



Turismo do Porto e Norte de Portugal/2017

TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL

portoenorteTM
■■■■■■■■■■

Plano de Ação e Orçamento **PNP** **2017**

08/2016

*Sentido de responsabilidade
comprometida por todos*

01/	Sumário executivo	01
02/	Enquadramento e diagnóstico	04
03/	Opções estratégicas	10
04/	Plano de ação 2017	14
04/01	Qualificação da oferta turística	
04/02	Comunicação do destino	
04/03	Monitorização do destino e dos mercados	
05/	Plano de gestão e monitorização	40
06/	Grandes opções do plano de atividades e orçamento 2017	42
07/	Relatório de elaboração da proposta do orçamento 2017	66
08/	Normas regulamentares de execução do orçamento 2017	71

O Plano de Ação 2017 pode ser acedido no website da Turismo do Porto e Norte de Portugal em www.portoenorte.pt.

Sede Social: **Castelo de Santiago da Barra, 4900-360 Viana do Castelo**
Telefone: **(351) 258 820 270** | Fax: **(351) 258 829 798**
e-mail: turismo@portoenorte.pt
Facebook: <https://www.facebook.com/TurismoPortoNortePortugal>
Número único de registo e de pessoa coletiva: **508 905 435**

O Plano de Ação e Orçamento PNP 2017 e toda a informação, texto e gráficos são propriedade da Turismo do Porto e Norte de Portugal. As fotografias que constam deste documento fazem parte do banco de imagens da TPNP e constituem uma cedência das câmaras municipais do Norte de Portugal e outras entidades públicas e privadas no âmbito da sua colaboração em projetos/trabalhos de estruturação do produto.

Plano de Ação e Orçamento **PNP** **2017**

08/2016

TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL

portoenorte^{TEM}
■■■■■■■■■■

01

Sumário

executivo

O Porto e Norte de Portugal é hoje a terceira economia turística portuguesa em termos de proveitos de aposento, o que se fica a dever, em grande medida, à regeneração e aumento da competitividade do seu tecido económico, bem como à alavancagem política e institucional promovida pela TPNP em diferentes domínios. Constituem ações terminantes a estruturação do produto, a comunicação e o posicionamento inteligente junto dos mercados e o fomento de um ambiente de conciliação que converge para um interesse comum e que reconhece a importância do turismo como um fenómeno de coesão territorial e de oportunidades.

A TPNP tem vindo a depurar a sua ação e a desenvolver instrumentos de gestão e planeamento em diálogo com todos os agentes do setor, procurando definir bases de consenso e entendimento num processo de desenvolvimento complexo e de elevada transversalidade. A necessidade de encontrar um pacto de ação que corporifique consensos indispensáveis culminou com o desenvolvimento de um documento diretor intitulado “Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal – Horizonte 2015-2020”. Este instrumento, apresentado em 2015, constitui a bússola que norteia o desenvolvimento do destino turístico Porto e Norte de Portugal e cujo desígnio se configura em torno de um ideal de sustentabilidade do território e dos seus recursos, compatibilizando, assim, uma tendência de crescimento enérgico da procura e da oferta complementar.

PRIORIDADES

O presente documento traça o perfil de atuação para 2017 e constitui um fragmento do roteiro estratégico aludido ao

consubstanciar prioridades que são diagonais aos anos de vigência (2015-2020), a saber:

Prioridade 1

Desenvolver a atratividade do destino: desenvolver a oferta numa lógica de complementaridade regional, onde os produtos estão claramente alinhados com as preferências e especificidades de cada mercado de origem.

Prioridade 2

Consolidar e harmonizar a qualidade da oferta em parceria com os operadores locais ao nível das infraestruturas atuais e a desenvolver; capacitar os recursos humanos; e, de forma transversal, criar e implementar um padrão de qualidade uniforme em toda a região.

Prioridade 3

Centrar os esforços de marketing na captação de mercados com maior predisposição ao consumo dos produtos definidos como centrais e atrativos para o destino, sobretudo aqueles que permitam reduzir a sazonalidade e a concentração regional.

Prioridade 4

Desenvolver parcerias com os vários agentes do destino, no sentido de se maximizarem os esforços de marketing e de se promover um ambiente de cooperação para que se obtenham os melhores resultados para o destino e para os *stakeholders*.

Prioridade 5

Aproveitar o potencial de cada canal de comunicação e distribuição de modo a colocar os produtos no mercado, de forma segmentada, estimulando a vontade de visita por parte de potenciais turistas.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E OPERACIONAIS

Tomando em consideração que o destino Porto e Norte de Portugal apresenta expressões distintas da procura turística ao longo do território, com maior dependência do mercado doméstico em unidades geográficas do interior; considerando o reflexo da baixa densidade na qualidade da oferta turística; atenta a porosidade distinta dos



diferentes sub-destinos relativamente ao fenómeno turístico; e reconhecida a necessidade de afinar e aperfeiçoar as redes colaborativas e fomentar a convicção de que o destino é mais do que a soma das partes, orientam o Plano de Ação 2017 quatro objetivos estratégicos e operacionais emanados da estratégia de marketing:

Objetivo 1

Aumentar a atratividade do destino e elevar os seus níveis de notoriedade.

Objetivo 2

Harmonizar e consolidar transversalmente a qualidade da oferta.

Objetivo 3

Melhorar os indicadores do turismo e reduzir as assimetrias entre os sub-destinos.

Objetivo 4

Estimular o espírito colaborativo entre os *stakeholders* para a adoção de uma abordagem alinhada ao nível do desenvolvimento e promoção do destino.

Importa, com efeito, relevar aspetos que constituem características salientes do fenómeno turístico no destino Porto e Norte de Portugal para os quais a “Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal – Horizonte 2015-2020” consagra medidas, agora reproduzidas no Plano de Ação 2017. A título de exemplo, é proposta a necessidade de diversificação de mercados e o aumento do nível de notoriedade do destino no exterior por forma a reduzir os riscos inerentes à elevada polarização da procura em torno do mercado doméstico

responsável por 47% das dormidas no Norte de Portugal em 2015 (INE, 2015). Acresce o fenómeno de concentração espacial da procura e a oportunidade de promover mecanismos que facilitem a sua drenagem para unidades territoriais de baixa densidade, designadamente através do incentivo à qualificação da oferta e introdução de estímulos que fomentem uma lógica de complementaridade entre as sub-regiões.

O Plano, na linha do que está estabelecido na estratégia de marketing, analisa e percebe o turismo como um fenómeno de base e repercussão territorial com recursos específicos que obtêm uma valorização distinta consoante a unidade sub-regional onde se encontram. Nesse sentido, o Plano propõe, à semelhança, do Plano de Ação 2016, políticas de geometria variável que procedem à gestão e planeamento dos produtos âncora e complementares por sub-destino.

A gestão do destino não pode deixar de interpretar a morfologia do território como um compósito de ativos geográficos, culturais, sociais e económicos cujo potencial valor acrescentado resultante da sua transformação em produto turístico requer um exercício de síntese e posicionamento junto dos mercados.

Atento a esta dimensão, o Plano de Ação para 2017 incorpora medidas que visam garantir a inteligibilidade do território e das suas especificidades, embebendo orientações da “Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal - Horizonte 2015-2020” que relevam as seguintes dimensões:



Fig. 1: Posicionamento global do destino

Em síntese, o documento que agora se apresenta, cujo escopo visa enquadrar a ação da TPNP em 2017, densifica medidas que se inerem numa racional plurianual, porquanto carecem de monitorização periódica (anual) que é levada a cabo no âmbito do enquadramento deste documento (ponto 2), com uma análise e diagnóstico de indicadores que repercutem uma evolução recente do fenómeno turístico no Norte de Portugal. Esta análise geral não esgota as ferramentas de gestão e monitorização (ponto 5) que decorrem do compromisso plurianual da Estratégia de Marketing. No Plano de Ação 2017 são vertidas as opções estratégicas (ponto 3) que orientam e fundamentam a atividade da TPNP bem como as medidas, ações e mapa orçamental (ponto 4) que suporta a sua execução em 2017.

02

Enquadramento e diagnóstico

DESEMPENHO DO DESTINO

A evolução recente do turismo no Norte de Portugal revela uma média de crescimento das dormidas anual acima dos 10% entre 2013-2014 e 2014-2015, bem como uma progressão positiva das taxas de crescimento anuais entre estes dois períodos, na ordem dos 2,5 pontos percentuais (Fig. 2). O acréscimo das variações neste indicador ocorre tanto nos segmentos doméstico como externo, exibindo uma evolução assinalável de, respetivamente, 2,4 p.p. e 2,6 p.p., nos períodos mencionados. Este desenvolvimento ocorre quando o comportamento das dormidas do território nacional, não obstante revelar uma tendência crescente, patenteia uma propensão de perda de vigor das variações anuais. De salientar o comportamento da procura doméstica, cuja taxa de crescimento se reduz em 7,5 p.p. entre estes dois períodos, passando de 12,8% (2013-2014) para 5,3% (2014-2015), quando a região Norte aumenta de 8,5% (2013-2014) para 10,9% (2014-2015).

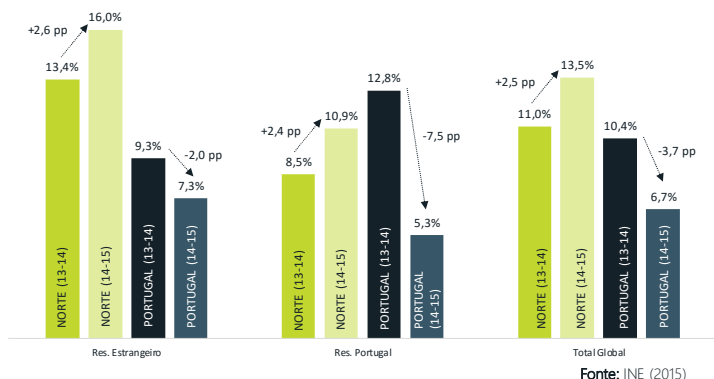


Fig. 2: Variação das dormidas (%): 2013-2014; 2014-2015

Em termos absolutos, o Norte de Portugal é responsável por gerar mais de 6 milhões de dormidas

em 2015, o que corresponde a cerca de 12,5% do total de dormidas do país (Fig. 3). O Norte de Portugal alavanca 20% do total de dormidas internacionais e 9,4% das dormidas domésticas.

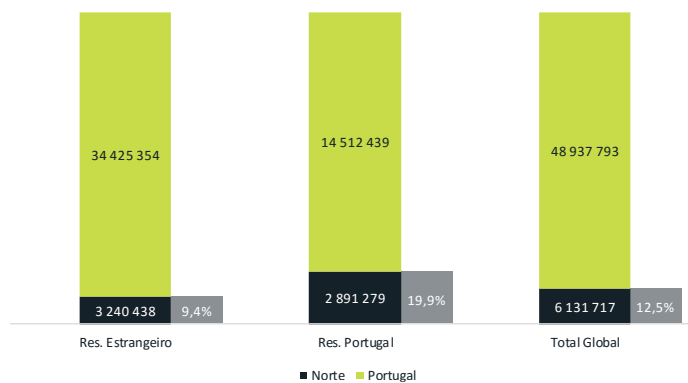


Fig. 3: Quota das dormidas do Norte no Total Nacional por Residentes em Portugal e no Estrangeiro: 2015

Também a distribuição deste indicador por plataforma de emissão de turistas (interno versus externo) (Fig. 4) tem vindo a revelar uma tendência de aproximação da repartição nacional. O indicador das dormidas no destino Porto e Norte de Portugal exhibe um predomínio dos mercados externos, que em 2015 representavam cerca de

53% das dormidas e cuja tendência desde 2013 tem vindo a revelar o esforço de internacionalização que pode ser ilustrado no aumento deste indicador em 2,2 pontos percentuais no período em análise.

A análise dos diferentes indicadores, hóspedes, dormidas e proveitos de aposento, denota o comportamento centrípeto do Porto que tende a atrair e concentrar procura bem como os resultados financeiros decorrentes.

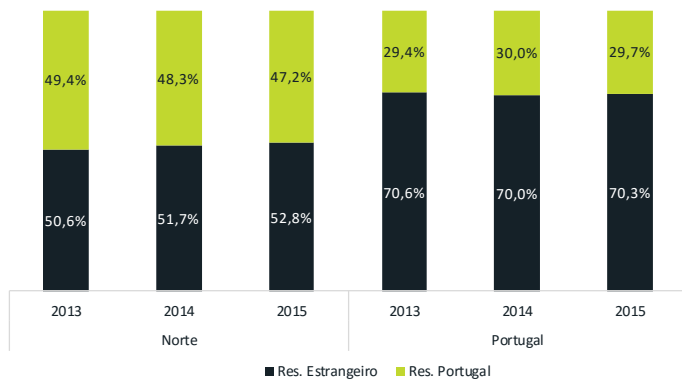
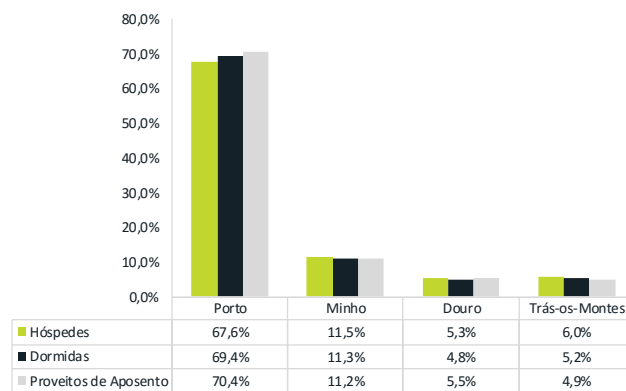


Fig. 4: Evolução da distribuição das dormidas por residentes em Portugal e no estrangeiro: 2013-2015

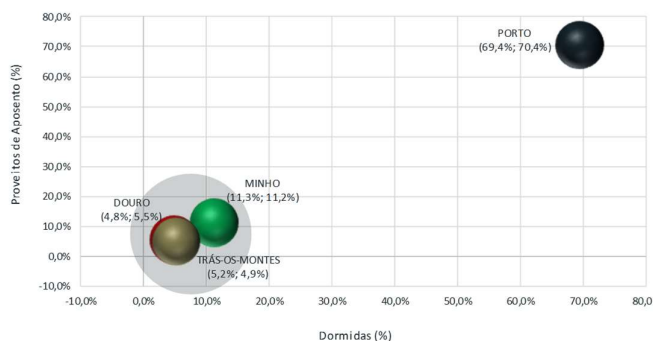


Fonte: INE (2015)

Fig. 6: Distribuição do número de hóspedes, dormidas e proveitos de aposento por sub-destino: 2015

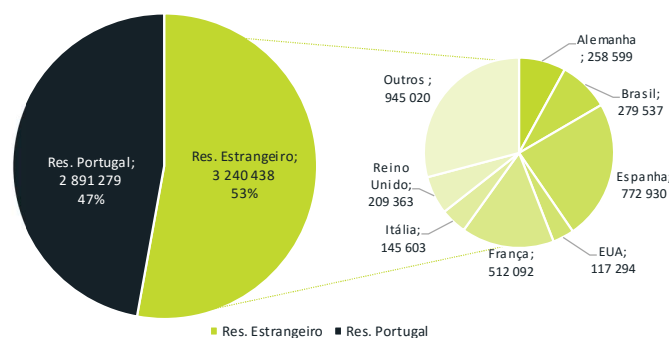
Não obstante a tendência de internacionalização do destino, quando observado o impacto sub-regional do fenómeno turístico na região Norte manifestam-se desafios consequentes da elevada polarização da procura e seus efeitos financeiros no setor do alojamento. Em particular, o Porto concentra cerca de 69,4% das dormidas do Norte de Portugal e 70,4% dos proveitos de aposento (Fig. 5). As restantes sub-regiões (Minho, Douro e Trás-os-Montes) ou mesmo a remanescente da região Norte, produzem, em média 30% das dormidas e proveitos de aposento do Norte de Portugal.

Observados os mercados internacionais, que representam cerca de 53% das dormidas em 2015 (Fig. 7), constata-se que a Espanha e a França são os mercados mais relevantes. O primeiro representa cerca de 12,6% das dormidas do Norte e o mercado francófono aproximadamente 8,4%. A expressão destes dois mercados no Norte de Portugal constitui uma vantagem para Portugal tendo em conta que no todo nacional o mercado espanhol não representa mais do que 7,5% e o mercado francês 6,8%.



Fonte: INE (2015)

Fig. 5: Posicionamento dos sub-destinos (proveitos de aposento e dormidas): 2015



Fonte: INE (2015)

Fig. 7: Dormidas por país de residência habitual: 2015

A análise regional dos resultados turísticos (Fig. 8) permite posicionar o Norte no contexto Continental e perceber

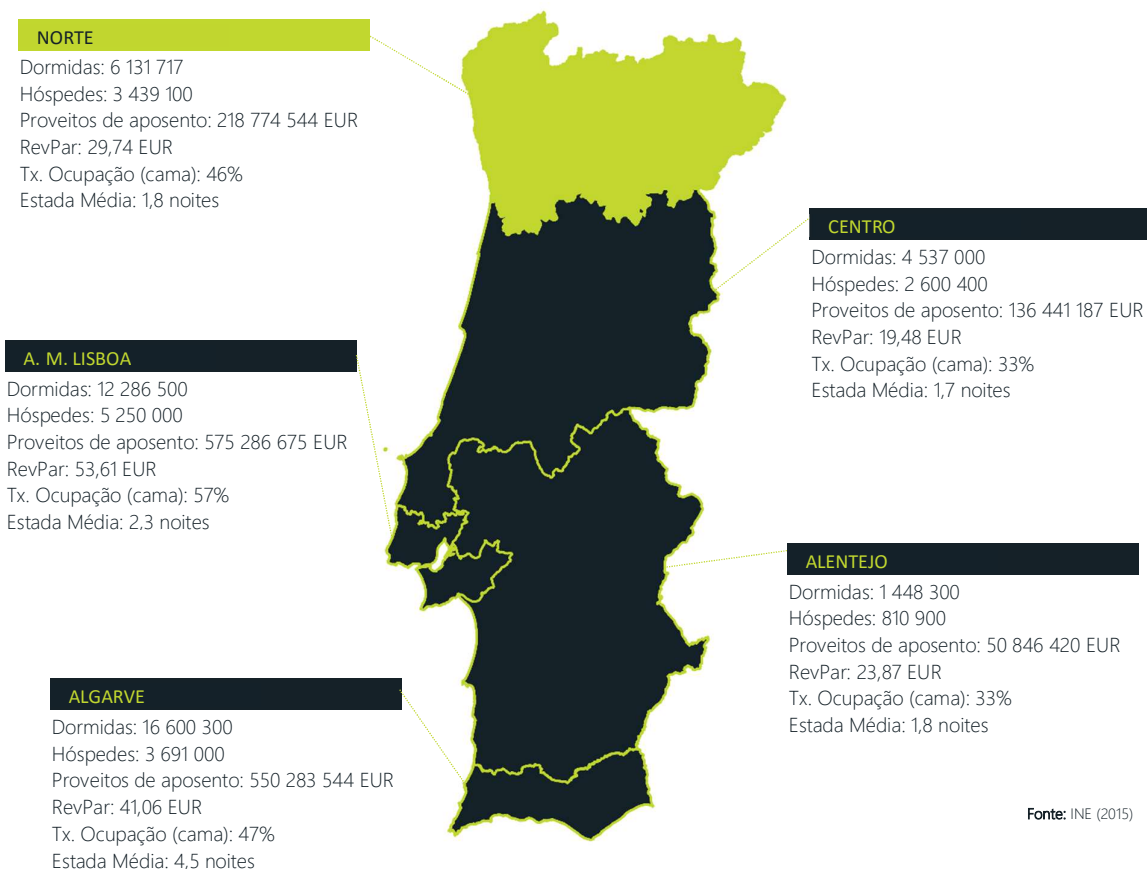


Fig. 8: Síntese de indicadores por NUT II no Continente - 2015

os efeitos resultantes de paradigmas de desenvolvimento dos destinos com impacto em indicadores específicos. Considere-se, a título de exemplo, o número de hóspedes da região Norte e do Algarve cujo diferencial em 2015 era apenas de 251 900, um valor

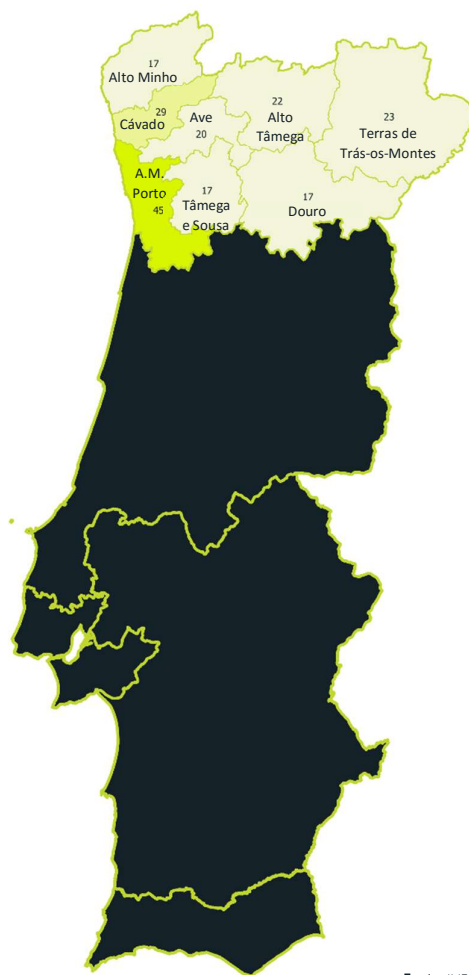
residual quando comparado com a distância que as separa no que toca ao número de dormidas (10 468 583). Neste indicador o Algarve exhibe em termos gerais, aproximadamente, o triplo (2,707 x) do número gerado pela região Norte. Note-se que estas diferenças revelam padrões de desenvolvimento diferenciados que resultam, no caso em apreço, de um efeito de massificação do Algarve como destino turístico bem como da sua capacidade de materializar os efeitos económicos do

turismo através veículos de transferência e distribuição em volume. A sua capacidade de negociação em massa resulta, em grande medida, da tipologia de unidades de alojamento dominante, de maior envergadura, com uma média de 105 quartos por unidade, superior em 77 quartos por unidade face ao Norte de Portugal.

O Porto e Norte de Portugal tem vindo a observar uma estratégia de sustentabilidade dos seus recursos e a alavancar o seu crescimento num posicionamento inteligente apoiado na diversidade de produtos e multiplicidade de segmentos de mercado. A estratégia de desenvolvimento da TPNP pretende blindar o destino de cenários de dependência económica resultante da total subordinação aos interesses dos grandes operadores turísticos.

O modelo económico que tem vindo a sustentar o crescimento do destino Porto e Norte de Portugal assenta em tipologias de alojamento cuja anatomia se adequa à morfologia geográfica da região e à pluralidade de segmentos de mercado. Esta estratégia previne o destino da margem de incerteza que a cadeia de valor do turismo apresenta, designadamente, em relação à distribuição e ao comportamento das economias emissoras.

Da observação da repartição das tipologias de unidades por NUT III no Norte de Portugal (Fig. 9), verifica-se que a A. M. Porto concentra as estruturas de alojamento de maior dimensão, com uma média de 45 quartos por unidade, e que as restantes NUT revelam uma estrutura padrão mais pequena com uma média inferior a 29 quartos por unidade de alojamento. Esta característica da oferta de alojamento evidencia um processo de desenvolvimento sustentável que é respaldado por uma estratégia da TPNP de harmonização e consolidação transversal da qualidade da oferta sem esquecer a melhoria dos indicadores do turismo e redução das assimetrias entre os sub-destinos.



Fonte: INE (2015)

Fig. 9: Número médio de quartos por unidade de alojamento por NUT III no Norte de Portugal - 2015

A análise da sazonalidade (Fig. 10) revela a particularidade do mercado doméstico poder funcionar como um contrapeso à tendente concentração dos mercados internacionais de fixarem uma parte relevante dos seus fluxos, sensivelmente 67%, nos segundo e terceiro trimestres no Norte de Portugal, isto é, nas épocas média e alta. O Mercado doméstico exhibe tanto no primeiro trimestre (jan-mar) como no quarto (out-dez) uma concentração das dormidas superior à procura externa. Ao todo nestes dois períodos, em 2015, a procura interna representou cerca de 41,6%, mais 8 p.p. que a procura externa.

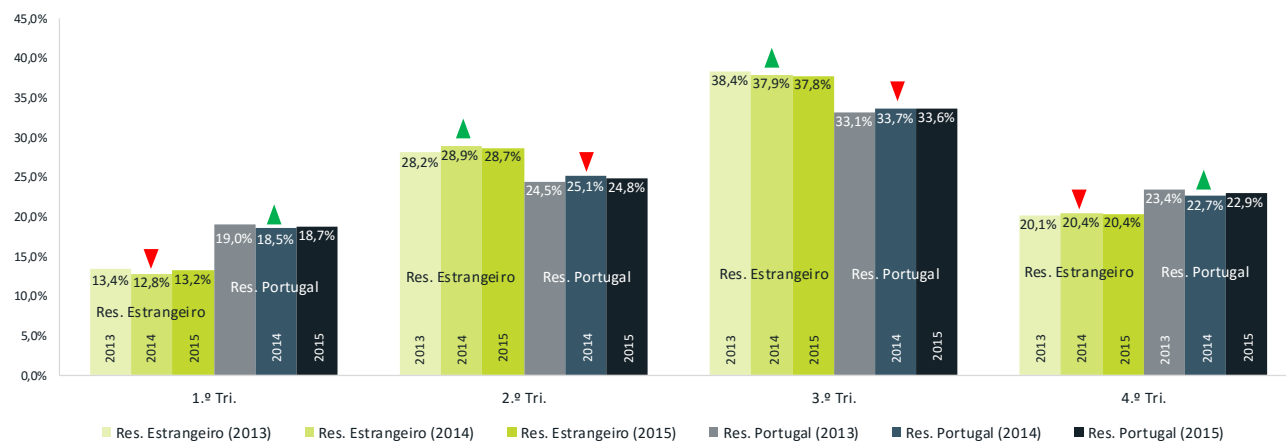


Fig. 10 Sazonalidade por trimestre no Norte de Portugal - 2015

Fonte: INE (2015)

O mercado espanhol, o segundo mais relevante nos resultados turísticos do Norte de Portugal, destaca-se pela maior concentração da procura em torno do terceiro trimestre (época alta), acumulando nesse período, sensivelmente 42% das dormidas em 2015 (Fig. 11). Já o mercado emissor alemão exibe a menor concentração e uma tendência de distribuição mais homogénea da procura ao longo do ano, com a particularidade do

segundo trimestre (abr-jun) concentrar mais dormidas do que o terceiro. Acresce que os mercados com menor procura durante o primeiro trimestre são o Reino Unido e os Estados Unidos da América.

