



Turismo Centro Portugal

Um país
dentro do País

Turismo Fator de Desenvolvimento

Pedro Machado,

Presidente Entidade Regional Turismo Centro Portugal

Marinha Grande, 2 de Junho de 2016

EMPRESA CERTIFICADA



MELHOR REGIÃO DE TURISMO
NACIONAL
BEST PORTUGUESE TOURISM REGION



Capítulo I – Caracterização do Centro de Portugal

Capítulo II – Definição da Estratégia

Capítulo III – Investimentos
Estratégicos (2016-2020)

Capítulo IV – Turismo Zonas Costeiras
Turismo de Natureza e Turismo de Mar



Turismo Centro Portugal

Um país
dentro do País

Esta é a marca de uma viagem pelos caminhos da nossa identidade. Uma viagem que liga Portugal, que une o Atlântico à Europa, que aproxima o céu à montanha e ao azul do mar. Esta é a nova marca do Turismo do Centro. A marca do turismo da diversidade.



**Turismo
Centro
Portugal**

Um país
dentro do País



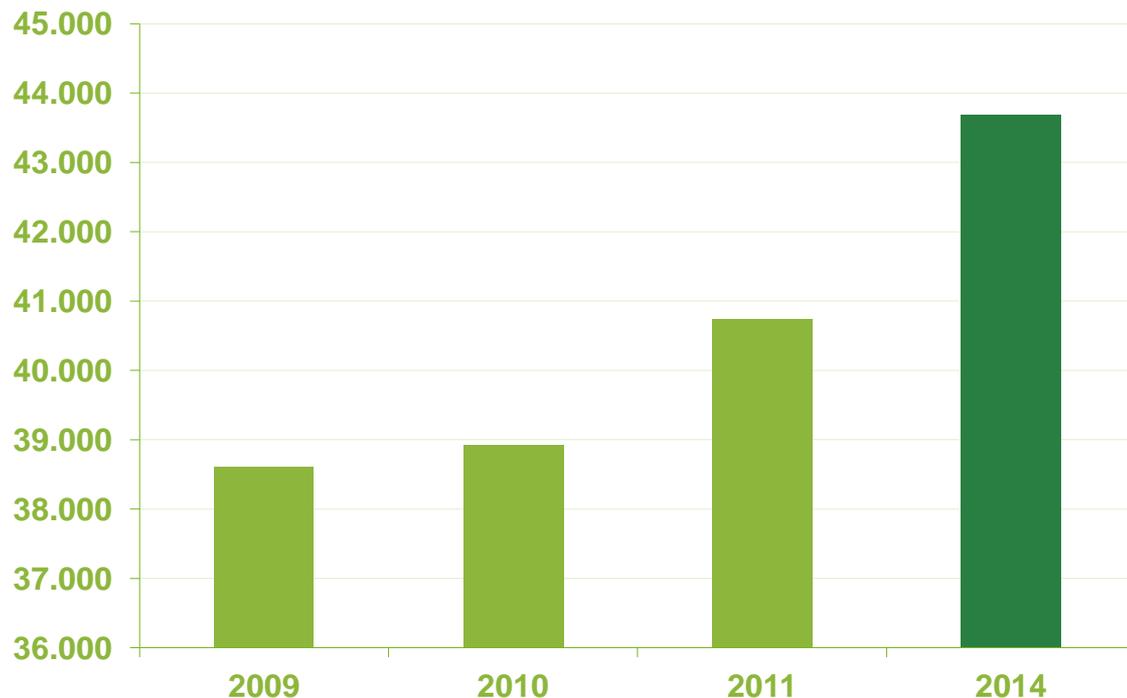
Capítulo I

Caracterização do Centro de Portugal

A EVOLUÇÃO DE INDICADORES DE OFERTA TURÍSTICA

O número de camas em Empreendimentos turísticos em 31 de dezembro de 2014 é de **43.684**

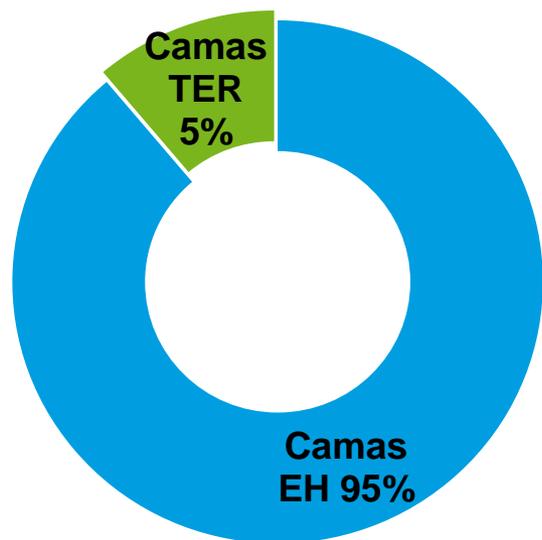
Evolução do
número de camas
em
Empreendimentos
Turísticos na
Região Centro



