mercado, para exploração turística, através de um programa diversificado, abrangente e interativo, contribuindo desta forma para enaltecer a identidade e dinâmica de cada concelho.

Inventariar equipamentos, identificar novos projetos, divulgar as potencialidades do território, promover apresentações da oferta e de soluções de financiamento, produzir um guia digital do investidor no Algarve, são as ações previstas no âmbito deste projeto.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, potenciais investidores.

Calendarização: 2019.

Nota: Projeto a candidatar ao CRESC Algarve 2020.

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

2.7.12. Projeto Turismo Criativo

Descrição: Visando responder às atuais tendências na procura de experiências culturais e inovadoras em que os visitantes se podem envolver, participando em atividades de aprendizagem de saberes tradicionais do destino, a RTA, em colaboração com agentes do setor, irá desenvolver projetos centrados no denominado turismo criativo, que se apresenta com forte potencial para contribuir para o reforço da identidade cultural da região algarvia e para a diversificação da atividade turística regional.

Destinatários: Agentes do setor, entidades públicas, turistas.

Calendarização: 2019.

Nota: Projeto a candidatar ao CRESC Algarve 2020.

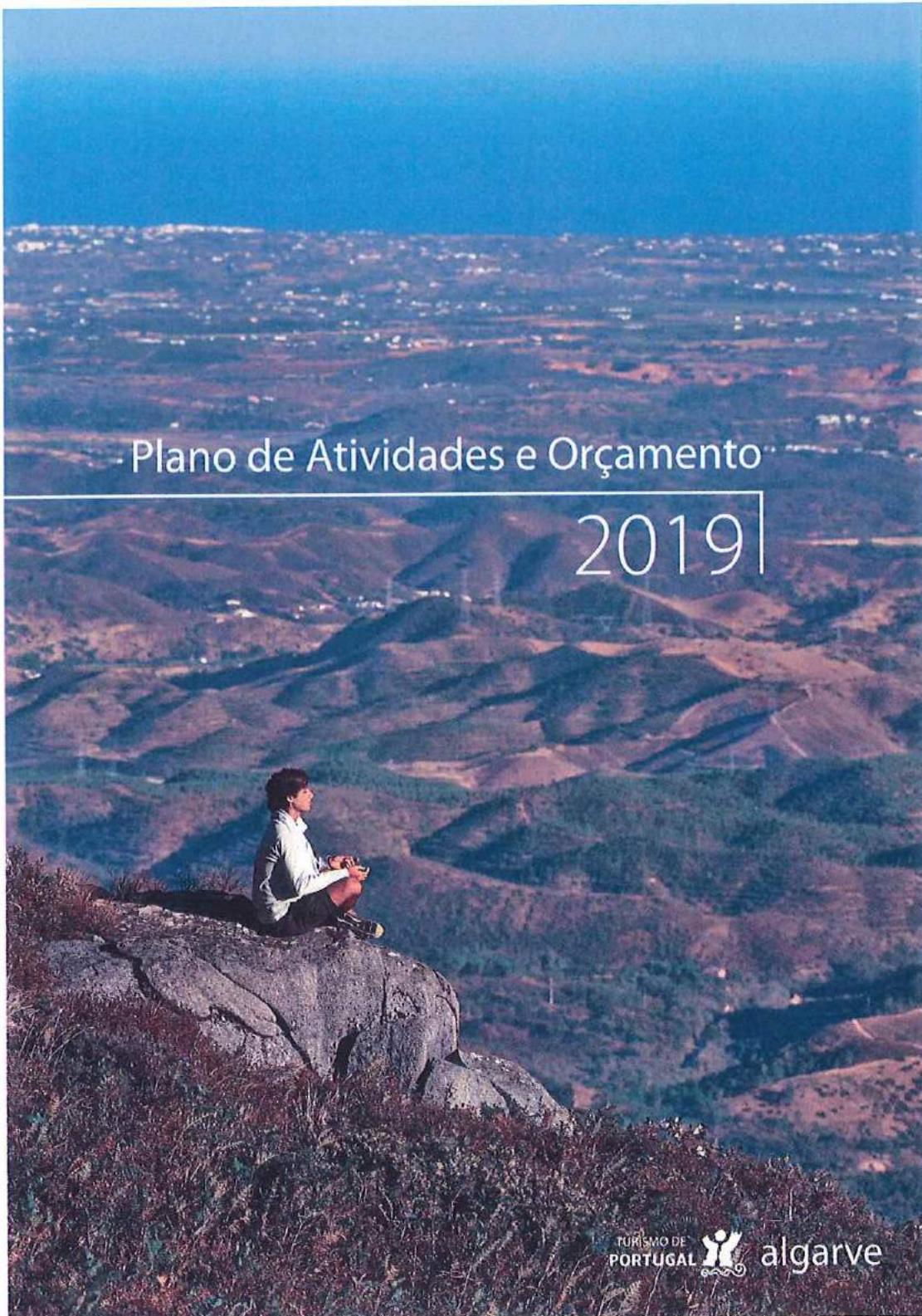
PMETA/Plano de Ação: G-Enriquecimento da Oferta – Valorização de Recursos/produtos (V- gastronomia e vinhos; VI-touring)

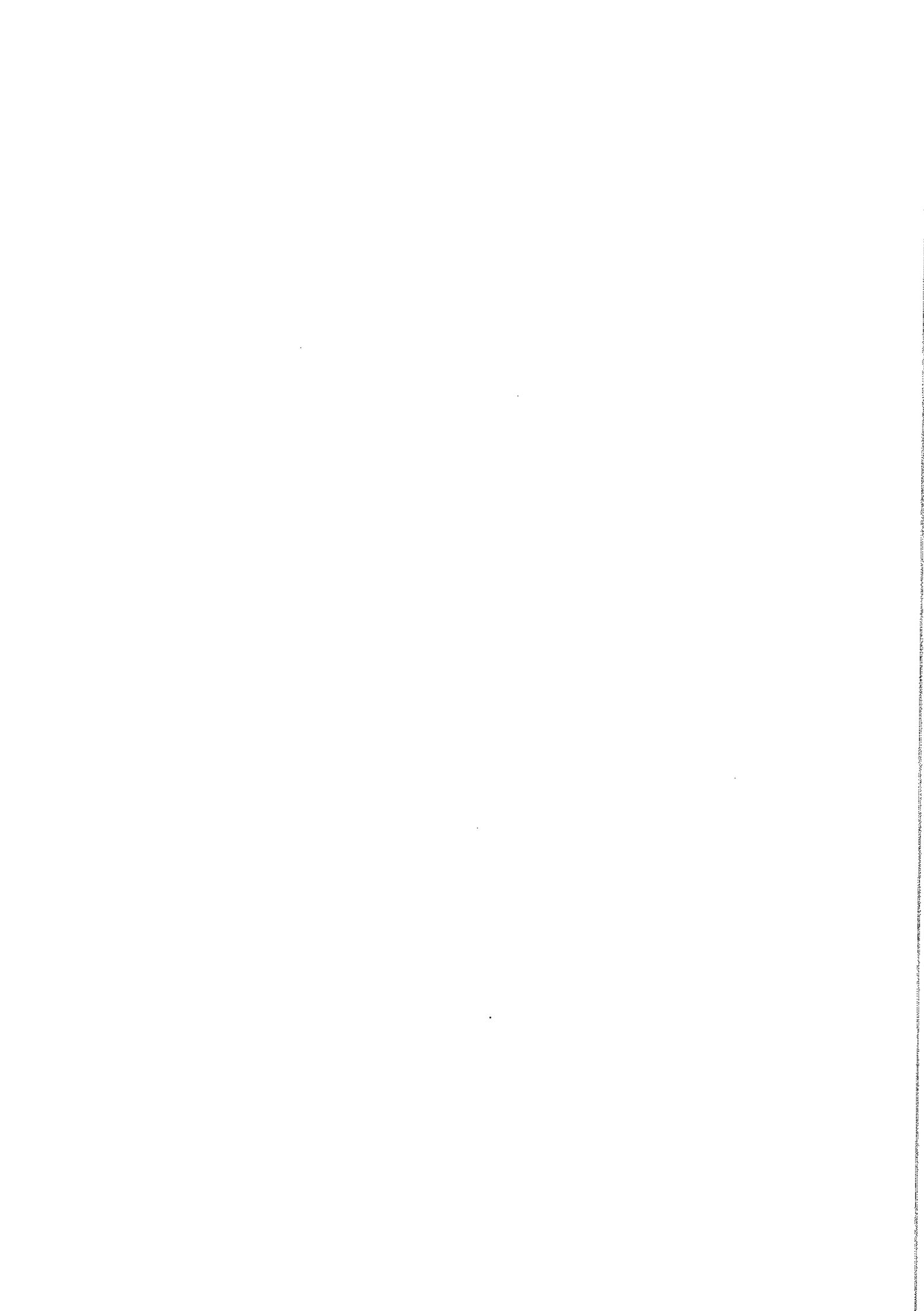
3. SÍNTSE DE INVESTIMENTO

ATIVIDADES COM DESPESA ASSOCIADA		
	2.1. Planeamento	versão atual 47.250 €
2.1.1. Foruns de discussão		5.000 €
2.1.2. Plano de Marketing Estratégico p/o Turismo do Algarve		15.000 €
2.1.3. Observatório Turismo Sustentável		5.000 €
2.1.4. Cicloturismo e caminhadas - Projeto "Cycling & Walking"		5.000 €
2.1.5. "Lugares de Globalização" a Património Mundial da UNESCO		5.000 €
2.1.6. RAARA - Rede de Acolhimento do Autocaravanismo no Algarve		1.000 €
2.1.7. Participação na Rede de Judariás de Portugal		750 €
2.1.8. Gestão do CDI		2.500 €
2.1.9. Participação em comissões técnicas de trabalho		5.000 €
2.1.10. Apoio ao Investidor		3.000 €
	2.2. Gestão da qualidade	2.000 €
2.2.1. Sistema de Gestão da Qualidade dos Postos de Turismo - Certificação		2.000 €
	2.3. Comunicação e Imagem	390.000 €
2.3.1. Campanha de comunicação multimeios - Espanha		70.000 €
2.3.2. Marketing digital		20.000 €
2.3.3. Atribuição de apoio na divulgação de eventos em meios próprios		30.000 €
2.3.4. Imagem Algarve		30.000 €
2.3.5. Guia Algarve		110.000 €
2.3.6. Outras Edições		60.000 €
2.3.7. Merchandising		70.000 €
	2.4. Promoção e Animação	922.482 €
2.4.1. Bolsa de Turismo de Lisboa		247.000 €
2.4.2. Incentivo Algarve		25.000 €
2.4.3. Fam trips - Portugal e Espanha		10.000 €
2.4.4. Mundo Abreu - Feira de verão - Lisboa		5.000 €
2.4.5. Expo Abreu - Feira de Inverno - Lisboa		5.000 €
2.4.6. FITUR - Madrid - Espanha		28.910 €
2.4.7. INTUR - Valladolid - Espanha		5.000 €
2.4.8. Algarve Nature Week		85.672 €
2.4.9. Dinamização de Eventos / Atividades		147.120 €
2.4.10. Dia Mundial de Turismo		2.000 €
2.4.11. Dieta Mediterrânea		15.000 €
2.4.12. Caravela Boa Esperança		50.000 €
2.4.13. Associação Musical do Algarve		30.000 €
2.4.14. Apoio a Associações do setor turístico		6.580 €
2.4.15. Associação Turismo do Algarve		260.200 €
	2.5. Informação Turística	20.000 €
2.5.1. Merchandising e produtos à consignação - Vendas		20.000 €
	2.6. Relações Externas	126.550 €
2.6.1. Assinatura de Publicações		500 €
2.6.2. Clipping Eletrónico		6.900 €
2.6.3. Press e Blog Trips		9.000 €
2.6.4. Agências de comunicação - Portugal e Espanha		86.400 €
2.6.5. Ações de Relações Públicas		13.700 €
2.6.6. Ações de Comunicação		10.050 €
	2.7. Projetos integrados em candidaturas aprovadas, submetidas e a submeter, transversais a diversas áreas de atuação da RTA	2.468.321 €
2.7.1. Cicloturismo - Projeto Atlântic on Bike		60.000 €
2.7.2. Projeto "Algarve Cooking Vacations"		140.000 €
2.7.3. Algarve Natural - valorização e promoção do património natural do Algarve		70.000 €
2.7.4. Projeto para um Algarve + Verde		100.000 €
2.7.5. Projeto Património Cultural - Dieta Mediterrânea		16.000 €
2.7.6. Projeto Odyseea Blue Heritage 2020		23.671 €
2.7.7. Fomento da eficiência energética no edifício sede		30.000 €
2.7.8. Programa cultural "365 Algarve" - 3ª ed		1.500.000 €
2.7.9. Algarve Eventos âncora de Turismo de Natureza - Valorizar		238.650 €
2.7.10. Internacionalização em Espanha do destino Algarve		90.000 €
2.7.11. Projeto "Algarve by choice"		100.000 €
2.7.12. Projeto Turismo Criativo		100.000 €
	CUSTOS DE FUNCIONAMENTO	
	<i>Despesas com pessoal</i>	2.442.172 €
<i>Custos de funcionamento - postos de turismo, sede e armazém</i>		672.051 €
TOTAL GLOBAL		7.090.827 €