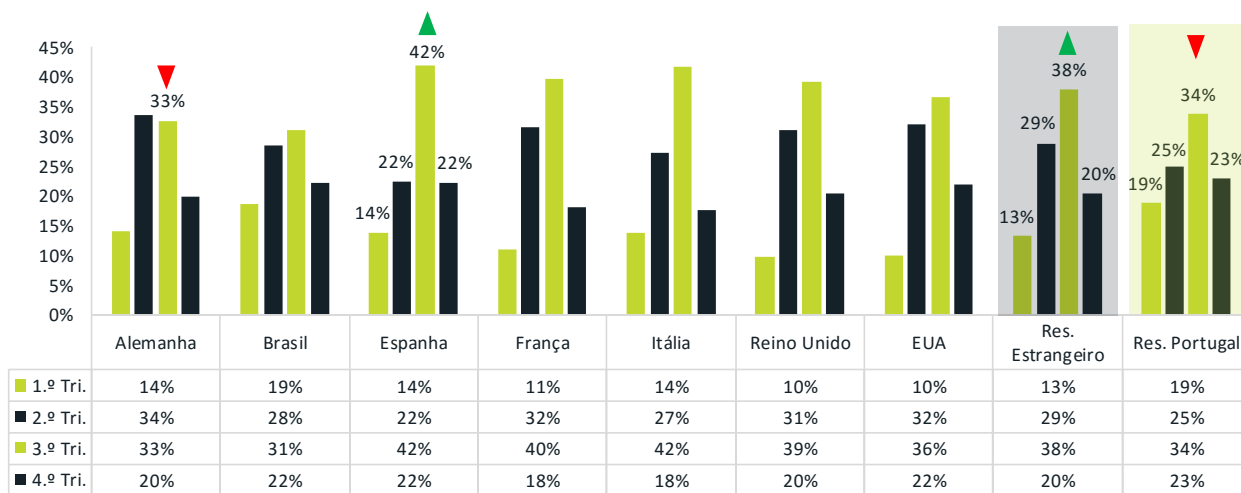


Fig. 11 Dormidas por trimestre e país de residência habitual: 2015

Fonte: INE (2015)



Tomando em linha de conta os mercados onde a TPNP intervém diretamente, Portugal e Espanha (proximidade), e analisada a evolução das variações das dormidas entre 2011 e 2015, observa-se que o destino Porto e Norte de Portugal é aquele que progride e cresce de forma mais vigorosa (Fig. 12). A TPNP concretiza de forma plena o escopo legal que circunscreve o seu campo de ação.

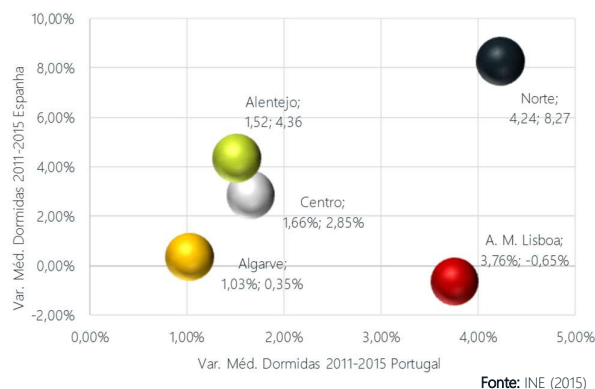


Fig. 12 Var. média das dormidas dos mercados doméstico e espanhol: 2011-2015

Acresce que no mesmo período (2011 – 2015) o destino Porto e Norte de Portugal vê aumentar todos os indicadores (Tab.1) que relevam para a análise da sua economia turística.

	Média Variações 2011-2015
Hóspedes	6,9%
Dormidas	7,9%
Taxa de ocupação cama	4,6%
Estada média	0,9%
RevPar	4,2%
Proveitos de aposento	9,7%
Movimentos aeroportuários (desembarques)	12,2%

Fonte: INE (2015)

Tab. 1 Var. média dos indicadores do Norte de Portugal: 2011-2015

Mais em detalhe, é possível observar no período em análise, um diferencial positivo das médias das variações nos diferentes indicadores (Tab. 2) entre o Norte e as restantes regiões (Centro, Alentejo e Algarve, excluindo Lisboa cuja evolução é análoga) o que significa que a taxa de crescimento média anual do Norte foi sempre superior às regiões comparadas.

	Norte - Lisboa	Norte - Centro	Norte - Alentejo	Norte - Algarve
Hóspedes	0%	3%	3%	2%
Dormidas	0%	5%	4%	3%
Taxa de ocupação cama	1%	1%	4%	2%
Estada média	0%	2%	0%	2%
RevPar	0%	3%	4%	1%
Proveitos de aposento	0%	6%	5%	1%
Movimentos aeroportuários (desembarques)	0%	-	-	7%

Cálculo: Var. Média Hóspedes (2011-2015) Norte – Var. Média Hóspedes (2011-2015) Algarve

Fonte: INE (2015)

Tab. 2 Diferença entre as variações médias (2011 e 2015) dos indicadores turísticos do Norte e as regiões de Lisboa, Centro, Alentejo e Algarve

03

Opções Estratégicas

PORTFÓLIO DE PRODUTOS TURÍSTICOS DISPONÍVEIS NA REGIÃO

A diversidade de recursos existentes permite ao Porto e Norte de Portugal estruturar a sua oferta turística através da definição de categorias distintas de produtos que vão ao encontro de motivações tão específicas, como o golfe, ou mais genéricas como o *touring* cultural e paisagístico.

Produtos Estratégicos	Tipologia
Natureza	Passivo (contemplação) Ativo/Aventura/Especialista/Desportos
Touring Cultural e Paisagístico	Genérico Temático
Saúde e Bem-Estar	Descanso e Relaxamento Tratamentos específicos
City e Short Breaks	Genérico Temático
Turismo Religioso	Genérico Temático
Gastronomia e Vinhos	Descobrimto Aprofundamento/Aprendizagem
Negócios	

Produtos a Desenvolver	Tipologia
Turismo Náutico	Ativo Passivo
Golfe	
Sol e Mar	

Tab. 3 Produtos turísticos do Porto e Norte de Portugal

Em cada um destes produtos, a região oferece uma experiência mais ativa ou mais passiva, permitindo ao



mercado viver uma experiência de acordo com as suas preferências e necessidades.

PRODUTOS ÂNCORA E COMPLEMENTARES

Ao longo do território, os produtos turísticos ganham um destaque diferenciado, evidenciando diferentes níveis de prioridade na aposta e no desenvolvimento no plano dos sub-destinos.

Não obstante o destaque de um ou mais produtos turísticos, a riqueza dos recursos oferece a cada subregião ou sub-destino um conjunto de produtos âncora e complementares que permite a vivência de experiências diversas, se o visitante considerar na sua estadia apenas um dos sub-destinos.

Por outro lado, a complementaridade entre sub-destinos permite ao visitante a vivência de experiências específicas e associadas a um único produto turístico, tornando-a mais rica e compreensiva da singularidade do território.



	PORTO	MINHO	DOURO	TRÁS-OS-MONTES
PRODUTOS ÂNCORA	City e Short Breaks	Natureza (turismo ativo)	Turismo Náutico	Saúde e Bem-estar
	Touring Cultural e Paisagístico	Touring Cultural e Paisagístico	Gastronomia e Vinhos	Touring Cultural e Paisagístico
	Turismo Náutico	Turismo Religioso	Touring Cultural e Paisagístico	Gastronomia e Vinhos
	Gastronomia e Vinhos	Turismo Náutico	Natureza	
	Negócios	Gastronomia e Vinhos		
		Golfe		
PRODUTOS COMPLEMENTARES	Saúde e Bem-estar	Saúde e Bem-estar	Turismo Religioso	Turismo Religioso
	Golfe	City e Short Breaks	Saúde e Bem-estar	Golfe
	Sol e Mar	Sol e Mar	Golfe	
	Natureza		Negócios	

Tab. 4 Produtos âncora e complementares por sub-destino

PORTFÓLIO DE MERCADOS EMISSORES

No contexto da evolução dos fluxos turísticos da região e tendo em consideração a sua situação macroeconómica e atratividade, o destino considera diferentes níveis de aposta, mediante o conjunto dos mercados.

CLASSIFICAÇÃO DO MERCADO	MERCADOS	DORMIDAS EM 2015 (%)	FLUXO OUTBOUND 2011-2013	CRESCIMENTO DO PIB	TX. DESEMPREGO (2014; %)	PROPOSTA DE ESFORÇOS DE PROMOÇÃO	TENDÊNCIA ESPERADA DO MERCADO
MERCADOS DE FORTE APOSTA	Brasil	4,6	▲	▲	6,8%	Aumentar	▲▲
	Alemanha	4,2	▲	▲	5,0%	Aumentar	▲▲
	Reino Unido	3,4	▲	▲	6,3%	Aumentar	▲▲
	EUA	1,9	▲	▲	6,2%	Aumentar	▲▲
MERCADOS DE APOSTA MODERADA	Bélgica	1,6	▲	▲	8,5%	Aumentar	▲
	Suíça	-	▲	▲	4,5%	Aumentar	▲
	Itália	2,4	▼	▼	12,5%	Manter/Aumentar	↔▲
	Países Baixos	1,9	▼	▼	6,9%	Manter/Aumentar	↔▲
MERCADOS ESTRATÉGICOS	Portugal	47,2	▼	▼	14,2%	Manter/Reduzir	↔▲
	Espanha	12,6	▼	▼	24,7%	Manter/Reduzir	↔▲
	França	8,4	▲	▲	9,9%	Manter	↔

Tab. 5 Mercados emissores e níveis de aposta 2015-2020



POSICIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO

Não obstante as premissas centrais do posicionamento do Porto e Norte de Portugal e tendo em atenção o portfólio de produtos disponíveis, os consumidores efetivos e potenciais devem reconhecer no destino a sua capacidade em satisfazer as suas principais motivações e preferências.

A estratégia de posicionamento do Porto e Norte é, deste modo, alargada ao nível dos produtos turísticos, sendo que, para cada um deles, o mercado alvo deve reconhecer na região características que coincidam com as suas motivações específicas e preferências. Assim sendo, cada um dos produtos disponíveis e dirigido aos mercados-alvo com maior predisposição ao seu consumo.

	TOURING CULTURAL E PAISAGÍSTICO		TURISMO DE NATUREZA	
	Genérico	Temático	Contemplativo	Ativo / Aventura / Especialista
MERCADOS C/ MAIOR PREDISPOSIÇÃO AO CONSUMO	PT, ES, FR, BR, DE, UK, IT, NL, EUA, BE, SW		PT, ES, FR, BR, DE, UK, IT, NL, EUA, BE, SW	
SEGMENTOS	Empty nesters (os filhos já têm vida financeira independente) e séniores (entre os 45 e 60 anos ou superior a 60 anos)		Casais jovens/recém casados (entre 25 e 35 anos)	Jovens (entre 20 e 35 anos)
			Famílias com filhos menores (entre 25 e 45 anos)	Profissionais liberais (entre 25 e 50 anos)
	Segmento jovem em crescimento movido pelos city breaks e rotas de baixo custo (entre os 20 e 29 anos)		Séniores e/ou reformados (idade acima dos 60 anos)	Praticantes e adeptos de desportos, aventura e atividades específicas
MOTIVAÇÕES A EXPLORAR	Conhecer e admirar o património edificado e imaterial, seja individualmente seja através de circuitos temáticos.		Conhecer o meio natural, elevada sensibilidade ambiental, contemplar a paisagem, descanso e tranquilidade.	
ADEQUAR O PRODUTO AO MERCADO	Promover rotas temáticas e genéricas que permitam valorizar a diversidade de recursos históricos e culturais.		Atrair os segmentos alvo através do enfoque em atividades específicas como, por exemplo, passeios a pé ou de carro, trekking, birdwatching, passeios de bicicleta/BTT, etc.	

	CITY BREAKS		SAÚDE E BEM-ESTAR	
	Genérico	Temático	Descanso / Relaxamento	Tratamentos Específicos
MERCADOS C/ MAIOR PREDISPOSIÇÃO AO CONSUMO	PT, ES, FR, DE, UK, IT, NL		PT, ES, FR, BR, DE, UK, IT, NL, EUA	
SEGMENTOS	Solteiros e Casais jovens/recém-casados (entre 20 e 30 anos)		Solteiros e Casais jovens (entre 25 e 35 anos)	Mulheres adultas/grupo de amigas (entre 45 e 60 anos) (entre 25 e 45 anos)
	Empty nesters (entre os 45 e 60 anos)		Empty nesters (entre os 45 e 60 anos)	Séniores e/ou reformados (acima dos 60 anos)
MOTIVAÇÕES A EXPLORAR	Possibilidade de estadias de curta duração face à proximidade do destino e às ligações aéreas. Ambiente cosmopolita com recursos diversos e possibilidade de viver diferentes experiências como gastronómicas, cruzeiros, visita às caves do vinho do Porto, etc.		Ambiente ideal de relaxamento aliado a paisagens naturais e é propício a compras e ao convívio. Vivência de experiências rurais e cujos recursos permitem um conjunto de tratamentos termais, específicos e de bem-estar ideais à evasão do stress e quotidiano.	
ADEQUAR O PRODUTO AO MERCADO	Complementar o produto com experiências on-line/off-line.		Aliar aos serviços do produto de saúde e bem-estar tratamentos, banhos e massagens o potencial das atividades ao ar livre e a contemplação de paisagens naturais únicas, juntamente com um ambiente de descontração e tranquilidade.	

	TURISMO NAÚTICO		SOL E MAR
	Temático	Contemplativo	
MERCADOS C/ MAIOR PREDISPOSIÇÃO AO CONSUMO	PT, ES, FR, UK, NL, EUA		PT, ES, FR, DE, UK, IT, NL
SEGMENTOS	Casais jovens/recém-casados (entre 25 e 35 anos)	Jovens (entre os 20 e 35 anos)	Casais e famílias (entre os 35 e 64 anos)
	Famílias com filhos menores (entre 25 e 45 anos)	Homens adultos (entre os 45 e 60 anos)	Empty nesters e grupos de amigos.
	Séniores e/ou reformados (acima dos 60 anos)	Praticantes e adeptos de desportos náuticos e conexões náutico-desportivas.	Relaxar e realizar atividades de baixa intensidade, sobretudo no período estival.
MOTIVAÇÕES A EXPLORAR	Visitas marítimas e fluviais, contemplar paisagens únicas.		Praticar desportos em cenários de beleza natural singular, apelar à aventura e adrenalina.
ADEQUAR O PRODUTO AO MERCADO	Atrair os segmentos de mercado através da promoção do mar e rios, recorrendo a paisagens de beleza singular e diferenciada.		Atrair indivíduos que apresentem outras motivações e que prefiram destinos onde possam aproveitar o sol, mas também outros elementos como história, cultura.

	NEGÓCIOS		GOLFE
MERCADOS C/ MAIOR PREDISPOSIÇÃO AO CONSUMO	PT, ES, FR, DE, UK, IT, NL		PT, ES, FR, DE, UK, IT, NL
SEGMENTOS	Empresas multinacionais ou pequenas e médias empresas com presença no mercado internacional.		Homens adultos/grupos de amigos (entre os 45 e 60 anos)
	Setores com maior predisposição: Medicina, Ciências, Tecnologia e Indústria		Empty nesters (entre 45 e 60 anos)
MOTIVAÇÕES A EXPLORAR	Prática de golfe num ambiente não massificado aliado à gastronomia, ao vinho e às artes.		Ambiente ideal de relaxamento aliado a paisagens naturais e bucólicas, que apelam à vivência de experiências rurais e cujos recursos permitem um conjunto de tratamentos termais, específicos e de bem-estar ideais à evasão do stress e quotidiano.
ADEQUAR O PRODUTO AO MERCADO	Atrair eventos corporativos a partir da estruturação da oferta e da promoção da sua sofisticação e modernidade.		Atrair os segmentos de mercado através das valências do produto e de serviços que permitem enriquecer a experiência.

	TURISMO RELIGIOSO		GASTRONOMIA E VINHOS	
	Genérico	Temático	Descobrimto	Aprofundamento / Aprendizagem
MERCADOS C/ MAIOR PREDISPOSIÇÃO AO CONSUMO	PT, ES, FR, BR, DE, UK, IT, NL, EUA		PT, ES, FR, DE, UK, IT, NL	
SEGMENTOS	Solteiros e Casais jovens (entre 25 e 35 anos)		Casais e grupos reduzidos (entre os 35 e 60 anos) maioritariamente homens e com elevado poder de compra/nível sociocultural.	
	Famílias com filhos menores (entre 25 e 45 anos)			
	Empty nesters (entre os 45 e 60 anos)			
	Séniores e/ou reformados (acima dos 60 anos)			
MOTIVAÇÕES A EXPLORAR	A região dispõe de vasto espólio de recursos e vivências religiosas que pela sua magnitude e imponência atraem o interesse de religiosos e não religiosos.		Riqueza do património enogastronómico e vivências sensoriais únicas.	
ADEQUAR O PRODUTO AO MERCADO	Reforçar a ideia de que turismo religioso é também cultural. Promover todos os recursos, manifestações e monumentos associados ao produto.		Aliar o produto ao ambiente cosmopolita, glamoroso e onde o visitante poderá complementar a viagem com a visita a espaços artísticos, naturais, de saúde e bem-estar e comerciais.	

Tab. 6 Estratégia de posicionamento/mercado



POLÍTICAS DE MARKETING

Produto

A estratégia de produto do PNP tem como objetivo captar novos segmentos e nichos de mercado através da organização da oferta atual da Região.

Além destes objetivos, a aposta do destino nos produtos estratégicos e em desenvolvimento permitirá apelar a um consumo mais frequente, variado e intenso por visita, na medida em que coloca à disposição do visitante outros produtos que, não correspondendo às suas motivações iniciais, podem despoletar, *in loco*, interesse à experimentação.

Pressupostos para a organização do produto

Identificação e desenvolvimento de elementos de atração em cada sub-destino que apresentam valor e valências únicas no âmbito de cada produto estratégico da Região.

Identificação e desenvolvimento da oferta complementar de cada elemento de atração nos restantes sub-destinos da Região.

Não sendo possível estabelecer uma hierarquia de prioridades ao nível de alguns produtos entre sub-destinos, nomeadamente na gastronomia e vinhos, festas e tradições e no património construído e arquitetónico, serão desenvolvidas rotas temáticas que permitem fortalecer a complementaridade entre produtos e sub-destinos.

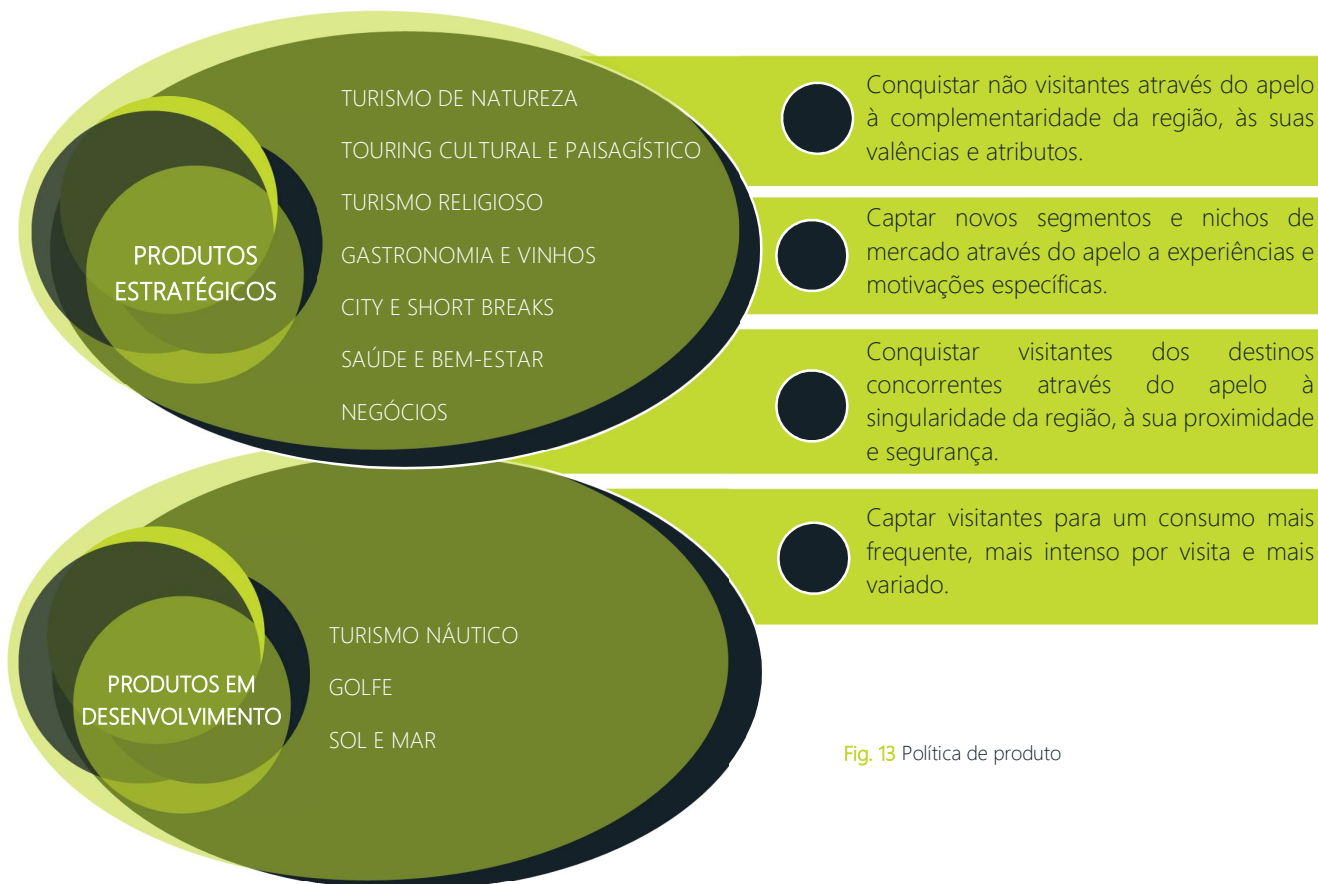


Fig. 13 Política de produto

04

Plano de Ação 2017

Considerando a evolução que o fenómeno turístico no Norte de Portugal tem vindo a alcançar, com um crescimento acima da média nacional, e a ambição de poder liderar os resultados de captação de turistas no país, projetam-se um agregado de medidas para 2017 que se inserem num quadro de ação quinquenal, iniciado em 2015, e em sincronia com a "Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal - Horizonte 2015-2020". Por conseguinte, a matriz definida, validada pela tendência de crescimento dos resultados e indicadores apresentados, prossegue os programas de ação que incentivam a qualificação da oferta turística, a comunicação e promoção do destino junto dos mercados e a sua monitorização.



As ações vão no sentido de estimular a procura potencial, de aperfeiçoar o desempenho do agregado de setores que compõe a oferta turística, melhorar e enriquecer a qualidade da experiência turística do visitante, qualificar e inovar a oferta turística e promover um ambiente de colaboração entre os diferentes agentes.

	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA O ANO DE 2017				
PROGRAMAS DE AÇÃO	O1: Estimular a procura potencial	O2: Melhorar o desempenho dos setores do turismo	O3: Melhorar e enriquecer a qualidade da experiência turística do visitante	O4: Qualificar e inovar a oferta turística	O5: Promover um ambiente de colaboração entre agentes
P1: Qualificação da oferta turística					
P2: Comunicação e promoção do destino					
P3: Monitorização do destino e dos mercados					

Tab. 7 Programas e objetivos estratégicos para o ano de 2017



ACÇÕES, OBJETIVOS, ENTIDADES A ENVOLVER E FONTE DE FINANCIAMENTO

P1: Qualificação da Oferta Turística: Qualidade do serviço e da experiência

P1.1 Apoio a eventos regionais.

P1.2 Criação e implementação de quiosques multimédia de informação turística nos centros históricos, aeroporto terminal de cruzeiros, estações de caminho de ferro e principais locais turísticos.

P1.3 Workshops para o *trade* local sobre inovação, empreendedorismo, qualidade do serviço, comportamento do consumidor e tecnologias de informação na captação do cliente.

P1.4 Formação Profissional para os setores característicos do turismo: desenvolver levantamento das necessidades regionais entre os profissionais do setor; definição do padrão de serviço da região.

P1.5 Gabinete de Apoio ao Empresário

P1.6 Organização e Estruturação da Oferta Turística

P1.7 NORTE NATURAL – Consórcio Turismo de Natureza

P1.8 Núcleo de Gestão da Rede de Lojas Interativas

P1.9 Valorização Turística do Castelo de Santiago da Barra

P2: Comunicação do Destino: Notoriedade do destino

P2.1 Produção e edição de materiais promocionais e de informação turística

P2.2 Atualização e dinamização do portal oficial www.portoenorte.pt

P2.3 Participação em feiras

P2.4 Visitas educacionais, *fam* e *press trips*

P2.5 Visitas de inspeção a *meeting planners*

P2.6 Produção e apoio a publicações

P2.7 TOPAS e *roadshows* nos mercados emissores

P2.8 Relações públicas e publicidade

P2.9 Campanha de marketing digital para o mercado ibérico

P2.10 Produção de *merchandising* do PNP

P2.11 Macroregião RESOE TURISMO

P2.12 Grupo de Trabalho Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia - Norte de Portugal

P2.13 Projeto Gerês-Xurés Dinâmico

P2.14 Projeto PASCAL

P2.15 Grandes Eventos

P3: Monitorização do Destino e dos Mercados: Avaliação e adaptação da estratégia 2017

P3.1 Desenvolvimento de estudos de acompanhamento e monitorização do destino, mercados e produtos turísticos.

04/01

Qualificação da oferta turística: qualidade do serviço e da experiência

P1: Qualificação da Oferta Turística: Qualidade do serviço e da experiência

Este Programa de Ação apresenta as ações que têm o objetivo de qualificar a oferta turística, quer na ótica do serviço, quer na ótica da experiência turística.

P1.1 Apoio a eventos regionais

Justificação da ação

A sazonalidade natural dos fluxos turísticos impõe um constrangimento à evolução equilibrada da atividade turística na região. Por esse motivo, e tendo em consideração o caráter cultural do produto turístico do destino, o Porto e Norte deverá dar seguimento à agenda anual de atividades, mostras, exposições, feiras e festivais, entre outros, que permita dinamizar o destino durante todo o ano, apresentando um conjunto de opções de visita de cariz cultural. Para além disso, esta agenda permite valorizar os aspetos culturais do território e contribuir para a complementaridade dos produtos turísticos, nomeadamente aos que dizem respeito à cultura. Esta agenda deve apresentar os eventos que melhor traduzem o caráter cultural e inovador da região, quer sejam eventos da responsabilidade do Porto e Norte de Portugal, quer sejam da responsabilidade de outras entidades como as associações regionais, municípios, ou empresas privadas. Deste modo, a Turismo do Porto e Norte de Portugal deve apoiar a realização de eventos e atividades regionais através da criação desta agenda, e do patrocínio a eventos culturais e desportivos que permitam reforçar o posicionamento da região enquanto destino turístico.