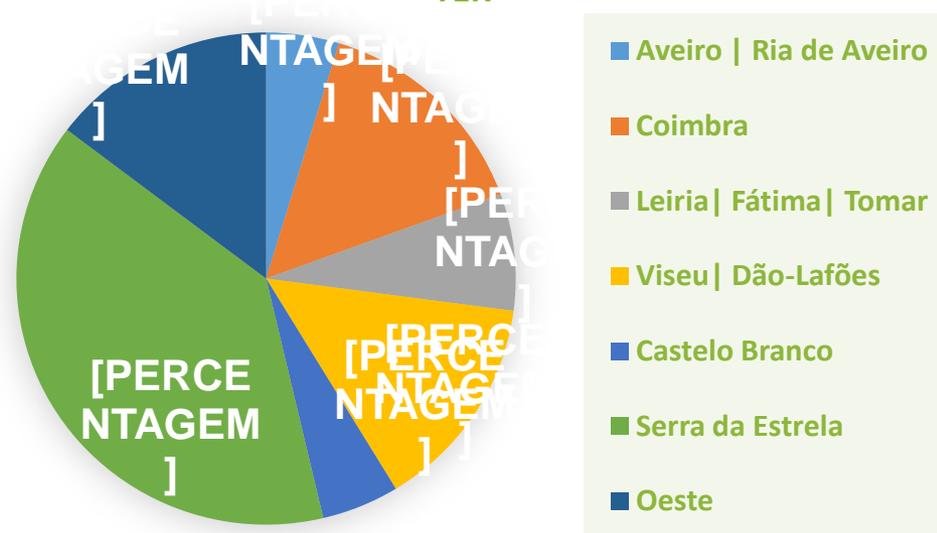
Unidades de Turismo em Espaço Rural

O Turismo em Espaço Rural e Turismo de Habitação: o número de camas em 2013 é de **2.310**, o que representa **17,94% Nacional**. O maior número de camas situa-se na Serra da Estrela (39%) seguida de Coimbra (15%), conforme quadros representados abaixo.

% camas TER vs % camas em Estabelecimentos Hoteleiros



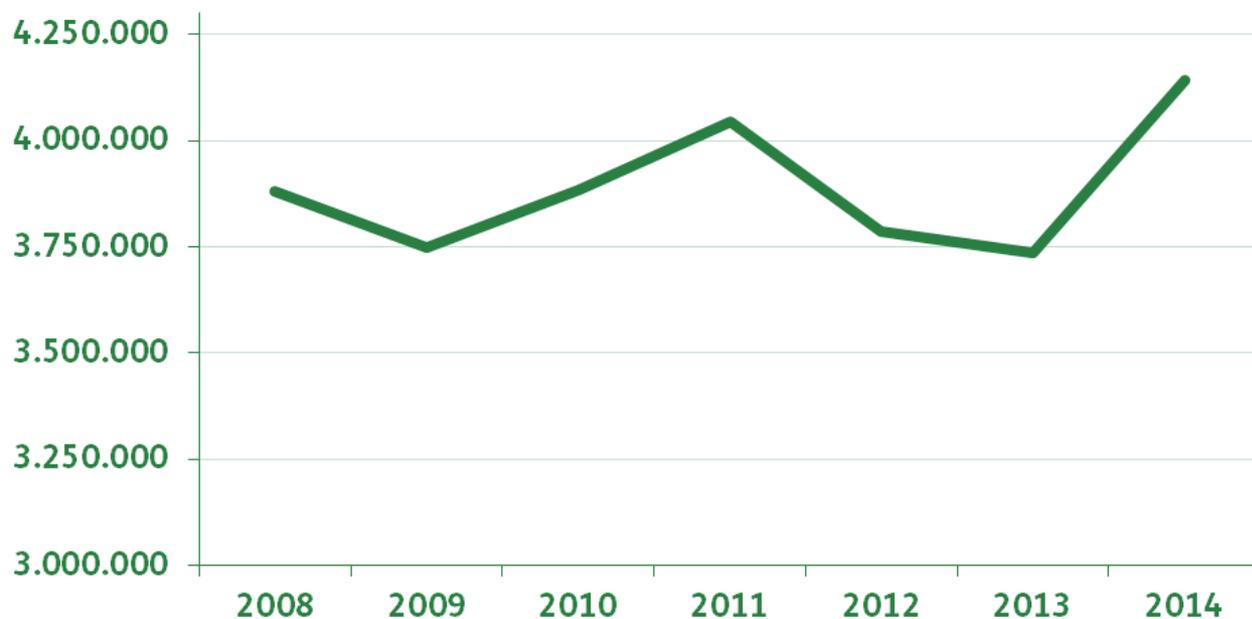
Distribuição geográfica das camas em Unidades TER



A EVOLUÇÃO DE INDICADORES DE OFERTA TURÍSTICA

As dormidas no Centro de Portugal, cresceram 10,9% em 2014 face ao ano anterior. Nos primeiros 4 meses do ano 2015, o aumento foi de 13,9% comparado com o período Janeiro-Abril 2014.