Eduardo
X
RJ

4. MAPA DE PESSOAL





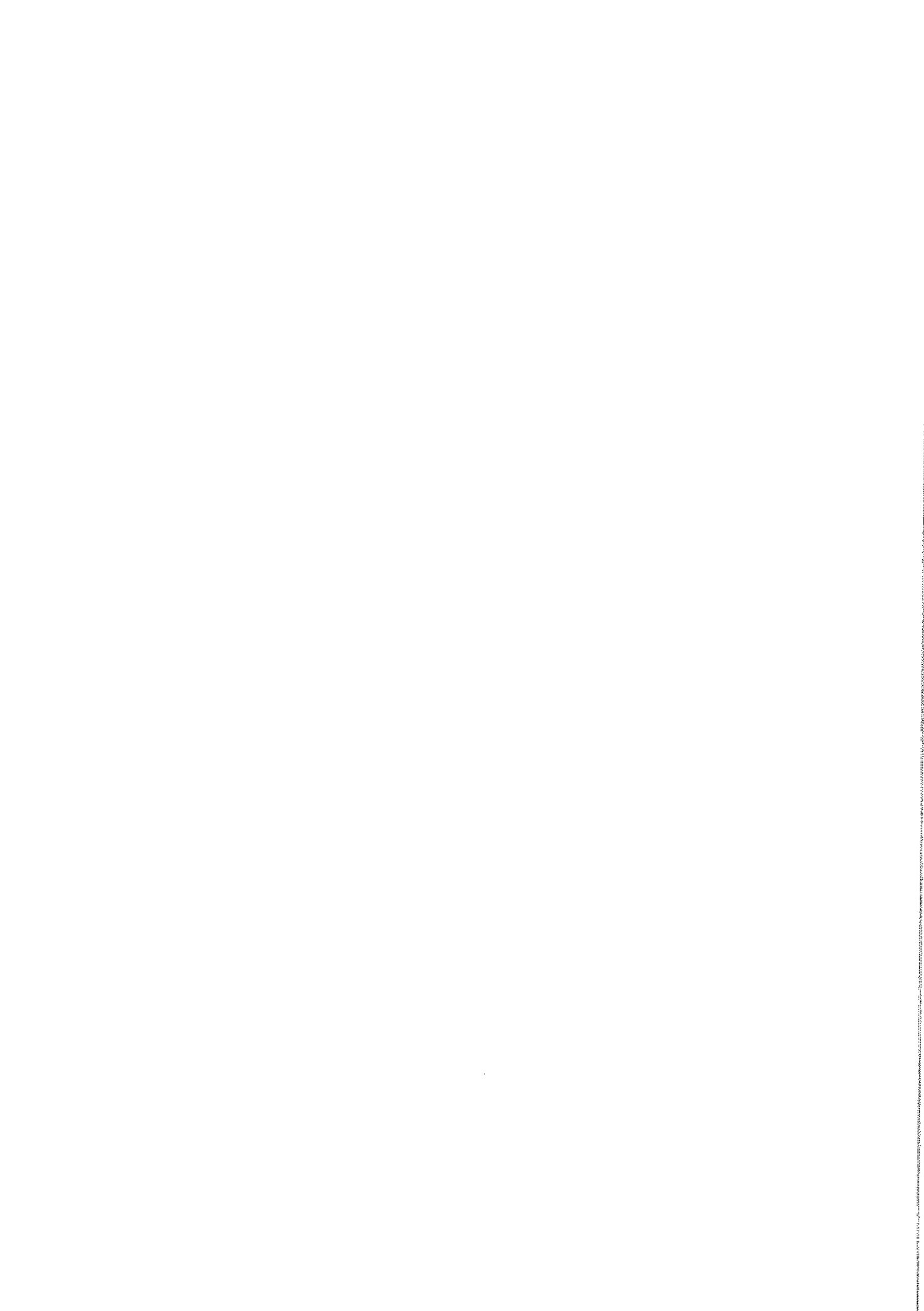
APROVO

[Handwritten signatures]

Ana Manuel Jerónimo Assinado de forma digital por Ana
 Manual Jerónimo Lopes Correia
 Mário Godinho
 Data: 2018-08-16 14:20:18 -0100
 Lopes Correia
 Mário Godinho
 Mário Godinho

MAPA DE PESSOAL DA REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE - MINISTÉRIO DA ECONOMIA - 2019

Unidade orgânica	Atividades/Procedimentos	ÁREA FUNCIONAL	Carrera/categoria	No de Postos de trabalho	Hab. Literárias	OBS
COMISSÃO EXECUTIVA	Orçamento e gestão da Região de Turismo do Algarve	GESTÃO EXECUTIVA	Presidente Vice Presidente	1 1	Licenciatura	
Departamento Operacional	Asegurar o desenvolvimento e a gestão integrada das atividades tendentes à 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, ações de comunicação e valorização da marca Algarve, assim como informação, promoção e animação turística da Região de Turismo do Algarve e ainda garantir de forma integrada o sistema de gestão da qualidade	Direção Intermédia de 1.º grau	Diretor Departamento	1	Mestrado	
Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade	Realizar e difundir estudos e análises sobre o Algarve e a problemática turística, com incidência tanto na componente de orientamento do território como no tratamento de dados estatísticos, monitorização da evolução e dinâmica da Actividade Turística e estudo e divulgação das medidas de política regional, nacional e comunitária; assegurar o desenvolvimento e 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 administrativas que contribuam para a qualidade do destino.	Direção Intermédia de 2.º grau	Diretor de Núcleo	1	Licenciatura	
Núcleo de Promoção, Animação e Informação Turística	Assurar o desenvolvimento e a execução das ações de promoção e animação turística do Algarve, visando alcançar o mais adequado aproveitamento da oferta turística; Gerir os postos de turismo e assegurar a prestação de informação turística bem como o acolhimento e assistência aos turistas e ainda venda de produtos.	Direção Intermédia de 2.º grau	Técnico Superior Assistente Técnico	9 3	Licenciatura 12.º ano	
Departamento de Administração Geral	Prestar apoio tecnicoadministrativo e jurídico às atividades desenvolvidas pelos órgãos e serviços da Região de Turismo do Algarve garantindo a gestão dos recursos humanos, coordenar e supervisionar os domínios da atividade administrativa em cumprimento de diretrizes e orientações da assembleia geral e do executivo e competir-lhe também prestar apoio contabilístico e financeiro à assembleia, aos seus serviços e órgãos, assegurar a gestão dos recursos financeiros e patrimoniais e coordenar e supervisionar a atividade financeira, controlar o cumprimento dos planos de atividade, os resultados obtidos e eficiência dos serviços.	Direção Intermédia de 1.º grau	Diretor de Departamento	1	Licenciatura	
Núcleo de Apoio, Relações Externas, e Informática	Prestar assessoria e apoio aos órgãos e atividades operacionais da Região de Turismo do Algarve; Assegurar a divulgação de informação sobre o Turismo do Algarve, facilitando a ligação da entidade com os seus públicos extremos e internos, na óptica das relações públicas; Gestão do parque informático e das comunicações e assegurar os meios necessários à segurança da informação.	Direção Intermédia de 2.º grau	Dir. de Núcleo	1	Licenciatura	
			Técnicas Públicas e Informática	3	Licenciatura	

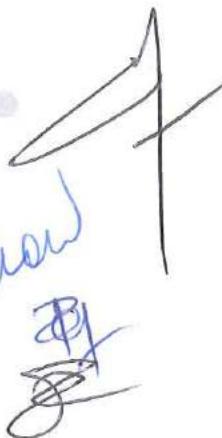


MAPA DE PESSOAL DA REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE - MINISTÉRIO DA ECONOMIA - 2019

Unidade orgânica	Atividades/Procedimentos	ÁREA FUNCIONAL	Carreira/categoria	Nº de Postos de trabalho	Hab. Literárias	OBS
		Direção intermédia de 2.º grau	Dir. de Núcleo	1	Licenciatura	
			Técnico Superior	7	Licenciatura	
			Coordenador Técnico	4	12,0 Ano	
			Assistente Técnicos	4	12,0 Ano	
			Assistente Operacional	6	9,0 Ano	
			TOTAL	102		
Núcleo Administrativo e Financeiro	Apoio jurídico aos órgãos e serviços; Apoio técnico administrativo à gestão em matérias relacionadas com gestão documental, arquivamento, serviços gerais, gestão de recursos humanos, formação, avaliação de desempenho, segurança e saúde no trabalho; Assegurar a gestão do contrato orçamental, gestão contabilística e a administração dos recursos financeiros e patrimoniais, de acordo com as disposições legais aplicáveis, normas internas estabelecidas e critérios de boa gestão.					

Cargo/Carreira/categoria	Mapa resumo dos postos de trabalho por cargo/carreira/categoria - 2016	No de postos de trabalho
Presidente		1
Vice-Presidente		1
Dirектор de Departamento		2
Director de Núcleo		4
Chefe de Equipa Multidisciplinar		0
Técnico superior		31
Inspecionador		0
Coordenador técnico		4
Assistente técnico		51
Assistente operacional		8
Especialista informática		0
Técnico de informática		0
Total		102





CONTRATAÇÃO DE PESSOAL

2019

ANÁLISE CUSTO-BENEFÍCIO

(N.º 2 DO ART.º 144.º DO DL 33/2018, DE 15 DE MAIO)

1. ENQUADRAMENTO

1.1. DESCRIÇÃO DO ORGANISMO

A Região de Turismo do Algarve tem por missão a valorização turística e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro de desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que a integram.

Integra as suas atribuições “Organizar e difundir informação turística, mantendo e/ou gerindo uma rede de postos de turismo e de portais de informação turística”.

No âmbito das políticas desta entidade na prossecução das suas atribuições e competências existe a expectativa de responder às necessidades dos utentes dos postos de turismo, de forma atempada, disponível, profissional, eficaz e eficiente e com um nível elevado de qualidade, que só pode ser concretizado com os meios humanos adequados.

2. DIAGNÓSTICO

2.1. DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO ATUAL

A Região de Turismo do Algarve dispõe de uma rede de 19 postos de turismo, situados em todos os concelhos do distrito, que se destinam ao acolhimento de turistas, prestam informação turística, divulgam a atividade da entidade, vendem produtos regionais, participam em eventos, recolhem, atualizam e transmitem informação turística relevante e garantem a satisfação dos turistas e visitantes.

Os meios humanos disponíveis são insuficientes para assegurar o funcionamento em todos os dias da semana dos postos de turismo, sendo necessário o reforço, por

tempo indeterminado em dois postos de turismo e sazonal em outros quatro, de forma a garantir o normal funcionamento de todos.

2.1.1 Processos objeto de intervenção na operação	Descrição	Tempo decorrido entre o início e o fim do processo	Quem é o cliente (interno/externo) e n.º de pessoas e/ou empresas	Qual o custo associado
Reforço no acolhimento e prestação de informação turística nos postos de turismo de Lagos e Sagres.	Admissão de 2 trabalhadores	Tempo indeterminado	Turistas, visitantes e trabalhadores	31.121,70 €
Reforço sazonal no acolhimento e prestação de informação turística nos postos de turismo de Monchique, Praia da Rocha, Ponte do Guadiana e Monte Gordo	Admissão de 4 trabalhadores sazonais	Termo certo	Turistas, visitantes e trabalhadores	28.016,63 €

2.2. NECESSIDADES IDENTIFICADAS E CENÁRIO FUTURO

Os postos de turismo são locais que prestam acolhimento e informação turística aos visitantes, sendo a imagem da entidade, da região e do país. Os visitantes acorrem ao posto para solicitar apoio variado em situações de dificuldade, não só para fazer turismo, mas também quando é necessário a intervenção de autoridade policial, médica, ou outra. O seu funcionamento deve ser o mais alargado possível, em todos os dias da semana, sendo necessário, para tal, o reforço dos meios humanos.

Foram identificadas necessidades permanentes e prementes nos seguintes locais:

- Posto de Turismo de Lagos: Com 61.382 atendimentos registados em 2017, apenas tem dois colaboradores que, devido à proximidade geográfica, também substituem os trabalhadores dos postos de turismo de Aljezur e de Sagres, nas suas faltas e impedimentos, prejudicando o normal funcionamento deste local, por ter de encerrar aos sábados e domingos, para descanso do pessoal;
- Posto de Turismo de Sagres: Pretende-se promover a mobilidade geográfica com trabalhador atualmente afeto a este posto, para o Posto de Turismo de Olhão, numa ótica de otimização de recursos humanos, mas que só poderá ocorrer após a admissão de novo colaborador.

