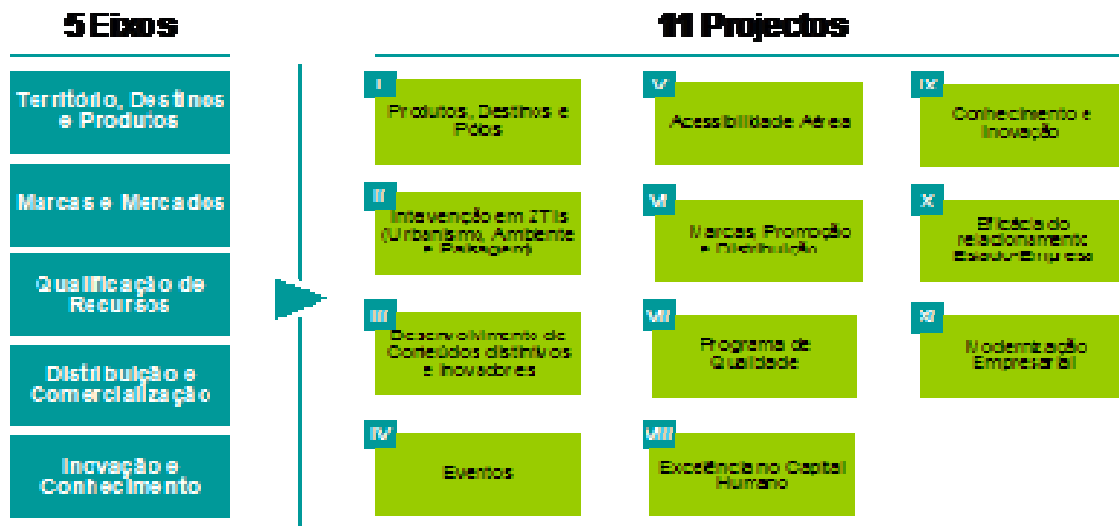




O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), uma iniciativa do Governo, da responsabilidade do Ministério da Economia e da Inovação, define as acções para o crescimento sustentado do Turismo Nacional nos próximos 10 anos, e orienta a actividade do Turismo de Portugal, ip, a entidade pública central do sector.

O PENT sintetiza as conclusões do diagnóstico e formula os objectivos e linhas de desenvolvimento estratégico para o sector, materializados em 5 eixos estratégicos, através de 11 projectos de implementação.



Os projectos de implementação para o desenvolvimento do Turismo em Portugal, são:

1. **Produtos, destinos e pólos:** *envolve a estruturação e desenvolvimento de propostas de consumo, distintas e inovadoras, perspectivadas na óptica do cliente, suportadas na capitalização da vocação natural de cada destino, e alinhadas com a proposta de valor de Portugal, que permitam competir, com êxito, nos mercados alvo.*

- Desenvolvimento da oferta / *clusters* de serviços para os produtos estratégicos
- Requalificação de destinos, com prioridade no Algarve
- Conceito e plano de viabilidade dos pólos turísticos
- Desenvolvimento sustentado de pólos turísticos

- Atração de investimento e investidores de referência

2. **Intervenção em Zonas Turísticas de Interesse** (urbanismo, ambiente e paisagem): *incide numa intervenção criteriosa e seleccionada, multidisciplinar e multi-entidade, com ganhos de coerência e de capacidade de actuação, para melhoria da qualidade urbana, ambiental e paisagística do território, enquanto componente fundamental do produto turístico, e da atractividade global de Portugal e dos seus destinos regionais.*

- Intervenção em zonas turísticas de interesse, assegurando a oferta e excelência de factores qualificadores (ex: conservação de monumentos e edifícios, limpeza e despoluição do solo, arborização dos espaços)

- Facilitação de intervenção multidisciplinar / multi-entidade

3. **Desenvolvimento de conteúdos distintivos e inovadores:** *requer o desenvolvimento de conteúdos tradicionais portugueses, associados à História de Portugal, à literatura ou à música, assim como adequação das condições de fruição da nossa oferta cultural e gastronómica, que possibilitem a vivência de experiências distintivas e inovadoras aos turistas que seleccionam Portugal como destino de férias.*