Principais Objetivos

- Diminuir a sazonalidade.
- Melhorar desempenho dos setores turísticos.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Promover o estabelecimento de sinergias entre os agentes económicos da região.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias, setor privado do turismo e entidades gestoras e promotoras dos eventos em destaque.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

016



P1.2 Criação e Implementação de quiosques multimédia de informação turística nos centros históricos, aeroporto, terminal de cruzeiros, estações de caminho de ferro e principais locais turísticos

Justificação da ação

Tomando em linha de conta o escopo da ação da TPNP, considera-se prioritário fomentar o aumento da receita turística, designadamente por via do incremento do gasto médio dos visitantes. A criação de uma plataforma digital de informação turística (pontos de informação turística no aeroporto e nos principais lugares de interesse turístico da região), quiosques multimédia, podem contribuir para um maior apoio ao visitante assim que este chega à região e durante sua estadia. Esta plataforma digital, deve ser informativa e promocional, tendo como objetivo despertar o interesse dos visitantes e incentivar a novas experiências. Deve conter as mensagens chave do destino, assim como a localização dos serviços turísticos (alojamento, restauração, serviços de animação, excursões e atividades lúdicas e culturais, transportes marítimos, *rent a cars*, centrais de táxis, entre outros), previsão meteorológica, agenda cultural e eventos, recomendações de visita, uma secção denominada por “A não Perder”, entre outras informações.

Principais objetivos

- Aumentar o gasto médio do visitante.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal e autarquias.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P1.3 *Workshops* para o *trade* local sobre inovação, empreendedorismo, qualidade do serviço, comportamento do consumidor e tecnologias de informação na captação do cliente

Justificação da ação

A experiência turística e o nível de satisfação do visitante constituem os principais fatores que influenciam a recomendação do destino e a sua fidelização. O Porto e Norte de Portugal deve, assim, dispor de um serviço de qualidade, com um elevado nível de profissionalismo para que o contacto e a interação entre o visitante e o destino sejam um importante contributo para satisfação global. Por este motivo, a Turismo do Porto e Norte de Portugal pretende levar a efeito um programa de *workshops* que estimulem o espírito de inovação, diferenciação e qualidade no segmento dos empresários da região.

Principais objetivos

- Fomentar o espírito inovador das empresas.
- Promover a formação profissional.
- Apoiar a qualificação dos serviços turísticos.
- Introduzir modernidade e inovação à oferta turística e serviços de suporte.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.



Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias e setor privado.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P1.4 Formação profissional para os setores característicos do turismo; desenvolver levantamento das necessidades regionais entre os profissionais do setor; definição do padrão de serviço da região

Justificação da ação

Os profissionais do turismo são parte integrante da experiência turística, influenciando de forma decisiva o nível de satisfação dos visitantes. De acordo com o posicionamento da região, que ambiciona a máxima qualidade na prestação de serviços, importa desenvolver, de forma constante, ações de formação com os profissionais para que a interação entre o visitante e o destino se realize da forma mais harmoniosa e satisfatória possível. Por este motivo, a Entidade Regional de Turismo Porto e Norte de Portugal pretende levar a efeito um programa de formação e qualificação (“Educar para o Turismo”) dirigido aos setores público e privado com o intuito de fomentar a qualidade e a diferenciação do serviço no PNP. Mais em concreto, pretende-se formar os recursos humanos das autarquias que fazem atendimento nas Lojas Interativas sobre a Região Norte; promover junto deste público-alvo ações de familiarização dos produtos e serviços da Região Norte; e fomentar, em colaboração com o Turismo de Portugal e as autarquias, a formação contínua de recursos humanos da área da hotelaria e restauração da região norte.

Principais objetivos

- Fomentar o espírito inovador das empresas.
- Promover a formação profissional.
- Apoiar a qualificação dos serviços turísticos.
- Introduzir modernidade e inovação à oferta turística e serviços de suporte.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Melhorar a qualidade do serviço turístico nas suas várias vertentes.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias e setor privado.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P1.5 Gabinete de Apoio ao Empresário

Justificação da ação

Tendo como objetivo incentivar o investimento e apoiar o tecido empresarial da cadeia de valor do turismo no território, a TPNP continuará a desenvolver ações diversas de informação e a prestar atendimento personalizado através do Gabinete de Apoio ao Empresário (GAE), contribuindo para a inovação e qualificação da oferta e incremento da qualidade dos respetivos serviços.

A par das orientações estratégicas expressas no Plano de Ação 2020 e Documento Prospetivo do Norte 2020, que densificam as oportunidades e linhas de orientação do novo quadro comunitário, Portugal 2020, foi dado um impulso significativo ao empreendedorismo com a afirmação de uma Estratégia de Marketing do Porto e Norte - Horizonte 2015-2020 pela TPNP. A região tem agora um referencial estratégico que orienta o seu



desenvolvimento turístico sem esquecer a sustentabilidade do território e dos seus recursos. A Estratégia assume uma visão holística do fenómeno turístico no território, considerando uma formulação de políticas de desenvolvimento integradoras, atenta a todos os setores socioeconómicos e inclusiva das populações.

O Gabinete de Apoio ao Empresário da TPNP propõe-se desenvolver em 2017 as seguintes atividades:

a) Disponibilizar aos empresários, aos municípios, ao *trade* e, sobretudo, aos novos investidores, informação especializada para um correto apoio ao seu investimento.

b) Fomentar a solicitação por parte destes de questões, aproveitando o potencial das novas tecnologias de informação, complementando as ações de divulgação.

c) Disponibilizar informação relevante de enquadramento e conjuntura turística de apoio ao investidor.

d) Assegurar o acompanhamento sobre o estado dos projetos.

e) Conceção de manuais de apoio ao empresário a publicar em formato *e-book* e em papel:

e.1. 2 manuais de alojamento turístico (Estabelecimentos Hoteleiros e Turismo de Habitação/Turismo no Espaço Rural).

e.2. Manual do alojamento local.

e.3. Manual da animação turística.

e.4. Manual das agências de viagens e turismo.

e.5. Manual da restauração e bebidas.

f) Sessões de divulgação de incentivos e apoio ao investimento organizadas de acordo com quatro áreas temáticas:

f.1. Animação Turística e o aumento da estada média (2 ações).

f.2. As novas tecnologias na inovação e desenvolvimento dos empreendimentos turísticos (2 ações).

f.3. Os instrumentos financeiros de apoio ao turismo (8 ações).

f.4. O enquadramento do Plano de Marketing do Porto e Norte - Horizonte 2015/2020, no quadro de apoio aos investimentos em turismo.

g) Barómetro Porto e Norte

Conceção e desenvolvimento de uma aplicação de monitorização da evolução da oferta e da procura do Porto e Norte de Portugal, conhecendo em particular as projeções, os resultados e propondo soluções de resposta ao quadro de evolução dos diferentes segmentos da oferta e da procura do território.

h) Comunicação interna e externa

Conceção de soluções de inserção de dados dos atendimentos e contatos efetuados pelo GAE, assim como soluções complementares de comunicação com os públicos internos e externos da TPNP, no quadro de mais e melhor informação dos instrumentos financeiros, dos dados estatísticos e das ações de dinamização levadas a efeito pela equipa do GAE.

i) Desenvolvimento de um boletim de análise que reflita sobre o comportamento do fenómeno turístico numa perspetiva macrorregional e que observe tendências específicas às escalas sub-regional e local. Pretende-se ainda que este instrumento aporte conhecimento prospetivo produzido pela academia (nacional e internacional), que possa promover a inovação e conduzir à implementação, pelo setor privado e público, de boas práticas.

Principais objetivos

- Promover a complementaridade dos serviços e recursos em toda a região.
- Fomentar o espírito inovador das empresas.
- Introduzir modernidade e inovação à oferta turística e serviços de suporte.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Fomentar o investimento público e privado em projetos de interesse regional/local.
- Promover o estabelecimento de sinergias entre os agentes económicos da região.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P1.6 Organização e estruturação da oferta turísticaJustificação da ação

Para o ano em apreço (2017), constitui vontade desta Entidade Regional dar seguimento a trabalhos capazes de potenciar o desenvolvimento de diversos projetos em diferentes áreas de atuação, tidos como estruturantes e adequados para contribuir para um melhor desempenho do destino, nomeadamente, nos domínios do turismo industrial, do turismo de compras, dos Caminhos de Santiago, da arquitetura contemporânea, turismo científico, turismo médico, Rota do Românico e turismo desportivo.

Mais se propõe, numa perspetiva de complementaridade da oferta entre produtos e sub-destinos, estruturar e promover rotas e circuitos de interesse turístico para o desenvolvimento do território.

Assim, para além de ser dada continuidade aos diferentes trabalhos em curso, procurar-se-á aprofundar e estruturar informação e conhecimento relativamente a novas áreas. Mais em concreto, propõe-se a realização dos seguintes trabalhos:

1.6.1. Edição de agendas:

Em 2017 será desenvolvido um trabalho de revisão e reedição de todas as agendas já produzidas, a saber: Agenda de Eventos; Agenda de Natal e Ano Novo; Agenda de Festivais de Jazz, Música Clássica e Sacra; Agenda de Festivais de Dança, Teatro e Cinema; Agenda da Semana Santa e Páscoa; Agenda de Recriações Históricas e Feiras Medievais; Agenda de Festivais de verão.

Propõe-se ainda a edição de uma nova agenda alusiva ao tema dos eventos desportivos do Porto e Norte de Portugal.

1.6.2. Guia Moinhos a Norte de Portugal

Constituindo um recurso turístico associado a vários outros recursos que integram os produtos estratégicos do Turismo do Porto e Norte de Portugal, designadamente o património, a paisagem, as tradições rurais, as antigas profissões e a gastronomia, os moinhos são um bem inestimável que importa preservar, valorizar e promover.

Para os amantes do turismo de natureza, para os mais novos, menos familiarizados com técnicas antigas de produção, ou para os simples curiosos em passeio, pretende-se compilar neste guia a oferta de equipamentos molinológicos possíveis de encontrar no Norte de Portugal.

O guia destinar-se-á a todos aqueles que gostam de viajar, conhecer, passear, descobrir e explorar, abrangendo uma grande amplitude de faixas etárias – jovens e menos jovens – uma vez que é uma área apaixonante, atraindo aos lugares mais recônditos os mais variados perfis de turistas com motivações diversas, mas particularmente sensíveis aos modos de vida comunitários, às antigas profissões, às técnicas perdidas no tempo e aos derradeiros redutos de ancestrais tradições em desuso.

1.6.3. Projeto Turismo Empresarial

Pretende-se, em 2017, dar continuidade ao trabalho que tem vindo a ser realizado no âmbito do projeto Turismo Empresarial/Roteiro das Empresas a Norte, o qual tem como objetivo central promover empresas e indústrias do Norte do país junto dos turistas que visitam a região, mas também, potenciar a médio e longo prazo o Turismo Empresarial e Industrial em três vertentes estratégicas: *touring*/circuitos turísticos; Acolhimento e promoção externa e I&D/divulgação científica.



Neste contexto, propõe-se a criação de um Guia de Consulta, onde figurem empresas/indústrias de reconhecido valor, cujos produtos tenham alcançado visibilidade nacional e/ou internacional pela sua qualidade e exceção.

Esta nova ferramenta de promoção e divulgação permitirá atrair turistas às fábricas e empresas, com o intuito de as visitar e de adquirirem os artigos diretamente no seu local de produção. Num futuro próximo, esta medida possibilitará estreitar relações entre o mundo empresarial e o setor turístico da região e reforçar parcerias, por forma, a potenciar um intercâmbio de grande dinâmica comercial no território nacional e nos mercados internacionais das duas áreas de atividade.

1.6.4. Projeto Turismo Desportivo

Com a implementação deste projeto pretende-se dar um contributo teórico e prático ao turismo e à sua interligação com o desporto, bem como, apresentar o turismo desportivo como um fator para o desenvolvimento do destino Porto e Norte de Portugal.

Da concretização deste projeto, emergem os seguintes objetivos:

- Contribuir para o aprofundamento do estudo da relação turístico/desportiva.
- Dinamizar o turismo e atrair novos públicos, dando a conhecer as potencialidades da região Norte de Portugal.
- Promover um melhor aproveitamento dos recursos endógenos enquanto recursos turísticos.
- Potenciar o aumento do gasto médio por turista na região Norte de Portugal.
- Promover a colaboração e cooperação entre os agentes turísticos locais; e entre eles e a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal.
- Produzir conteúdos para edição de novos materiais promocionais, como por exemplo: Diretórios de

instalações desportivas; Agenda desportiva; Lugares emblemáticos/Museus do desporto.

1.6.5. Guia de Parques de Campismo do Porto e Norte de Portugal

Pretende-se realizar todo o trabalho de investigação, organização e estruturação da oferta que permita, durante o período em análise, proceder à edição do “Guia de Parques de Campismo do Porto e Norte de Portugal”.

Assim, na elaboração do presente trabalho procurar-se-á disponibilizar toda a informação referente aos recursos existentes no destino, suplementado com a informação adicional de relevante interesse turístico na região, procurando, desta forma, corresponder às necessidades de quem visita e/ou pretende visitar a região, bem como, daqueles que a programam e vendem. Neste contexto, considera-se que este será um novo instrumento de promoção do destino, capaz de contribuir para potenciar o setor do turismo como um dos eixos estratégicos de desenvolvimento económico e sustentável deste território.

1.6.6. Casinos no Porto e Norte de Portugal

Considerando que o PNP é um destino inovador e que no âmbito dos seus objetivos se pretende aumentar a estadia média e o gasto diário, promovendo as empresas, os serviços e os espaços da região e, conseqüentemente, qualificar e inovar a oferta turística, e considerando que os casinos financiam cerca de 70% da atividade turística do País, representando 10% do PIB e 11% de emprego, propõe-se a realização dos trabalhos inerentes à edição do guia “Casinos no Porto e Norte de Portugal”, sob a marca “Porto e Norte tem Jogo”. Estes empreendimentos têm um público muito diversificado, uma vez que estes lugares não oferecem apenas jogos mas, também, hospedagem, SPA, ginásios, piscinas, bares temáticos, entre outros serviços. De salientar que a grande procura deste tipo de diversão, vem sobretudo do mercado interno alargado.



Neste sentido, a edição deste novo suporte promocional seria capaz de contribuir para reforçar a notoriedade do destino, bem como, para elevar a sua atratividade junto de novos públicos, incentivado, assim a visitação e permanência no Território, nomeadamente em épocas de menor procura.

1.6.7. Escritores a Norte de Portugal

No pressuposto da qualificação e inovação da oferta turística da TPNP, aumentando a sua notoriedade e fomentando o interesse dos operadores turísticos através da promoção de novas experiências, propõe-se a elaboração do “Roteiro dos Escritores”.

Este trabalho, iniciado em 2015, tendo como Escritor de referência Camilo Castelo Branco, pretende ter continuidade no ano em análise, incidindo noutros escritores de referência nacional e que tiveram ou têm profundas ligações ao nosso território. Em consonância com os objetivos específicos da TPNP teremos pois, com este trabalho, mais uma prova de que o destino “Porto e Norte de Portugal” é um destino multifacetado caracterizado por uma vasta riqueza cultural.

1.6.8. Animação Turística no Porto e Norte de Portugal

Este instrumento vem responder ao objetivo estratégico avançado no âmbito do Turismo 2020 de projeção e promoção da oferta turística e serve também o propósito de incentivar o desenvolvimento do setor da animação turística e facilitar a sua ação em rede à escala regional e nacional.

Neste contexto, pretende-se editar uma nova brochura promocional, com o objetivo de comunicar e promover o destino a partir das empresas de animação turística e estabelecer a articulação com os novos padrões de consumo e motivações que tendem a procurar nos recursos endógenos dos destinos a variável diferenciadora da sua experiência turística; esta (experiência) por sua vez, tende a ser potenciada através da intervenção das

empresas de animação turística que permitem garantir níveis de contacto com o território mais intensos.

1.6.9. Turismo Equestre

Pretende-se dar continuidade ao trabalho iniciado no domínio do turismo equestre e, dessa forma, proceder à realização dos trabalhos de investigação, organização e estruturação da oferta existente, permitindo, desta forma, a disponibilização aos interessados de conteúdos capazes de potenciar a venda do destino, ao nível deste segmento, bem como, de elevar a procura turística do Território.

1.6.10. Os Caminhos de Santiago

O objetivo deste trabalho é dar continuidade às parcerias que têm vindo a ser dinamizadas com um conjunto de parceiros internacionais, nacionais, regionais e locais, ao nível da estruturação e dinamização da oferta existente associada aos Caminhos de Santiago, criando as condições para o desenvolvimento de novos projetos e ações que potenciem a procura deste importante produto turístico.

1.6.11. A Arquitetura Contemporânea no Porto e Norte de Portugal

Os novos valores e uma renovada forma de mediação na paisagem através da sua valorização com intervenções contemporâneas, conferem um novo rosto ao Porto e Norte de Portugal, atraindo segmentos de mercado muito específicos, com interesses muito focalizados nesta oferta.

A região possui um valioso património neste domínio, obras de autor com reconhecimento mundial, património esse cada vez mais apreciado e procurado, não só por especialistas da área, mas também pelo público em geral. O novo trabalho que se propõe realizar, de investigação, organização e estruturação da oferta e respetivos conteúdos é fundamental para criar novos materiais de informação e promoção turística e, assim, ir ao encontro



destas novas motivações, revelando a riqueza da nossa região.

1.6.12. Turismo Sénior

Considerando que a Geração +50 tem vindo a crescer de forma significativa, constituindo um público-alvo de extrema importância para o Destino turístico Porto e Norte de Portugal, propõe-se que, em 2017, se desenvolvam conteúdos específicos capazes de atrair a visitação deste grupo. Desta forma, pretende-se organizar e estruturar a oferta turística e disponibilizar informação e materiais de promoção capazes de irem ao encontro das especificidades e interesses deste público-alvo.

1.6.13. Turismo Inclusivo

Pretende-se, em 2017, dar continuidade ao trabalho que tem vindo a ser realizado no domínio do Turismo acessível, complementando com novas abordagens no domínio da inclusão, contribuindo assim, para um dos principais princípios estratégicos que norteiam a estratégia Europa 2020.

Desta forma, propõe-se a realização de todo um conjunto de trabalhos que contribua para a definição de uma metodologia, que permita delimitar e caracterizar o espetro de serviços turísticos que respondem de forma objetiva à problemática da inclusão e da acessibilidade dos visitantes na região Norte de Portugal.

1.6.14. Rota do Contrabando

Pretende-se realizar todos os trabalhos capazes de permitir a edição de uma brochura de promoção turística em torno da temática das Rotas de Contrabando, para divulgação e promoção das respetivas rotas e trilhos. Este legado histórico deve ser recuperado e promovido como um atrativo complementar da oferta cultural da região. Com a realização deste novo material de promoção, pretende-se contribuir para dar notoriedade à diversidade e riqueza da oferta turística cultural do Destino, bem

como, disponibilizar informação capaz de responder às expectativas e necessidades não só do público em geral, como também, dos operadores turísticos, agências de viagem e de todos os agentes interessados na temática.

1.6.15. Turismo Médico

A inter-relação entre a saúde e o turismo é uma nova tendência, constitui, na verdade, um produto emergente da Diretiva Europeia de Saúde Transfronteiriça. Neste contexto, urge estruturar a oferta de cuidados de saúde e assim trabalhar no sentido de disponibilizar informação sobre um serviço de turismo médico integrado que permita satisfazer as necessidades do cliente.

Pretende-se realizar todos os trabalhos de investigação, organização e estruturação da oferta existente na Região, com vista à elaboração de conteúdos que permitam a edição de uma brochura informativa de turismo médico, a qual, de entre outras, poderá conter informação relativa a unidades de saúde que disponham de procedimentos médicos, quer na área de cirurgias plásticas, oftalmológicas, bem como, outros tratamentos. Esta afigura-se uma área de atuação inovadora, pelo que, ao longo do ano em análise e na sequência do trabalho de investigação que será realizado, poder-se-á apontar para a implementação de diversos projetos/ações a ocorrer ainda em 2016 e a desenvolver nos anos seguintes.

1.6.16. Jardins e Parques a Norte de Portugal

No Porto e Norte de Portugal existem várias cidades com jardins e parques ao dispor da comunidade local e dos visitantes. São espaços ao ar livre que, por vezes, dispõem também, de pavilhões gimnodesportivos, parques infantis, parques de merendas, infraestruturas de restauração, de entre outras. Muitos destes jardins e parques têm elevado valor histórico-patrimonial, e que podem ser alavancas de atração turística. Assim, pretende-se realizar todos os trabalhos necessários, capazes de permitir a edição de uma brochura promocional em torno desta temática,



disponibilizando informação sobre o valor histórico-patrimonial, a história, a fauna, a flora, usos sociais, bem como outros elementos caracterizadores destes espaços públicos.

1.6.17. Turismo de Compras

A Organização Mundial do Turismo (OMT) destaca na sua publicação *Global Report on Shopping Tourism* (2014) a importância do turismo de compras como um motor de desenvolvimento económico, salientando a sua afirmação como uma motivação primária bem como a crescente importância que tem vindo a assumir como parte da oferta global do turismo. A OMT destaca ainda as variáveis fundamentais que podem conduzir ao seu sucesso, tanto do ponto de vista do destino como das necessidades do turista. Tomando o quadro geral que orienta o desenvolvimento deste segmento da oferta turística, a TPNP propõe para 2017 a elaboração de um trabalho/projeto que dê suporte ao seu desenvolvimento e aprofundamento na região.

1.6.18. Brochura genérica por sub-destinos

Com o intuito de sintetizar o conteúdo e o valor estético do destino nas suas distintas facetas sub-regionais, desenvolveremos quatro publicações genéricas de elevada circulação e distribuição alusivas aos sub-destinos do PNP: Porto, Douro, Minho e Trás-os-Montes.

1.6.19. Gastronomia e Vinhos

No contexto da riqueza gastronómica e da importância da vitivinicultura na região, para além de se considerar a Gastronomia e Vinhos um produto estratégico, é fundamental desenvolver um conjunto de ações específicas para a estruturação e desenvolvimento deste produto no destino.

Pretende-se dar continuidade à ação “Fins de Semana Gastronómicos”, a qual tem vindo a ganhar notoriedade e a consolidar-se, sendo necessário introduzir novos elementos capazes de elevar a sua atratividade.

Assim, para além de outras ações que se possam vir a desenvolver ao longo do ano, destacam-se as seguintes:

- a) Levantamento e caracterização das Confrarias Gastronómicas e Vínicas de Portugal. Pretende-se com esta ação unificar as confrarias num só objetivo – a promoção da nossa gastronomia e dos vinhos da região norte. Desta ação sairá de igual forma um guia de confrarias e produtos com a envolvimento das duas vertentes.
- b) Guia dos produtos DOP, IGP, DOC – certificados do Norte de Portugal. Com a elaboração deste guia é possível informar e instruir os fazedores de gastronomia a utilizar tendencialmente produtos de qualidade, ao mesmo tempo que se contribui para uma maior informação do consumidor acerca do melhor que há na região.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias, setor privado e outras entidades.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

Foto: Avelino Vieira



P1.7 NORTE NATURAL – Consórcio Turismo de Natureza

O Turismo de Natureza é um produto estratégico de suma importância para o desenvolvimento da região Norte em que as suas áreas protegidas, galardoadas com a Carta Europeia de Turismo Sustentável pela Federação de Parques Nacionais e Naturais da Europa, constituem a sua base fundamental.

O reconhecimento unânime, por parte de todos os stakeholders da região, da necessidade de garantir uma escala regional comum que permita comunicar e promover de forma integrada o produto estratégico Turismo de Natureza, levou a que a TPNP liderasse um processo de constituição do consórcio “Norte Natural – Turismo de Natureza da Região Norte”. Esta iniciativa, assinada e subscrita em março de 2016, e com pleno desenvolvimento previsto a partir de 2017, permitirá reforçar a oferta, disseminada pelo território, propondo experiências diferenciadoras que harmoniosamente promovem as sinergias dos quatro sub-destinos – Minho, Douro, Porto e Trás-os-Montes.

Fica responsável pela coordenação, gestão e operacionalização da estratégia regional de turismo de natureza na região Norte, sendo Chefe de Fila do Consórcio a Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R., tendo como objetivos os seguintes:

- Envolver ativamente e de forma participada, os atores locais, públicos e privados.

- Organizar e articular a oferta dos principais destinos de Turismo de Natureza do Porto e Norte de Portugal.
- Proteger e valorizar o património natural e cultural dos destinos, aumentando os benefícios desta atividade na economia local.
- Promover as principais ofertas do produto estratégico Turismo de Natureza através da marca PortoeNorteTEM, como uma oferta Norte Natural diversa e complementar.
- Integrar a Rede CETS na maior rede europeia de destinos de Turismo de Natureza.

Acrescem ainda os seguintes propósitos:

1. Estabelecer uma estratégia de desenvolvimento do Turismo Natureza do Norte em consonância com a marca nacional Natural.pt, articulando as iniciativas de todos os parceiros interessados no seu sucesso mútuo.
2. Estabelecer uma base de contacto regular com os principais operadores turísticos e agências de viagens e jornalistas dos principais meios de comunicação que sejam especializados no produto Turismo de Natureza, fomentando o seu interesse pela Região Norte e pelos destinos CETS.
3. Introduzir modernidade e inovação na oferta turística e nos serviços de suporte, promovendo experiências autênticas e memoráveis.
4. Envolver ativamente os agentes económicos e institucionais na recolha sistemática de dados, na produção de informação e na sua posterior utilização/benefício.
5. Definir um Percurso Pedestre de GR (Grande Rota do Norte Natural) que faça a ligação entre todos os territórios CETS da Região Norte (Alto Minho, PNP, PNAI, PNDI e PNM) constituindo uma oferta regional única.



6. Promover o pedestrianismo como produto diferenciador da Região Norte e dos territórios CETS, procurando diminuir a sazonalidade da procura turística.

7. Envolver os territórios da Região Norte que, não sendo CETS, permitem a ligação entre os cinco territórios da Carta, com vista a encontrar as soluções que garantam a continuidade das Grandes Rotas, mantendo os mesmos princípios de sustentabilidade e qualidade dando coerência à oferta.

Financiamento

Candidatura ao SIAC; Coordenadores das ações (membros do Consórcio) e Municípios com Cartas CETS.

P1.8 Núcleo de Gestão da Rede de Lojas Interativas

Justificação da ação

Com a abertura das 68 Lojas Interativas Turismo (LIT), pretende-se que 2017 seja o ano de consolidação do projeto. Para isso terá de ser reforçado o investimento no plano de promoção e comunicação da Rede de Lojas Interativas, que irá potenciar o seu nível de conhecimento no mercado, assim como o seu papel de promover a experiência turística de qualidade do destino. Com a venda de produtos, bens e serviços já implementada na rede, pretende-se, igualmente, melhorar a comunicação nos canais offline e online, permitindo a geração de mais visitas e mais negócio para os empresários, potenciando a venda do destino e dos seus produtos e serviços, seja na rede física das Lojas, seja através da Loja online da TPNP.

Ao nível da comunicação, deve ser reforçada a aposta nos canais online através das ferramentas já disponíveis, nomeadamente através do portal da TPNP que serve de elemento unificador das ferramentas utilizadas, mais concretamente o *Google+* e *Adwords*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Pinterest*, *Tumblr* e *Instagram*.

Estando o projeto da Rede Lojas Interativas de Turismo assente nas tecnologias de última geração, pretende-se, através da criação de novos conceitos e aplicações,

compatíveis com as diversas plataformas (*smartphones*, *androids*, *pc*, *tablets*, etc.), melhorar e potenciar a interação e promoção das LIT, criando novas interações e motivações para o visitante, promovendo desta forma o território e os produtos associados.