Ass.

PJ
8

Foram identificadas necessidade prementes para reforço sazonal nos seguintes locais:

- Posto de Turismo de Monchique: Com 15.129 atendimentos registados em 2017, apenas tem um colaborador, encerra aos sábados e domingos. Monchique situa-se no interior do Algarve e é um local de turismo de natureza e de saúde e bem-estar, nomeadamente caminhadas e tratamentos termais, o seu encerramento em dois dias por semana prejudica os visitantes da região que procuram estes produtos;
- Posto de Turismo do Guadiana: Com 13.031 atendimentos registados em 2017, tem atualmente dois colaboradores por força da requalificação do Posto de Turismo de Monte Gordo que reabrirá brevemente. Posto de fronteira com horário específico de funcionamento e que deve estar aberto todos os dias da semana, necessita de reforço na época sazonal e deverá ser considerado o reforço anual. Os postos de turismo mais próximos, Alcoutim e Monte Gordo apenas têm um colaborador cada, pelo que não existe disponibilidade de deslocação de pessoal.
- Posto de Turismo de Monte Gordo – Posto de zona de oferta do produto Sol & Praia, com grande afluência na época alta. A sua reabertura obriga à colocação de um colaborador na época alta para que funcione todos os dias da semana e também para garantir que todos os postos de turismo limítrofes (Guadiana e Alcoutim) assegurem o seu funcionamento normal, em caso de necessidade de substituição de trabalhadores por motivos de férias ou faltas.
- Posto de Turismo da Praia da Rocha – Posto de zona de oferta do produto Sol & Praia e Turismo de Cruzeiros. Atualmente com três colaboradores que asseguram igualmente o funcionamento do Posto de Turismo do Cais de Portimão, no âmbito do Turismo de Cruzeiros e substituem a colaboradora do Posto de Turismo do Alvor em situações de férias ou faltas. No entanto, um dos colaboradores será transferido para o Posto de Turismo do Carvoelro para substituição da trabalhadora que já requereu aposentação, pelo que, pelo menos na época alta será necessário reforçar o Posto de Turismo da Praia da Rocha.

Cenário futuro

Considerando que:

- a média de idades dos colaboradores dos postos de turismo é de 50 anos;
 - atualmente oito trabalhadores têm mais de 60 anos, que nos anos mais próximos serão aposentados;
- parece-nos necessário reforçar postos de turismo para se promover a formação "on the job" aos futuros colaboradores.

J Quia A
Rex

3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

3.1. OBJETIVOS

3.1.1 - Considerando o diagnóstico e as necessidades identificadas, a operação visa atingir os seguintes objetivos:

- a) Promover o normal funcionamento do posto de turismo de Lagos todo o ano e ainda garantir a substituição de trabalhadores, nos casos de férias e faltas, nos postos de turismo mais próximos, nomeadamente Aljezur, Monchique e Sagres;
- b) Promover o normal funcionamento do Posto de Turismo de Sagres com a admissão de novo trabalhador e transferir o atual colaborador para o Posto de Turismo de Olhão, otimizando recursos e corrigindo necessidades permanentes;
- c) Promover o normal funcionamento dos postos de turismo do Guadiana, Monchique Praia da Rocha e Monte Gordo, em todos os dias da semana, pelo período de 6 meses;
- e) Promover o bem-estar e saúde dos trabalhadores, com melhor distribuição da carga horária e trabalho mais repartido;
- f) Prestar um serviço de qualidade concretizando com rigor, eficácia e eficiência as atribuições da entidade;
- g) Cumprir a missão da RTA e prosseguir o interesse público.

3.1.2 - Em anos anteriores já foi posto em prática esta modalidade de reforço dos meios humanos nos postos de turismo, sempre com resultados muito positivos.

Por outro lado e considerando a sazonalidade em que assenta a atividade do Algarve, o reforço dos postos de turismo em época alta, tem sido suficiente para fazer frente ao aumento do número de visitantes, sendo que esta metodologia deve ser replicada todos os anos de forma a garantir a prossecução dos objetivos da RTA.

3.1.3 – Indicação e fundamentação da necessidade que concorre para a melhoria das seguintes metas:

- Aumento do número de atendimentos e das vendas;
- Serviços disponíveis em todos os dias da semana e aumento da satisfação dos visitantes e das partes interessadas (Municípios e agentes económicos).

3.2. ATIVIDADES E RESULTADOS

3.2.1 - Para dar cumprimento aos objetivos propostos propõem-se as seguintes atividades:

- a) Abertura de procedimento concursal;
- b) Prazo de sete dias úteis para receção de candidaturas, com exclusão das que não reúnam os requisitos exigidos;

- c) Aplicação e métodos de seleção de candidatos;
- d) Realização de audiência prévia dos interessados;
- e) Celebração de contrato e início de funções;
- f) Formação "on the job" nos primeiros quinze dias;
- e) Exercício de funções com autonomia e sem supervisão.

3.2.2 - Cronograma com a identificação clara do início das atividades e a data para a obtenção dos resultados.

Cronograma para admissão por tempo indeterminado em 2019

Data	Atividade
21 de janeiro	Publicitação de procedimento concursal
22 a 30 de janeiro	Apresentação de candidaturas
31 de janeiro a 13 de Fevereiro	Exclusão de candidatos e audiência prévia
14 de fevereiro a 14 de abril	Aplicação de métodos de seleção
15 de abril a 30 de abril	Audiência prévia dos interessados
1 de junho	Celebração de contrato
2 a 15 de junho	Formação "on the job"
16 de junho	Exercício de funções com autonomia e sem supervisão

Cronograma para admissão a termo certo em 2019

Data	Atividade
1 de março	Publicitação de procedimento concursal
4 a 12 de março	Apresentação de candidaturas
13 a 26 de março	Exclusão de candidatos e audiência prévia
1 a 4 de abril	Aplicação de métodos de seleção
8 a 22 de abril	Audiência prévia dos interessados
1 de maio	Celebração de contrato
2 a 16 de maio	Formação "on the job"
17 de maio	Exercício de funções com autonomia e sem supervisão

3.3. INVESTIMENTOS

Por forma a desenvolver as atividades propostas será necessário fazer os seguintes investimentos:

3.3.1 - Quadro de investimentos por atividade:

Atividades e investimento	Calendarização		Investimento	
	Data de início	Data de fim	Descrição	Custo
Publicitação de procedimento concursal	21/01/2019	21/01/2019	Anúncio a publicar em jornal de expansão nacional	150 €
Publicitação de procedimento concursal	21/01/2019	21/01/2019	Anúncio a publicar em jornal de expansão regional	150 €
Publicitação de procedimento concursal	01/03/2019	01/03/2019	Anúncio a publicar em jornal de expansão nacional	150 €
Publicitação de procedimento concursal	01/03/2019	01/03/2019	Anúncio a publicar em jornal de expansão regional	150 €
Execução de 2 contratos de trabalho por tempo indeterminado			Funções de Assistente Técnico nos Postos de Lagos, Sagres.	31.121,79 €
Execução de 4 contratos de trabalho a termo certo			Funções de Assistente Técnico nos Postos de Turismo de Monchique, Ponte do Guadiana, Praia da Rocha e Monte Gordo	28.016,63 €

3.4. ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

3.4.1 - Alinhamento Estratégico com a atividade da RTA – sendo parte integrante e importante da atividade da RTA a difusão de informação turística, a qual é veiculada primordialmente pelos postos de turismo, locais que são a imagem da região e do país, o recrutamento do pessoal proposto vai permitir o alargamento do horário de funcionamento, melhorar a qualidade do serviço prestado e aumentar as vendas e consequentemente o aumento das receitas próprias.

B - ANÁLISE CUSTO-BENEFÍCIO

Custos e benefícios detalhados de implementação por tempo indeterminado.

Benefícios:

- Acréscimo de receita – A admissão de novos trabalhadores permitirá o aumento das vendas em valor, partindo dos valores médios apurados em 2017.

Vendas 2017 (Valores Medios)			Previsão vendas 2019 (valores médios)	
Local	Nº de trabalhadores	Valores vendas anual	Nº de trabalhadores	Valores vendas anual
Lagos	2	15.046,19 €	3	22.569,29 €
Sagres	1	6.965,00 €	1	7.765,98 €
Total		22.011,19 €		30.335,26 €
Valor previsível do aumento de vendas			8.324,07 €	

- Diminuição dos Custos operacionais - os serviços ficarão permanentemente assegurados não sendo necessário efetuar deslocações entre locais, com os custos que se apresentam:

Custos diretos							Custos indiretos			
De	Para	KM	Valor dia	Ajudas de custo	N.º de dias	Total	Tempo	Valor hora	N.º de dias	Total
Lagos	Sagres	66	23,76	7,05	365	11.245,65 €	02:00	7,9218	365	5.782,91 €
N/a	Lagos	0	23,76	7,05	365	2.573,25 €	02:00	7,9218	365	5.782,91 €
Total dos custos diretos							Total dos custos indiretos			
13.818,90 €							11.565,83 €			
							Total de custos			
							25.384,73 €			

- Caso não se opere a contratação de pessoal para o Posto de Turismo de Sagres corre-se o risco de encerramento do local e o funcionamento intermitente do Posto de Turismo de Olhão.

- Poupança de Custos com Pessoal - O aumento do número de atendimentos sem reforço dos meios humanos provoca desgaste nos trabalhadores, traduzindo-se em burnout e consequentemente ausência por motivo de doença, com custos elevados para a prossecução do interesse público, nomeadamente, com a assunção de custos (subsídio de doença) sem a correspondente retribuição do trabalho.

Assim, considera-se como poupança o custo que não se assume como subsídio de doença por cada dia de trabalho prestado pelos trabalhadores afetos a cada local que necessita de reforço:

Postos	Nº de trabalhadores	Retribuição média mensal
Lagos	2	2.107,74 €
Olhão	1	1.201,48 €

- Poupança para os Cidadãos - (número previsível de aumento de atendimento x valor médio hora de trabalho) = 81.574 x 5,2057 = 424.649,78 €

Custos detalhados de implementação por 6 meses.

Benefícios:

- Acréscimo de Receita – A admissão de novos trabalhadores permitirá o aumento das vendas em valor, partindo dos valores médios apurados em 2017:

Vendas 2017 (Valores Medios)			Previsão vendas 2019 (valores médios)	
Local	Nº de trabalhadores	Valores vendas anual	Nº de trabalhadores	Valores vendas anual
Monchique	1	5.413,42 €	2	6.315,66 €
Praia da Rocha	2	3.128,26 €	3	3.910,33 €
Guadiana	1	1.273,01 €	2	1.485,18 €
Monte Gordo	1	2.543,85 €	2	2.967,83 €
Total		12.358,54 €		14.678,99 €
Valor previsivel do aumento de vendas				2.320,45 €

- Diminuição dos Custos operacionais - os serviços ficarão permanentemente assegurados não sendo necessário efetuar deslocações entre locais, com os custos que se apresentam:

Custos diretos							Custos indiretos			
De	Para	KM	Valor dia	Ajudas de custo	N.º de dias	Total	Tempo	Valor hora	N.º de dias	Total
Portimão	Monchique	42	15,12 €	7,05	8	177,36 €	01:30	7,6672	8	92,01 €
Armação de Pera	Monchique	84	30,24 €	7,05	8	298,32 €	02:00	7,9218	8	126,75 €
Silves	Monchique	52	18,72 €	7,05	8	206,16 €	01:30	5,6981	8	68,38 €
Carvoeiro	Praia da Rocha	32	11,52 €	7,05	12	222,84 €	01:30	7,9218	12	142,59 €
Silves	Praia da Rocha	38	13,68 €	7,05	12	248,76 €	01:30	5,6981	12	102,57 €
VRSA	Guadiana	12	4,32 €	7,05	8	90,96 €	00:30	6,2073	8	24,83 €
Alcoutim	Guadiana	80	28,80 €	7,05	7	250,95 €	02:00	6,0885	7	85,24 €
Tavira	Guadiana	56	20,16 €	7,05	7	190,47 €	01:30	7,6955	7	80,80 €
Tavira	Monte Gordo	42	15,12 €	7,05	24	532,08 €	01:30	7,6955	24	277,04 €
Total dos custos diretos							Total dos custos indiretos		1.000,20 €	
							Total de custos			
							3.218,10 €			

- Poupança de Custos com Pessoal - O aumento do número de atendimentos sem reforço dos meios humanos provoca desgaste nos trabalhadores, traduzindo-se em burnout e consequentemente ausência por motivo de doença, com custos elevados para a prossecução do interesse público, nomeadamente, com a assunção de custos (subsídio de doença) sem a correspondente retribuição do trabalho.