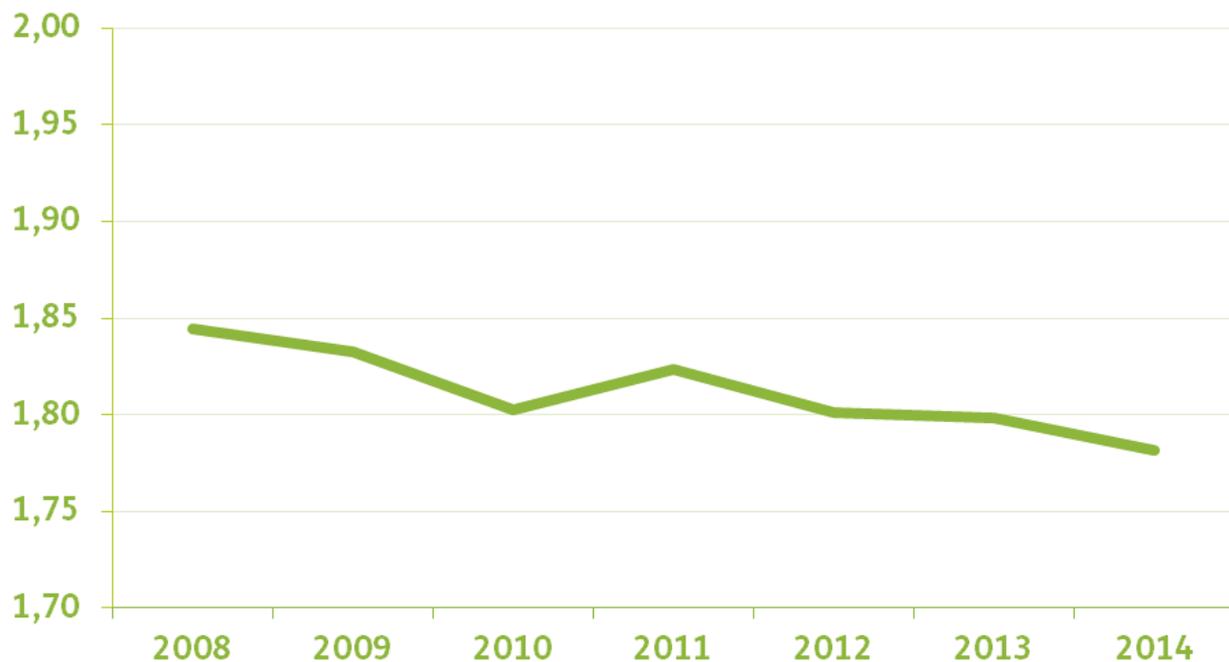
Evolução do número de dormidas em Empreendimentos Turísticos na Região Centro



A EVOLUÇÃO DE INDICADORES DE OFERTA TURÍSTICA

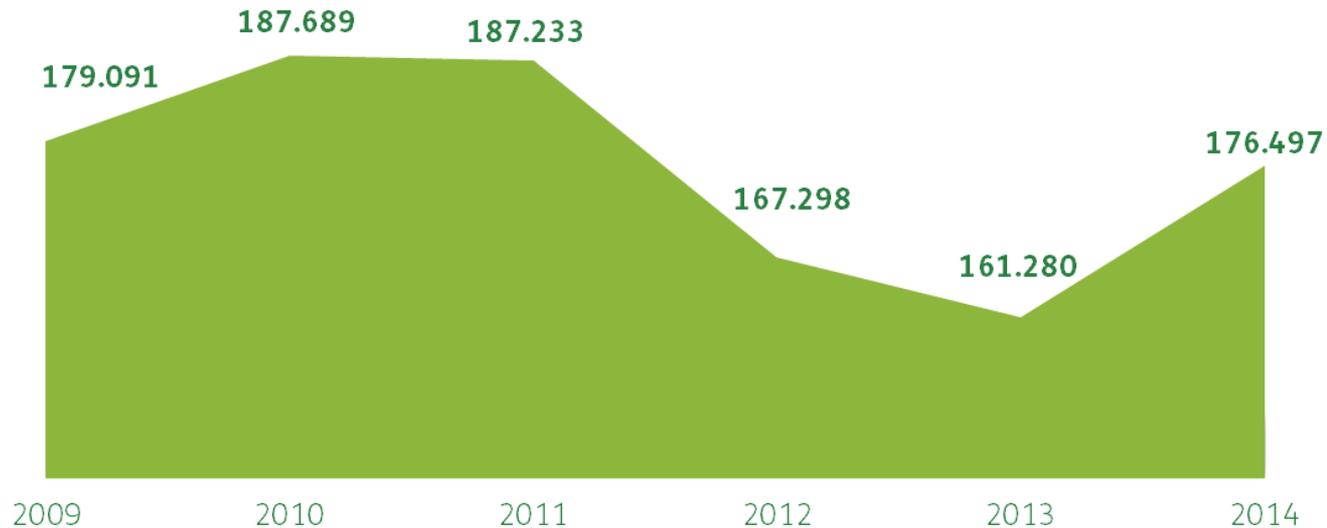
A estada média na Região Centro é de 1,78 dias sendo esta abaixo da estada média nacional (2,2 dias).