O marketing digital e as ferramentas *web 2.0* assim como o inter-relacionamento e uniformização dos conteúdos em todas as plataformas de comunicação existentes na Rede de Lojas com o novo portal *web* da TPNP, serão apostas prioritárias para 2017.

Com abertura do Porto *Welcome Centre*, iremos ter um espaço de eleição para a promoção do Porto e Norte Portugal, através de conceitos inovadores de última geração, onde todos os nossos parceiros poderão usufruir de diversos equipamentos e espaços para a promoção dos territórios e produtos.

Iremos criar e dinamizar um calendário de eventos e propostas destinados a todos os agentes e cadeia de valor do turismo, para que possam tirar partido deste espaço situado em pleno coração da cidade do Porto. Organizaremos *workshops*, visitas de imprensa e de operadores turísticos e disponibilizaremos condições (e.g. espaço para promoção e reuniões de trabalho) a todos os que pretendam promover o território do Porto e Norte Portugal.

Pretendemos implementar novos projetos sustentados neste espaço, nomeadamente nas áreas das *media arts*, cinema, música, entre outras, bem como estabelecer uma maior aproximação com as escolas profissionais e ensino superior, através de estágios, sinergias e projetos comuns que tenham por objetivo a criação de conhecimento.

As universidades séniores e a comunidade escolar em geral, serão também alvo do nosso interesse e atenção, visando sobretudo no caso da comunidade escolar, o incentivo da educação patrimonial dos seus alunos, criando aqui também um forte apelo ao sentimento regional e de pertença dos jovens do Porto e Norte Portugal, reforçando desta forma a importância do turismo e do conhecimento do território.

Vamos continuar com a dinâmica da Loja do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, que tem obtido bons resultados, intensificando o nível de proximidade com os nossos parceiros.

Na loja de Santiago de Compostela, pretendemos incutir uma nova dinâmica, introduzindo condições para que os principais eventos da Região sejam apresentados junto da comunicação social da Galiza, contratando para o efeito uma assessoria de comunicação.

A formação será também uma aposta reforçada em 2017, pois através do projeto das lojas e das ferramentas criadas, como o *ERP*, *CRM* e *e-learning* iremos fornecer a possibilidade de todos os nossos parceiros terem à disposição formação nas diversas áreas do turismo.

Principais objetivos

- Promover a região como um destino multifacetado.
- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados interno e espanhol.
- Aumentar a notoriedade da região como destino de viagem para todo o ano.
- Fomentar a modernidade e inovação à oferta turística e serviços de suporte.
- Fomentar a participação dos agentes públicos e privados da região.
- Fomentar o espírito inovador das empresas.
- Promover as empresas e serviços da região.
- Promover o estabelecimento de sinergias entre os agentes económicos do setor.
- Promover experiências autênticas e memoráveis.
- Aumentar a notoriedade dos produtos turísticos e respetivos serviços e atividades.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal e parceiros públicos e privados da região.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P1.9 Valorização Turística do Castelo de Santiago da Barra

Justificação da ação

A TPNP irá levar a cabo um processo de modernização e infraestruturização do Castelo de Santiago da Barra (Imóvel

de Interesse Público) com o intuito de o transformar num espaço de referência na região para a organização e acolhimento de eventos (e.g. congressos, seminários).

Principais objetivos

- Dinamização económica e captação de investimento para a região.
- Recuperação e valorização de património classificado.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal

Financiamento

Turismo do Porto e Norte de Portugal suplementado por candidatura Património Cultural.

04/02

Comunicação do Destino: Notoriedade do destino

P2: Comunicação do Destino: Notoriedade do destino

À semelhança do que vem acontecendo ao longo dos últimos anos, em 2017 prevê-se realizar uma série de ações promocionais capazes de contribuir para elevar a notoriedade do destino e atrair um maior número de visitantes à Região, com vontade e decisão de visitar e permanecer, por um período mais longo, nos 4 sub-destinos: Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes.

Neste sentido, destacam-se as principais ações a realizar, em detrimento de outras que, desde que consideradas de interesse e devidamente enquadradas na estratégia da instituição, possam a vir a ser implementadas ao longo do ano em análise, a saber:

P2.1 Produção e edição de materiais promocionais e de informação turística

Justificação da ação

No contexto das considerações estratégicas e de marketing apresentadas neste documento, considera-se que a produção de novos materiais promocionais e informativos do destino é fundamental para se dar seguimento à nova estratégia de abordagem ao mercado, sobretudo no que respeita ao posicionamento da marca Porto e Norte TEM. Neste sentido, importa que os novos materiais diferenciem o destino nos principais mercados emissores, afirmando-o como um destino com oferta rica e diversificada de serviços e atividades, assim como de produtos capazes de captar visitantes durante todo o ano. Os novos materiais devem evidenciar os atributos e premissas ao posicionamento da região e despertar o interesse do visitante à experimentação do destino. Para

além disso, a produção de novos materiais deve seguir a lógica da estratégia do produto estabelecida anteriormente, de modo que, a cada mercado emissor seja comunicado os produtos mais coerentes com os gostos e preferências de cada um, devendo resultar numa brochura específica para cada mercado.

Principais objetivos

- Diminuir taxa de sazonalidade.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Apoiar a qualificação dos serviços turísticos.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Em termos específicos, a produção de materiais de promoção e informação deve incidir sobre os seguintes recursos:

RECURSOS DE INFORMAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA	
Produção de material promocional (formato papel e digital) e respetiva tradução em espanhol, francês, inglês e alemão	Guia Castros no Porto e Norte de Portugal; Guia Roteiros de Escritores – Camilo Castelo Branco; Guia Mosteiros e Conventos a Norte; Guia A Arquitetura Moderna e Contemporânea no Porto e Norte de Portugal; Brochura Fins-de-Semana Gastronómicos 2017; Guia Usos, Costumes e Tradições Gastronómicas; Brochura de Gastronomia e Vinhos; Guia Carta Gastronómica do Porto e Norte de Portugal + Carta de Águas + Carta de Azeites; Brochura do Caminho Português de Santiago; Brochura da Rota dos Santuários Marianos; Brochura de Turismo Náutico no Porto e Norte de Portugal; Brochura de Turismo Acessível no Porto e Norte de Portugal; Guia de Prestígio do Porto e Norte; Brochura Promocional do Porto e Norte de Portugal; Brochura Institucional; Guia/Mapa do Alojamento Turístico; Catálogos para Feiras e Eventos; 6 Revistas Promocionais; Mapa Turístico Porto e Norte.
Tradução de brochuras em circulação (espanhol, francês, inglês e alemão)	Brochuras: City Breaks no Norte de Portugal; Short breaks no Norte de Portugal; Aldeias com História no Porto e Norte; Monumentos no Porto e Norte de Portugal; Minas e Geologia a Norte de Portugal; Ecovias, Ecopistas e Ciclovias no Porto e Norte de Portugal; Viagens em Família; Os Museus no Porto e Norte de Portugal; O Património Mundial no Porto e Norte de Portugal; Castelos no Norte de Portugal; Praias no Norte de Portugal; Festas e Romarias do Porto e Norte de Portugal; Golfe no PNP.
Produção audiovisual	Realizar um videoclipe da região e convidar artistas da região - como Pedro Abrunhosa, Rui Reininho, Rui Veloso, Mariana Monteiro ou Gisela João - e propor um hino da região.
Mapa enogastronómico	Produção em português e tradução em espanhol, francês, inglês e alemão.
Produção de merchandising	Produção de brindes para oferta (merchandising promocional, sem venda), gifts para ofertar nas ações doroadshow e em algumas feiras promocionais.

Tab. 8 Recursos a produzir na ação

Acresce ainda que os formatos digitais destas brochuras serão integrados nas plataformas de comunicação online da TPNP, designadamente o Portal Multilíngue, as redes sociais, bem como os conteúdos constantes na rede de Lojas Interativas de Turismo.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.2 Atualização e dinamização do portal oficial www.portoenorte.pt

Justificação da ação

O portal oficial do turismo do Porto e Norte de Portugal é uma das ferramentas mais importantes da comunicação online do destino, não só por apresentar informação oficial, como também por concentrar a informação necessária de como chegar ao destino, o que visitar, quando visitar, produtos turísticos e serviços/atividades e experiências, guias e roteiros turísticos, mapas e outras informações que fomentam o interesse pelo destino e facilitam a visita. Por estes motivos, considera-se que o website deverá ser alvo de uma atualização que permita facilitar a navegação dos utilizadores e integrar um conjunto de informações multilíngue como mapas interativos do alojamento, da restauração, dos serviços de recreação, do património cultural e natural, dos equipamentos e facilidades de interesse turístico; um calendário interativo de eventos na região; entre outros. Considera-se igualmente relevante atualizar a imagem do portal, sobretudo com a utilização de um maior conjunto de imagens que confluem nas premissas do posicionamento do destino. Por último, é importante a criação de uma área reservada para operadores e empresários para que estes tenham acesso a informações específicas de apoio à sua atividade.

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Dinamizar uma agenda cultural e de eventos ao longo do ano.
- Diminuir a taxa de sazonalidade.

- Aumentar o gasto médio do visitante.
- Aumentar o fluxo de visitantes – turistas e excursionistas.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias e setor privado do turismo.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.3 Participação em feiras

Justificação da ação

Apesar do contínuo crescimento das ferramentas e vendas online e da sua importância no mundo das viagens e turismo, o setor de intermediação entre o consumidor e os prestadores de serviços mantém um papel fundamental na cadeia de valor do turismo. A intermediação no turismo é bastante relevante sobretudo com a emergência de novos mercados, segmentos, produtos e de destinos que começam a iniciar-se no turismo e por esse motivo sentem necessidade de um maior apoio. Para além destes, nos casos em que a notoriedade do destino é ainda pouco expressiva nos mercados, justifica-se a intermediação de operadores e agentes de viagens que podem facilitar a visita. Por esse motivo, considera-se que a presença do destino Porto e Norte de Portugal nas principais feiras internacionais de turismo constitui uma mais-valia na comunicação, promoção e distribuição do destino, não só por comunicarem com este setor intermediário, como também com o consumidor final. Pretende-se, ainda, participar em feiras (Fig. 14) de outros setores de atividade, não relacionados diretamente com o Turismo, de modo a promover o Porto e Norte por via dos setores de elevada notoriedade da região, como uma das principais vias da promoção do turismo da região. Deste modo, pretende-se envolver os setores de atividade mais relevantes na região para, em conjunto, atrair o segmento dos negócios, que apresenta elevado potencial para região.

Em complementaridade com a presença nas feiras (e a mobilidade dos roadshows do TOPAS), pretende-se

realizar no ano em análise, duas Bolsas de Contratação. Estes eventos serão organizados a pensar na interação privilegiada com os agentes turísticos, fomentando a proximidade e a relação direta e exclusiva para (e com) os profissionais.

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Estabelecer uma base de contacto regular com os principais operadores turísticos.
- Promover a complementaridade dos serviços e recursos ao longo da região.
- Aumentar o conhecimento dos serviços e atividades que possam ser oferecidos ao longo de todo o ano.
- Aumentar a notoriedade da região como destino de viagem para todo o ano.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias, setor privado do turismo.

Pretende-se dar continuidade à estratégia de envolvimento de todos os parceiros, públicos e privados, na organização e realização destas ações promocionais, de acordo com a metodologia que vier a ser definida para cada uma das diferentes participações propostas. Os mercados nacional e espanhol continuarão a constituir uma área de atuação prioritária, prevendo-se, por isso, orientar a participação para as respetivas especificidades de públicos e mercados.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.



Fig. 14 Feiras a participar em 2017

P2.4 Visitas educacionais, fam e press trips

Justificação da ação

As visitas educacionais evidenciam-se como uma ferramenta comunicacional de vital importância para afirmação dos destinos turísticos devido ao elevado target alcançado, assim como na relação custo/benefício. Neste sentido, considera-se fundamental coorganizar *fam trips*, *press trips* e educacionais conjuntamente com os empresários do setor e outros parceiros estratégicos do Porto e Norte de Portugal.

Numa perspetiva de continuidade com as ações realizadas, propõe-se a realização de duas *press trips* por cada sub-destino - Minho, Porto, Douro, Trás-os-Montes - com meios portugueses e meios espanhóis (4 *press trips* portuguesas e 4 espanholas). Os princípios orientadores direcionam-se complementarmente no sentido de criar notoriedade na marca e comunicar o posicionamento turístico da região, sendo estruturadas em linha com o território e os produtos estratégicos definidos.

Aqui se incluem, a comunicação social e os operadores/agentes turísticos. Tendo por base as diferentes motivações que poderão originar a visita ao destino Porto e Norte de Portugal, deverão ser trabalhados targets específicos, de forma direcionada. Para o efeito, torna-se fundamental criar *kits* promocionais

e kits de Imprensa devidamente ajustados ao público alvo e aos objetivos que presidem a cada uma das ações.

Principais objetivos

- Promover e apoiar visitas educacionais direcionadas no sentido de serem editadas reportagens ou outros materiais alusivos ao Porto e Norte de Portugal;
- Afirmar o Porto e Norte como um destino de excelência;
- Explorar oportunidades de negócio;
- Promover sinergias com o setor privado.

No conjunto dos operadores turísticos do mercado ibérico, destacam-se os seguintes:

MERCADO	OPERADORES TURÍSTICOS
Espanha	Travelplan, Pullmantur, Mundosenior, Soltour, Panavision, Catai Tours,
	Mapa Tours, Politours, Viajes El Corte Inglés, Halcon Viajes, Barcelo Viajes,
Portugal	LusoViajes, Costas Galicia, Portugal Tours, LastMinute, Viajes Abreu
	Soltrópico, Solférias, Nortravel, Club 1840, O Leme, Lusanova Tours, Geostar, Raso, Terra Brasil

Tab. 10 Principais operadores turísticos por mercado

Agências de comunicação	Meios de viagens e turismo	Imprensa escrita nacional
Lusa	Publituris Ambitur Turisver	Público
EFE (Espanha)	Viajar	Diário de Notícias Jornal de Notícias
Canais de televisão nacionais	Hóteis & Viagens	Correio da Manhã
RTP	Equipotel & Restauração	Jornal i Sol
SIC	Dirhotel	Expresso
TVI	Turismohotel Internacional	Jornal de Negócios
Porto Canal	Inter Magazine	Diário Económico
Rádios nacionais	Rotas & Destinos	Vida Económica
Antena 1	Evasões	Visão
TSF	Volta ao Mundo Revista AHRESP Opção Turismo	Sábado
RFM	Presstur.com	Exame
Rádio Comercial	RH Turismo.com	Destak
Rádio Renascença	Lifecooler	Metro
Meios online	My Guide	Elite, Negócios & Lifestyle
Diário Digital	Imprensa escrita espanhola/suplementos de viagens	Suplementos - imprensa escrita nacional
Portugal Diário	Viajar	Única
Canal de Negócios	ABC Viajar	Tabu
Jornal Digital	Meios de marketing	Notícias Magazine Pública
MSN.pt	Meios & Publicidade	Domingo Magazine
Sapo	Briefing	
IOL	Marketeer	
Clix		

Tab. 9 Órgãos de comunicação a contactar



Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, empresários do setor e autarquias.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.5 Visitas de Inspeção a *Meeting Planners*

Justificação da ação

Tendo em consideração a importância do segmento de negócios no turismo da região, importa atuar ao nível da angariação de eventos corporativos internacionais, congressos, conferências e seminários. Para o efeito, o destino deve apresentar um conjunto de serviços de apoio, infraestruturas e equipamentos relacionados, assim como infraestruturas turísticas de suporte ao acolhimento de visitantes corporativos. Nesta conformidade pretende-se preparar e realizar visitas de inspeção a *Meeting Planners* e a empresas que realizem eventos corporativos numa base regular, quer portuguesas quer estrangeiras.

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Diminuir taxa de sazonalidade.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias e setor privado do turismo.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.6 Produção e apoio a publicações

Justificação da ação

No seguimento da necessidade de melhor conhecer a indústria do turismo na região e de destacar as boas práticas nesta matéria, considera-se relevante proceder à continuação da revista trimestral do Porto e Norte de Portugal, que tem como objetivo dar a conhecer a região e as suas dinâmicas aos *stakeholders*. Propõe-se ainda a criação de um banco de imagens da região (Incluir os 4 sub-destinos e todos os produtos estratégicos).

Principais objetivos

- Informar todos os *stakeholders* acerca das dinâmicas turísticas em curso na região.
- Informar acerca das inovações introduzidas à oferta turística e aos serviços de suporte.
- Apoiar a qualificação dos serviços turísticos.
- Atrair o investimento público e privado em projetos de interesse regional/local.
- Promover o estabelecimento de sinergias entre os agentes económicos da região.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.



P2.7 TOPAS e Roadshows nos mercados emissores

Justificação da ação

O TOPAS (*Tourism Office Public Auto Service*) é um projeto inovador que pretende aproximar o destino Porto e Norte de Portugal dos principais mercados emissores, no seu local de residência habitual. Esta ação permite desenvolver roadshows junto do mercado potencial, que permitem por sua vez aumentar o nível de notoriedade do destino e dos seus produtos, na medida em que se centra na utilização de plataformas interativas e multimédia; e outras mostras regionais.

Iremos criar novos conceitos e conteúdos ao nível da imagem e da informação disponibilizada, para que o TOPAS afirme o seu carácter inovador/diferenciador, designadamente no modo como a TPNP promove o seu território.

Em 2017 iremos reforçar os *Roadshows*, através da presença nas capitais distrito em Portugal, Região de Lisboa e Algarve.

Em Espanha iremos reforçar a presença nas principais praças espanholas, tendo previstas seguintes rotas:

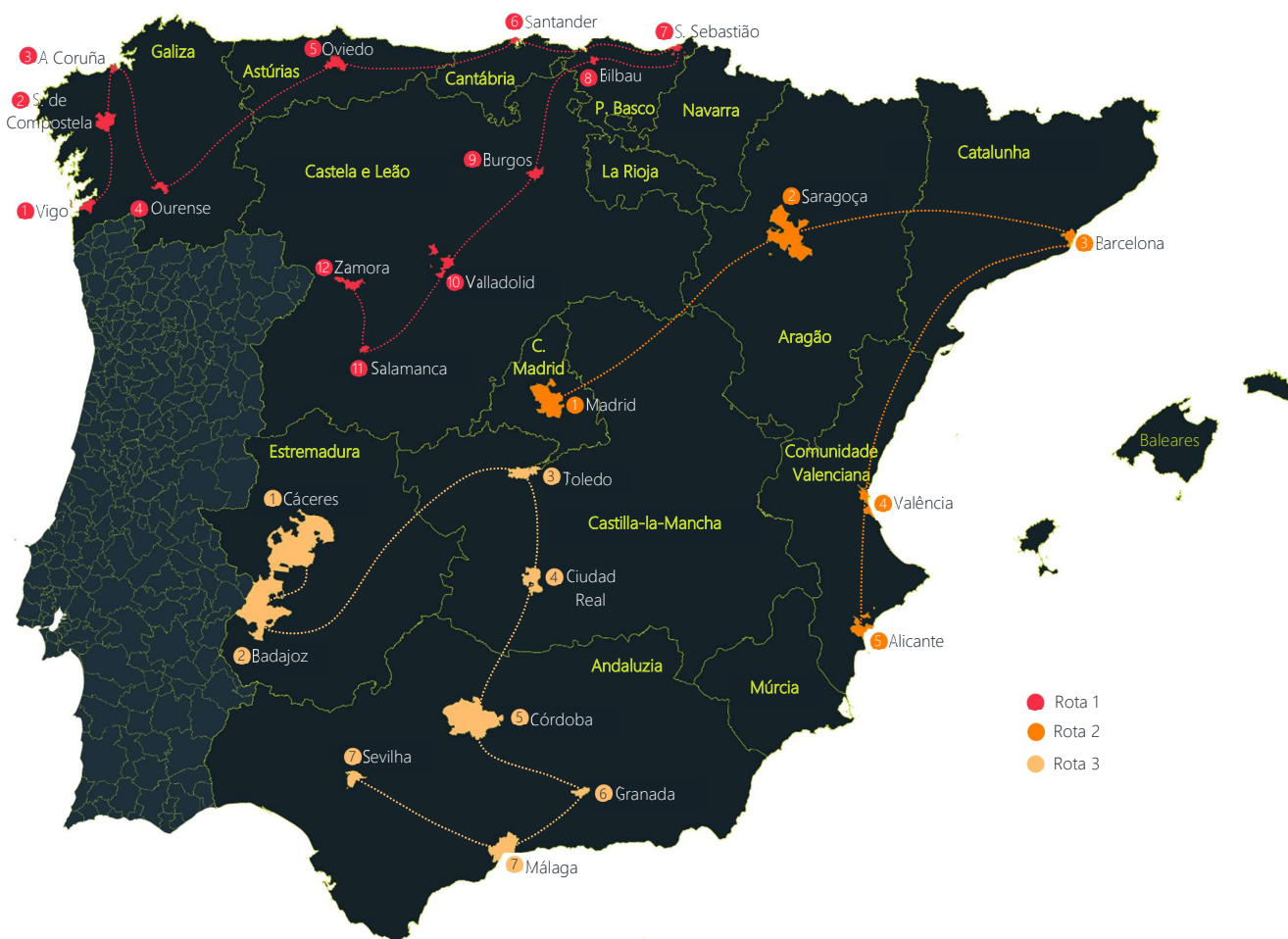


Fig. 15 Roadshows TOPAS em 2017

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Promover uma atitude de cooperação entre as empresas do setor.
- Fomentar a participação dos agentes públicos e privados na promoção do destino.
- Promover o estabelecimento de sinergias entre os agentes económicos da região.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, autarquias e setor privado do turismo.

Financiamento

1. TOPAS

Ação financiada pela candidatura ao aviso “Promoção do Porto e Norte de Portugal” aprovada no âmbito do ON2.

2. Roadshows

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.8 Relações públicas e publicidadeJustificação da ação

No seguimento da necessidade de melhor conhecer a indústria do turismo na região e de destacar as boas práticas nesta matéria, considera-se relevante proceder à continuação da revista trimestral do Porto e Norte de Portugal que tem como objetivo dar a conhecer a região e a sua dinâmica.

Para uma eficaz divulgação das ações da TPNP as atividades de comunicação a implementar passarão fundamentalmente, por:

1. Campanhas de publicitárias com plano de meios.
2. Elaboração e divulgação de notas de imprensa com informações gerais sobre ações e/ou projetos a desenvolver, tendo com objetivo gerar notícias sobre os eventos, mas também criar apetência nos meios de comunicação social para a cobertura dos mesmos.

3. Elaboração e divulgação da informação convite, para convocação dos media para a cobertura de ações, tendo como objetivo relembrar a realização das mesmas e bloquear as agendas dos meios de comunicação que pretendam estar presentes.

4. Confirmação de presenças dos jornalistas convidados, através de contactos personalizados, com o objetivo de criar apetência para a presença em algumas das principais ações.

5. Criação de dossiers de imprensa, a serem entregues aos jornalistas.

6. Utilização estratégica de outdoors e realização de ações de charme.

7. Criação de Prémios TPNP/Gala, no sentido de valorizar as entidades turísticas da região, como hotéis, restaurantes, bares, museus (entre outros), bem como valorizar o trabalho desenvolvido pela TPNP.

8. Organização de workshops com Gabinetes de Comunicação - sensibilizar para as parcerias com a TPNP, uso das redes sociais, da comunicação, estratégia para eventos de maior dimensão e relevância.

9. Realização de oito ações por ano distribuídas por cada comunidade intermunicipal - duas sessões por dia em cada uma. Ou seja, 16 sessões no total. Aqui pretendemos trabalhar com os recursos afetos ao departamento do turismo com o intuito de darmos a conhecer os trabalhos em desenvolvimento pela TPNP e recolhermos contributos dos operacionais da região.

10. Dinamizar quatro a oito ações de *teambuilding* com parceiros e colaboradores da TPNP direcionadas no sentido de potenciar a cultura da instituição, estreitar laços, criar mecanismos de melhoria do trabalho em equipa e resolução conjunta de problemas, assim como reforçar ações motivacionais.

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Aumentar os níveis de competitividade da região.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal e parceiros públicos e privados da região.



Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.9 Campanha de marketing digital para o mercado ibérico

Justificação da ação

De acordo com o estudo do perfil do turista da região do Porto e Norte de Portugal, a maioria dos inquiridos afirmou a procura de informação sobre o destino e até mesmo a reserva da viagem através de ferramentas de comunicação e venda online. Nesta conformidade, considera-se relevante comunicar e promover o destino além dos eventos e contactos presenciais, como é o caso das feiras, dos postos de turismo, das Lojas Interativas de Turismo, entre outros. Considera-se de extrema relevância comunicar o destino no mundo digital através das ferramentas que hoje estão à disposição dos destinos e das empresas em geral.

Esta ação em particular consiste no desenvolvimento de um plano de comunicação online que encontra no website oficial o elemento unificador das ferramentas online que serão utilizadas, nomeadamente o *Google+* e *Adwords*, *Facebook* e *Linkedin*. Existem outras ferramentas que podem ser tidas em consideração como o *Pinterest*, *Tumblr*, *Instagram*.

Principais objetivos

- Aumentar a notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Aumentar a notoriedade do destino nos principais mercados emissores europeus.
- Promover as empresas, serviços e espaços da região.
- Promover experiências autênticas e memoráveis.
- Aumentar a notoriedade dos produtos turísticos e respetivos serviços e atividades.

- Atingir o posicionamento pretendido no mercado.
- Promover a região como um destino multifacetado.
- Promover a complementaridade dos serviços e recursos ao longo da região.
- Introduzir modernidade e inovação à oferta turística e serviços de suporte.
- Reforçar a imagem de marca e diferenciação do destino.
- Aumentar a notoriedade da região como destino de viagem para todo o ano.
- Promover uma agenda cultural e de eventos que permita atrair a atenção do mercado.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.10 Produção de merchandising do PNP

Justificação da ação

No contexto das considerações estratégicas e de marketing apresentadas neste documento, considera-se que a produção merchandising é fundamental para se dar seguimento à nova estratégia de abordagem ao mercado, sobretudo no que respeita ao posicionamento da marca Porto e Norte TEM. Estes materiais devem evidenciar os atributos e premissas do posicionamento da região e despertar o interesse do visitante à experimentação do destino. A produção de merchandising permite reforçar a marca do turismo da região, através do contacto e/ou visualização regular de itens como porta chaves, canetas, sacos, bonés, guarda chuvas e outros, que possam ser considerados pertinentes relativamente à realização de atividades na região.

Principais objetivos

- Diminuir taxa de sazonalidade.
- Diminuir a concentração regional.
- Promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Apoiar a qualificação dos serviços turísticos.
- Contribuir para a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

P2.11 Macrorregião RESOE TURISMO

Justificação da ação

A TPNP integra o grupo de trabalho inserido no RESOE TURISMO que contempla as regiões do sudoeste europeu, respetivamente, Castela e Leão; Galiza; Norte de Portugal; Centro de Portugal e Astúrias. A macrorregião RESOE baseia-se fundamentalmente na Estratégia Europeia 2020, a qual procura o crescimento inteligente, sustentável e integrador.