Assim, considera-se como poupança o custo que não se assume como subsídio de doença por cada dia de trabalho prestado pelos trabalhadores afetos a cada local que necessita de reforço:

[Handwritten signature and initials]

Postos	Nº de trabalha-dores	Retribuição média mensal
Monchique	1	789,54 €
Praia da Rocha	2	1.227,23 €
Guadiana	1	789,54 €
Monte Gordo	1	995,51 €
Carvoeiro	2	1.201,48 €
Silves	2	854,77 €
Alcoutim	1	995,51 €
Tavira	3	1.201,48 €
Total		8.055,06 €

- Poupança para os Cidadãos - (número previsível de aumento de atendimento x valor médio hora de trabalho) = $61.581 \times 5,2057 = 320.572€$

Benefícios não financeiros para todas as contratações

Benefícios para os colaboradores:

- Prestação de trabalho com qualidade e bem-estar, promovendo a sua saúde;
- Maior repartição do trabalho;
- Mais tempo para prestar atendimento aos visitantes, com maior clareza e pormenor, promovendo maior satisfação para ambas as partes;
- Maior motivação do trabalhador;
- Menor cansaço físico e psicológico e diminuição da taxa de absentismo.

Impacto no clima organizacional:

- Maior satisfação do trabalhador traduz-se num melhor ambiente de trabalho, mais calmo, com menos reclamações e diminuição da taxa de absentismo.

Benefícios para os cidadãos:

- Maior clareza e pormenor nas informações, mais tempo para cada atendimento e venda, com resultados diretos na avaliação da satisfação dos utentes.

Impacto na disponibilidade do serviço:

- Concretização dos objetivos do serviço com maior volume de vendas, diminuição de reclamações dos utentes e melhor resultado na avaliação da satisfação do utente.

- Apresentação de Ráculos Financeiros (previsão anual)

Rotação de inventários = (Vendas / Inventários) = 70.491,17 €/43.327,15 € = 1,63

*João
ZEX*

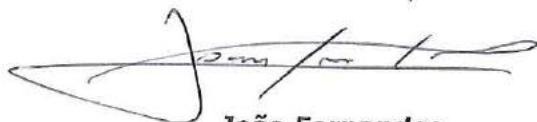
Análise do Risco:

- Encerramento de postos de turismo;
- Impacto negativo nas receitas da RTA;
- Comprometimento no cumprimento da missão da RTA;
- Custos de mobilidade não planeados;
- Aumento do número de reclamações dos utentes;
- Aumento de reclamações das partes interessadas (Municípios e agentes económicos da região);
 - Maior sobrecarga de trabalho para os trabalhadores disponíveis, com diminuição da qualidade do serviço prestado;
 - Má imagem da região e do país;
 - Diminuição do número de visitantes à região e ao país.

Exploração de cenários alternativos – A alteração do padrão de atendimento, nomeadamente, a colocação de máquinas virtuais. Contudo, quer o custo da aquisição, quer a manutenção são muito elevados. Também requer manutenção da informação de forma permanente, o que implica a afetação de recursos humanos para o efeito. Por último o atendimento passa a ser impessoal e a não corresponder a muitas das necessidades que se verificam nos nossos postos de turismo, como fazer um curativo a alguém que caiu na rua e encaminhá-lo para serviços de saúde, ou servir de tradutor junto de outros serviços e/ou pessoas, entre outras situações imprevisíveis.

Região de Turismo do Algarve, em Faro, aos 16 de agosto de 2018

O Presidente,


João Fernandes

CONTRATAÇÃO DE PESSOAL

2019

ANÁLISE CUSTO-BENEFÍCIO

(N.º 2 DO ART.º 144.º DO DL 33/2018, DE 15 DE MAIO)

1. ENQUADRAMENTO

1.1. DESCRIÇÃO DO ORGANISMO

A Região de Turismo do Algarve tem por missão a valorização turística e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro de desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que a integram.

Integra as suas atribuições “Assegurar a realização da promoção da região, enquanto destino turístico e dos seus produtos estratégicos, no mercado interno alargado compreendido, pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha” e ainda “Organizar e difundir informação turística, mantendo e/ou gerindo uma rede de postos de turismo e portais de informação”.

No âmbito das políticas desta entidade na prossecução das suas atribuições e competências existe a expetativa de concretizar com sucesso as suas atividades de forma profissional, eficaz e eficiente e com um nível elevado de qualidade, que só pode ser concretizado com os meios humanos adequados.

2. DIAGNÓSTICO

2.1. DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO ATUAL

O Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade (PCIQ) tem como missão, na área da comunicação e imagem participar na gestão da identidade corporativa e de branding do algarve, garantindo uma imagem e comunicação cuidada e homogénea do destino, desenvolver campanhas de esclarecimento, sensibilização e informação e gerir uma rede de portais de promoção e informação turística, entre outras.



A saída previsível de uma colaboradora, pelo período de 12 meses, embora seja uma situação transitória, dificulta a concretização da missão do núcleo em causa e consequentemente a da própria entidade.

Embora se procedam a ajustes internos na afetação dos recursos humanos existentes, estão identificadas ações que requerem novas competências específicas, as quais não existem na entidade, resultando na necessidade de uma contratação a prazo, designadamente a termo resolutivo incerto, nos termos da al. c), n.º 2 do art.º 140.º do Código do Trabalho.

2.1.1 Processos objeto de intervenção na operação	Descrição	Tempo decorrido entre o início e o fim do processo	Quem é o cliente (interno/externo) e n.º de pessoas e/ou empresas	Qual o custo associado
Reforço da equipa de comunicação e imagem para participar ativamente na gestão da identidade corporativa e branding da identidade; Promover e acompanhar o lançamento de campanhas publicitárias e gerir portais de informação (redes sociais).	Admissão de 1 trabalhador	Termo incerto	Agentes económicos e turistas	20.815€

2.2. NECESSIDADES IDENTIFICADAS E CENÁRIO FUTURO

Considerando que atualmente a informação e comunicação são veiculadas essencialmente por via digital, associadas a imagens bastantes apelativas e agradáveis, deve a Região de Turismo do Algarve acompanhar a evolução das tecnologias existentes e promover amplamente a região e as suas atividades através destes meios.

É na área de comunicação e imagem que são desenvolvidas as atividades de gestão da identidade corporativa e branding do Algarve, campanhas de esclarecimento e sensibilização da importância do turismo para a região, promoção e



Jo
Joa
Joaquim
Teixeira

acompanhamento de campanhas publicitárias, conceção de materiais promocionais de divulgação e gestão e manutenção de rede de portais de promoção e informação turística.

Neste sentido, foi identificada a necessidade de contratar um trabalhador, em regime de substituição, para continuar a atividade normal da entidade que também agregue a gestão das redes digitais de promoção e informação turística.

Cenário futuro

Sendo a missão principal da Região de Turismo do Algarve a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas, as quais passam primordialmente pela ampla e eficaz divulgação do destino, torna-se premente, necessário e urgente a contratação de trabalhador devidamente qualificado em Marketing Digital e Redes Sociais.

3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

3.1. OBJETIVOS

3.1.1 - Considerando o diagnóstico e as necessidades identificadas, a operação visa atingir os seguintes objetivos:

- a) Manter o desenvolvimento normal das atividades da entidade, na área da comunicação e imagem;
- b) Potenciar a utilização das redes sociais e aplicações específicas, de forma a abranger o maior número de público;
- c) Promover o bem-estar e saúde dos trabalhadores, com melhor distribuição da carga horária e trabalho mais repartido;
- d) Prestar um serviço de qualidade concretizando com rigor, eficácia e eficiência as atribuições da entidade;
- e) Cumprir a missão da RTA e prosseguir o interesse público.

3.1.2 - Trata-se de uma oportunidade para implementar novas técnicas e metodologias de trabalho, e melhorar o desempenho da entidade.

3.1.3 – Indicação e fundamentação da necessidade que concorre para a melhoria das seguintes metas:

- Potenciar o aumento de visitas à região, que terá consequências diretas no acolhimento nos postos de turismo;

- Mais e melhores serviços e informações disponíveis 24 horas por dia e aumento da satisfação dos visitantes e das partes interessadas (Municípios e agentes económicos).

3.2. ATIVIDADES E RESULTADOS

3.2.1 - Para dar cumprimento aos objetivos propostos propõem-se as seguintes atividades:

- Abertura de procedimento concursal;
- Prazo de sete dias úteis para receção de candidaturas, com exclusão das que não reúnam os requisitos exigidos;
- Aplicação e métodos de seleção de candidatos;
- Realização de audiência prévia dos interessados;
- Celebração de contrato e início de funções;
- Formação "on the job" nos primeiros quinze dias;
- Exercício de funções com autonomia e sem supervisão.

3.2.2 - Cronograma com a identificação clara do início das atividades e a data para a obtenção dos resultados.

Cronograma para admissão por tempo indeterminado em 2019

Data	Atividade
21 de janeiro	Publicitação de procedimento concursal
22 a 30 de janeiro	Apresentação de candidaturas
31 de janeiro a 13 de Fevereiro	Exclusão de candidatos e audiência prévia
14 a 22 de fevereiro	Aplicação de métodos de seleção
25 de fevereiro a 11 de março	Audiência prévia dos interessados
12 de março	Celebração de contrato
12 a 18 de março	Formação "on the job"
19 de março	Exercício de funções com autonomia e sem supervisão

3.3. INVESTIMENTOS

Por forma a desenvolver as atividades propostas será necessário fazer os seguintes investimentos:

3.3.1 - Quadro de investimentos por atividade:

- Maior visibilidade do destino potencia a sua dinamização económica com aumento do número de visitantes;
- Diminuição dos Custos operacionais – as campanhas são geridas diretamente pela entidade sem recurso a contratação externa;
- Para os Cidadãos – aumento do número de visitantes, maior dinâmica na economia do país.

Custos detalhados de implementação por 12 meses.

Benefícios:

- Acréscimo de Receita – Maior número de visitantes implica a possibilidade de aumento dos valores de vendas nos postos de turismo.

Ano	Atendimentos	Vendas
2017	591359	135.413,53 €
2018	558060	132.963,03 €
2019	585963	140.275,99 €
2020	615261	149.393,93 €

Número de atendimentos calculados com base numa previsão de aumento de 5%, anual.
Vendas calculados com base no aumento do preço base do material de venda.

- Diminuição dos Custos operacionais – A utilização de novas tecnologias para promoção do destino provoca alteração na metodologia dos processos organizativos e redução de custos operacionais:

Tipo	Valor atual	valor futuro
Rem. Base	19.464,06 €	16.820,72 €
Enc. Sociais	4.622,71€	3.994,92 €
Custos		
Operacionais	19.200,00 €	9.600,00 €
Totais	43.286,77 €	30.415,64 €
Poupança		12.871,13€

Assim, considera-se como poupança o valor inferior de remuneração base a pagar, bem como, o custo que não se assume com a contratação externa de serviços, que serão concebidos e concretizados na entidade.

- Poupança para os Cidadãos - número previsível de aumento de visitantes que adquirem produtos nos postos de turismo e na região e poupança nos custos operacionais.

Benefícios não financeiros para todas as contratações

Benefícios para os colaboradores:

Atividades e investimento	Calendarização		Investimento	
	Data de início	Data de fim	Descrição	Custo
Publicitação de procedimento concursal	21/01/20 19	21/01/20 19	Anúncio a publicar em jornal de expansão nacional	150 €
Publicitação de procedimento concursal	21/01/20 19	21/01/20 19	Anúncio a publicar em jornal de expansão regional	150 €
Execução de 1 contrato de trabalho a termo resolutivo incerto			Funções de Técnico Superior de Comunicação e Imagem	20.815 €

3.4. ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

3.4.1 - Alinhamento Estratégico com a atividade da RTA – sendo parte integrante e importante da atividade da RTA a gestão da identidade corporativa e branding do Algarve, campanhas de esclarecimento e sensibilização da importância do turismo para a região, promoção e acompanhamento de campanhas publicitárias, conceção de materiais promocionais de divulgação e gestão e manutenção de rede de portais de promoção e informação turística, o recrutamento do pessoal, com competências em Marketing Digital e Redes Sociais, vai permitir melhorar a qualidade do serviço prestado e aumentar o número de visitantes à região.

B - ANÁLISE CUSTO-BENEFÍCIO

Custos e benefícios detalhados de implementação por tempo indeterminado.

Benefícios:

- Acréscimo de receita – A admissão de trabalhador a prazo permitirá a redução de custos com pessoal por ter uma remuneração base inferior;
- Nova metodologia de trabalho - permite uma gestão das ações através do Marketing Digital e das redes sociais e menor impacto nas campanhas tradicionais (em papel), maior visibilidade do destino e da marca algarve;
- Impacto no destino – maior globalização do destino. A veiculação de campanhas de promoção através dos portais digitais de informação turística permite uma maior expansão das campanhas de oferta turística da região, a custos controlados e inferiores, que não seria de todo possível pelos meios tradicionais, por motivos de constrangimentos orçamentais.

- Introdução de novas tecnologias e metodologias organizativas do trabalho, com possibilidade de aquisição de novas competências profissionais.

Impacto no clima organizacional:

- Distribuição equitativa de tarefas, maior satisfação dos trabalhadores traduz-se num melhor ambiente de trabalho, mais calmo, com menos reclamações e diminuição da taxa de absentismo.