Evolução da permanência média na Região Centro



A EVOLUÇÃO DE INDICADORES DE OFERTA TURÍSTICA

Evolução dos Proveitos totais nos Estabelecimentos Hoteleiros ao longo dos últimos 6 anos. Em 2014 a tendência inverteu-se.



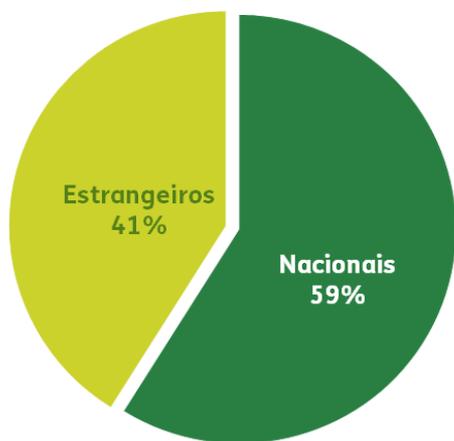
**Evolução dos
proveitos na
Região Centro**

A EVOLUÇÃO DE INDICADORES DE OFERTA TURÍSTICA

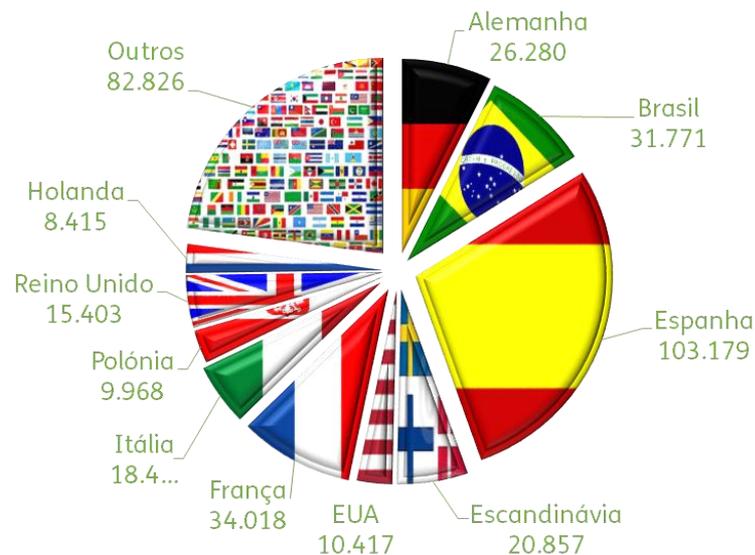
O mercado interno representa 59% das dormidas em ET na Região Centro

O mercado interno é assumidamente o maior mercado do Centro de Portugal (59% das dormidas totais são provenientes do mercado interno em 2014), apesar de se verificar, ao longo dos últimos anos, um aumento do peso dos turistas internacionais. O mercado espanhol é o principal mercado internacional com 11,8% das dormidas totais, seguido de mercado francês (5,45% das dormidas totais), do mercado brasileiro (2,92% das dormidas totais) e do mercado alemão (2,7% das dormidas totais).

% Mercado Interno vs % Mercado Externo



Mercados internacionais - Dormidas Janeiro a Abril 2015



A sua sede situa-se em **Aveiro** e possui 7 Delegações



Ria de Aveiro
Águeda
Albergaria-a-Velha
Anadia
Aveiro
Estarreja
Ilhavo
Murtosa
Oliveira do Bairro
Ovar
Sever do Vouga
Vagos



Coimbra
Alvaizere
Ansião
Arganil
Cantanhede
Castanheira de Pêra
Coimbra
Condeixa-A-Nova
Figueira da Foz
Figueiró dos Vinhos
Góis
Lousã
Mealhada
Mira
Miranda do Corvo
Montemor-O-Velho
Mortágua
Oliveira do Hospital
Pampilhosa da Serra
Pedrógão Grande
Penacova
Penela
Soure
Tábua
Vila Nova de Poaires



Serra da Estrela
Meda
Figueira de Castelo Rodrigo
Pinhel
Trancoso
Almeida
Guarda
Sabugal
Celorico da Beira
Manteigas
Belmonte
Covilhã
Fundão
Forno de Algodres
Gouveia
Seia