No sentido de afirmarmos de forma mais consistente o nosso domínio de ação no presente grupo de trabalho, estamos a trabalhar com a Entidade Regional de Turismo do Centro visando potenciar uma relevante plataforma comum de cooperação, evidenciando:

- A Rota de Cister no âmbito da qual o Norte e o Centro de Portugal têm importantes referências em estreita ligação com a Galiza.
- A inclusão da Rota do Judaico.
- A identificação de sinergias/pontos de convergência no âmbito do Turismo de Compras conducente à criação de uma Rota conjunta que privilegie marcas de prestígio diferenciadoras de cada um dos territórios.
- A promoção conjunta de *fam* e *press trips*.

Principais objetivos

- Criar um vínculo estável como veículo de promoção turística conjunta.

- Divulgar as atrações turísticas de cada uma das regiões.
- Captar turismo de qualidade.
- Favorecer os fluxos turísticos entre as regiões.
- Ganhar escala no contexto dos mercados nacionais e internacionais.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, Turismo Centro de Portugal, Governo do Principado das Astúrias, Junta da Galiza e Junta de Castilha e Leão.

P2.12 Grupo de Trabalho Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia - Norte de Portugal

Justificação da ação

A TPNP integra o Grupo de Trabalho da AECT com a Agência de Turismo da Galiza (ATG) da Junta da Galiza no âmbito do qual foi assinado um Memorandum de Entendimento que visa convergir para temas e ações de articulação conjunta. Em 2017 será dado um impulso que vai no sentido de reforçar a cooperação transfronteiriça e dar continuidade à realização de ações de promoção integrada. Destacam-se as seguintes atividades:

- Realização de *fam* e *press trips* temáticas que permitam um intercâmbio de sinergias entre o Porto e Norte de Portugal e a Galiza.
- Apresentação conjunta de candidaturas a projetos de relevância em termos de cooperação transfronteiriça.
- Promoção de uma rota turística a conceber no âmbito dos patrimónios UNESCO das duas regiões.
- Ações no contexto dos Caminhos de Santiago.

Principais objetivos

- Favorecer um melhor entendimento da Euro Região Galiza-Norte de Portugal.
- Potenciar a riqueza e a diversidade de recursos da Euro Região Galiza-Norte de Portugal a partir do turismo.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal, Agência de Turismo da Galiza da Junta da Galiza e Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia – Norte de Portugal.

P2.13 Projeto Gerês-Xurés DinâmicoJustificação da ação

Projeto em que a TPNP é coparceira, com ações de dinamização turística da Reserva da Biosfera Transfronteiriça Gerês-Xurés, envolvendo as seguintes ações:

- Conceção e implementação de Sistema de controle de visitas à Reserva da Biosfera.
- Produção de conteúdos nos postos de informação virtual.
- Criação, promoção e comercialização de produtos turísticos no território da Reserva.
- Programa de dinamização turística da reserva da Biosfera / Organização de Jornadas Gastronómicas.
- Conceção e produção de guia turística da Reserva da Biosfera.
- Conceção e produção de material promocional da Reserva da Biosfera.
- Organização de *press* e *fam trips* no território da RB.

Principais objetivos

- Promover e valorizar os produtos Turismo de Natureza e *Touring* Cultural e Paisagístico a partir de uma dimensão transfronteiriça.
- Reforçar e dinamizar os laços entre o Norte de Portugal e a Galiza.

Entidades a envolver

Direção Geral de Conservação da Natureza (Xunta da Galiza); Diputación de Ourense (Galiza); Axencia Turismo de Galicia (Galiza); ICNF; TPNP; CCDRN; Câmaras Municipais de Melgaço, Ponte da Barca, Terras de Bouro, Montalegre e Arcos de Valdevez; ADERE-PG; e ARDAL.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito do POCTEP.

P2.14 Projeto PASCALJustificação da ação

Projeto em que a TPNP é coparceira, com ações de salvaguarda e valorização das tradições gastronómicas locais da euro-região Norte de Portugal-Galiza, envolvendo as seguintes ações:

- Dinamização dos Fins de Semana Gastronómicos no território litoral Porto e Norte e Galiza, durante 3 anos (2017 a 2019), num total de 30 fins de semana.
- Produção de um guia de restaurantes com oferta gastronómica de produtos do mar.

Principais objetivos

- Valorização do património cultural gastronómico da euro-região.
- Conhecimento nutricional dos produtos do mar.
- Promoção do turismo gastronómico.
- Divulgação junto do público, em especial público infantil.

Entidades a envolver

CETMAR (Galiza); AGAVI; AEP – Associação empresarial de Portugal; Câmara Municipal de Matosinhos; Associação de Restaurantes de Matosinhos; e TPNP.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito do POCTEP.

P2.15 Grandes EventosJustificação da ação

A captação de grandes eventos para a região constitui um esforço necessário para alcançar a afirmação internacional do destino do Porto e Norte de Portugal. Os grandes eventos tendem a ter um efeito incremental no que toca à exposição mediática bem como à capacidade de ampliar o potencial de mercado e gerar um efeito centrípeto do investimento estrangeiro em torno da região.

A dimensão territorial latente aos grandes eventos constituiu outra dimensão que a TPNP considera não despreciable, designadamente pelo efeito indutor de notoriedade de territórios de baixa com um elevado valor paisagístico.

A capacidade dos grandes eventos drenarem fluxos internacionais por todo o território e constituírem um instrumento mitigador da assimetria geográfica do fenómeno turístico, leva a que a TPNP em pareceria com os municípios considere esta ação como um vetor de investimento e desenvolvimento estratégico para região.

Principais objetivos

- Internacionalização da região Norte de Portugal.
- Exposição mediática internacional do destino ao longo do período de promoção e transmissão dos eventos.
- Captação de oportunidades de investimento direto, indireto e induzido geradas pelos grandes eventos.
- Contributo para o aumento da estada média do destino.

Entidades a envolver

Parceria envolvendo a TPNP e municípios.

Financiamento

Candidatura ao SIAC e municípios.

04/03

Monitorização do destino e dos mercados: avaliação e adaptação da estratégia 2017

P3: Monitorização do Destino e dos Mercados: Avaliação e adaptação da estratégia 2017

O presente Programa de Ação pretende apresentar as ações de monitorização e acompanhamento do desenvolvimento do turismo na região.

P3.1 Desenvolvimento de estudos de acompanhamento e monitorização do destino, mercados e produtos turísticos

Justificação da ação

Tendo em consideração as dinâmicas de mudança existentes na procura e oferta turística, a Turismo do Porto e Norte pretende dar continuidade aos estudos de monitorização do destino, quer na vertente da procura e dos mercados emissores, quer na vertente da oferta, auscultando os diversos *stakeholders* do destino sobre as suas necessidades e desafios.

Principais objetivos

- Controlar e avaliar as medidas estratégicas e operacionais para realização dos ajustes necessários em função dos resultados obtidos.
- Acompanhar e melhorar a evolução da notoriedade do destino nos mercados doméstico e espanhol.
- Acompanhar e melhorar a projeção da marca da região.
- Acompanhar e melhorar o desempenho dos setores do turismo.



- Acompanhar e melhorar a perceção de qualidade da experiência turística do visitante.
- Acompanhar e melhorar a qualidade do serviço turístico nas suas várias vertentes.
- Acompanhar e promover a complementaridade entre produtos e serviços.
- Acompanhar e qualificar e inovar a oferta turística.
- Acompanhar os níveis de competitividade da região.
- Acompanhar a dinamização da economia regional.

Entidades a envolver

Turismo do Porto e Norte de Portugal.

Financiamento

Ação a financiar no âmbito de uma candidatura ao Novo Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2020.

05 Plano de Gestão e Monitorização



O presente capítulo define os critérios que presidem à gestão e monitorização das medidas preconizadas neste Plano bem como do seu impacto no desempenho do destino e resposta aos intentos de todas as partes interessadas e intervenientes no processo de construção e desenvolvimento do destino Porto e Norte de Portugal.



AÇÕES	AVALIAÇÃO DE RESULTADOS
P1.1 Apoio a eventos regionais	Inquérito à satisfação dos parceiros desta iniciativa N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação dos eventos (estatísticas de visitantes/participantes, tipos de públicos, temas, parcerias, entre outros)
P1.2 Criação e Implementação de quiosques multimédia de informação turística nos centros históricos, aeroporto, terminal de cruzeiros, estações de caminho de ferro e principais locais turísticos	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação de estatísticas de utilização
P1.3 Workshops para o trade local sobre inovação, empreendedorismo, qualidade do serviço, comportamento do consumidor e tecnologias de informação na captação do cliente	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Feedback do Setor e Autarquias Satisfação dos participantes
P1.4 Formação Profissional para os setores característicos do turismo: desenvolver levantamento das necessidades regionais entre os profissionais do setor; definição do padrão de serviço da região	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Feedback do Setor e Autarquias Satisfação dos Formandos e dos Formadores
P1.5 Gabinete de Apoio ao Empresário	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de contactos recolhidos N.º de pedidos de informação Feedback dos agentes de turismo da região e parceiros
P1.6 Organização e Estruturação da Oferta Turística	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Compilação de publicações produzidas
P1.7 NORTE NATURAL – Consórcio Turismo de Natureza	Inquérito de satisfação aos utilizadores N.º de ações promocionais realizadas N.º de estágios ministrados Volume de faturação

AÇÕES	AVALIAÇÃO DE RESULTADOS
P1.8 Núcleo de Gestão da Rede de Lojas Interativas	Inquérito de satisfação aos utilizadores N.º de ações promocionais realizadas N.º de estágios ministrados Volume de faturação
P1.9 Valorização Turística do Castelo de Santiago da Barra	Plano de eventos desenvolvido Feedback do setor Relatórios produzidos
P2.1 Produção e Edição de materiais promocionais e de informação turística	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação do alinhamento dos materiais com a estratégia definida
P2.2 Atualização e dinamização do portal oficial www.portoenorte.pt	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação de estatísticas de utilização
P2.3 Participação em feiras	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de contatos recolhidos N.º de pedidos de informação N.º de <i>merchandising</i> distribuído N.º de participantes nas atividades desenvolvidas Feedback dos agentes de turismo da região e outros
P2.4 Visitas educacionais, <i>fam</i> e <i>press trips</i>	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de conteúdos partilhados Feedback dos operadores turísticos e jornalistas Coleção e avaliação dos artigos produzidos com a visita à região
P2.5 Visitas de inspeção a <i>meeting planners</i>	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de contatos recolhidos N.º de participantes nas atividades desenvolvidas Feedback dos agentes de turismo da região e parceiros Criação de mailing lists
P2.6 Produção e apoio a publicações	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Feedback do setor
P2.7 TOPAS e <i>roadshows</i> nos mercados emissores	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de contatos recolhidos N.º de pedidos de informação N.º de <i>merchandising</i> distribuído N.º de participantes nas atividades desenvolvidas Feedback dos agentes de turismo da região e parceiros
P2.8 Relações públicas e publicidade	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional)
P2.9 Campanha de marketing digital para o mercado Ibérico	Avaliação estatística dos dados de visita ao Site
P2.10 Produção de <i>merchandising</i> do PNP	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação do alinhamento dos materiais com a estratégia definida
P2.11 Macroregião RESOE TURISMO	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Avaliação do alinhamento dos materiais com a estratégia definida
P2.12 Grupo de Trabalho Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia - Norte de Portugal	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) N.º de projetos desenvolvidos Avaliação do alinhamento dos materiais com a estratégia definida
P2.13 Projeto Gerês-Xurés Dinâmico	Tipo de Brochuras e Guias editados Exemplares de Brochuras e Guias Número de produtos integrados a criar Número de <i>fam press trip</i>
P2.14 Projeto PASCAL	Ações com <i>chefs</i> Realização de fins de semana gastronómicos com produtos do mar N.º de exemplares do guia
P2.15 Grandes Eventos	N.º de artigos e notícias (âmbito local, regional, nacional e internacional) Feedback do setor

Tab. 12 Indicadores análise monitorização

06

Grandes Opções do Plano de Atividades e Orçamento



Análise das Grandes Opções do Plano e Orçamento de 2017

1. Introdução

A Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER elaborou os documentos previsionais para o ano de 2017, com base no disposto na legislação em vigor à data, e nos princípios orçamentais do Plano Oficial de Contabilidade para as Autarquias Locais (POCAL).

No entanto, estes documentos serão ajustados para efeitos de controlo orçamental, uma vez que a partir do dia 1 de janeiro de 2017 a Entidade Regional passará a reger-se pelo Sistema de Normalização Contabilística – Administração Pública (SNC-AP), previsto pelo Decreto-Lei nº 192/2015, de 11 de setembro, e portaria nº 189/2016, de 14 de julho, enquanto serviço e fundo autónomo da Administração Central, conforme classificação atribuída pelo INE em março de 2016.

O presente orçamento também não prevê as normas que ainda vão ser emanadas pelo Governo referentes à execução orçamental para o ano de 2017, o que obrigará a posterior consolidação orçamental.

2. Pressupostos e enquadramento legal na elaboração do orçamento

Em resumo, os documentos previsionais para o ano de 2017 foram elaborados de acordo com:

- O disposto na Circular Série A nº 1384, de 27 de julho de 2016, que classifica no nº 1 a TPNP como serviço e fundo autónomo da Administração Central, mediante as contas setoriais publicadas pelo INE;

- b) O disposto na Lei nº 7-A/2016, DL nº 18/2016 - Lei da Execução Orçamental, referente ao Orçamento de Estado de 2016, uma vez que ainda não foi publicado nenhum diploma referente ao OE 2017, sem atender ao disposto sobre a cativação de verbas;
- c) O DL n.º 54-A/99 de 22/02, retificado pelo Lei nº162/99 de 14/09, alterado pelos DL n.º 315/2000 de 02/12, DL n.º 26/2002 de 14/02 e DL n.º 84-A/2002 de 05/04, aprova POCAL.
- d) O Artigo 30º do Lei n.º 33/2013 de 16/05 e o artigo 41º dos Estatutos/2013 de 05/07, que refere a obrigatoriedade das normas aplicadas às Autarquias Locais na elaboração do Plano de Atividades e Orçamento;
- e) A obrigatoriedade de previsão de fundos disponíveis para a assunção de compromissos, em que despesa para ser realizada não dependerá não só de existência de dotações orçamentais, mas fundamentalmente tendo por base a existência de disponibilidades efetivas, conforme disposto na Lei n.º 8/2012, de 21 de fevereiro (Lei dos Compromissos e dos Pagamentos em Atraso).
- f) Os limites dos encargos com remunerações do pessoal (Artigo 19º Lei 33/2013, de 16/05);
- g) Os projetos candidatados e a candidatar a comparticipação a fundo perdido dos programas Norte 2020, POCTEP, e ao Plano de Empregabilidade do Tâmega e Sousa (PETS), bem como ao REGFIN, pressupondo a elegibilidade das despesas a 100%;
- h) As despesas correntes e de capital necessárias ao desempenho da atividade da ER;
- i) As receitas próprias a auferir no período em análise, nomeadamente com o funcionamento integral do modelo de negócio projetado para as Lojas Interativas de Turismo nos 12 meses do ano, e a cedência do Centro de Congressos de Santiago da Barra. Estas receitas exigem a execução proporcional de despesa;
- j) As receitas gerais a obter, mediante celebração do contrato programa com o Turismo de Portugal, com base no pressuposto de manutenção do montante atribuído para 2016;
- k) O cálculo da reserva de 2,5% do orçamento de despesa com atividades e projetos financiados por receitas gerais do Orçamento de Estado e por receitas próprias ou receitas gerais consignadas;
- l) A amortização final dos empréstimos de médio e longo prazo da ex-Região de Turismo do Nordeste Transmontano e Empréstimo do ex-Turismo do Douro.

A alínea c) do n.º 2 Artigo 23º dos Estatutos/2013, de 5 de julho estabelece que compete à Direção elaborar o Plano de Atividades, PPI e Orçamento e submeter à Assembleia Geral.

O nº 4 do Artigo 6º da Lei 33/2013, de 16 de maio, determina a aprovação prévia pelo membro do Governo responsável pela área do turismo, no prazo de 90 dias após a sua receção.

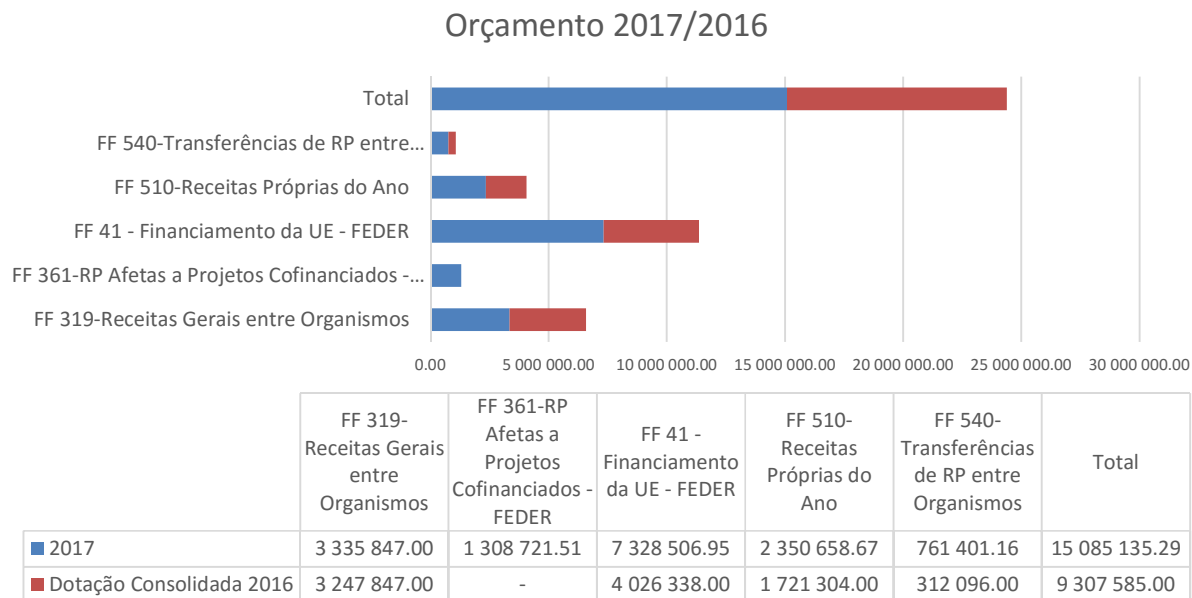
O Orçamento da Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R. para o ano de 2017 é de 15.085.135 euros, dos quais 57% se referem a projetos candidatados ou a candidatar a fundos comunitários, no montante de 8.637.229 euros, prevendo-se a comparticipação a fundo perdido de 85% do Porto 2020, e 75% do POCTEP das despesas elegíveis.

Fonte Financiamento	2017	%
FF 319-Receitas Gerais entre Organismos	3 335 847,00	22,11
FF 361-RP Afetas a Projetos Cofinanciados -FEDER	1 308 721,51	8,66
FF 41 - Financiamento da UE - FEDER	7 328 506,95	48,60
FF 510-Receitas Próprias do Ano	2 350 658,67	15,58
FF 540-Transferências de RP entre Organismos	761 401,16	5,05
Total	15 085 135,29	100,00

Este orçamento apresenta um acréscimo de 62% em relação à dotação corrigida de 2016, que ascendeu a 9.307.585 euros. Este aumento é justificado, essencialmente, pelo valor dos projetos no âmbito do FEDER, e pelo acréscimo de

atividade esperada para 2017, promovido pelo funcionamento do modelo de negócio de lojas interativas, inclusive do Porto Welcome Center, cuja abertura ocorreu em 28 de julho de 2016.

O gráfico que se segue apresenta a comparação do orçamento previsto para 2017, com o de 2016, por fontes de financiamento.



Refere-se a existência de fonte de financiamento própria destinada à participação nacional dos projetos participados por fundos comunitários (FF 361 – Receitas Próprias afetas a projetos cofinanciados – FEDER), que não foi considerada em 2016, o que não permite a comparação direta, uma vez que esta componente foi considerada noutra fonte de financiamento.

3. Orçamento por Fonte de Financiamento

3.1 Esforço financeiro nacional (OE) - Transferências de receitas gerais entre Organismos

RECEITAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	DESPESAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	Var. Orç. 2017/Dotação 2016
FF 319-Receitas Gerais entre Organismos	3 247 847,00	3 335 847,00	FF 319-Receitas Gerais entre Organismos	3 247 847,00	3 335 847,00	88 000,00
Serviços e Fundos Autónomos-OE	3 247 847,00	3 247 847,00	Despesas com o Pessoal	1 949 487,00	2 006 778,93	57 291,93
TP - Fundação Coa Parque	-	88 000,00	Aquisição de bens e serviços	1 231 372,00	1 178 368,07	53 003,93
			Juros e outros encargos	9 800,00	3 100,00	6 700,00
			Transferências correntes	21 420,00	97 500,00	76 080,00
			Subsídios	200,00	-	200,00
			Outras despesas correntes	35 568,00	50 100,00	14 532,00

As receitas e despesas inerentes ao normal funcionamento da atividade da ER estão afetas à fonte de financiamento “Transferências de receitas gerais entre organismos”, mediante o recebimento do Turismo de Portugal que se pressupõe no montante de 3.247.847 euros, referente ao contrato programa celebrado anualmente, acrescido do montante inerente à participação na Fundação Coa Parque pela TPNP.

A receita descrita servirá para executar a despesa corrente da TPNP, bem como para pagar as quotas nas diversas associações a que pertencemos e as participações nas duas fundações do extinto Pólo do Douro, que totalizam 96.400 euros, e que constam da rubrica de Transferências correntes.

As despesas com o pessoal irão ascender, em 2017, a 2.006.779 euros, respeitantes ao quadro atual de pessoal, considerando a saída de 7 pessoas pelo regime da mobilidade e de 1 pessoa por aposentação. Em contrapartida, prevemos a necessidade de contratação de 4 pessoas para a sede, para colmatar falhas dos serviços em diversas áreas, e de 10 pessoas no âmbito de programas de estímulo ao emprego, cuja afetação nesta FF é do montante não subsidiado pelo IEFP. Estas necessidades implicam um aumento das despesas de 57.292 euros.

No entanto, as aquisições de bens e serviços no âmbito do funcionamento da entidade, estão orçados em 1.178.368 euros para o ano de 2017, prevendo-se uma redução 53.003 euros face à dotação corrigida para 2016.

Da mesma forma, os juros e outros encargos estão estimados em 3.100 euros, com uma redução de 6.700 euros face à dotação corrigida de 2016.

As outras despesas correntes estão previstas em 50.100 euros, e referem-se essencialmente aos impostos a pagar em 2017, como sendo o IVA e o Imposto Único de Circulação da frota de viaturas da ER.

3.2 Financiamento da UE – FEDER

ORÇAMENTO 2017						
RECEITAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	DESPESAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	Var. Orç. 2017/Dotação 2016
FF 41-Financiamento da UE- FEDER	4 026 338,00	7 328 506,95	FF 41-Financiamento da UE- FEDER	4 026 338,00	7 328 506,95	3 302 168,95
NORTE 2020- SIAC-Promoção do PNP no Mercado Espanhol		1 235 194,25	Despesas com o Pessoal	15 475,00	111 183,19	95 708,19
NORTE 2020-SIAC-Eventos 2016-2018		598 999,38	Aquisição de bens e serviços	3 361 193,00	6 443 188,81	3 081 995,81
PETS - Plano de Empreendedorismo no Tâmega e Sousa		176 046,63	Juros e outros encargos	-	-	-
POCTEP - Xurês Dinâmico		45 534,31	Transferências correntes	-	-	-
POCTEP - PASCAL		52 995,00	Subsídios	-	-	-
A CANDIDATAR			Outras despesas correntes			
NORTE 2020-Património Cultural - Valorização Turística do Castelo de Santiago da Barra		637 500,00	Despesas de Investimento	649 670,00	774 134,95	124 464,95
NORTE 2020-SIAC-Eventos 2017		1 912 500,00				
SIAC - Consórcio Turismo Natureza		757 237,38				

Para o ano de 2017, a TPNP perspetiva dar continuidade aos projetos candidatados ao Norte 2020 e ao POCTEP em 2015 e 2016, bem como candidatar-se a novos programas comunitários com novos projetos, que visam a promoção e a dinamização turística da Região Norte do país no mercado interno e espanhol.

Neste âmbito, existe uma candidatura aprovada com execução em 2017 do SIAC Mercado Espanhol, para participação em Feiras de forma a promover a Região Norte, inclusive potenciar a presença dos Municípios, ativação da comunicação e promoção turística com o TOPAS.

Adicionalmente, encontram-se submetidas as seguintes candidaturas:

POCTEP PASCAL (Gastronomia e Vinhos, Touring+City Break) - Pesca Sustentável e Património Cultural, projeto em que a TPNP é co-parceira, com ações de salvaguarda e valorização das tradições gastronómicas locais da euro-região Norte de Portugal/Galiza, Dinamização dos Fins de Semana Gastronómicos no território litoral Porto e Norte + Galiza, durante 3 anos (2017 a 2019), num total de 30 fins de semana, com comparticipação a fundo perdido pelo POCTEP em 75%;

POCTEP Gerês – Xurês Dinâmico (Turismo de Natureza + Touring), projeto em que a TPNP é co-parceira, com ações de dinamização turística da Reserva da Biosfera Transfronteiriça Gerês-Xurês, a realizarem-se entre 2017 e 2019, com comparticipação a fundo perdido pelo POCTEP em 75%;

PETS – Plano de Empreendedorismo no Tâmega e Sousa, de forma a permitir a promoção do espírito empresarial, nomeadamente permitindo a criação de novas empresas, de forma a reforçar a competitividade nas zonas de baixa densidade populacional, com comparticipação por fundos FEDER em 85%;

SIAC Eventos 2016/2018, pela qual nos propusemos a estabelecer diversas parcerias para a realização de eventos relevantes para a Região Norte, dos quais destacamos para 2017 os eventos Granfondo, Eventos Náuticos, BTT Extreme, Wings for Life World Run, entre outros, com comparticipação no âmbito do programa Norte 2020 a fundo perdido em 85%.

Para o ano de 2017, pretendemos submeter novas candidaturas ao FEDER, no âmbito do Porto 2020, que permitam dinamizar o turismo:

Norte 2020 – Património Cultural – Valorização Turística do Castelo Santiago da Barra, candidatura a fundos comunitários que comparticipam a despesa com investimento na requalificação das infraestruturas em 85%, de forma a potenciar as visitas turísticas ao Castelo, e dinamizar o espaço;

Norte 2020 – SIAC – Eventos 2017- candidatura comparticipada a 85% a fundo perdido por subsídios da União Europeia, para promover eventos com cariz nacional e internacional de grande dimensão, que permitem dar retorno económico e visibilidade à região, como já aconteceu em 2016, e que contribui para o crescimento do turismo da região, o que se comprova pelos resultados muito favoráveis apresentados nos últimos anos;

SIAC – Consórcio Turismo da Natureza, candidatura a apresentar que pretende colaborar na dinamização do turismo na vertente da natureza, com a comparticipação das despesas elegíveis em 85%.

Os projetos acima referidos apresentam um total de despesa para 2017 de 8.637.228 euros, com o total financiado por fundos comunitários de 7.328.507 euros, conforme está apresentado na Receita do quadro anterior. O diferencial é coberto por receitas próprias, que irão constar no quadro que se segue.