Benefícios para os cidadãos:

- Mais campanhas promocionais da região no espaço global trará mais turistas à região e possibilitará mais transações económicas.

Impacto na disponibilidade do serviço:

- Concretização dos objetivos e missão da entidade, com diminuição dos custos e aumento do retorno.

- Apresentação de Ráctios Financeiros (previsão anual)

Custo médio Ativo = Gasto c/contrato /Custos operacionais, que pelos valores acima expostos é em 2018 de 1,013 e em 2019 poderá ser de 1,75.

Análise do Risco:

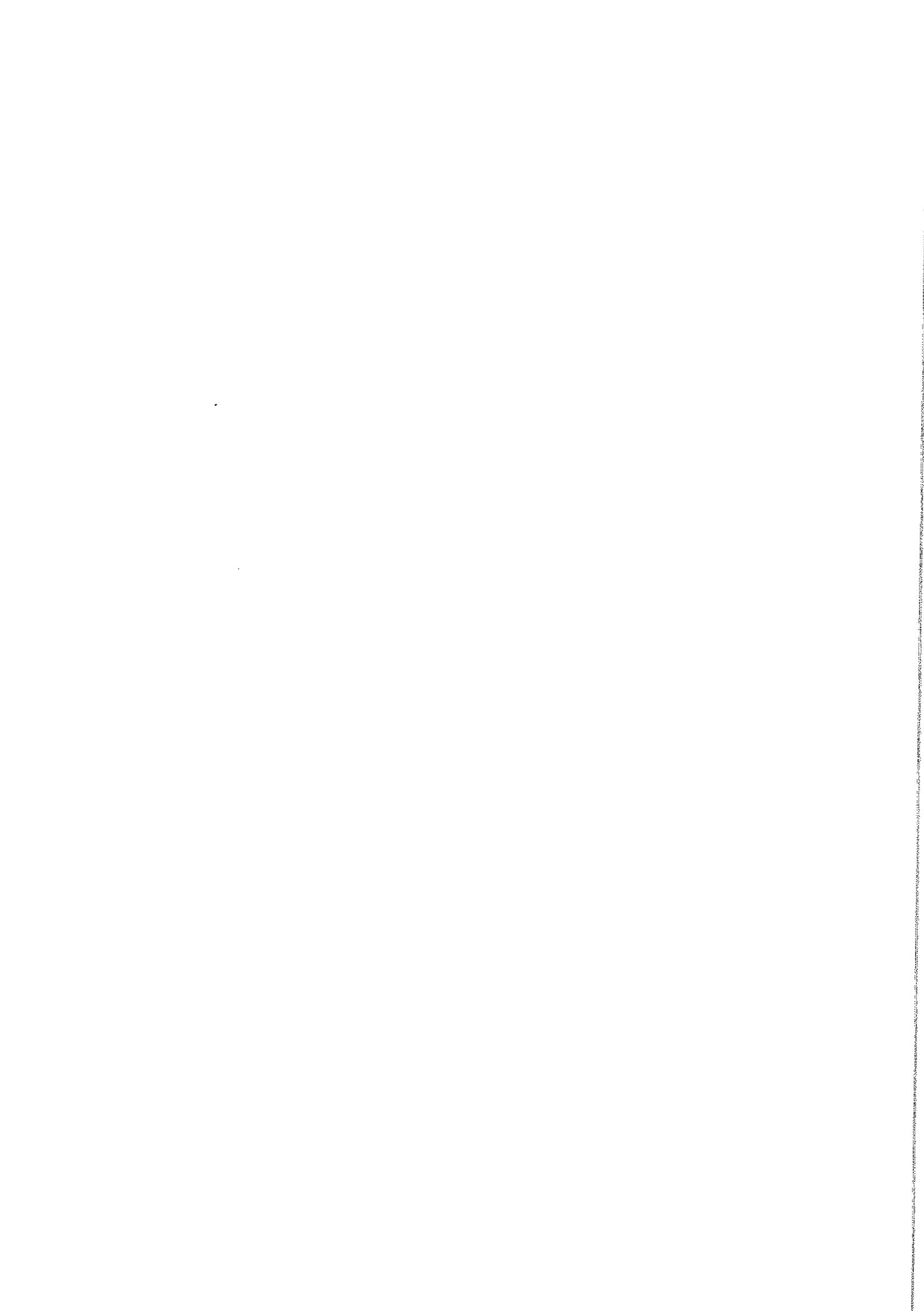
- Impacto negativo nas receitas da RTA e da região;
- Comprometimento no cumprimento da missão da RTA;
- Má imagem da região e do país;
- Diminuição do número de visitantes à região e ao país.

Exploração de cenários alternativos – A mobilidade interna de trabalhadores, embora atualmente esse cenário seja descartado pela falta de capacidade técnica dos recursos humanos existentes. Embora exista a possibilidade de formação específica na área para os recursos humanos da RTA, os preços de mercado e as ações existentes são incompatíveis para o orçamento da entidade.

Região de Turismo do Algarve, em Faro, aos 22 de outubro de 2018

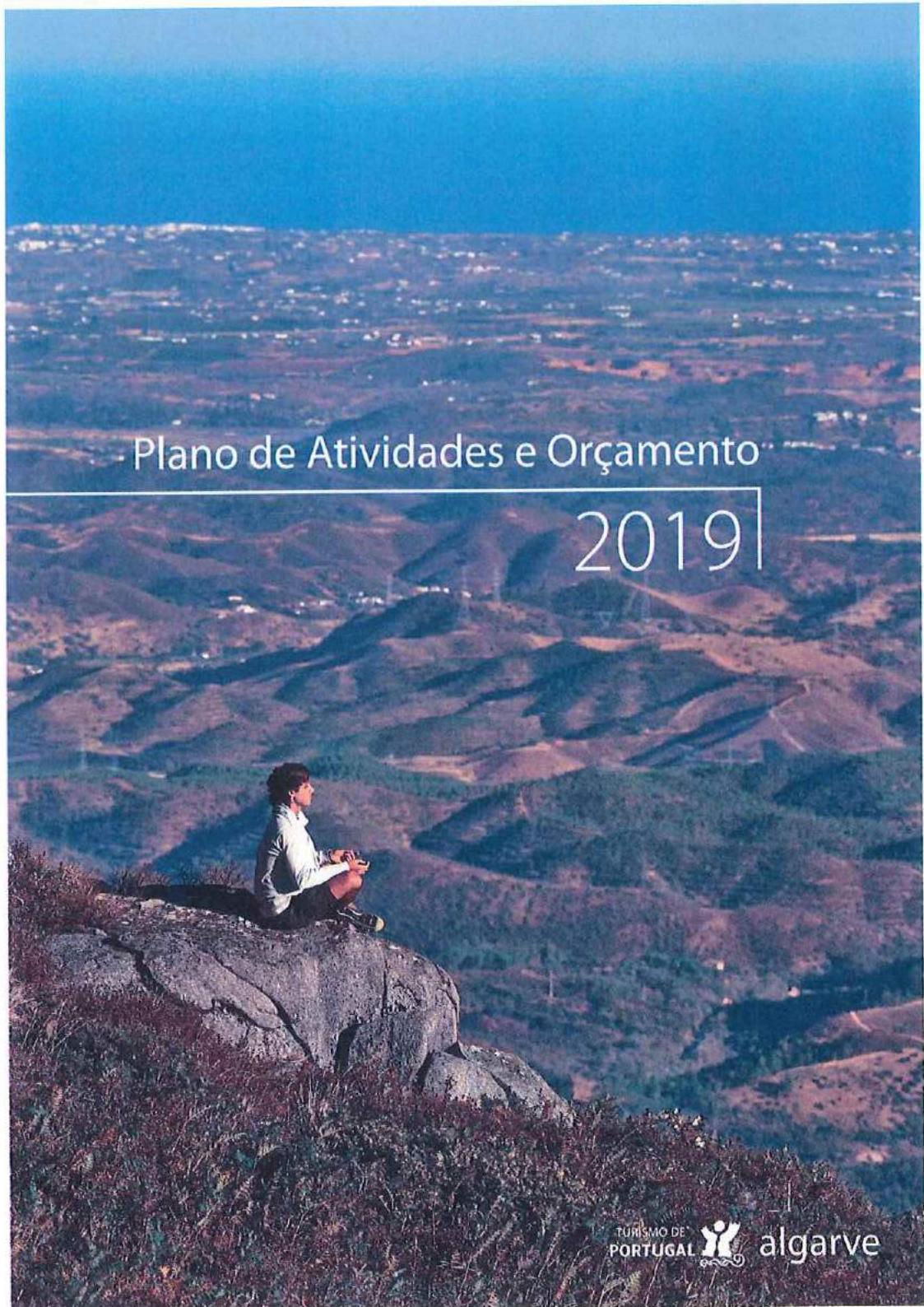
O Presidente,

João Fernandes



Quer
JF
Dex

5. PROJETO DE ORÇAMENTO



Plano de Atividades e Orçamento

2019

TURISMO DE
PORTUGAL  algarve

MAPA OP-01
Pág. 1

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS RECEITAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÓNOMOS

Ministério:	14 - ECONOMIA
Secretaria:	1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
Subsecretaria:	03 - SERVIÇOS NA ÁREA DA ECONOMIA
Apóitulos:	11 - REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
Divisão:	

PROG MED	CLASS. ECONOMICA	RECEITA	FONTE DE FINANCIAMENTO					
			RECEITAS GERAIS	RECEITA PRÓPRIA	TRANSFERÊNCIAS AP	FEDER	FUNDO COESÃO	FSE
015	052	ECONOMIA COMÉRCIO E TURISMO - TURISMO: RENDIMENTOS DA PROPRIEDADE; JUROS - SOCIEDADES FINANCEIRAS; BANCOS E OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS; BANCOS E OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS Total do capítulo	200					
	05							
	05..02							
	05..02..01							
	05..02..01..01							
	06	TRANSFERÊNCIAS CORRENTES: SOCIEDADES FINANCEIRAS; BANCOS E OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS; BANCOS E OUTRAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS; COMPANHIAS DE SEGUROS E FUNDOS DE PENSÕES; COMPANHIAS DE SEGUROS E FUNDOS DE PENSÕES; ADMINISTRAÇÃO CENTRAL: SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS; SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS - OUTROS; ADMINISTRAÇÃO LOCAL: CONTINENTE	200					
	06..02							
	06..02..01							
	06..02..01..01							
	06..02..02							
	06..02..02..01							
	06..03							
	06..03..07							
	06..03..07..01							
	06..03..07..02							
	06..05							
	06..05..01							
	06..05..01..01							
	06..05..01..02							
	06..05..01..03							
	06..07							
	06..07..01							
	06..07..01..01							
	06..09							
	06..09..01							
	06..09..01..01							
	06..09..04							
	06..09..04..01							
	07	VENDA DE BIENS E SERVIÇOS CORRENTES: VENDA DE REIS:						
	07..01							
	07..01..08							
	07..01..08..01							
	07..01..99							
	07..01..99..01							
	07..32							
	07..32..01							
	07..32..01..01							
	07..32..06							

MAPA OP-01
Pág. 2

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS RECEITAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS

Ministério: 14 - ECONOMIA
Secretaria: 1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
Capítulo: 03 - SERVIÇOS NA ÁREA DA ECONOMIA
Divisão: 11 - REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

PROG MED	CLASS. ECONÔMICA	RECEITA	FONTE DE FINANCIAMENTO					
			RECEITAS GERAIS	RECEITA PRÓPRIA	TRANSFERÊNCIAS AP	FEDER	FUNDO COESÃO	FSE
015	052	ECONOMIA COMÉRCIO E TURISMO - TURISMO						
	37.02.03.99	SERVICOS - OUTROS	10					
	07.02.02.09	SERVICOS ESPECÍFICOS DAS AUTARQUIAS						
	07.02.03.99.01	SERVICOS ESPECÍFICOS DAS AUTARQUIAS - OUTROS	2.696					
	07.02.03.99.02	SERVICOS DE PUBLICIDADE	8.563					
	07.02.03.99.99	SERVICOS DE EVENTOS	2.000					
	07.02.99.99	OUTROS - OUTROS						
	07.02.99.99.99	OUTROS SERVIÇOS	106.101					
	07.03.02	RENDAS:						
	07.03.02.02	EDIFÍCIOS	61					
	07.03.02.01	Total do capítulo	322.560					
	07B	OUTRAS RECEITAS CORRENTES:						
	08.01	OUTRAS:						
	08.01.98	CUTRAS	10					
	08.01.99.01	OUTRAS - INDEMNIZAÇÃO POR ESTRAGOS PROV.	500					
	08.01.99.02	OUTRAS - DIVERSAS	10					
	08.01.99.99	Total do capítulo	520					
09		VENDA DE BENS DE INVESTIMENTO:						
	09.04	OUTROS BENS DE INVESTIMENTO:						
	09.04.10	FAMÍLIAS	1.000					
	09.04.10.01	FAMÍLIAS	1.000					
		Total do capítulo	1.000					
10		TRANSFERÊNCIAS DE CAPITAL:						
	10.01	SOCIEDADES E QUASE SOC. NÃO FINANCEIRAS:						
	10.01.02	PRIVADAS						
	10.01.02.01	PRIVADAS	10					
	10.05	ADMINISTRAÇÃO LOCAL:						
	10.05.01	CONTINENTE	30					
	10.05.01.01	CONTINENTE	40					
		Total do capítulo	40					
13		OUTRAS RECEITAS DE CAPITAL:						
	13.01	OUTRAS:						
	13.01.01	INDEMNIZAÇÕES						
	13.01.01.01	INDEMNIZAÇÕES	1.000					
		Total do capítulo	1.000					
15		REPÓSICOES NÃO ABATIDAS NOS PAGAMENTOS:						
	15.01	REPÓSICOES NÃO ABATIDAS NOS PAGAMENTOS:						
	15.01.01	REPÓSICOES NÃO ABATIDAS NOS PAGAMENTOS						
	15.01.01.01	REPÓSICOES NÃO ABATIDAS NOS PAGAMENTOS	10					