- Desenvolvimento de factores distintivos de Portugal

- Promoção dos factores distintivos nas principais atracções turísticas

- Desenvolvimento de conteúdos para o site de internet móvel

4. **Eventos:** *conduz à captação de eventos de projecção internacional e à promoção de um calendário nacional, regional e local de iniciativas de animação cultural, desportiva ou lúdica, que contribuam para a valorização da proposta de valor do destino, e o reforço da imagem de marca e notoriedade de Portugal.*

- Captação de um a dois mega eventos cada dez anos

- Promoção de calendário de dez eventos de projecção internacional

- Organização de calendário de eventos regionais (mais de trinta eventos no total)

- Dinamização de animação local

5. **Acessibilidade aérea:** *promove a aproximação de Portugal aos grandes centros europeus emissores de fluxos turísticos, através do reforço das acessibilidades aéreas a cidades e regiões com maior potencial turístico para os destinos nacionais.*

- Aumento do número e reforço da competitividade das ligações directas dos aeroportos nacionais aos principais mercados e regiões emissoras

6. **Marcas, promoção e distribuição:** *focaliza a actuação em segmentos, por mercado emissor, suportada na inovação e na comunicação de uma proposta de valor diferenciada em função dos alvos, com aposta no canal internet e numa gestão proactiva da relação com os prescritores do destino Portugal.*

- Monitorização e aferição da estratégia de promoção e distribuição face aos objectivos do Plano Estratégico Nacional do Turismo
- Visão e actuação integrada, por mercado emissor, liderada pelo Turismo de Portugal, ip.
- Promoção do turismo interno
- Reforço da presença no canal internet
- Actualização de conteúdos/oferta em meios de grande divulgação (ex: guias, sites, ...)

7. Programa de qualidade: *opta pela implementação de um sistema de qualidade turística e de um programa de formação e valorização dos recursos humanos, que reforcem a qualidade do Turismo nacional ao longo dos "momentos de verdade" de interacção com o turista, e em linha com os exigentes standards de qualidade internacionais.*

- Promoção da qualidade ao longo dos "momentos de verdade" (interacção com o turista)
- Desenvolvimento de conceito inovador para internet móvel
- Implementação de selo de qualidade
- Desenvolvimento de uma cultura de qualidade
- Lançamento de prémios de excelência
- Discriminação positiva na divulgação e promoção

8. Excelência no capital humano: *conduz à valorização e dignificação das profissões de Turismo, dotando o País de recursos humanos detentores de níveis de formação, especialização e qualificação adequados ao desenvolvimento do sector.*

- Criação de Escola de Gestão Turística de nível internacional (licenciatura e mestrado)
- Desenvolvimento de uma rede de escolas técnicas (uma por região)
- Introdução da temática Turismo em cursos superiores
- Desenvolvimento de parcerias Escolas-Empresas
- Valorização das profissões no sector e incentivo ao empreendedorismo

9. Conhecimento e inovação: *promove a geração e incorporação do conhecimento na actividade produtiva, aproximando os centros de investigação e conhecimento das preocupações do sector, e a sua materialização no negócio, por via da inovação, para promover uma competitividade sustentada.*

- Reforço do conhecimento a nível dos turistas / mercados emissores

- Monitorização da actividade turística e da execução do Plano Estratégico Nacional do Turismo com base em indicadores-chave
- Identificação e divulgação das melhores práticas e tendências no Turismo
- Estimulo à investigação e desenvolvimento e práticas de inovação

10. Eficácia do relacionamento Estado - Empresa: *conduz ao lançamento de uma cultura de apoio ao investidor e ao investimento, eliminando etapas desnecessárias ou inúteis, e simplificando os processos de relacionamento com as empresas.*

- Simplificação do processo de relacionamento Estado-Empresa (ponto único de contacto)
- Reforço da eficiência e transparência do processo de licenciamento
- Digitalização de processos e procedimentos

11. Modernização empresarial: *viabiliza o reforço da capacidade e posicionamento competitivo das empresas nacionais no contexto internacional, promovendo a adopção de tecnologias avançadas, o acesso a plataformas e serviços que lhes configurem a máxima visibilidade e o melhor conhecimento das preferências dos seus potenciais clientes, bem como as melhores condições para a venda dos seus produtos turísticos.*

- Desenvolvimento da capacidade de gestão das empresas do sector
- Disponibilização de *software* de acesso aos canais de distribuição electrónica (gestão de capacidade, gestão de serviços)

DGTurismo