No que respeita à despesa, no cômputo global, estão considerados 5 recursos humanos destinados a apoiar a execução dos projetos, dos quais 4 referem-se à candidatura já aprovada do Mercado Espanhol, e um à candidatura dos Eventos 2016/2018, com os quais está previsto afetar a esta Fonte de Financiamento (FF) 111.183 euros.

Da restante despesa, 88% refere-se à aquisição de bens e serviços, cuja imputação a esta FF ascende a 6.443.189 euros.

A despesa com investimento totaliza 774.135 euros nesta FF, dos quais 82% respeitam à valorização turística do Castelo de Santiago da Barra.

3.3 Receita Própria afeta a projetos cofinanciados

ORÇAMENTO 2017						
RECEITAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	DESPESAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	Var. Orç. 2017/Dotação 2016
FF 361-RP Afectas a Projetos Cofinanciados -FEDER	0,00	1 308 721,51	FF 361-RP Afectas a Projetos Cofinanciados -FEDER	-	1 308 721,51	1 308 721,51
Verbas do Jogo do Bingo	-	245 000,00	Despesas com o Pessoal	-	16 603,13	16 603,13
Capítulo 06.05	-	118 967,40	Aquisição de bens e serviços	-	1 153 006,34	1 153 006,34
Instituições sem Fins Lucrativos	-	7 425,00	Juros e outros encargos	-	-	-
Venda de Bens	-	1 319,87	Transferências correntes	-	-	-
Venda de Serviços	-	25 618,85	Subsídios	-	-	-
Outras Receitas Correntes	-	910 390,39	Outras despesas correntes	-	-	-
Outras Receitas de Capital	-	0,00	Despesas de Investimento	-	139 112,05	139 112,05

A contrapartida nacional dos projetos candidatados a fundos comunitários, tratados no ponto anterior, está suportada pela Fonte de Financiamento de “Receitas Próprias afetas a projetos cofinanciados Feder”, no montante de 1.308.722 euros, compostas pelas rubricas constantes do mapa acima apresentado, sendo o maior contributo de Outras Receitas Correntes, no montante de 910.390 euros, onde constam os acordos de parceria celebrados com entidades públicas e privadas.

Não existe comparação com o ano de 2016, uma vez que esta FF não foi considerada.

3.4 Receita Própria não afeta a projetos cofinanciados

ORÇAMENTO 2017						
RECEITAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	DESPESAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	Var. Orç. 2017/Dotação 2016
FF 510-Receitas Próprias do Ano	1 721 304,00	2 350 658,67	FF 510-Receitas Próprias do Ano	1 721 304,00	2 350 658,67	629 354,67
Verbas do Jogo do Bingo	282 431,00	155 000,00	Despesas com o Pessoal	-	-	-
Capítulo 06.05	571 651,00	429 444,18	Aquisição de bens e serviços	1 082 885,00	1 849 101,91	766 216,91
Instituições sem Fins Lucrativos	48 000,00	49 500,00	Juros e outros encargos	-	-	-
Venda de Bens	420 000,00	1 148 680,13	Transferências correntes	114 546,00	150 000,00	35 454,00
Venda de Serviços	263 900,00	231 155,10	Subsídios	-	-	-
Outras Receitas Correntes	129 322,00	140 889,00	Outras despesas correntes	143 428,00	185 819,71	42 391,71
Outras Receitas de Capital	5 000,00	0,00	Despesas de Investimento	231 985,00	101 981,20	130 003,80
Fundação Coa Parque	-	195 990,26	Despesas com Passivos Financeiros	148 460,00	63 755,85	84 704,15
Bancos-rendimentos	1 000,00	-				-

Encontra-se afeta à FF de “Receitas próprias do ano” a despesa com a atividade da TPNP que gera receitas próprias, e que não foi imputada aos projetos cofinanciados, no total de 2.350.659 euros, da qual destacamos as quotas dos associados, a venda de mercadorias na rede de lojas interativas, a cedência do Centro de Congressos, a restituição do montante pago em excesso à Fundação Coa Parque referente a anos anteriores, bem como as verbas de receita do bingo.

As receitas próprias apresentam um crescimento de 37% para o ano de 2017, face à dotação atribuída a 2016, explicado essencialmente pela rubrica de Venda de bens, no montante de 1.148.680 euros, com uma margem bruta esperada de 15% sobre o valor de compra.

O acréscimo de despesa de 629.355 euros, comparativamente à dotação de 2016, é explicado sobretudo pela aquisição de bens para venda, constante da rubrica de Aquisição de bens e serviços, e cuja despesa será proporcional à venda, bem como pela execução de 10% de despesa com projetos a candidatar ao REGFIN.

A rubrica de Despesas Correntes apresenta a comparticipação para a promoção externa, que se estima em 150.000 euros, e nas Outras Despesas Correntes está considerada a reserva de 2,5% do orçamento de despesa com atividades e projetos financiados por receitas gerais do Orçamento de Estado e por receitas próprias, prevista pela Circular série A nº 1384, de 27 de julho de 2016, no montante de 174.820 euros.

ORÇAMENTO 2017						
RECEITAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	DESPESAS	Dotação 2016	ORÇ 2017	Var. Orç. 2017/Dotação 2016
FF 540-Transferências de RP entre Organismos	312 096,00	761 401,16	FF 540-Transferências de RP entre Organismos	312 096,00	761 401,16	449 305,16
REGFIN	312 096,00	693 000,00	Aquisição de bens e serviços	312 096,00	665 705,70	353 609,70
Receitas Administração Central-SFA	-	68 401,16	Despesas de Investimento	-	27 294,30	27 294,30
			Outros Serviços- Administração Central-SFA		68 401,16	68 401,16

Por último, está prevista receita com a candidatura de projetos ao REGFIN, no montante de 693.000 euros, bem com o recebimento de subsídio do IEFP, correspondente à comparticipação da contratualização de pessoas no âmbito do programa CEI+, no montante de 68.401 euros.

Esta receita será afeta às respetivas despesas com os projetos no âmbito do REGFIN, correspondentes a 90% do total da despesa, bem como ao pagamento do programa CEI+ na proporção do subsídio a receber, para contratação temporária de 10 pessoas no âmbito das medidas de estímulo ao emprego do IEFP, para fazer face às necessidades adicionais de recursos humanos pela abertura da loja interativa do Porto Welcome Center, e o aumento pontual de visitas da loja do Aeroporto.

4. Projetos Cofinanciados

Os projetos cofinanciados a fundo perdido perspectivados para o ano de 2017 ascendem a 9.407.228 euros, cuja comparticipação média por fundos próprios é de 14,7%, no montante de 1.385.722 euros, com base no pressuposto de que todas as despesas serão consideradas elegíveis e comparticipadas pelo valor máximo.

O quadro que se segue apresenta o orçamento por projeto e as contrapartidas financeiras de cada.

Projetos	Programas Comunitários		Programas Nacionais		Total
	NORTE 2020	O Transfronteiriço	Turismo de Portugal	Fundos próprios	
SIAC-Promoção PNp Mercado Espanhol	1 235 194,25			217 975,46	1 453 169,71
SIAC Eventos 2016-2018	598 999,38			105 705,77	704 705,15
PETS - Plano de Empreendedorismo Tâmega e Sousa	176 046,63			31 067,05	207 113,68
Património Cultural-Valorização Turística Castelo Santiago da Barra	637 500,00			112 500,00	750 000,00
Grandes Eventos 2017	3 825 000,00			675 000,00	4 500 000,00
SIAC-Consórcio Turismo Natureza	757 237,38			133 630,13	890 867,51
POCTEP - Xurês Dinâmico		45 534,31		15 178,10	60 712,41
POCTEP - Pascal		52 995,00		17 665,00	70 660,00
REGFIN-regime Geral Financiamentos			693 000,00	77 000,00	770 000,00
Total	7 229 977,64	98 529,31	693 000,00	1 385 721,51	9 407 228,46

5. Variação das principais despesas orçamento 2017 vs dotação 2016

5.1 Despesas com o Pessoal

Natureza	Orçamento Despesa				Variação 2017-2016	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Remunerações certas e permanentes	1 664 317,98	78,0	1 545 842,00	78,7	118 475,98	7,7
Abonos variáveis e eventuais	63 305,00	3,0	57 045,00	2,9	6 260,00	11,0
Outros encargos	406 942,26	19,1	362 075,00	18,4	44 867,26	12,4
Total	2 134 565,24	100,0	1 964 962,00	100,0	169 603,24	8,6

As despesas com o pessoal para o ano de 2017 orçam os 2.134.565 euros, apresentando uma variação positiva de 8,6% em relação à dotação de 2016.

Este acréscimo de despesa é justificado pela variação que se apresenta:

	Valor	N.º de Pessoas
Despesa com o Pessoal atual	2 019 931,57	82
Novas contratações quadro	66 415,65	4
Contratações no âmbito das candidaturas comunitárias	127 786,31	5
Contratos medidas estímulo emprego IEFEP	68 401,16	11
Saídas de pessoal (mobilidade, aposentação e rescisão)	-147 969,46	-9
Total orçado 2017	2 134 565,23	93
Variação do pessoal afeto a projetos cofinanciados 2017/2016	112 311,31	
Variação do pessoal não afeto a projetos cofinanciados 2017/2016	57 291,93	

No âmbito do quadro de pessoal atual, a despesa com o pessoal para o ano de 2017 seria de 2.019.932 euros, uma vez que se vão eliminar as reduções remuneratórias que existiram para o ano de 2016.

Adicionalmente, pretende-se contratar 4 pessoas para o quadro, essenciais para a eficiência dos serviços, que trará um acréscimo de despesa de 66.416 euros: 1 contabilista certificado, obrigatório com a transição para o SNC-AP;

1 auxiliar de limpeza para a sede; 1 técnico superior para apoiar a gestão da contratação pública, de forma a obter melhores condições de negociação, havendo o respetivo retorno com as poupanças conseguidas; e 1 Diretor de núcleo, já previsto no organograma.

No entanto, este acréscimo é colmatado pela saída prevista de 9 pessoas, das quais 7 por motivos de mobilidade para a Administração Local, permitindo uma poupança de 147.969 euros.

Adicionalmente, prevê-se a contratação temporária de 10 pessoas no âmbito das medidas de estímulo ao emprego do IEFP, para fazer face às necessidades adicionais de recursos humanos pela abertura da loja interativa do Porto Welcome Center, e o aumento pontual de visitas da loja do Aeroporto, e a manutenção até fevereiro de uma contratação já existente ao abrigo desta medida, que presta serviços administrativos na sede.

O computo destas alterações no quadro do pessoal, resulta na despesa estimada de 2.006.779 euros.

Por último referimos a contratação a termo certo de 5 pessoas, previstas em projetos já candidatados ao FEDER, e que representa um acréscimo de despesa com o pessoal de 127.786 euros, mas que serão comparticipados por fundos comunitários em 85%, ou seja, em 108.618 euros.

A distribuição das despesas com o pessoal por Fontes de Financiamento é a que se segue:

FF 319-Receitas Gerais entre Organismos

Natureza	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Remunerações certas e permanentes	1 558 617,98	77,7	1 533 979,00	78,7	24 638,98	1,6
Abonos variáveis e eventuais	63 305,00	3,2	56 330,00	2,9	6 975,00	12,4
Segurança Social	384 855,95	19,2	359 178,00	18,4	25 677,95	7,1
Total	2 006 778,93	100,0	1 949 487,00	100,0	57 291,93	2,9

FF 41-Financiamento da UE- FEDER

Natureza	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Remunerações certas e permanentes	89 845,00	80,8	11 863,00	76,7	77 982,00	657,4
Abonos variáveis e eventuais	0,00	0,0	715,00	0,0	-715,00	-100,0
Outros encargos	21 338,18	19,2	2 897,00	18,7	18 441,18	636,6
Total	111 183,18	100,0	15 475,00	95,4	95 708,18	618,5

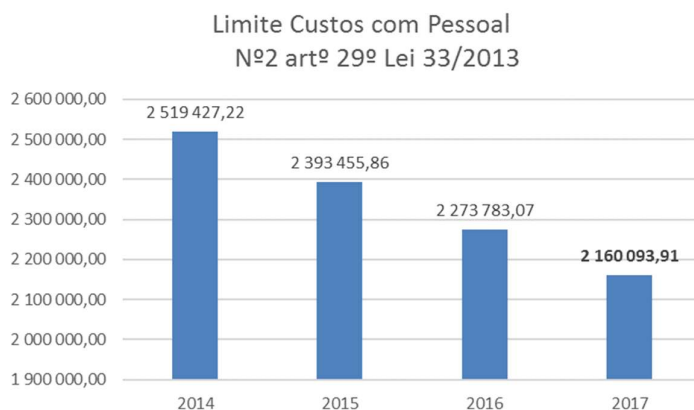
FF 361-RP Afectas a Projetos Cofinanciados -FEDER

Natureza	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Remunerações certas e permanentes	15 855,00	95,5	0,00	0,0	15 855,00	
Abonos variáveis e eventuais	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	
Outros Encargos	748,13	0,7	0,00	0,0	748,13	
Total	16 603,13	96,2	0,00	0,0	16 603,13	

De acordo com o nº2 do Artigo 29º da Lei 33/2013 de 16 de maio, os encargos com remunerações de pessoal, no primeiro ano de execução dos contratos-programa a que se refere o artigo 32.º, os custos com pessoal não podem exceder 50 % da média das receitas correntes dos últimos três anos económicos, ou seja 2.519.427 euros, devendo reduzir 5 % adicionais, em cada ano dos três seguintes.

Ano	Limite Custos com Pessoal Nº2 artº 29º Lei 33/2013
2014	2 519 427,22
2015	2 393 455,86
2016	2 273 783,07
2017	2 160 093,91

O gráfico que se segue apresenta os limites dos custos com o pessoal para os anos de 2014 a 2017, cujo limite para o ano de 2017 será de 2.160.094 euros.



O valor inscrito no orçamento para o ano de 2017 totaliza 2.134.565,24 euros, dando cumprimento ao normativo legal.

5.2 Despesas com a aquisição de bens e serviços

Os quadros que se seguem apresentam as despesas com a aquisição de bens e serviços previstas para 2017, comparativamente com a dotação orçamental para 2016. Não se consideram as despesas afetas à FF de Receitas Próprias com Projetos Cofinanciados, e que correspondem à percentagem comparticipada por fundos próprios, por não apresentarem valores comparativos de 2016.

As despesas com a aquisição de bens e serviços inerentes ao normal funcionamento da Entidade Regional estão orçadas em 1.178.368 euros, apresentando um decréscimo de 4,3% comparativamente com a dotação orçamental para o ano de 2016, explicado essencialmente pela redução de verba da publicidade/promoção, que será focalizada para os projetos, e não tanto generalizada.

FF 319

Aquisição de Bens e Serviços	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Trabalhos especializados	333 337,65	28,3	200 000,00	16,2	133 337,65	66,7
Publicidade/Promoção	154 800,00	13,1	397 624,00	32,3	-242 824,00	-61,1
Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	30 000,00	2,5	5 750,00	0,5	24 250,00	421,7
Vestuário e artigos pessoais	500,00	0,0	1 500,00	0,1	-1 000,00	-66,7
Locação de outros bens	1 000,00	0,1	11 500,00	0,9	-10 500,00	-91,3
Comunicações	71 468,36	6,1	111 321,00	9,0	-39 852,64	-35,8
Combustíveis e lubrificantes	52 288,48	4,4	74 588,00	6,1	-22 299,52	-29,9
Representação dos serviços	26 500,00	2,2	25 535,00	2,1	965,00	3,8
Transportes	4 000,00	0,3	650,00	0,1	3 350,00	515,4
Locação de material de transporte	28 200,00	2,4	22 450,00	1,8	5 750,00	25,6
Formação	15 826,65	1,3	5 750,00	0,5	10 076,65	175,2
Encargos das instalações	69 834,16	5,9	61 500,00	5,0	8 334,16	13,6
Deslocações e estadas	23 925,00	2,0	33 386,00	2,7	-9 461,00	-28,3
Seguros	24 000,00	2,0	28 750,00	2,3	-4 750,00	-16,5
Material de escritório	20 217,00	1,7	20 750,00	1,7	-533,00	-2,6
Conservação de bens	57 866,64	4,9	34 500,00	2,8	23 366,64	67,7
Locação de edifícios	51 713,65	4,4	63 250,00	5,1	-11 536,35	-18,2
Seminários e Exposições	1 000,00	0,1	1 150,00	0,1	-150,00	-13,0
Assistência Técnica	75 831,25	6,4	25 885,00	2,1	49 946,25	193,0
Vigilância e Segurança	34 980,00	3,0	115,00	0,0	34 865,00	100,0
Outros serviços	47 632,84	4,0	49 498,00	4,0	-1 865,16	-3,8
Outros Serviços de Ações de Promoção e Fomen	27 718,69	2,4	11 827,00	1,0	15 891,69	100,0
Outras rubricas residuais/Outros bens	25 727,70	2,2	44 093,00	3,6	-18 365,30	-41,7
Total	1 178 368,07	100,0	1 231 372,00	100,0	-53 003,93	-4,3

FF 41

Aquisição de Bens e Serviços	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Trabalhos especializados	4 105 575,13	63,8	1 562 611,00	46,5	2 542 964,13	162,7
Publicidade/Promoção	1 139 153,09	17,7	1 059 363,00	31,5	79 790,09	7,5
Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	71 359,25	1,1	493 160,00	14,7	-421 800,75	-85,5
Prémios, condecorações e ofertas	13 694,65	0,2	0,00	0,0	13 694,65	100,0
Locação de outros bens	8 373,90	0,1	0,00	0,0	8 373,90	100,0
Comunicações	1 568,25	0,0	62 312,00	1,9	-60 743,75	-97,5
Combustíveis e lubrificantes	27 425,33	0,4	11 233,00	0,3	16 192,33	144,1
Representação dos serviços	0,00	0,0	7 522,00	0,2	-7 522,00	-100,0
Transportes	17 722,50	0,3	850,00	0,0	16 872,50	1985,0
Outros Bens	20 102,84	0,3	5 372,00	0,2	14 730,84	100,0
Encargos das instalações	0,00	0,0	12 150,00	0,4	-12 150,00	-100,0
Deslocações e estadas	105 336,84	1,6	55 748,00	1,7	49 588,84	89,0
Seguros	773,50	0,0	0,00	0,0	773,50	100,0
Material de escritório	1 959,31	0,0	0,00	0,0	1 959,31	100,0
Assistência Técnica	2 342,84	0,0	24 504,00	0,7	-22 161,16	-90,4
Vigilância e Segurança	6 470,63	0,1	0,00	0,0	6 470,63	100,0
Outros serviços	881 165,26	13,7	66 368,00	2,0	814 797,26	1227,7
Outros Serviços de Ações de Promoção e Fomen	32 410,50	0,5	0,00	0,0	32 410,50	100,0
Ferramentas e Utensílios	255,00	0,0	0,00	0,0	255,00	#DIV/0!
Total	6 435 688,82	100,0	3 361 193,00	100,0	3 074 495,82	91,5

FF 510

Aquisição de Bens e Serviços	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Trabalhos especializados	408 750,69	22,1	50 000,00	6,1	358 750,69	717,5
Publicidade/Promoção	272 046,65	14,7	100 000,00	12,3	172 046,65	172,0
Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	1 000,00	0,1	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Comunicações	1 845,00	0,1	0,00	0,0	1 845,00	100,0
Combustíveis e lubrificantes	3 145,00	0,2	0,00	0,0	3 145,00	100,0
Representação dos serviços	1 000,00	0,1	50 000,00	6,1	-49 000,00	-98,0
Transportes	2 000,00	0,1	0,00	0,0	2 000,00	100,0
Locação de material de transporte	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0
Formação	1 230,00	0,1	0,00	0,0	1 230,00	100,0
Deslocações e estadas	55 924,20	3,0	0,00	0,0	55 924,20	100,0
Seguros	8 000,00	0,4	0,00	0,0	8 000,00	100,0
Seminários e Exposições	1 000,00	0,1	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Assistência Técnica	66 590,00	3,6	0,00	0,0	66 590,00	100,0
Outros serviços	109 300,37	5,9	100 000,00	12,3	9 300,37	9,3
Mercadorias para vendas lits e online	900 000,00	48,7	415 000,00	50,9	485 000,00	116,9
Outros bens	15 270,00	0,8	100 000,00	12,3	-84 730,00	-84,7
Outras rubricas residuais	2 000,00	0,1	0,00	0,0	2 000,00	100,0
Total	1 849 101,91	100,0	815 000,00	100,0	1 034 101,91	9,3

FF 319 + FF 412-421 + FF 510

Aquisição de Bens e Serviços	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2016-2015	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Trabalhos especializados	4 847 663,47	51,2	1 885 042,00	33,2	2 962 621,47	157,2
Publicidade/Promoção	1 565 999,74	16,5	1 756 987,00	31,0	-190 987,26	-10,9
Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	102 359,25	1,1	498 910,00	8,8	-396 550,75	-79,5
Vestuário e artigos pessoais	500,00	0,0	1 500,00	0,0	-1 000,00	-66,7
Locação de outros bens	9 373,90	0,1	11 500,00	0,2	-2 126,10	-18,5
Comunicações	74 881,61	0,8	173 633,00	3,1	-98 751,39	-56,9
Combustíveis e lubrificantes	82 858,81	0,9	85 821,00	1,5	-2 962,19	-3,5
Representação dos serviços	27 500,00	0,3	93 057,00	1,6	-65 557,00	-70,4
Transportes	23 722,50	0,3	1 500,00	0,0	22 222,50	1481,5
Locação de material de transporte	28 200,00	0,3	22 450,00	0,4	5 750,00	25,6
Formação	17 056,65	0,2	5 750,00	0,1	11 306,65	196,6
Encargos das instalações	69 834,16	0,7	73 650,00	1,3	-3 815,84	-5,2
Deslocações e estadas	185 186,04	2,0	89 134,00	1,6	96 052,04	107,8
Seguros	32 773,50	0,3	28 750,00	0,5	4 023,50	14,0
Material de escritório	22 176,31	0,2	20 750,00	0,4	1 426,31	6,9
Conservação de bens	57 866,64	0,6	34 500,00	0,6	23 366,64	67,7
Locação de edifícios	51 713,65	0,5	63 250,00	1,1	-11 536,35	-18,2
Seminários e Exposições	2 000,00	0,0	1 150,00	0,0	850,00	73,9
Assistência Técnica	144 764,09	1,5	50 389,00	0,9	94 375,09	187,3
Outros serviços	1 038 098,47	11,0	201 320,00	3,5	836 778,47	415,6
Mercadorias para vendas lits e online	900 000,00	9,5	415 000,00	7,3	485 000,00	116,9
Vigilância e Segurança	41 450,63		115,00		41 335,63	35944,0
Outros Serviços e Ações Promoção e Fomento T	60 129,19		11 827,00		48 302,19	408,4
Prémios, condecorações e ofertas	13 694,65		0,00			
Outras rubricas residuais/ Outros bens	63 355,54	0,7	149 465,00	2,6	-86 109,46	-57,6
Total	9 463 158,80	98,8	5 675 450,00	99,8	3 774 014,15	66,7

6. Variação da Receita – Orçamento 2017 vs Dotação 2016

O quadro abaixo apresenta as receitas projetadas para o ano de 2017, por fonte de financiamento, atendendo aos valores em dívida, e ao histórico, bem como as participações financeiras nacionais e da União Europeia dos projetos candidatados ou que se pretendem candidatar. As receitas próprias foram repartidas por 2 fontes de financiamento, de forma a evidenciar a afetação aos projetos cofinanciados pela União Europeia. Comparativamente, apresentamos os valores da dotação para o ano de 2016.