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS RECEITAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS

14 - ECONOMIA

Ministério: 1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
Secretaria: 03 - SERVICOS NA AREA DA ECONOMIA
Capítulo: 11 - REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE
Divisão:

MAPA OP-01
Pág. 3

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS DESPESAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS

Ministério: 14 - ECONOMIA
Secretaria: 1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
Capítulo: 03 - SERVIÇOS NA ÁREA DA ECONOMIA
Divisão: 11 - REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

PROG	MED	FUNC	CLASS. ECONÓMICA	DESPESA	FONTE DE FINANCIAMENTO				TOTAL DESPEZAS (EM EUROS)
					RECEITAS GERAIS	RECEITA PRÓPRIA	TRANSFERÊNCIAS AP	FEDER	
015	062		ECONOMIA COMÉRCIO E TURISMO - TURISMO						
		01	DESPESAS COM O PESSOAL						
		01.01	REMUNERAÇÕES CERTAS E PERMANENTES						
		01.01.02	ORGÃOS SOCIAIS						94.470
		01.01.02.01	ORGÃOS SOCIAIS						94.470
		01.01.04	PESSOAL DOS QUADROS-REG DE CONTRATO INDIVIDUAL TRABALHO						1 216.527
		01.01.04.01	PESSOAL DOS QUADROS-REG DE CONTRATO INDIVIDUAL TRABALHO - NOVOS PÓ						1 216.527
		01.01.04.04	PESSOAL DOS QUADROS-REG DE CONTRATO INDIVIDUAL TRABALHO - NOVOS PÓ						28.102
		01.01.06	PESSOAL CONTRATADO A TÉRMINO						28.208
		01.01.06.01	PESSOAL CONTRATADO A TÉRMINO						28.208
		01.01.09	PESSOAL EM QUALQUER OUTRA SITUAÇÃO						176.232
		01.01.11	PESSOAL EM QUALQUER OUTRA SITUAÇÃO						176.232
		01.01.11.01	REPRESENTAÇÃO						30.729
		01.01.12	REPRESENTAÇAO						30.729
		01.01.12.01	SUPLEMENTOS E PRÉMIOS						7.784
		01.01.13	SUPLEMENTOS E PRÉMIOS						7.784
		01.01.13.01	SUBSÍDIO DE REFERIÇÃO						108.510
		01.01.14	SUBSÍDIO DE REFERIÇÃO						108.510
		01.01.14.01	SUBSÍDIO DE REFERIÇÃO						108.510
		01.01.14.04	SUBSÍDIO DE REFERIÇÃO						108.510
		01.02	AÉRONAVES E VEÍCULOS DE ENTRADA						125.790
		01.02.02	HORAS EXTRACONVENCIONÁRIAS						125.790
		01.02.02.01	HORAS EXTRACONVENCIONÁRIAS						125.790
		01.02.04	AUDIAS DE CUSTO						9.650
		01.02.04.01	AUDIAS DE CUSTO						9.650
		01.02.05	ABONO P/ FALHAS						8.810
		01.02.05.01	ABONO P/ FALHAS						8.810
		01.02.11	SUBSÍDIO DE TURNO						1.250
		01.02.11.01	SUBSÍDIO DE TURNO						1.250
		01.02.12	INDEMNIZAÇÕES POR CESSAÇÃO DE FUNÇÕES						20
		01.02.12.01	INDEMNIZAÇÕES POR CESSAÇÃO DE FUNÇÕES						20
		01.03	SEGURANÇA SOCIAL						1.250
		01.03.03	SUBSÍDIO FAMILIAR A CRIANÇAS E JOVENS						14.004
		01.03.03.01	SUBSÍDIO FAMILIAR A CRIANÇAS E JOVENS						14.004
		01.03.03.04	CONTRIBUIÇÕES P/ A SEGURANÇA SOCIAL						14.004
		01.03.03.05	CONTRIBUIÇÕES PARA A SEGURANÇA SOCIAL						14.004
		01.03.03.06	CAIXA GERAL DE APÓSSENTADORES						14.004
		01.03.03.07	SEGURANÇA SOCIAL						14.004
		01.03.06.01	SEGUROS						14.004
	02		ACQUISIÇÃO DE BENS E SERVIÇOS CORRENTES						18.000
	02.01		ACQUISIÇÃO DE BENS						18.000
	02.01.02		COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES						18.000
			Total do agendamento						2 442.171

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

RESUMO VIMENDO DAS DESDESAS DOS SERVIÇOS FINANCI

14 - ECONOMIA
1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
03 - SERVICOS NA AREA DA ECONOMIA
11 - REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

MAPA OP-01 Pág. 5

2018-10-15

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS DESPESAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS

Ministério: 14 - ECONOMIA
Secretaria: 1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
Apártulo: 03 - SERVIÇOS NA ÁREA DA ECONOMIA
Divisão: 11 - REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

2018-10-15

ORÇAMENTOS PRIVATIVOS PARA 2019

DESENVOLVIMENTO DAS DESPESAS DOS SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS

Ministério: 14 - ECONOMIA
 Secretaria: 1 - MEC - ATIVIDADES - SFA
 Capítulo: 03 - SERVIÇOS NA ÁREA DA ECONOMIA
 Divisão: 11 - REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

MAPA OP-01
 Pág. 7

PROG	MED	FUNC	CLASS. ECONOMICA	DESPESA	FONTE DE FINANCIAMENTO					TOTAL DESPESAS (EM EUROS)
					RECEITAS GERAIS	RECEITA PRÓPRIA	TRANSFERÊNCIAS AP	FEDER	FUNDO COESÃO	
015	052		ECONOMIA COMÉRCIO E TURISMO - TURISMO		23 065	2 135 301				2 160 196
		06	OUTRAS DESPESAS CORRENTES							
		06.02	DIVERSAS							
		06.02.08	06.02.03.C0							
		06.02.03.V	06.02.03.C0							
		06.02.03.R0	06.02.03.R0							
		07	AQUISIÇÃO DE BENS DE CAPITAL							
		07.01	INVESTIMENTOS							
		07.01.03	EDIFÍCIOS							
		07.01.03.B0	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS		5 500					
		07.01.03.B0.E0	CONSERVAÇÃO OU REPARAÇÃO			7 500				20 500
		07.01.07	EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA							
		07.01.07.B0	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.07.B0.B0	IMPRESSORAS/FOTOCOPIADORA/SCANNER							
		07.01.08	SOFTWARE INFORMÁTICO							
		07.01.08.B0	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.08.B0.E0	OUTROS EQUIPAMENTOS ADMINISTRATIVO							
		07.01.09	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.09.B0	OUTROS EQUIPAMENTO BÁSICO							
		07.01.10	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.10.B0	OUTROS FERRAMENTAS E UTENSÍLIOS							
		07.01.11	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.11.B0	INVESTIMENTOS INCORPORAÇÕES							
		07.01.13	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.13.B0	OUTROS INVESTIMENTOS							
		07.01.15	ADMINISTRAÇÃO CENTRAL - SERVIÇOS E FUNDOS AUTÔNOMOS							
		07.01.15.B0	Total do orçamento		10 500					
			Total da medida		58 710					
			Total do programa		6 323 116					
			Total das Atividades		325 670					
			Total do organismo		6 323 116					
			Total do ministério - receita		225 670					
			Total do ministério - despesa a		6 323 116					
					325 670					

2018-10-15

ORÇAMENTO DE ESTADO

ORÇAMENTO:	2019	Orcamento de Estado
SERVÍCIO:	5911 REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE	
ORGÂNICA:	141031100	REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

Pág. 1 de 2

Emitido pela DGO

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE RECEITA

ORÇAMENTO: 2019 Orçamento de Estado
 SERVIÇO: 5911 REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
 ORGÂNICA : 141031100 REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

Pág. 2 de 2

João
JT

Prog/Med	Económica	Fonte	Aprovado	Diploma	Num. Diploma	Data Diploma	Descrição Diploma
015.062	07 03 02 01.00	513	61 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	08 01 99 01.00	513	10 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	08 01 99 02.00	513	500 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	08 01 99 99.00	513	10 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	09 04 10 01.00	513	1.000 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	10 01 02 01.00	513	10 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	10 05 01 01.00	513	30 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	13 01 01 01.00	513	1.000 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
015.062	15 01 01 01.00	513	10 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DA ERT	
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO				325.670			
015.062	06 03 07 02.00	540	2.054.985 Lei n. ^º	33	16/05/2013	LEI ORGANICA DAS ERT	
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO				2.054.985			
TOTAL DA ORGÂNICA				7.090.827			
TOTAL DO SERVIÇO				7.090.827			

ORÇAMENTO DE ESTADO

ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORÇAMENTO: 2019
SERVIÇO: 5911 REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE
ORGÂNICA : 141031100 REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

Pág. 1 de 6

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015	062	3044	01 01 02	01.00	157	00000.00000	319	94.470	94.470
015	062	3044	01 01 04	01.00	157	00000.00000	319	1.218.527	1.218.527
015	062	3044	01 01 04	04.00	157	00000.00000	319	20.102	20.102
015	062	3044	01 01 06	01.00	157	00000.00000	319	29.206	29.206
015	062	3044	01 01 09	01.00	157	00000.00000	319	176.232	176.232
015	062	3044	01 01 11	01.00	157	00000.00000	319	30.729	30.729
015	062	3044	01 01 12	01.00	157	00000.00000	319	7.764	7.764
015	062	3044	01 01 13	01.00	157	00000.00000	319	108.510	108.510
015	062	3044	01 01 14	SF.00	157	00000.00000	319	126.474	126.474
015	062	3044	01 01 14	SN.00	157	00000.00000	319	126.790	126.790
015	062	3044	01 02 02	01.00	157	00000.00000	319	9.650	9.650
015	062	3044	01 02 04	01.00	157	00000.00000	319	8.810	8.810
015	062	3044	01 02 05	01.00	157	00000.00000	319	1.250	1.250
015	062	3044	01 02 11	01.00	157	00000.00000	319	14.004	14.004
015	062	3044	01 02 12	01.00	157	00000.00000	319	20	20
015	062	3044	01 03 03	01.00	157	00000.00000	318	3.120	3.120
015	062	3044	01 03 05	A0.A0	157	00000.00000	319	292.264	292.264
015	062	3044	01 03 05	A0.BD	157	00000.00000	319	156.249	156.249
015	062	3044	01 03 08	01.00	157	00000.00000	319	18.000	18.000
015	062	3044	02 01 02	01.00	157	00000.00000	319	5.000	5.000
015	062	3044	02 01 02	02.00	157	00000.00000	319	12.747	12.747
015	062	3044	02 01 02	99.00	157	00000.00000	319	1.000	1.000
015	062	3044	02 01 04	01.00	157	00000.00000	319	100	100
015	062	3044	02 01 06	01.00	157	00000.00000	319	100	100
015	062	3044	02 01 07	01.00	157	00000.00000	319	16.250	16.250
015	062	3044	02 01 08	C0.00	157	00000.00000	319	700	700
015	062	3044	02 01 13	01.00	157	00000.00000	319	500	500
015	062	3044	02 01 14	01.00	157	00000.00000	319	7.250	7.250
015	062	3044	02 01 15	01.00	157	00000.00000	319	12.600	12.600

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORÇAMENTO: 2019
SERVIÇO: 5911
ORGÂNICA : 141031100