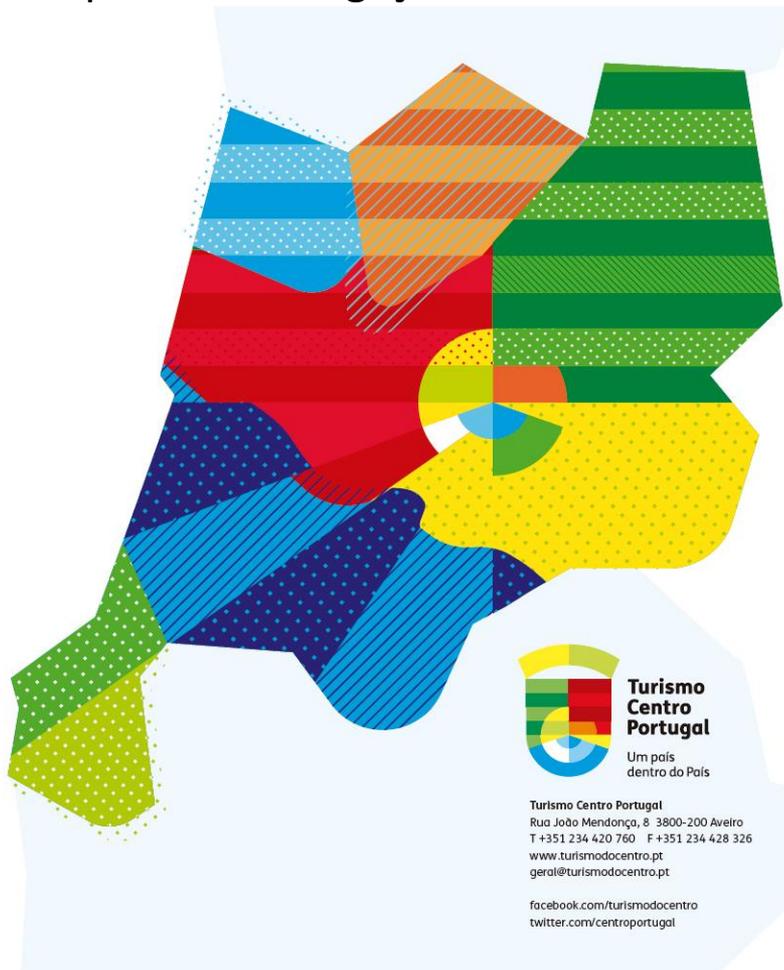
Leiria // Fátima // Tomar
Abrantes
Alcanena
Batalha
Constância
Entroncamento
Ferreira do Zêzere
Leiria
Mação
Marinha Grande
Ourém
Pombal
Porto de Mós
Sardoal
Tomar
Torres Novas
Vila Nova da Barquinha



Viseu // Dão // Lafões
Aguiar da Beira
Carregal do Sal
Castro Daire
Mangualde
Nelas
Oliveira de Frades
Penalva do Castelo
Santa Comba Dão
São Pedro do Sul
Satão
Tondela
Vila Nova de Paiva
Viseu
Vouzela



Castelo Branco
Castelo Branco
Idanha-A-Nova
Oleiros
Penamacor
Proença-A-Nova
Sertã
Vila de Rei
Vila Velha de Rodão



**Turismo
Centro
Portugal**
Um país
dentro do País

Turismo Centro Portugal
Rua João Mendonça, 8 3800-200 Aveiro
T +351 234 420 760 F +351 234 428 326
www.turismodocentro.pt
geral@turismodocentro.pt

facebook.com/turismodocentro
twitter.com/centroportugal

Castelo Branco

NUT III da Beira Interior Sul e Pinhal Interior Sul;

Coimbra

NUT III do Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte;

Leiria / Fátima / Tomar

NUT III Pinhal Litoral e Médio Tejo;

Oeste

NUT III Oeste;

Ria de Aveiro

NUT III Baixo Vouga;

Serra da Estrela

NUT III Serra da Estrela, Beira Interior Norte e Cova da Beira;

Viseu / Dão Lafões

NUT III Dão Lafões.



**Turismo
Centro
Portugal**

Um país
dentro do País



Capítulo II

A Definição da Estratégia



A Estratégia da TCP está alinhada com as estratégias de desenvolvimento europeias, nacionais e regionais concebidas para o período de programação 2014 – 2020.

Nomeadamente:

PORTUGAL 2020 - “Transferência de resultados do sistema científico para o tecido produtivo”; “promoção do desenvolvimento sustentável, numa ótica de eficiência no uso de recursos, no reforço da coesão territorial,...”;

TURISMO 2020 – “Concorrer para um reforço da coordenação setorial e territorial, promovendo um maior nível de concertação estratégica e de coordenação de atuações entre atores setoriais e territoriais;” “Potenciar redes e plataformas colaborativas facilitadoras de sinergias tendentes à valorização económica do turismo.”;

CENTRO 2020 – O Turismo é identificado como domínio diferenciador, é um dos objetivos temáticos e está presente nos eixos prioritários, de onde se destaca, neste caso, o **COMPETIR**, o **APRENDER**, o **EMPREGAR** e **CONVERGIR**, o **SUSTENTAR** e o **APROXIMAR E CONVERGIR**.