Receitas	Orçamento da Receita				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Serviços e Fundos Autónomos-OE	3 247 847,00	21,5	3 247 847,00	34,9	0,00	0,0
PIT-Infraestrutura Tecnológica - Rede Lojas	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0
PIT-Porto Welcome Center	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0
TP - Aditamento Fundação Cõa Parque	88 000,00	0,6	0,00	0,0	88 000,00	100,0
Outros	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0
Total Fonte 319	3 335 847,00	22,1	3 247 847,00	34,9	88 000,00	2,7
Verbas Jogo do BINGO	245 000,00		0,00		245 000,00	100,0
Participação Financeira-Rally de Portugal	50 000,00		0,00		50 000,00	100,0
Protocolos de Valorização Turística Norte País	25 000,00		0,00		25 000,00	100,0
Participação Financeira - Eventos	43 967,40		0,00		43 967,40	100,0
Instituições Sem Fins Lucrativos	7 425,00		0,00		7 425,00	100,0
Publicações e Impressos	1 319,87		0,00		1 319,87	100,0
BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa	19 500,00		0,00		19 500,00	100,0
Tridurius	135,00		0,00		135,00	100,0
Outras vendas	2 438,75		0,00		2 438,75	100,0
Outros Alugueres	3 545,10		0,00		3 545,10	100,0
ERT Douro	16 483,35		0,00		16 483,35	100,0
Acordos de Colaboração - Feiras e Eventos	893 757,04		0,00		893 757,04	100,0
Protocolos com Entidades Diversas	150,00		0,00		150,00	100,0
Total Fonte 361	1 308 721,51	8,7	0,00	0,0	1 308 721,51	100,0
ON2 - Infraestrutura Tecnológica	0,00	0,0	142 567,00	1,5	-142 567,00	-100,0
Núcleos - Candidatura	0,00	0,0	1 276 889,00	13,7	-1 276 889,00	-100,0
ON2 - Loja Turismo Aeroporto FSC	0,00	0,0	7 098,00	0,1	-7 098,00	-100,0
ON2 - PWC-Porto Welcome Center	0,00	0,0	399 364,00	4,3	-399 364,00	-100,0
ON2 - Dinamização, Gestão e Acompanhament	0,00	0,0	59 029,00	0,6	-59 029,00	-100,0
POCTEP-Termal e da Água	0,00	0,0	24 488,00	0,3	-24 488,00	-100,0
ON2 - Promoção Mercado Ibérico	0,00	0,0	983 497,00	10,6	-983 497,00	-100,0
ON2 - Wine Fest	0,00	0,0	199 927,00	2,1	-199 927,00	-100,0
ON2 - Projeto Marketing - Douro	0,00	0,0	14 863,00	0,2	-14 863,00	-100,0
ON2 - Rede Aldeias Vinhateiras-Douro	0,00	0,0	16 550,00	0,2	-16 550,00	-100,0
ON2 - Douro Film Harvest 2009	0,00	0,0	18 766,00	0,2	-18 766,00	-100,0
ON2 - Rally de Portugal	0,00	0,0	882 300,00	9,5	-882 300,00	-100,0
Outras	0,00	0,0	1 000,00	0,0	-1 000,00	-100,0
NORTE 2020-SIAC Promoção Turíst.PNP Mercado	1 235 194,25	8,2	0,00	0,0	1 235 194,25	100,0
NORTE 2020-SIAC Eventos 2016-2018	598 999,38	4,0	0,00	0,0	598 999,38	100,0
NORTE 2020 - PETS-Programa Empreend. Tâmeg	176 046,63	1,2	0,00	0,0	176 046,63	100,0
NORTE 2020-Red Bull Air Race	2 550 000,00	16,9	0,00	0,0	2 550 000,00	100,0
NORTE 2020- SIAC Consórcio Turismo Natureza	757 237,38	5,0	0,00	0,0	757 237,38	100,0
NORTE 2020 - Rally de Portugal	1 275 000,00	8,5	0,00	0,0	1 275 000,00	100,0
NORTE 2020-Património Cultural-Valorização T.	637 500,00	4,2	0,00	0,0	637 500,00	100,0
POCTEP- Xurês Dinâmico	45 534,31	0,3	0,00	0,0	45 534,31	100,0
POCTEP Pascal	52 995,00	0,4	0,00	0,0	52 995,00	100,0
Total Fonte 412-421	7 328 506,95	48,6	4 026 338,00	43,3	3 302 168,95	82,0

Receitas	Orçamento da Receita				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Turismo de Portugal-Jogo do Bingo	155 000,00	1,0	282 431,00	3,0	-127 431,00	-45,1
Juros Depósitos Ordem		0,0	1 000,00	0,0	-1 000,00	-100,0
Quotas Municípios	183 825,00	1,2	207 000,00	2,2	-23 175,00	-11,2
Comparticipação Financeira-Infraestrutura tecnológica	58 976,00	0,4	157 270,00	1,7	-98 294,00	-62,5
Comparticipação Financeira-Festival do Norte	9 526,00	0,1	9 525,00	0,1	1,00	0,0
Comparticipação Financeira - Rally Portugal	150 000,00	1,0	165 000,00	1,8	-15 000,00	-9,1
Protocolo de Valorização Turística do Norte Países	25 000,00	0,2	14 856,00	0,2	10 144,00	68,3
Outros	2 117,18	0,0	18 000,00	0,2	-15 882,82	-88,2
Instituições Sem Fins Lucrativos	49 500,00	0,3	48 000,00	0,5	1 500,00	3,1
Publicações e Impressos	8 680,13	0,1	5 000,00	0,1	3 680,13	73,6
Produtos Alimentares e Bebidas	455 000,00	3,0	115 000,00	1,2	340 000,00	295,7
Mercaçõrias	340 000,00	2,3	100 000,00	1,1	240 000,00	240,0
Vendas Bens Cadeia Valores de Turismo Região	0,00	0,0	100 000,00	1,1	-100 000,00	-100,0
Outros - vendas PWC/Online	345 000,00	2,3	100 000,00	1,1	245 000,00	245,0
Aluguer do Centro de Congressos	50 000,00	0,3	50 000,00	0,5	0,00	0,0
BTL 2016	110 500,00	0,7	127 000,00	1,4	-16 500,00	-13,0
Tridurius - Renda Caldas Moledo	900,00	0,0	900,00	0,0	0,00	0,0
Serviços - Férias Escolares	27 552,00	0,2	0,00	0,0	27 552,00	100,0
Alugueres-Outros	2 203,10	0,0	50 000,00	0,5	-47 796,90	-95,6
TIP - Transportes Intermodais Porto-Bilhética	35 000,00	0,2	30 000,00	0,3	5 000,00	16,7
Venda Serviços da Cadeia Valor de Turismo da Região	0,00	0,0	5 000,00	0,1	-5 000,00	-100,0
Outros	5 000,00	0,0	1 000,00	0,0	4 000,00	400,0
ERT Douro	109 889,00	0,7	3 122,00	0,0	106 767,00	3419,8
Protocolo Entidades Diversas	1 000,00	0,0	26 200,00	0,3	-25 200,00	-96,2
Acordos Colaboração - Feiras e Eventos		0,0	50 000,00	0,5	-50 000,00	-100,0
Outras Receitas Correntes: Outras	30 000,00	0,2	50 000,00	0,5	-20 000,00	-40,0
Fundação Côa Parque	195 990,26	1,3	0,00	0,0	195 990,26	100,0
Outras Receitas de Capital	0,00	0,0	5 000,00	0,1	-5 000,00	-100,0
Total Fonte 510	2 350 658,67	15,6	1 721 304,00	18,5	629 354,67	36,6
REGFIN-Regime Geral Financiamentos do TP	693 000,00	4,6	312 096,00		380 904,00	100,0
Administração Central-SFA	68 401,16	0,5	0,00		68 401,16	100,0
Total Fonte 540	761 401,16	5,0	312 096,00	3,4	449 305,16	100,0
Total	15 085 135,29	100,0	9 307 585,00	100,0	5 777 550,29	62,1

7. Estrutura das Grandes Opções do Plano

As Grandes Opções do Plano para 2017, estão dotadas no orçamento com 15.085.135 euros, dos quais 1.050.022,50 euros dizem respeito a Investimento.

7.1 PPI – Plano Plurianual de Investimentos

O Plano Plurianual de Investimentos está subdividido por Projetos, e o que não está associado a um projeto está afeto ao respetivo Departamento, conforme se verifica no quadro abaixo.

PPI - Plano Plurianual de Investimentos	
Departamento Administração Geral	62 176,00
Departamento Operacional	36 772,50
Norte 2020-Promoção Mercado Espanhol	0,00
Norte 2020 - SIAC Eventos 2016-2018	23 247,00
Norte 2020-Valorização Turística do Castelo de Santiago da Barra	750 000,00
Norte 2020-Consórcio Turismo Natureza	137 500,00
POCTEP-Xurês Dinâmico	10 000,00
REGFIN-Regime de Financiamentos TP	30 327,00
TOTAL	1 050 022,50

O Investimento a realizar está classificado pelas seguintes rubricas:

Descrição	Valor Investimento
Edifícios e Outras construções	750 000,00
Equipamento administrativo	5 000,00
Equipamento básico-outros	100,00
Equipamento Informático	98 079,50
Ferramentas e utensílios	300,00
Material transporte-Outros	5 000,00
Software Informático	178 334,30
Outros Investimentos	13 208,70
total	1 050 022,50

7.2 PA – Plano Atividades

No âmbito da atividade projetada para o ano de 2017, repartiram-se as despesas correntes, pelos diversos projetos, e pelos Departamentos responsáveis pela sua execução, conforme o quadro que se segue, e que totalizam 11.964.578 euros.

PA - Plano de Atividades	
Departamento Administração Geral	1 601 491,53
Departamento Operacional	1 906 932,02
Norte 2020-Promoção Mercado Espanhol	1 454 319,59
Norte 2020-PETS - Plano Empreendedorismo Tâmega Sousa	207 113,70
Norte 2020 - SIAC Eventos 2016-2018	680 308,25
Norte 2020 - Grandes Eventos 2017	4 500 000,00
Norte 2020-Consórcio Turismo Natureza	753 367,51
POCTEP-Xurês Dinâmico	50 712,41
POCTEP Pascal	70 660,00
REGFIN-Regime de Financiamentos TP	739 673,00
TOTAL	11 964 578,01

7.3 Componentes Económicas da Despesa

Em resumo, a atividade da TPNP para o ano de 2017 está dividida pelas seguintes componentes económicas de despesa, perfazendo 15.085.135 euros.

Componentes Económicas	Valor	%
PPI	1 050 022,50	6,96
PA	11 964 578,01	79,31
Despesas Correntes	2 006 778,93	13,30
Amortização de Passivos	63 755,85	0,42
	15 085 135,29	100,00

8. Conclusões

O setor do turismo continua a apresentar uma tendência de crescimento no nosso país, e sobretudo na Região Norte, pelo que compete ao Turismo do Porto e Norte, ER, aproveitar as oportunidades de procura e continuar a aposta na promoção turística de forma concertada, através da celebração de parcerias, e de projetos de dimensão sustentada, que possam atrair diversos nichos de turistas. Exemplo da nossa estratégia diferenciadora é o Consórcio de Turismo de Natureza "Norte Natural", que vem acrescentar oferta na potencialidade turística da Região.

Salientamos que o aumento do orçamento traduz-se no retorno económico para a Região Norte, e para o país, em geral, pelo que a análise da despesa deve atender à repercussão na respetiva receita, não somente para a TPNP, mas também o seu reflexo económico regional/nacional, pelo envolvimento e desenvolvimento do negócio complementar gerado.

Viana do Castelo, 3 de agosto de 2016

A Comissão Executiva

9. Demonstrações Financeiras previsionais

9.1 Demonstração dos Resultados previsional 2017

TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL, E.R. DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PREVISIONAL					
	EXERCÍCIO			EXERCÍCIO	
	2017 P			2017 P	
<u>CUSTOS E PERDAS</u>			<u>PROVEITOS E GANHOS</u>		
61 Custo Merc. Vend. e Mat. Consumidas			71 Vendas e Prestações de Serviços		
Mercadorias	744 122		Mercadorias	934 959	
Mat.Primas e Mater.Consumidos	0	744 122	Produtos	0	
			Serviços	60 679	
62 Fornecimentos e Serviços Externos	10 435 002	10 435 002	72 Impostos e Taxas	0	995 638
64 Custos com o Pessoal:			Variação de Produção		
Remunerações (641+642)	1 739 230		75 Trabalhos própria entidade		
Encargos Sociais:			73 Proveitos Suplementares	380 732	
Encargos sobre Remunerações (645)	361 659		74 Transferências e subsídios obtidos	12 273 175	
Outros (646/8)	33 676	2 134 565	76 Outros Proveitos Operacionais	286 728	12 940 634
63 Transferências Correntes Concedidas	238 000	238 000	(B).....		13 936 273
66 Amortizações do Exercício	449 611	449 611	78 Proveitos Financeiros	0	0
67 Provisões			(D).....		13 936 273
65 Outros Custos Operacionais	59 500	59 500	79 Proveitos e Ganhos Extraordinarios	342 236	342 236
(A)		14 060 800	(F).....		14 278 508
68 Custos e Perdas Financeiros	3 200				
(C).....		14 064 000	RESUMO		
69 Custos e Perdas Extraordinarios	185 820	185 820	Resultados Operacionais: (B)-(A)=		-124 528
(E).....		14 249 820	Resultados Financeiros: (D-B)-(C-A)=		-3 200
88 Resultado Liquido do Exercício		28 688	Resultados Correntes: (D)-(C)=		-127 728
		14 278 508	Resultado Liquido do Exercício: (F)-(E)=		28 688

Com o decurso da atividade proposta para o ano de 2017, a TPNP estima um resultado liquido do exercício de 28.688 euros.

9.2 Balanço Previsional em 31.12.2017

		Euros		
		31.12.2017		
		ATIVO BRUTO	AMORT.PROVIS.	ATIVO LIQUIDO
ATIVO				
IMOBILIZADO:				
Imobilizações Corpóreas:				
421	Terrenos e Recursos Naturais	62 790	0	62 790
422	Edifícios e Outras Construções	3 350 156	352 667	2 997 489
423	Equipamento Básico	427 350	341 127	86 224
424	Equipamento de Transporte	166 621	125 527	41 094
425	Ferramentas e Utensílios	188 906	188 575	331
426	Equipamento Administrativo	328 507	256 919	71 589
429	Outras Imobilizações Corpóreas	2 489 632	2 186 317	303 315
		7 013 962	3 451 131	3 562 831
Investimentos Financeiros:				
411	Partes Capital	100 000		100 000
		100 000	0	100 000
	Total de amortizações do Imobilizado		3 451 131	
	Total de provisões do Imobilizado		0	
	Total de Imobilizado	7 113 962	3 451 131	3 662 831

		Euros		
		31.12.2017		
		ATIVO BRUTO	AMORT.PROVIS.	ATIVO LIQUIDO
ATIVO				
CIRCULANTE:				
Existências:				
32	Mercadorias	900		900
37	Adiantamentos por conta de compras			
		900	0	900
Dívidas de Terceiros - Curto Prazo:				
218	Clientes, contribuintes e utentes de cobrança duvidosa	28 460	28 460	0
24	Estado e Outros Entes Públicos	44 896	0	44 896
262+263+26	Outros devedores	1 683 591	262 669	1 420 922
7+268		1 756 947	291 128	1 465 819
Títulos Negociáveis:				
151	Ações	0		0
		14 970		14 970
		14 970	0	14 970
Depósitos Bancários e Caixa:				
12	Depósitos em instituições financeiras	3 776 461		3 776 461
11	Caixa	9 520		9 520
		3 785 981		3 785 981
Acréscimos e Diferimentos				
271	Acréscimos e Proveitos	0		0
272	Custos Diferidos	0		0
		0		0
	Total de Amortizações		3 451 131	
	Total de Provisões		291 128	
	Total do Ativo	12 672 761	3 742 260	8 930 501

		Euros
FUNDOS PRÓPRIOS E PASSIVO		31.12.2017
FUNDOS PRÓPRIOS		
51	Património	1 672 275
571	Reservas Legais	204 927
572	Reservas Estatutárias	0
577	Reservas decorrentes de transferência de activos	482 623
59	Resultados Transitados	3 625 151
88	Resultado Líquido do Exercício	28 688
Total dos Fundos Próprios		6 013 665
PASSIVO:		
292	Provisões P/Riscos e Encargos	8 617
		8 617
2611	Fornecedores de imobilizado c/c	
		8 617
Dívidas a Terceiros - Curto Prazo:		
221	Empréstimos de curto prazo	
	Fornecedores c/c	54 736
24	Estado e Outros Entes Públicos	44 896
262+263+265+267+268	Outros credores	712
		100 344
Acréscimos e Diferimentos:		
273	Acréscimos de Custos	24 525
274	Proveitos Diferidos	2 783 350
		2 807 876
Total do Passivo		2 916 837
Total dos Fundos Próprios e Passivo		8 930 501

10. Apêndices

10.1 Quadro descritivo da despesa

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Orgãos	82 896,12	0,5	76 463,00	0,8	6 433,12	8,4
Pessoal Quadros-Função Pública	611 879,40	4,1	655 475,00	7,0	-43 595,60	-6,7
Pessoal Quadros-Contrato Individual Trabalho	270 891,12	1,8	268 250,00	2,9	2 641,12	1,0
Pessoal Contratado a Termo Certo	37 560,00		0,00		37 560,00	100,0
Pessoal Aguardando Aposentação	1 000,00	0,0	1 500,00	0,0	-500,00	-33,3
Pessoal em qualquer outra situação	197 158,32	1,3	185 203,00	2,0	11 955,32	6,5
Representação	30 397,40	0,2	32 577,00	0,4	-2 179,60	-6,7
Isenção horário trabalho	32 248,13	0,2	6 000,00	0,1	26 248,13	437,5
Subsidio de Refeição- Órgãos	2 066,68	0,0	2 067,00	0,0	-0,32	0,0
Subsidio de Refeição - Pessoal Quadros	52 700,34	0,3	72 334,00	0,8	-19 633,66	-27,1
Subsidio de Refeição - Contrato Individual	26 356,22	0,2	24 554,00	0,3	1 802,22	7,3
Subsidio de Refeição - Contrato Termo Certo	6 200,04	0,0	0,00	0,0	6 200,04	100,0
Subsidio de Refeição - Qualquer Outra Situação	6 200,04	0,0	6 200,00	0,1	0,04	0,0
Subsidio de Férias -Órgãos	6 908,01	0,0	6 372,00	0,1	536,01	8,4
Subsidio de Férias - Pessoal Quadros	50 989,95	0,3	56 768,50	0,6	-5 778,55	-10,2
Subsidio de Férias - Contrato Individual	22 574,26	0,1	22 354,00	0,2	220,26	1,0
Subsidio de Férias - Termo Certo	3 130,00	0,0	0,00	0,0	3 130,00	100,0
Subsidio de Férias - Qualquer Outra Situação	16 429,86	0,1	15 433,50	0,2	996,36	6,5
Subsidio de Natal -Órgãos	6 908,01	0,0	6 372,00	0,1	536,01	8,4
Subsidio de Natal - Pessoal Quadros	50 989,95	0,3	56 768,50	0,6	-5 778,55	-10,2
Subsidio de Natal - Contrato Individual	22 574,26	0,1	22 354,00	0,2	220,26	1,0
Subsidio de Natal - Termo Certo	3 130,00	0,0	0,00	0,0	3 130,00	100,0
Subsidio de Natal - Qualquer Outra Situação	16 429,87	0,1	15 433,50	0,2	996,37	6,5
Remuneração Doença e Maternidade/Paternidade	1 000,00	0,0	1 500,00	0,0	-500,00	-33,3
Trabalho Suplementar-Horas Extras	0,00	0,0	5 000,00	0,1	-5 000,00	-100,0
Ajudas de Custo	53 619,00	0,4	40 000,00	0,4	13 619,00	34,0
Abono para falhas	9 686,00	0,1	11 330,00	0,1	-1 644,00	-14,5
Subsídio familiar a crianças e jovens	6 620,00	0,0	10 500,00	0,1	-3 880,00	-37,0
CGA	169 194,93	1,1	200 767,00	2,2	-31 572,07	-15,7
Segurança Social - Regime geral	154 539,60	1,0	101 052,00	1,1	53 487,60	52,9
Segurança Social - Regime geral	20 825,63	0,1	16 459,00	0,2	4 366,63	26,5
Seguros acidentes trabalho	18 875,79	0,1	25 400,00	0,3	-6 524,21	-25,7
Seguros de Saúde	14 800,00	0,1	5 000,00	0,1	9 800,00	196,0
TOTAL DA RUBRICA 01	2 006 778,93	13,3	1 949 487,00	20,9	57 291,93	2,9

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Gasolina	400,00	0,0	150,00	0,0	250,00	166,7
Gasóleo	50 888,48	0,3	70 988,00	0,8	-20 099,52	-28,3
Outros	1 000,00	0,0	3 450,00	0,0	-2 450,00	-71,0
Limpeza e higiene	11 063,85	0,1	5 750,00	0,1	5 313,85	92,4
Vestuário e artigos pessoais	500,00	0,0	1 500,00	0,0	-1 000,00	-66,7
Material de Escritório	20 217,00	0,1	20 700,00	0,2	-483,00	-2,3
Prémios Condecorações e Ofertas	200,00	0,0	3 450,00	0,0	-3 250,00	-94,2
Mercadoria para venda - outros	100,00	0,0	1 000,00	0,0	-900,00	100,0
Ferramentas e Utensílios	200,00	0,0	1 150,00	0,0	-950,00	-82,6
Livros e documentação Técnica	500,00	0,0	115,00	0,0	385,00	100,0
Artigos honoríficos e de decoração	500,00	0,0	115,00	0,0	385,00	100,0
Material Educação Cultura e Recreio	100,00	0,0	115,00	0,0	-15,00	100,0
Outros Bens	2 000,00	0,0	8 198,00	0,1	-6 198,00	-75,6
Electricidade	64 480,50	0,4	50 000,00	0,5	14 480,50	29,0
Água	5 353,66	0,0	11 500,00	0,1	-6 146,34	-53,4
Limpeza e higiene	11 063,85	0,1	24 150,00	0,3	-13 086,15	-54,2
Conservação de Bens	57 866,64	0,4	34 500,00	0,4	23 366,64	67,7
Locação de Edifícios	51 713,65	0,3	63 250,00	0,7	-11 536,35	-18,2
Locação de Material de Transporte	28 200,00	0,2	22 450,00	0,2	5 750,00	25,6
Locação de Outros Bens	1 000,00	0,0	11 500,00	0,1	-10 500,00	-91,3
Internet	32 000,00	0,2	48 071,00	0,5	-16 071,00	-33,4
Comunicações Fixos	18 000,00	0,1	19 550,00	0,2	-1 550,00	-7,9
Comunicações Móveis	18 000,00	0,1	36 800,00	0,4	-18 800,00	-51,1
Correios	3 468,36	0,0	6 900,00	0,1	-3 431,64	-49,7
Transportes	4 000,00	0,0	650,00	0,0	3 350,00	515,4
Representação dos Serviços	26 500,00	0,2	25 535,00	0,3	965,00	3,8
Seguros	24 000,00	0,2	28 750,00	0,3	-4 750,00	-16,5
Deslocações e Estadas	23 925,00	0,2	33 386,00	0,4	-9 461,00	-28,3
Estudos Pareceres Projetos e Consultadoria	30 000,00	0,2	5 750,00	0,1	24 250,00	421,7
Formação	15 826,65	0,1	5 750,00	0,1	10 076,65	175,2
Seminários, Exposições e Similares	1 000,00	0,0	1 150,00	0,0	-150,00	-13,0
Meios de Comunicação Social	10 000,00	0,1	39 428,00	0,4	-29 428,00	-74,6
Material Promocional	20 400,00	0,1	159 552,00	1,7	-139 152,00	-87,2
Aluguer de Espaços	22 400,00	0,1	117 265,00	1,3	-94 865,00	-80,9
Campanhas publicitárias promocionais	20 000,00	0,1	20 000,00	0,2	0,00	0,0
Eventos Porto e Norte	78 000,00	0,5	54 479,00	0,6	23 521,00	43,2
Outros - Promoção Mercado Espanhol	1 000,00	0,0	3 450,00	0,0	-2 450,00	-71,0
Publicidade-Outros	3 000,00	0,0	3 450,00	0,0	-450,00	-13,0
Vigilância e Segurança	34 980,00	0,2	115,00	0,0	34 865,00	30317,4
Assistencia Técnica-Outros	75 831,25	0,5	25 885,00	0,3	49 946,25	193,0
Outros Trabalhos Especializados	333 337,65	2,2	200 000,00	2,1	133 337,65	66,7
Outros Serviços - Acções de Promoção e Fomento turístico	27 718,69	0,2	11 827,00	0,1	15 891,69	100,0
Serviços de Saúde	0,00	0,0	100,00	0,0	-100,00	100,0
Outros Serviços	47 632,84	0,3	49 498,00	0,5	-1 865,16	-3,8
TOTAL DA RUBRICA 02	1 178 368,07	7,8	1 231 372,00	13,2	-53 003,93	-4,3

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Juros-Sociedades Regfin. Curto	0,00	0,0	100,00	0,0	-100,00	100,0
Juros-Ex-RTNT	100,00	0,0	1 000,00	0,0	-900,00	-90,0
Juros - TP-Conceção dívida ex-RT's	100,00	0,0	2 500,00	0,0	-2 400,00	-96,0
Juros - TP - ex-Turismo do Douro M/L	100,00	0,0	2 000,00	0,0	-1 900,00	-95,0
Juros M/L - Outros	100,00	0,0	100,00	0,0	0,00	100,0
Outros Juros Tributários	100,00	0,0	100,00	0,0	0,00	0,0
Outros Juros	100,00	0,0	500,00	0,0	-400,00	-80,0
Outros encargos financeiros	2 500,00	0,0	2 500,00	0,0	0,00	0,0
ANT - Associação Nacional de Turismo	0,00	0,0	1 500,00	0,0	-1 500,00	-100,0
ATP-Promoção externa	1 000,00	0,0	1 000,00	0,0	0,00	0,0
OMT - Organização Mundial de Turismo	4 800,00	0,0	800,00	0,0	4 000,00	500,0
Rede de Judiarias	0,00	0,0	750,00	0,0	-750,00	-100,0
Fundação Museu do Douro	2 500,00	0,0	5 000,00	0,1	-2 500,00	-50,0
Associação Douro Histórico	0,00	0,0	750,00	0,0	-750,00	-100,0
Associação Beira Douro	0,00	0,0	3 750,00	0,0	-3 750,00	-100,0
Associação rede de Aldeias Vinhateiras	0,00	0,0	500,00	0,0	-500,00	-100,0
Fundação Côa Parque	88 000,00	0,6	0,00	0,0	88 000,00	#DIV/0!
AGA-Associação Geoparque de Arouca	100,00	0,0	100,00	0,0	0,00	0,0
Outros	100,00	0,0	6 270,00	0,1	-6 170,00	-98,4
Famílias-outras	1 000,00	0,0	1 000,00	0,0	0,00	0,0
Instituições sem Fins Lucrativos-Outras	0,00	0,0	100,00	0,0	-100,00	-100,0
Privadas - Outras	0,00	0,0	100,00	0,0	-100,00	-100,0
IUC-Imposto único circulação	1 000,00	0,0	1 000,00	0,0	0,00	0,0
Outros impostos e taxas	1 000,00	0,0	1 000,00	0,0	0,00	0,0
IVA pago	46 000,00	0,3	5 000,00	0,1	41 000,00	820,0
Serviços bancários	100,00	0,0	100,00	0,0	0,00	0,0
Outras despesas correntes: outras	1 000,00	0,0	22 768,00	0,2	-21 768,00	100,0
Outras	1 000,00	0,0	6 700,00	0,1	-5 700,00	-85,1
Total Fonte 319	3 335 847,00	22,1	3 247 847,00	34,9	88 000,00	2,7

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Pessoal contratado a Termo Certo	13 590,00	0,1	0,0	0,0	13 590,00	100,0
Sub. Refeição-Termo certo	0,00	0,0	0,0	0,0	0,00	100,0
Sub. Férias - Termo Certo	1 132,50	0,0	0,0	0,0	1 132,50	100,0
Sub. Natal - Termo Certo	1 132,50	0,0	0,0	0,0	1 132,50	100,0
Ajudas de Custo - Termo Certo	0,00	0,0	0,0	0,0	0,00	100,0
Seg. Social - Termo certo	748,13	0,0	0,0	0,0	748,13	100,0
Gasóleo	4 752,78	0,0	0,0	0,0	4 752,78	100,0
Material de Escritório	653,10	0,0	0,0	0,0	653,10	100,0
Prémios, condecorações e ofertas	2 416,70	0,0	0,0	0,0	2 416,70	100,0
Ferramentas e Utensílios	45,00	0,0	0,0	0,0	45,00	100,0
Outros Bens	3 547,56	0,0	0,0	0,0	3 547,56	100,0
Locação de Outros Bens	1 477,75	0,0	0,0	0,0	1 477,75	100,0
Transportes	3 127,50	0,0	0,0	0,0	3 127,50	100,0
Seguros	136,50	0,0	0,0	0,0	136,50	100,0
Deslocações e Estadas	19 580,04	0,1	0,0	0,0	19 580,04	100,0
Estudos, Pareceres, Projetos e Consultadoria	16 811,03	0,1	0,0	0,0	16 811,03	100,0
Trabalhos Especializados	732 380,02	4,9	0,0	0,0	732 380,02	100,0
Internet	276,75	0,0	0,0	0,0	276,75	100,0
Material Promocional	17 334,60	0,1	0,0	0,0	17 334,60	100,0
Aluguer de Espaços	41 876,54	0,3	0,0	0,0	41 876,54	100,0
Meios de Comunicação Social	9 282,75	0,1	0,0	0,0	9 282,75	100,0
Campanhas Publicitárias Promocionais	26 753,08	0,2	0,0	0,0	26 753,08	100,0
Publicidade	93 167,25	0,6	0,0	0,0	93 167,25	100,0
Animação e Dinamização Turística	16 612,80	0,1	0,0	0,0	0,00	100,0
Vigilância e Segurança	1 141,88	0,0	0,0	0,0	1 141,88	100,0
Assistência Técnica	413,44	0,0	0,0	0,0	413,44	100,0
Outros Serviços- Ações de Promoção e Fomento Turístico	5 719,50	0,0	0,0	0,0	5 719,50	100,0
Serviços: Outros	155 499,76	1,0	0,0	0,0	155 499,76	100,0
Instalações de Serviços/Beneficiações	112 500,00	0,7	0,0	0,0	112 500,00	100,0
Equipamento de informática	10 478,55	0,1	0,0	0,0	10 478,55	100,0
Software Informático	16 133,50	0,1	0,0	0,0	16 133,50	100,0
Total Fonte 361	1 308 721,51	8,7	0,00	0,0	1 292 108,71	100,0