Orcamento de Estado

REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015	062	3044	02 01 16	01.00	157	00000.00000	319	00.000	90.000
015	062	3044	02 01 19	01.00	157	00000.00000	319	300	300
015	062	3044	02 01 21	01.00	157	00000.00000	319	8.050	8.050
015	062	3044	02 02 01	B0.00	157	00000.00000	319	112.206	112.206
015	062	3044	02 02 02	01.00	157	00000.00000	319	26.365	26.365
015	062	3044	02 02 03	01.00	157	00000.00000	319	127.791	127.791
015	062	3044	02 02 04	C0.00	157	00000.00000	319	161.736	161.736
015	062	3044	02 02 06	01.00	157	00000.00000	319	22.400	22.400
015	062	3044	02 02 08	01.00	157	00000.00000	319	9.640	9.640
015	062	3044	02 02 09	F0.00	157	00000.00000	319	30.327	30.327
015	062	3044	02 02 10	01.00	157	00000.00000	319	15.197	15.197
015	062	3044	02 02 11	01.00	157	00000.00000	319	6.000	6.000
015	062	3044	02 02 12	B0.00	157	00000.00000	319	15.824	15.824
015	062	3044	02 02 13	01.00	157	00000.00000	319	11.100	11.100
015	062	3044	02 02 14	D0.00	157	00000.00000	319	14.500	14.500
015	062	3044	02 02 15	B0.00	157	00000.00000	319	6.000	6.000
015	062	3044	02 02 16	01.00	157	00000.00000	319	500	500
015	062	3044	02 02 17	A0.00	157	00000.00000	319	1.250	1.250
015	062	3044	02 02 17	B0.A0	157	00000.00000	319	255.960	255.960
015	062	3044	02 02 17	B0.B0	157	00000.00000	319	25.000	25.000
015	062	3044	02 02 19	A0.00	157	00000.00000	319	6.000	6.000
015	062	3044	02 02 19	B0.00	157	00000.00000	319	59.488	59.488
015	062	3044	02 02 19	C0.00	157	00000.00000	319	4.213	4.213
015	062	3044	02 02 20	A0.00	157	00000.00000	319	55.230	55.230
015	062	3044	02 02 20	E0.00	157	00000.00000	319	337.749	337.749
015	062	3044	02 02 23	B0.00	157	00000.00000	319	450	450
015	062	3044	02 02 25	01.00	157	00000.00000	319	108.050	108.050
015	062	3044	04 01 02	01.00	157	00000.00000	319	15.120	15.120
015	062	3044	04 07 01	01.00	157	00000.00000	319	136.196	136.196

Pág. 2 de 6

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORÇAMENTO: 2019
SERVIÇO: 5911 REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
ORGÂNICA : 141031100

Orcamento de Estado
REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015 062	3044	04 08 02	B0.00	157	00000.00000	319	10.000	10.000	10.000
015 062	3044	06 02 03	A0.00	157	00000.00000	319	10	10	0
015 062	3044	06 02 03	C0.00	157	00000.00000	319	21	21	21
015 062	3044	06 02 03	O0.00	157	00000.00000	319	38.340	38.340	38.340
015 062	3044	07 01 03	B0.B0	157	00000.00000	319	7.500	7.500	7.500
015 062	3044	07 01 07	B0.B0	157	00000.00000	319	27.060	27.060	27.060
015 062	3044	07 01 08	B0.B0	157	00000.00000	319	4.800	4.800	4.800
015 062	3044	07 01 09	B0.B0	157	00000.00000	319	6.850	6.850	6.850
015 062	3044	07 01 10	B0.B0	157	00000.00000	319	10.750	10.750	10.750
015 062	3044	07 01 11	B0.00	157	00000.00000	319	1.550	1.550	1.550
015 062	3044	07 01 13	B0.00	157	00000.00000	319	100	100	100
015 062	3044	07 01 15	B0.00	157	00000.00000	319	100	100	100
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO							4.268.131	4.268.131	
015 062	3044	02 01 15	01.00	157	00000.00000	416	66.870	66.870	66.870
015 062	3044	02 01 21	01.00	157	00000.00000	416	7.650	7.650	7.650
015 062	3044	02 02 03	01.00	157	00000.00000	416	5.625	5.625	5.625
015 062	3044	02 02 04	C0.00	157	00000.00000	416	69.750	69.750	69.750
015 062	3044	02 02 08	01.00	157	00000.00000	416	12.030	12.030	12.030
015 062	3044	02 02 09	F0.00	157	00000.00000	416	4.095	4.095	4.095
015 062	3044	02 02 10	01.00	157	00000.00000	416	14.835	14.835	14.835
015 062	3044	02 02 11	01.00	157	00000.00000	416	4.365	4.365	4.365
015 062	3044	02 02 12	B0.00	157	00000.00000	416	2.340	2.340	2.340
015 062	3044	02 02 13	01.00	157	00000.00000	416	8.850	8.850	8.850
015 062	3044	02 02 14	D0.00	157	00000.00000	416	4.200	4.200	4.200
015 062	3044	02 02 16	01.00	157	00000.00000	416	3.000	3.000	3.000
015 062	3044	02 02 17	B0.A0	157	00000.00000	416	59.400	59.400	59.400
015 062	3044	02 02 17	B0.B0	157	00000.00000	416	25.500	25.500	25.500
015 062	3044	02 02 20	A0.00	157	00000.00000	416	3.750	3.750	3.750

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORGAMENTO: 2019
SERVICO: 5911
ORGÂNICA : 141031100

Orcamento de Estado

REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

Pág. 4 de 6

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015	062	3044	02 02 20	E0.00	157	00000.00000	416	43.200	43.200
015	062	3044	02 02 25	01.00	157	00000.00000	416	32.640	32.640
015	062	3044	07 01 03	B0.B0	157	00000.00000	416	7.500	7.500
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO								375.600	375.600
015	062	3044	02 01 15	01.00	157	00000.00000	421	500	500
015	062	3044	02 01 21	01.00	157	00000.00000	421	500	500
015	062	3044	02 02 10	01.00	157	00000.00000	421	1.775	1.775
015	062	3044	02 02 11	01.00	157	00000.00000	421	1.225	1.225
015	062	3044	02 02 13	01.00	157	00000.00000	421	6.025	6.025
015	062	3044	02 02 17	B0.A0	157	00000.00000	421	8.528	8.528
015	062	3044	02 02 17	B0.B0	157	00000.00000	421	2.000	2.000
015	062	3044	02 02 20	E0.00	157	00000.00000	421	28.700	28.700
015	062	3044	02 02 25	01.00	157	00000.00000	421	13.750	13.750
015	062	3044	07 01 07	B0.B0	157	00000.00000	421	1.538	1.538
015	062	3044	07 01 08	B0.B0	157	00000.00000	421	1.800	1.800
015	062	3044	07 01 10	B0.B0	157	00000.00000	421	100	100
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO								66.441	66.441
015	062	3044	02 01 04	01.00	157	00000.00000	513	4.000	4.000
015	062	3044	02 01 08	C0.00	157	00000.00000	513	4.150	4.150
015	062	3044	02 01 11	01.00	157	00000.00000	513	300	300
015	062	3044	02 01 15	01.00	157	00000.00000	513	29.455	29.455
015	062	3044	02 01 18	01.00	157	00000.00000	513	100	100
015	062	3044	02 01 21	01.00	157	00000.00000	513	9.225	9.225
015	062	3044	02 02 02	01.00	157	00000.00000	513	1.358	1.358
015	062	3044	02 02 03	01.00	157	00000.00000	513	4.875	4.875
015	062	3044	02 02 04	C0.00	157	00000.00000	513	42.775	42.775
015	062	3044	02 02 08	01.00	157	00000.00000	513	4.270	4.270

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORÇAMENTO: 2019
SERVICO: 5911
ORGÂNICA : 141031100

Orcamento de Estado
REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

Pág. 5 de 6

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015	062	3044	02 02 08	F0.00	157	00000.00000	513	1.605	1.605
015	062	3044	02 02 10	01.00	157	00000.00000	513	6.227	6.227
015	062	3044	02 02 11	01.00	157	00000.00000	513	2.110	2.110
015	062	3044	02 02 12	B0.00	157	00000.00000	513	810	810
015	062	3044	02 02 13	01.00	157	00000.00000	513	6.200	6.200
015	062	3044	02 02 14	D0.00	157	00000.00000	513	8.800	8.800
015	062	3044	02 02 16	01.00	157	00000.00000	513	2.000	2.000
015	062	3044	02 02 17	B0.A0	157	00000.00000	513	40.193	40.193
015	062	3044	02 02 17	B0.B0	157	00000.00000	513	23.010	23.010
015	062	3044	02 02 20	E0.00	157	00000.00000	513	38.100	38.100
015	062	3044	02 02 22	H0.00	157	00000.00000	513	3.500	3.500
015	062	3044	02 02 25	01.00	157	00000.00000	513	20.000	20.000
015	062	3044	04 05 01	B0.00	157	00000.00000	513	1.755	1.755
015	062	3044	04 07 01	01.00	157	00000.00000	513	22.110	22.110
015	062	3044	06 02 03	A0.00	157	00000.00000	513	0	0
015	062	3044	06 02 03	C0.00	157	00000.00000	513	40	40
015	062	3044	06 02 03	I4.00	157	00000.00000	513	30.000	30.000
015	062	3044	06 02 03	Q0.00	157	00000.00000	513	50	50
015	062	3044	06 02 03	R0.00	957	00000.00000	513	8.142	8.142
015	062	3044	07 01 03	B0.B0	157	00000.00000	513	5.500	5.500
015	062	3044	07 01 10	B0.B0	157	00000.00000	513	5.000	5.000
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO								325.670	
015	062	3044	02 01 15	01.00	157	00000.00000	540	12.000	12.000
015	062	3044	02 01 21	01.00	157	00000.00000	540	4.000	4.000
015	062	3044	02 02 14	D0.00	157	00000.00000	540	12.000	12.000
015	062	3044	02 02 17	B0.A0	157	00000.00000	540	39.000	39.000
015	062	3044	02 02 17	B0.B0	157	00000.00000	540	1.000	1.000
015	062	3044	02 02 20	A0.00	157	00000.00000	540	1.000	1.000

ORÇAMENTO DE ESTADO
ORÇAMENTO DE DESPESA

2018/10/15

ORÇAMENTO: 2019
SERVIÇO: 5911
ORGÂNICA : 141031100

Pág. 6 de 6

Orcamento de Estado
REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE
REGIAO DE TURISMO DO ALGARVE

PROGRAMA	MEDIDA	FUNCIONAL	ECONÓMICA	RUBRICA	ACTIVIDADE	PROJECTO	FONTE FIN.	PROPOSTO	APROVADO
015	062	3044	02 02 20	E0.00	157	00000.00000	540	7.000	7.000
015	062	3044	02 02 25	01.00	157	00000.00000	540	4.000	4.000
015	062	3044	04 01 02	01.00	157	00000.00000	540	17.400	17.400
015	062	3044	04 05 01	B0.00	157	00000.00000	540	157.395	157.395
015	062	3044	04 07 01	01.00	157	00000.00000	540	1.800.190	1.800.190
TOTAL DA FONTE FINANCIAMENTO							2.054.985	2.054.985	
TOTAL DA ORGÂNICA							7.090.827	7.090.827	
TOTAL DO SERVIÇO							7.090.827	7.090.827	

Listagem de Registo | Anotação - Despacho nº 190/XXI/SET/2018.

7346/2018 - MEc-Entrada

Assunto: SG-ME - SECRETARIA GERAL DO MINISTERIO DA ECONOMIA - ERT ALGARVE - OE 2019 - PROPOSTA DE ORCAMENTO

Dono SET-Maria Isabel Demétrio Bourdain de
Macedo

Assinado por

Data Criação 23-08-2018

Estado Assinatura

Título Despacho nº 190/XXI/SET/2018.