MODELO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA REGIÃO CENTRO

A internacionalização: com especial destaque para o território da continuidade geográfica - Espanha.

A aposta na linguagem do marketing e da **profissionalização**, da modernização e racionalização da promoção: com especial destaque para o referencial de intervenção criado pela atividade de formação no sector, que contribui para requalificação dos recursos.

A investigação: o Centro dispõe do maior número de equipas científicas, e das mais conceituadas no espaço nacional e internacional, sendo imprescindível olhar de forma prospetiva para a investigação no sentido de potenciar a inovação e a diferenciação do território na sua múltipla oferta.



Posicionamento

O posicionamento da marca Centro de Portugal, divide-se em quatro vetores: Cultura, História, Património; Saúde, Natureza, Bem-estar e Mar; Turismo Científico e Tecnológico; e Turismo Residencial / Lifestyle Migration.

Este posicionamento deve ser primeiro compreendido e aplicado ao nível da comunicação pelos atores que intervêm na comunicação dos produtos turísticos da Região Centro de Portugal.

Uma ferramenta estratégica que costuma ser usada para este efeito é o mapa de posicionamento da marca, que deve ser adaptada no caso da região Centro de modo a permitir a representação gráfica dos Best Bets de cada delegação de turismo em função dos quatro vetores de posicionamento.

Cultura, História, Património

Gastronomia distintiva	Eventos e festas populares	Artesanato e produtos endógenos
Zonas de interesse arqueológico	Marcos históricos (ex. invasões, linhas de Torres)	
Património imaterial (da humanidade ou não: tradições e fado)	Património material (da humanidade ou não)	

Turismo Científico e Tecnológico

Conferências científicas internacionais	Fábricas de ciência viva
Património tecnológico	Museus de ciência

Saúde, Natureza, Bem-estar e Mar

Termas	Infraestruturas desportivas	Praias marítimas
Spa	Intervenções médicas	Surf
Fé/religião (culto mariano - Fátima, judaico - Rota das judiarias, esoterismo)	Serra	Náutica marítima
Peregrinação – Caminho de Santiago	Golfe	Praias fluviais
Passeios pedestres		Náutica fluvial

Turismo residencial Lifestyle Migration

Resorts e Golfe - Oeste

7 Linhas Estratégicas de Ação

- › LEA 1 Sustentabilidade e Coesão Territorial
- › LEA 2 Desenvolvimento e Qualificação de Produtos / Posicionamento
- › LEA 3 Desenvolvimento e Qualificação da Oferta / Agentes Turísticos
- › LEA 4 Marketing, Promoção e Comercialização
- › LEA 5 Internacionalização e Dinamização dos Mercados Externos
- › LEA 6 Empreendedorismo, Inovação e Diferenciação
- › LEA 7 Investigação, Desenvolvimento e Formação

Desdobradas em: 23 Programas e 54 projetos



MODELO PROMOÇÃO EXTERNA



› A promoção externa da Região Centro é assegurada pela Agência Regional de Promoção Turística do Centro de Portugal – ARPTC.

› A promoção externa da região Centro baseia-se nos objetivos definidos na estratégia nacional para o turismo e deve respeitar a arquitetura de promoção das marcas regionais do Destino Portugal.



**Turismo
Centro
Portugal**

Um país
dentro do País



Capítulo III

INVESTIMENTOS
ESTRATÉGICOS
(2016-2020)



Principais Prioridades (Centro 2020):

1. Apostar na valorização turística dos **recursos culturais**, históricos e patrimoniais da região, em particular dos que fazem parte da lista património mundial da UNESCO - **Turismo Cultural**;
2. Apostar na valorização do **património natural** e do mar como suporte a um turismo ativo e sustentável - **Turismo de Natureza e Mar**;
3. Apostar na **promoção** integrada e eficaz do recursos, produtos e serviços turísticos da região - **Promoção Turística**.





**Turismo
Centro
Portugal**

Um país
dentro do País



Capítulo IV

Turismo em Zonas Costeiras

Turismo de Natureza e Turismo de Mar



TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

› Visa posicionar a Região, em 2020, como **referência turística nos destinos sustentáveis de natureza e mar.**



TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

› Esta aposta na geração de valor económico-turístico assume, em todo o processo, a **valorização do território, a salvaguarda da autenticidade dos recursos e a preservação do património natural como condições necessárias e imprescindíveis.**

› Pretende assumir-se como um **produto de excelência:**

- pela sua capacidade de geração de oferta diferenciada, diversificada e autêntica ao nível regional, sub-regional e concelhio;
- aptidão para garantir complementaridade e ligação entre outros produtos turísticos estratégicos para a região, contribuindo para alargar e melhorar a experiência do turista no território.

TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS

TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

| CONCEITO

ÁREAS PROTEGIDAS



- 1 FAIA BRAVA
- 2 SERRA DA MALCATA
- 3 TEJO INTERNACIONAL
- 4 PORTAS DE RODÃO
- 5 PEGADAS DE DINOSSAUROS
- 6 SERRAS DE AIRES E CANDEEIROS
- 7 PAUL DO BOQUILOBO
- 8 SERRA DE MONTEJUNTO
- 9 BERLENGAS
- 10 PAUL DE TORNADA
- 11 CABO MONDEGO
- 12 PAUL DE ARZILA
- 13 SERRA DO AÇOR
- 14 SERRA DA ESTRELA
- 15 DUNAS DE SÃO JACINTO



HIGHLIGHTS

100 Municípios - 8CIM

300Km Costa Atlântica

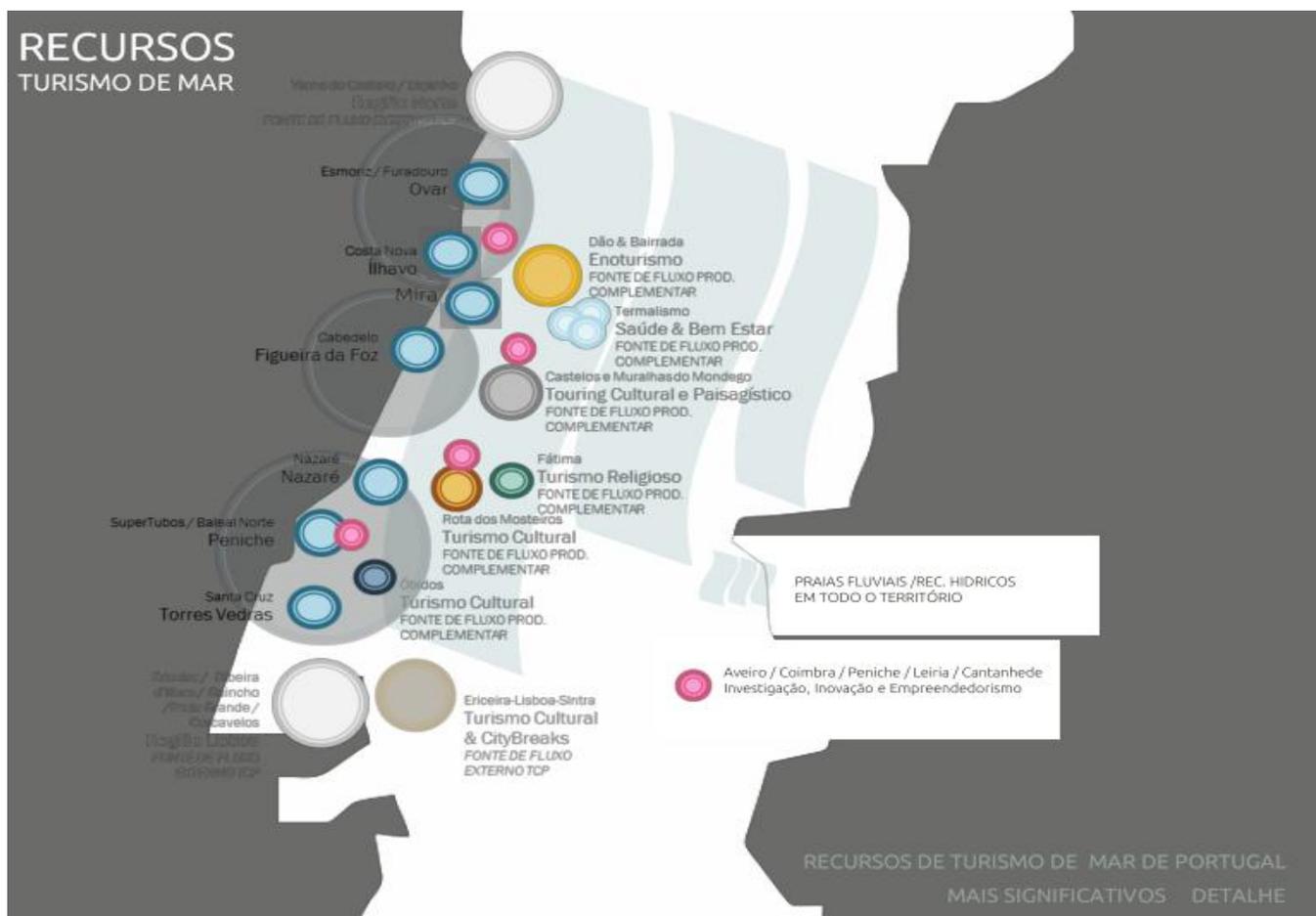
Áreas Protegidas e de Interesse Natural Reconhecido