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Pessoal contratado a Termo Certo	77 010,00	0,5	9 850,00	0,1	67 160,00	681,8
Sub. Refeição-Termo certo	0,00	0,0	863,00	0,0	-863,00	-100,0
Sub. Férias - Termo Certo	6 417,50	0,0	575,00	0,0	5 842,50	1016,1
Sub. Natal - Termo Certo	6 417,50	0,0	575,00	0,0	5 842,50	1016,1
Ajudas de Custo - Termo Certo	0,00	0,0	715,00	0,0	-715,00	-100,0
Seg. Social - Termo certo	21 338,18	0,1	2 897,00	0,0	18 441,18	636,6
Gasóleo	27 425,33	0,2	11 233,00	0,1	16 192,33	144,1
Material de Escritório	1 959,31	0,0	0,00	0,0	1 959,31	100,0
Prémios, condecorações e ofertas	13 694,65	0,1	0,00	0,0	13 694,65	100,0
Ferramentas e Utensílios	255,00	0,0	0,00	0,0	255,00	100,0
Outros Bens	20 102,84	0,1	5 372,00	0,1	14 730,84	274,2
Locação de Outros Bens	8 373,90	0,1	0,00	0,0	8 373,90	100,0
Eletricidade	0,00	0,0	12 150,00	0,1	-12 150,00	-100,0
Transportes	17 722,50	0,1	850,00	0,0	16 872,50	1985,0
Seguros	773,50	0,0	0,00	0,0	773,50	100,0
Deslocações e Estadas	105 336,84	0,7	55 748,00	0,6	49 588,84	89,0
Estudos, Pareceres, Projetos e Consultadoria	71 359,25	0,5	493 160,00	5,3	-421 800,75	-85,5
Trabalhos Especializados	4 105 575,13	27,2	1 562 611,00	16,8	2 542 964,13	162,7
Internet	1 568,25	0,0	62 312,00	0,7	-60 743,75	-97,5
Material Promocional	75 562,71	0,5	466 591,00	5,0	-391 028,29	-83,8
Aluguer de Espaços	237 300,39	1,6	316 562,00	3,4	-79 261,61	-25,0
Meios de Comunicação Social	52 602,25	0,3	121 711,00	1,3	-69 108,75	-56,8
Campanhas Publicitárias Promocionais	151 600,79	1,0	42 840,00	0,5	108 760,79	253,9
Publicidade-Outros	527 947,75	3,5	111 659,00	1,2	416 288,75	372,8
Animação e Dinamização Turística	94 139,20	0,0	0,00	0,0	94 139,20	100,0
Representação dos Serviços	0,00	0,0	7 522,00	0,1	-7 522,00	-100,0
Vigilância e Segurança	6 470,63	0,0	0,00	0,0	6 470,63	100,0
Assistência Técnica	2 342,84	0,0	24 504,00	0,3	-22 161,16	-90,4
Outros Serviços- Ações de Promoção e Fomento Turístico	32 410,50	0,2	66 368,00	0,7	-33 957,50	-51,2
Serviços: Outros	881 165,26	5,8	0,00	0,0	881 165,26	100,0
Instalações de Serviços/Beneficiações	637 500,00	4,2	70 730,00	0,8	566 770,00	801,3
Equipamento de informática	59 378,45	0,4	400 447,00	4,3	-341 068,55	-85,2
Software Informático	84 756,50	0,6	178 493,00	1,9	-93 736,50	-52,5
Total Fonte 412-421	7 328 506,95	48,6	4 026 338,00	43,3	3 302 168,95	82,0

Despesa	Orçamento Despesa				Variação	
	2017		2016		2017-2016	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Gasóleo	3 145,00	0,0	0,00	0,0	3 145,00	100,0
Mercadoria para venda - outros	300 000,00	2,0	100 000,00	1,1	200 000,00	200,0
Mercadorias para vendas Online	300 000,00	2,0	100 000,00	1,1	200 000,00	200,0
Mercadorias para venda nas LIT's	300 000,00	2,0	115 000,00	1,2	185 000,00	160,9
Cadeia de Valores do Turismo da Região	0,00	0,0	100 000,00	1,1	-100 000,00	-100,0
Outros Bens	15 270,00	0,1	100 000,00	1,1	-84 730,00	-84,7
Internet	1 845,00	0,0	0,00	0,0	1 845,00	100,0
Transportes	2 000,00	0,0	0,00	0,0	2 000,00	100,0
Representação dos Serviços	1 000,00	0,0	60 000,00	0,6	-59 000,00	-98,3
Seguros	8 000,00	0,1	0,00	0,0	8 000,00	100,0
Deslocações e Estadas	55 924,20	0,4	0,00	0,0	55 924,20	100,0
Estudos, pareceres, projetos e consultadoria	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Formação	1 230,00	0,0	0,00	0,0	1 230,00	100,0
Seminários, exposições e similares	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Aluguer de Espaços	210 271,65	1,4	0,00	0,0	210 271,65	100,0
Campanhas publicitárias promocionais	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Promoção no mercado espanhol	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Eventos Porto e Norte	34 552,00	0,2	0,00	0,0	34 552,00	100,0
Animação e dinamização turística	24 223,00	0,2	0,00	0,0	24 223,00	100,0
Publicidade-Outros	1 000,00	0,0	300 000,00	3,2	-299 000,00	-99,7
Vigilância e Segurança	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Assistência Técnica	66 590,00	0,4	0,00	0,0	66 590,00	100,0
Outros Trabalhos Especializados	408 750,69	2,7	122 431,00	1,3	286 319,69	233,9
Outros Serviços de Ações Promoção e Fomento Turístico	1 000,00	0,0	0,00	0,0	1 000,00	100,0
Outros Serviços	109 300,37	0,7	85 454,00	0,9	23 846,37	27,9
Comparticipação na Promoção Externa	150 000,00	1,0	54 068,00	0,6	95 932,00	177,4
Fundação Cõa Parque	0,00	0,0	114 546,00	1,2	-114 546,00	-100,0
Outras despesas correntes	11 000,00	0,1	50 039,00	0,5	-39 039,00	-78,0
Outras despesas correntes:Diversas-Outras-Reserva	174 819,71	1,2	39 321,00	0,4	135 498,71	344,6
Material transporte-Outros	5 000,00	0,0	37 382,00	0,4	-32 382,00	-86,6
Equipamento de informática	28 222,50	0,2	66 690,00	0,7	-38 467,50	-57,7
Software informático	50 150,00	0,3	89 863,00	1,0	-39 713,00	-44,2
Equipamento administrativo	5 000,00	0,0	2 000,00	0,0	3 000,00	150,0
Equipamento básico-outros	100,00	0,0	1 000,00	0,0	-900,00	-90,0
Ferramentas e utensílios	300,00	0,0	1 000,00	0,0	-700,00	-70,0
Outros investimentos	13 208,70	0,1	34 050,00	0,4	-20 841,30	-61,2
TP - Empréstimo ML - Ex- RTNT	24 939,85	0,2	25 000,00	0,3	-60,15	-0,2
TP - Empréstimo ML - Ex- RT'S	0,00	0,0	45 460,00	0,5	-45 460,00	-100,0
TP - Empréstimo ML - Ex- Pólo do Douro	38 816,00	0,3	78 000,00	0,8	-39 184,00	-50,2
Total Fonte 510	2 350 658,67	15,6	1 721 304,00	18,5	629 354,67	36,6
Outros investimentos	27 294,30	0,2	0,00	0,0	27 294,30	100,0
Outros Serviços	734 106,86	4,9	312 096,00	3,4	422 010,86	100,0
Total Fonte 540	761 401,16	5,0	312 096,00	3,4	449 305,16	100,0
Total	15 085 135,29	100,00	9 307 585,00	100,00	5 760 937,49	61,9

07

Relatório de Elaboração da Proposta do Orçamento 2017



A – Enquadramento Legal

1 – Legislação Enquadradora

Artigo 30º da Lei n.º 33/2013, de 16 de Maio (Regime Jurídico das áreas regionais de turismo de Portugal continental):

- Regime contabilístico (artigo 23º) Estatutos/2013, de 05 de Junho (Estatutos da Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal):

- Regime contabilístico (artigo 41º) Decreto-Lei n.º 54-A/99, de 22 de Fevereiro e ulteriores alterações (POCAL) :

- Documentos previsionais: Grandes Opções do Plano e Orçamento (n.º 1 do ponto 2.3 das considerações técnicas)

- Plano Plurianual de Investimento (ponto 2.3.1 das considerações técnicas)

- Orçamento (ponto 2.3.2 das considerações técnicas)

- Classificação económica (ponto 2.5.2 e ponto 11.2 das considerações técnicas)

- Princípios orçamentais (ponto 3.1 das considerações técnicas)

- Regras Previsionais (ponto 3.3 das considerações técnicas)

DL n.º 36/2015 de 09 de Março – Lei da Execução Orçamental e circular 1376-Série A de 18 de Julho de 2014;

Lei n.º 7-A/2016, DI n.º 18/2016 – Lei da Execução Orçamental;

Circular 1384-Série A de 27 de Julho de 2016, onde a Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R., passa a ser considerada como Serviço e Fundo Autónomo da Administração Central, mediante as contas setoriais publicadas pelo INE.

B – Previsão da Receita**Tipologia das receitas previstas**

Números de alíneas do artigo 42º dos Estatutos/2013 de 5 de Junho: Alíneas: a), b), c), d), e), h), j), k), l), m), do número 2.

Receitas certificadas através de documento emitido pelas entidades responsáveis pela sua execução

06.03.01.99.01
07.02.01.00.03
10.03.08.00.01
10.03.08.04.01

Receitas previstas por cálculo da média dos últimos três anos, das cobranças efetuadas pela Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R.

02.02.03.00.01
06.05.01.01.00.04
06.05.01.01.00.05
06.05.01.01.00.99
07.01.00.03
07.02.01.00.01
07.02.01.00.02
07.02.01.99.00.01
07.02.01.99.00.99
07.02.99.00.99

Receitas previstas das dívidas por cobrar

06.09.01.99.03
06.09.01.99.08
06.09.01.99.10
06.09.01.99.17
06.09.01.99.18
06.09.01.99.19
06.09.01.99.20
06.09.01.99.21

Receitas Novas – FF 412

06.05.01.01.00.01
06.05.01.01.00.02
06.05.01.01.00.03
06.07.01.00.01
08.01.99.99.00.01

Rubricas Novas – FF 361

02.02.03.01.01
06.03.01.99.11
06.05.01.01.01.04
06.05.01.01.01.05
06.05.01.01.01.07
06.07.01.01.01
07.01.01.03
07.02.01.01.02
07.02.01.01.03
07.02.99.01.99
08.01.99.99.01.01
08.01.99.99.01.02
08.01.99.99.01.03
10.03.07.01.08
10.03.07.01.16
10.03.07.01.18
10.03.07.19

B – Previsão da Receita

Rubricas acima média – Vendas Bens e Serviços PWC/ On line	07.01.00.07 07.01.00.08 07.01.00.99
--	---

3 – Despesa

Decreto-Lei n.º 54-A/99, de 22 de Fevereiro com a redação dada pelo Decreto-Lei n.º 84-A/2002 (POCAL):
Regras Previsionais (ponto 3.3 das considerações técnicas)
Lei n.º 12-A/2008, de 27 de Fevereiro (Regimes de vinculação, de carreiras e de remunerações dos trabalhadores que exercem funções públicas):

- Orçamentação e gestão das despesas com pessoal (artigos 4º e 7º)

C – Previsão da Despesa

Despesas com pessoal	Certificada pela informação recebida da, com estimativa dos respetivos custos (Mapas de pessoal para 2017 anexo ao Orçamento)
----------------------	---

Aquisições de bens e serviços	Para previsão dos valores incluídos neste agregado económico não foi possível cumprir a 100% o estipulado no POCAL, dada a adaptação da atividade e restrições orçamentais impostas pela DGO.
-------------------------------	---

Notas Explicativas:

Trabalhos Especializados – prevê-se que as despesas deste subagrupamento ultrapassem a média mensal estipulada, uma vez que incluem despesas previstas nas novas candidaturas a fundos comunitários, estabelecidas no Plano de Ação;

Transportes – prevê-se que as despesas com esta subagrupamento ultrapassem o valor da média mensal estipulada, uma vez que incluem despesas com Roadshows-TOPAS, previstas no Plano de Ação.

Locação de Material de Transporte – a dotação deste subagrupamento teve em consideração o leasing para os 12 meses do ano de 2017. Em 2016, dado o término do contrato leasing foram considerados nove meses o que originou o aumento para o ano 2017.

Formação – prevê-se que as despesas desta rubrica ultrapassem a média mensal estipulada, prevendo formação na modernização administrativa.

Deslocações e Estadas - a dotação desta rubrica, sofre um aumento, por força das novas candidaturas a fundos comunitários (SIAC-Promoção no Mercado Espanhol e SIAC Eventos 2016-2018) estabelecidas no Plano de Ação.

Seguros – prevê-se que as despesas com esta rubrica ultrapassem o valor da média mensal estipulada, devido ao prémio de seguro do TOPAS.

B – Previsão da Receita

Conservação de bens – prevê-se um aumento nesta rubrica, tendo em conta que o valor estimado prevê intervenções e manutenção de espaços na Sede da TPNP, E.R.,.

Assistência Técnica – a dotação inscrita nesta rubrica aumenta em relação ao ano de 2016, uma vez que para além das novas candidaturas a fundos comunitários, prevê-se a manutenção do Software do modelo de negócios da Rede de Lojas Interativas de Turismo.

Outros Serviços – prevê-se que as despesas desta rubrica ultrapassem a média mensal estipulada, uma vez que incluem, essencialmente, despesas previstas nas novas candidaturas a fundos comunitários, estabelecidas no Plano de Ação;

Mercadoria para Vendas – a dotação deste subagrupamento sofre um aumento, por força da abertura da LIT do Porto Welcome Center, Loja On-line e Roadshows do TOPAS.

Vigilância e Segurança – prevê-se que as despesas com esta rubrica, aumentem em relação ao valor da média dos últimos três anos, tendo em conta a abertura do PWC-Porto Welcome Center.

Serviços de Ação de Promoção e Fomento Turístico - a dotação deste subagrupamento, inclui a previsão de despesas estabelecidas em Plano de Atividades, pelo que resulta num aumento em relação à média mensal estipulada.

Diminuições no agrupamento: Aquisições de bens e serviços

Publicidade/Promoção/Estudos, pareceres e consultadoria/vestuário e Artigos Pessoais/Locação de outros bens/Comunicações/Combustíveis/Representação dos Serviços/Encargos das Instalações/Locação de Edifícios/Outros Bens – prevê-se a diminuição em relação à média mensal estipulada nas dotações destes subagrupamentos, verificando-se um esforço na boa gestão da Entidade Regional de Turismo do PNP.

Juros e Outros Encargos

A previsão para 2017, tem em conta o valor estimado até ao fial de 2016.

Transferências Correntes

Os valores previstos nesta rubrica destinam-se ao pagamento da quota da OMT, AGA-Associação geoparque de Arouca, Comparticipação na Promoção Externa, Fundação Museu do Douro e Fundação Cõa Parque.

A diminuição verificada deve-se ao facto da TPNP, E.R., deixar de fazer parte das Associações do extinto Turismo do Douro.

B – Previsão da Receita**Despesas de Capital (PPI)**

Os valores previstos com as despesas de investimento, sofrem um aumento, por força da nova candidatura a fundos comunitários (Património Cultural-Valorização do Castelo de Santiago da Barra) estabelecida no Plano de Ação.

Passivos Financeiros

Empréstimos a médio e longo prazos – A previsão, tem em conta os valores das amortizações a pagar e que finalizam em 2017.

Rubricas com inscrição em plano de atividades:

Para além das despesas correntes previstas nas candidaturas a fundos comunitários, foram ainda inscritas em Plano de Atividades as despesas correntes previstas com os Departamentos de Administração Geral e Operacional, com exceção das despesas com pessoal da Fonte de Financiamento 319-RG entre Organismos.

08

Normas Regulamentares de Execução do Orçamento 2017

Objeto

O presente normativo tem por finalidade determinar as disposições gerais relativas às operações de arrecadação da receita, à realização das despesas, aos movimentos não orçamentais (operações de tesouraria) e respetivas operações de controlo, bem como as relativas à definição das responsabilidades da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER.

Nele se estabelecem, ainda, os procedimentos contabilísticos relativos àquelas operações e procede-se à definição dos responsáveis pela sua execução.

Este normativo considera as normas do Plano Oficial de Contabilidade das Autarquias Locais (POCAL), e será atualizado aquando do início da aplicabilidade do Sistema de Normalização Contabilístico para a Administração Pública, previsto para o ano de 2017.

No entanto, devido à inexistência de informação que confirma a utilização do SNC no ano de 2017, achou-se prudente manter as normas do Plano em vigor.

Âmbito

As normas regulamentares de execução do orçamento são aplicáveis a todas as unidades orgânicas atendendo ao facto dos instrumentos previsionais da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER terem implicações na instrução de processos da sua competência.

Validade

A validade do presente normativo é coincidente com o período de vigência do Orçamento.

Princípios e Regras de Execução Orçamental

1. De acordo com o Decreto-Lei n.º 54-A/99 de 22 de fevereiro (e ulteriores alterações), que aprova o Plano Oficial de Contabilidade das Autarquias Locais (POCAL), devem ser respeitadas as seguintes regras e princípios orçamentais:

- a. As receitas só podem ser liquidadas e arrecadas se tiverem sido objeto de inscrição orçamental adequada;
- b. A cobrança de receitas pode, no entanto, ser efetuada para além dos valores inscritos no orçamento;
- c. As receitas liquidadas e não cobradas até 31 de dezembro devem ser contabilizadas pelas correspondentes rubricas do orçamento do ano em que a cobrança se efetuar;
- d. As despesas só podem ser cativadas, assumidas, autorizadas e pagas se para além de legais (isto é, de acordo com o Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro) estiverem inscritas no orçamento e com dotação igual ou superior ao cabimento e ao compromisso, respetivamente;
- e. As dotações orçamentais da despesa constituem o limite máximo a utilizar na sua realização;
- f. As despesas a realizar com a compensação em receitas legalmente consignadas podem ser autorizadas até à ocorrência das importâncias arrecadas;
- g. As ordens de pagamento de despesa caducam em 31 de dezembro do ano a que respeitam, devendo o pagamento dos encargos regularmente assumidos e não pagos até essa data ser processado por conta das verbas adequadas do orçamento que estiver em vigor no momento em que se proceda ao seu pagamento;
- h. O credor pode requerer o pagamento dos encargos referidos na alínea g., no prazo improrrogável de 3 anos a contar de 31 de dezembro do ano a que respeito o crédito;

- i. Os serviços, no prazo improrrogável definido no número anterior, devem tomar a iniciativa de satisfazer os encargos, assumidos e não pagos, sempre que não seja imputável ao credor a razão do não pagamento.
2. Para além das demais exigências legais, a autorização para a assunção de um compromisso é sempre precedida pela verificação da conformidade legal da despesa prevista na Lei n.º 8/2012 de 21 de fevereiro, regulada pelo Decreto-Lei n.º 127/2012 de 21 de junho.
3. A elaboração do orçamento está, ainda, sujeita ao cumprimento dos princípios orçamentais definidos pelo POCAL (os princípios da independência, da anualidade, da unidade, da universalidade, do equilíbrio, da especificação, da não consignação e da não compensação);
4. A fim de garantir a obtenção de uma imagem real da situação financeira, dos resultados e da execução orçamental da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER, seguem-se, também, os princípios contabilísticos do POCAL (princípios da entidade contabilística, da continuidade, da consistência, da especialização, do custo histórico, da prudência, da materialidade e da não compensação).
5. De acordo com o Anexo I da Circular nº 1379-Série A de 2015, relativamente ao OE de 2016, a Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R., é considerada como Entidade Pública Reclassificada da Administração Central (EPR).

Assim, a TPNP deve efetuar o registo do orçamento diretamente no SIGO/SOE, adotando uma versão simplificada do classificador económico das receitas e despesas públicas, disponíveis no «Anexo XV – Classificador de Receita e Despesa aplicável ao orçamento das EPR».

Os critérios subjacentes ao detalhe proposto na classificação económica têm em conta a necessidade de respeitar a estrutura e níveis de desagregação legalmente aprovados, bem como possuir a especificação para efeitos de consolidação.

A chave orçamental deverá incluir os seguintes elementos:

- i. Programa/Ministério - predefinida;
- ii. Capítulo/Secretaria de Estado/Divisão/Subdivisão (orgânica do orçamento de atividades, predefinida);
- iii. Medida (uma, predefinida);
- iv. Funcional (uma, predefinida);

- v. Atividade (uma, predefinida);
- vi. Fonte de Financiamento – tabela simplificada predefinida (4 fontes de financiamento):
 - Transferências de Receitas Gerais entre Organismos – 319
 - Fundos Europeus - 414
 - Receitas Próprias do ano-510
 - Transferências de Receitas Próprias entre Organismos - 540

Execução da Despesa

A - CABIMENTO

1. Compete ao serviço requisitante remeter informação de carência ao Aprovisionamento, após verificação e cumprimento de todos os formalismos legais conducentes à realização de uma determinada despesa. A fim de permitir o célere reconhecimento do tipo de despesa que se propõe realizar, deverá o serviço requisitante, indicar qual a classificação económica e/ou ação das GOP a que a mesma se refere.
2. Compete ao economato, em caso de inexistência, em stock, do bem a adquirir, remeter a informação de carência ao Aprovisionamento, após obtenção da competente autorização.
3. Compete ao Aprovisionamento, após a obtenção da competente autorização, solicitar à Contabilidade a cabimentação e promover a sua cativação.
4. Compete ao Aprovisionamento efetivar, nos estritos termos do disposto no Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de janeiro, a seleção do procedimento de aquisição, do fornecedor, a forma e prazo de fornecimento e pagamento, remetendo à Contabilidade a proposta de aquisição daí resultante para emissão da respetiva requisição externa de despesa.
5. Compete à contabilidade remeter toda a documentação relativa ao procedimento de aquisição em curso ao Presidente, para a respetiva autorização.
6. Compete ao Presidente ou a quem por este for delegado, a análise e autorização da realização da despesa proposta. Tal autorização só poderá ser efetivada após a verificação do ponto 4.
7. Os processos que não possuam dotação suficiente para a sua cabimentação serão arquivados na Contabilidade para análise do Presidente, daí podendo

resultar autorização para realização de eventuais alterações orçamentais.

B - COMPROMISSO

1. Apenas a Contabilidade poderá efetuar a receção da faturação emitida em nome da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER.
2. Compete à Contabilidade o registo informático da mesma. Tal procedimento não poderá ser efetivado sem que se proceda à sua conferência.
3. Para proceder à conferência da faturação, deverá a Contabilidade:
 - a. Verificar a sua concordância com a requisição externa, e respetivo compromisso;
 - b. Remeter cópia da fatura ao serviço recetor da mercadoria/serviço adquirido, que sempre que possível deverá ser o Economato, para aposição de despacho de concordância com o seu conteúdo (tal despacho deverá ser produzido de acordo com o estipulado na Norma de Controlo Interno);
 - c. Verificar cálculos e despesas adicionais nela constantes;
 - d. Proceder às devidas diligências de reclamação, em caso de deteção de irregularidades no documento de faturação, inclusive à sua devolução, em tempo útil.
4. Compete ao Economato a atualização permanente do inventário dos bens possuídos pela Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER, nomeadamente do inventário de bens móveis e imóveis, de acordo com o Regulamento de Inventário e Cadastro da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER e com o estipulado no CIBE (Cadastro e Inventário de Bens do Estado).
5. Compete a cada LIT a atualização permanente do inventário das mercadorias existentes para venda, efetuando o respetivo registo em software próprio de gestão de stocks. O registo deve conter todas as entradas e saídas de stock, bem como os abates que sejam necessários.
6. AS LIT informam mensalmente a Contabilidade dos registos do inventário, bem como os abates e regularizações necessários para os devidos efeitos.

C - PAGAMENTO

1. Compete à Contabilidade proceder à emissão das ordens de pagamento dos compromissos assumidos, após autorização do Presidente.
2. Não poderá ser emitida nenhuma ordem de pagamento sem prévia verificação da situação contributiva do fornecedor perante o Estado.
3. Compete à contabilidade informar atempadamente os fornecedores conta corrente da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER da próxima caducidade das respetivas declarações de situação contributiva regularizada.
4. Os pedidos de pronto pagamento considerar-se-ão autorizados aquando da emissão do despacho concordante com o cabimento e serão efetuados após a assunção do respetivo compromisso.
5. Todos os cabimentos de valor inferior a 150,00€ (cento e cinquenta euros) serão enquadrados no ponto anterior.
6. Não poderá ser efetuado nenhum pagamento em numerário por um valor superior ao de 60% do salário mínimo nacional mensal.
7. Compete à tesouraria rececionar, diariamente, as ordens de pagamento e proceder à sua efetivação junto dos fornecedores, bem como proceder à sua conferência com o diário de tesouraria.

Fundo de Maneio

1. Proceder-se-á à constituição de fundos de maneiio, regidos por regulamento próprio, em caso de reconhecida necessidade, devendo corresponder a cada um deles uma dotação orçamental que garanta o pagamento de pequenas despesas urgentes e inadiáveis.
2. Cada um destes fundos será regularizado no fim de cada mês e saldado no fim do ano, não podendo em caso algum, conter despesas não documentadas.
3. As operações de conferência atrás mencionadas serão realizadas junto da tesouraria.

Execução da Receita

1. Compete à tesouraria e às lojas de turismo a emissão de guias de receita relativas aos respetivos serviços por eles prestados, de acordo com a classificação económica constante em orçamento e o estipulado pelo Decreto-Lei n.º 26/2002, de 14 de fevereiro.
2. Compete à contabilidade emitir as guias de recebimento relativas a descontos e retenções efetuados

nas ordens de pagamento e às transferências de verbas provenientes de outras entidades, de acordo com o articulado mencionado no ponto anterior.

3. Compete à tesouraria receber, verificar e conferir todas as guias de receita mencionadas nos números 1 e 2.

Controlo Orçamental

1. A receita e despesa inscrita em orçamento será mensalmente verificada e analisada quer pela contabilidade quer pela Direção.

2. Tal controlo será efetivado através da análise dos Mapa de Execução das Grandes Opções do Plano, Mapa de Controlo Orçamental da Despesa e Mapa de Controlo Orçamental da Receita, tal como se encontram definidos no POCAL.

Endividamento

Prevê-se amortizar durante o exercício económico de 2017:

25.000,00€, relativamente ao empréstimo da ex-RTNT;

39.000,00€ do Contrato de Concessão de Apoio Financeiro do extinto Polo do Douro.

Complementaridade

1. Sem prejuízo do disposto no presente regulamento, a execução e controlo orçamental encontra-se, também, sujeita ao disposto na Norma de Controlo Interno da Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER.

Plano de Ação e Orçamento

PNP 2017