Descrição

Ao Gab Apoio para encaminhamento

Dono SET-Ana Manuel Jerónimo Lopes Correia
Mendes Godinho

Assinado por

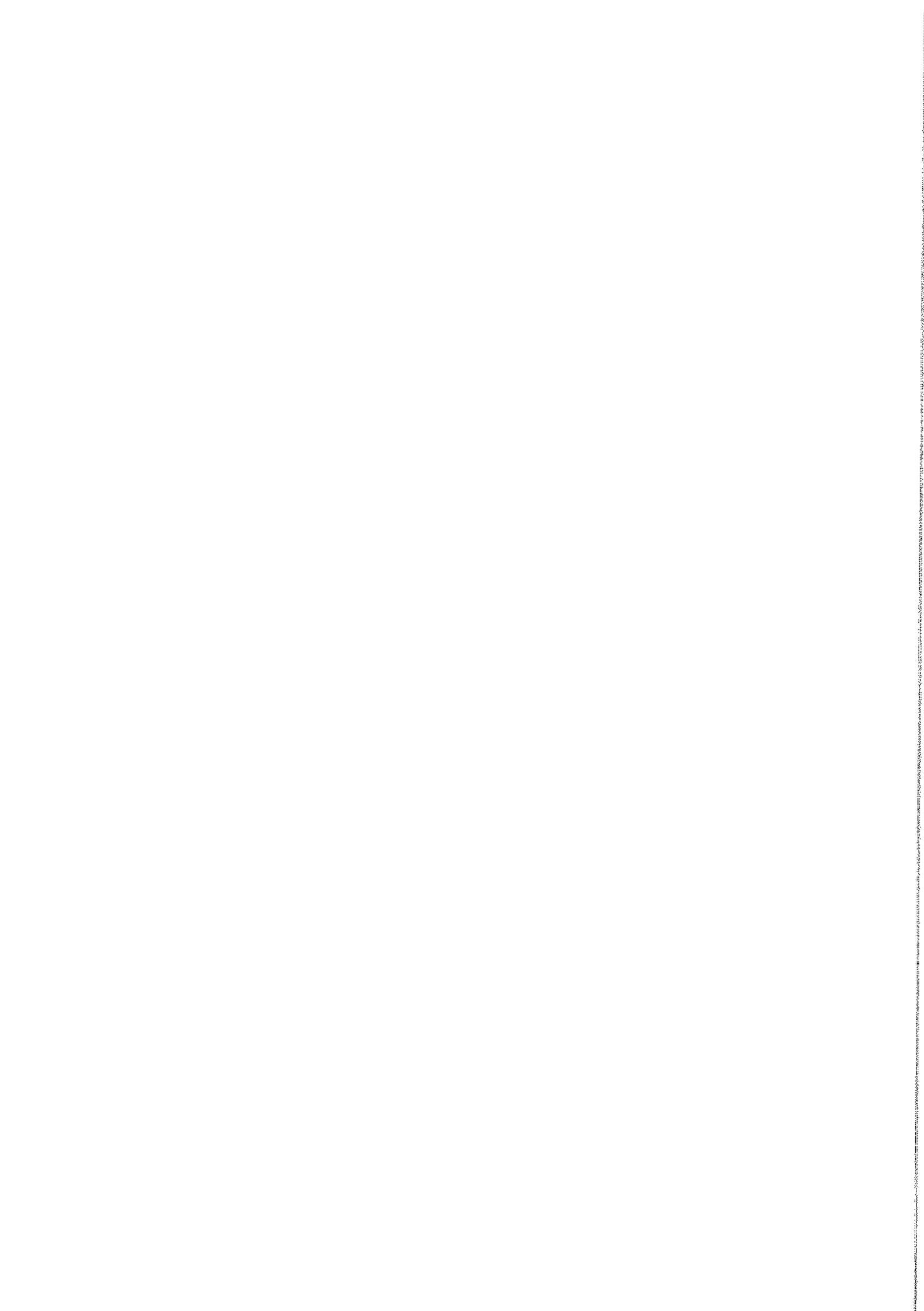
Data Criação 23-08-2018

Estado Assinatura

Título Aprovo

Descrição

Aprovo



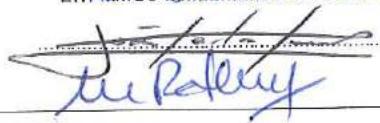
REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE

PLANO DE ATIVIDADES E ORÇAMENTO

2019

Órgão Executivo

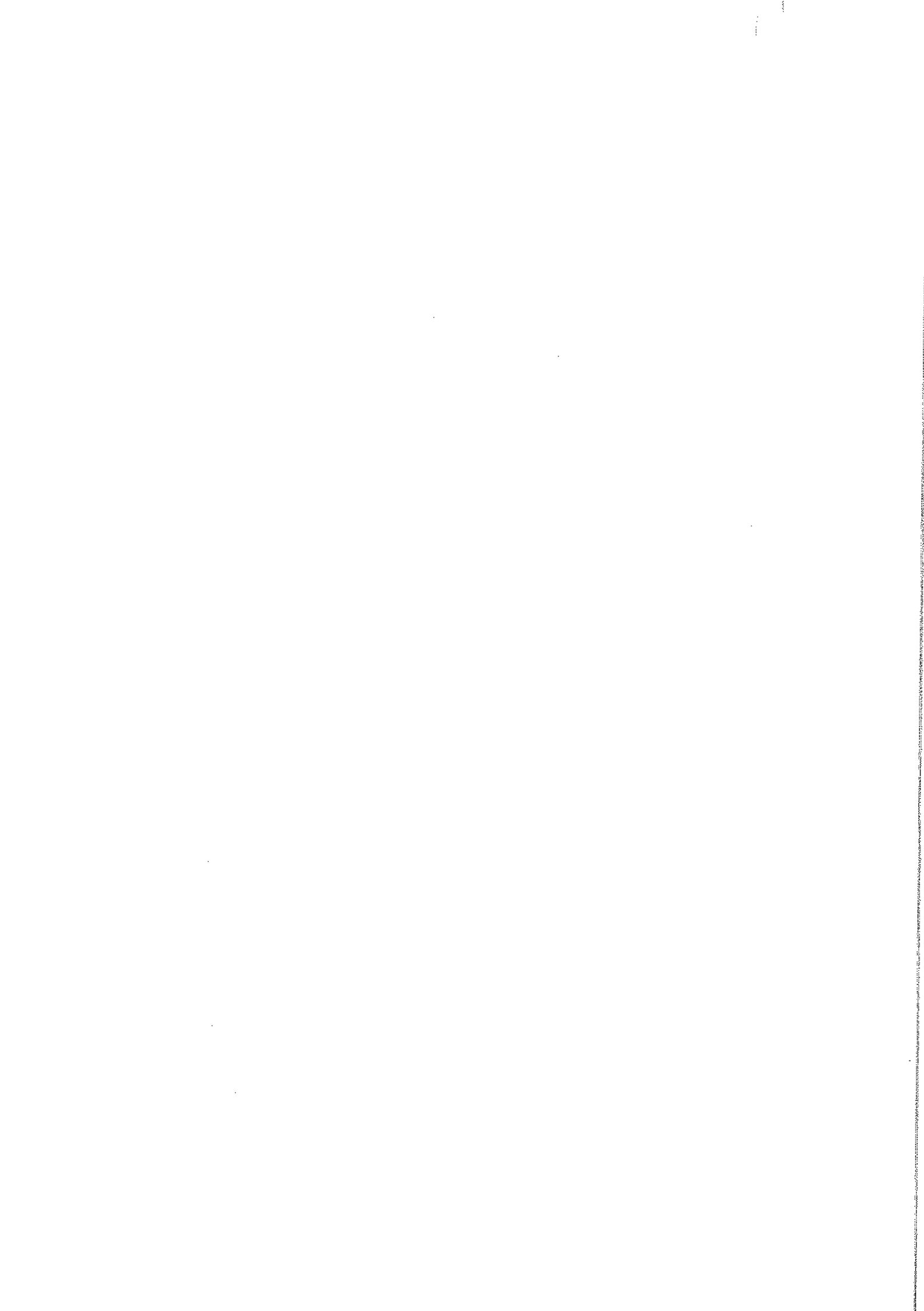
Em 24 de OUTUBRO de 2018



Órgão Deliberativo

Em 08 de NOVEMBRO de 2018







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 2019, consistindo: no Plano Anual de Atividades e Projeto de 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;



- 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 €7.090.827, dos quais €4.268.131 é a dotação prevista pela entidade a receber do Orçamento de Estado para 2019, 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 outubro de 2018

O Fiscal Único
Isabel Paiva, Miguel Galvão & Associados, SROC, Lda

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

Miguel Pinto Galvão

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

Certidão de extrato de parte da ata da reunião extraordinária da Comissão Executiva, realizada no dia 24 de outubro de 2018.

1.4. DEAG/DEOP - Plano de Atividades e orçamento 2019 - Para apreciação e aprovação – Presente a informação 201800673, datada de 16 de outubro de 2018, elaborada em coautoria pelo Diretor do Departamento de Administração Geral, Cláudio Lima e pelo Diretor do Departamento Operacional, Duarte Padinha, com a proposta de Plano de Atividades e Orçamento para 2019, a qual se dá por reproduzida.

Em anexo o Plano de Atividades para 2019, o orçamento para 2019, o mapa de pessoal para 2019, aprovado pela Secretaria de Estado do Turismo e as análises custo-benefício, fundamento para o recrutamento de pessoal, documentos que se dão por reproduzidos.

Apreciado e discutido, o assunto foi colocado à votação da Comissão Executiva que deliberou por unanimidade, aprovar os documentos propostos e submeter à aprovação da Assembleia Geral.

----- Está conforme -----

Região de Turismo do Algarve, em Faro, aos 9 de novembro de 2018

O Diretor do Departamento de Administração Geral,



Cláudio Lima

DESPACHO SH: João Fernandes Concordo. À CE para aprovação e posterior envio para a Assembleia Geral, para a devida autorização.	DESPACHO: (escolher colaborador)
PARECER SHI:	PARECER SRH:
DIRECÇÃO: 24-10-18 Ponto 1.4 - A CE aprovou o plano de atividades e orçamento para 2019 e deliberou submete-lo à aprovação da AG	ASSEMBLEIA:
DE: Cláudio Lima	Duarte Padinha
PARA: João Fernandes	
DATA: 16-outubro-2018	
INFORMAÇÃO Nº	Info_201800673_DEAG_CL / Pasta 201800682
ASSUNTO:	Plano de Atividades e Orçamento 2019

Estimado Presidente,

A circular n.º 1390 de 08/08/2018 da Direção Geral do Orçamento, relativa às instruções para a preparação do Orçamento de Estado para 2019, obriga a RTA a proceder ao carregamento da sua proposta de Plano de Atividades e Orçamento (PAO_2019) até ao dia 27/08/2018. Entre agosto de 2018 e a presente data, a proposta foi alvo de correções por parte da DGO, sendo neste momento já possível apresentar os valores que foram considerados por esta, para efeito de integração no Orçamento de Estado para o próximo ano.

Os documentos que constituem a proposta de orçamento da Região de Turismo do Algarve para 2019, encontram enquadramento no n.º 1 do art.º 30º da Lei 33/2013 de 16 de maio, e espelham de forma clara e desagregada, as despesas e receitas da RTA, para o exercício de 2019.

A proposta de orçamento é de 7.090.827€, encontrando-se os valores agrupados por cinco fontes de financiamento(FF), de acordo com o seguinte:

- Transferências do OE – FF319 – 4.268.131€;
- Projetos Cofinanciados CRESC2020 – FF416 – 375.600€;
- Projetos Cofinanciados Transfronteiriços – FF421 – 66.441€;
- Receitas Próprias – 513 – 325.670€;
- Transferências entre organismos da AP (inclui linha de apoio ao interior – programa valorizar e Projeto 365 Algarve) – 540 – 2.054.985€.

A RTA espera ainda receber, à semelhança do ano passado, uma verba adicional de 650.500€, oriunda do Turismo de Portugal e inscrita na proposta de Orçamento de Estado para 2019, proveniente do saldo desse instituto, para a RTA afetar ao desenvolvimento turístico regional em articulação com a estratégia nacional da política de turismo e de promoção do destino.

O orçamento, no valor de global de 7.090.827€, foi construído de acordo com as regras definidas pelo SNC-AP (DL192/2015), conjugado com as instruções da DGO refletidas na circular 1390 de 08/08/2018, englobando a proposta de orçamento de receita e despesa e o Plano de Atividades, este último desenvolvido pelo Departamento Operacional / Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade.

Submete-se assim à apreciação e aprovação pela Comissão Executiva, e posterior aprovação da Assembleia Geral, de acordo com a alínea g) do Art.º 13 da Lei n.º 33/2013 de 16 de maio, do Plano de Atividades e Orçamento para o ano de 2019 (PAO_2019).

À consideração superior,

Cláudio Lima

Duarte Padinha

APROVAÇÃO EM MINUTA

TURISMO DO ALGARVE
Pasta 201800845
Doc. externo
Fact. Fornecedor
Data 9/11/2018
Classificação 0001001

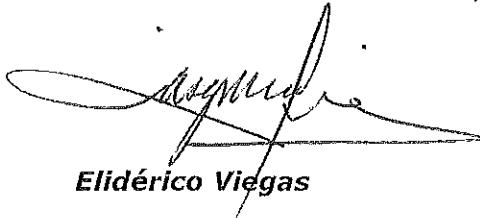
2.4 – Plano de Atividades e Orçamento para 2019 – Apreciação e aprovação

– Presente a informação 201800673, datada de 16 de outubro de 2018, elaborada em coautoria pelo Diretor do Departamento de Administração Geral, Cláudio Lima e pelo Diretor do Departamento Operacional, Duarte Padinha, com a proposta de Plano de Atividades e Orçamento para 2019, a qual se dá por reproduzida.

Em anexo o Plano de Atividades para 2019, o orçamento para 2019, o mapa de pessoal para 2019, aprovado pela Secretaria de Estado do Turismo e as análises custo-benefício, fundamento para o recrutamento de pessoal, documentos que se dão por reproduzidos.

Após análise e discussão do assunto, foi colocada à votação da Assembleia Geral que deliberou por Maioria quina abstenc, proceder à sua aprovação.

O Presidente da Mesa da Assembleia Geral,



Elidérico Viegas