Recursos Naturais de Excelência

Recursos Hídricos Diferenciadores

Endogeneidade Imaterial e Humana Exclusivas

CONCEITO



HIGHLIGHTS
100 Municípios - 8CIM

300Km Costa Atlântica

Áreas Protegidas e de Interesse Natural Reconhecido

Recursos Naturais de Excelência

Recursos Hídricos Diferenciadores

Endogeneidade Imaterial e Humana Exclusivas

TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

CONCEITO

A ÁREA DE INTERVENÇÃO

FAIXA LITORAL ATLÂNTICA DIFERENCIADA E DIVERSIFICADA

BIODIVERSIDADE MARINHA RECONHECIDA INTERNACIONALMENTE

MEIA CENTENA DE PRAIAS COM BANDEIRA AZUL

RECURSOS HIDRICOS COM FATORES DE ATRAÇÃO TURÍSTICA

ENDOGENEIDADE DO PATRIMÓNIO FÍSICO E IMATERIAL

ÁREAS PROTEGIDAS E DE INTERESSE NATURAL

RECURSOS FAUNÍSTICOS E FLORÍSTICOS AUTOCTONES DE ELEVADO VALOR

POTENCIALIDADE DOS RECURSOS PARA A EXCELÊNCIA

A listagem apresentada não pretende ser exaustiva, apenas evidenciar a diversidade de recursos turísticos na zona Centro de Portugal.

HIGHLIGHTS

100 Municípios - 8CIM

300Km Costa Atlântica

Áreas Protegidas e de Interesse Natural Reconhecido

Recursos Naturais de Excelência

Recursos Hídricos Diferenciadores

Endogeneidade Imaterial e Humana Exclusivas

| CONCEITO

A ÁREA DE INTERVENÇÃO

279KM DE FAIXA LITORAL ATLÂNTICA

MEIA CENTENA DE PRAIAS COM BANDEIRA AZUL

VASTÍSSIMO PATRIMÓNIO DAS ÁREAS PROTEGIDAS

Parques Naturais (Serra da Estrela, Tejo Internacional e Serra de Aire e Candeeiros)

Reservas Naturais (Faia Brava, Serra da Malcata, Paul de Boquilobo, Paul de Arzila, Berlengas, Paul da Tornada, Paul de Arzila e Dunas de São Jacinto)

Paisagem Protegida (Serra de Montejunto, Serra do Açor e Regional da Serra da Gardunha)

Monumentos Naturais (Pegadas de Dinossauro, Cabo do Mondego e Portas de Ródão)

Monumentos indicativos para Património Natural da Humanidade da UNESCO (Mata das Carmelitas Descalças (Bussaco))

HIGHLIGHTS

100 Municípios - 8CIM

300Km Costa Atlântica

Áreas Protegidas e de Interesse Natural Reconhecido

Recursos Naturais de Excelência

Recursos Hídricos Diferenciadores

Endogeneidade Imaterial e Humana Exclusivas

| CONCEITO

A ÁREA DE INTERVENÇÃO

Spots de turismo costeiro-marítimo (Figueira da Foz, Mira, Nazaré, Baleal, S. Martinho do Porto e S. Pedro de Moel)

Spots de Turismo de Onda (Esmoriz / Furadouro, Costa Nova, Cabedelo, Nazaré, Supertubos, Baleal Norte e Santa Cruz)

Praias Fluviais de referência

Águas interiores de excelência para a prática de turismo ativo e de aventura (wakeboard, canyoning, rafting e paddle)

Outros fatores de atração turística (Lagoa de Óbidos e Ria de Aveiro)

Ícnitos de Dinossauros (Ourem - em candidatura ibérica)

Geopark Naturtejo da Meseta Meridional (Global Geoparks Network da UNESCO).

HIGHLIGHTS

100 Municípios - 8CIM

300Km Costa Atlântica

Áreas Protegidas e de Interesse Natural Reconhecido

Recursos Naturais de Excelência

Recursos Hídricos Diferenciadores

Endogeneidade Imaterial e Humana Exclusivas

TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

CONCEITO

Produto **TURISMO DE MAR** do Centro de Portugal
Atuação: **todo o território** Implementação: **36 meses**
Foco: **mar | águas interiores**
TODOS OS RECURSOS HIDRICOS DE POTENCIAL TURÍSTICO

TURISMO DE MAR

Subprodutos turísticos-alvo e principais recursos na cadeia de valor

Turismo
de Onda
e Ativo
(marítimo e
águas
interiores)

Turismo
Costeiro
e Fluvial
(praias
marítimas e
fluviais)

Turismo
Náutico
(Recreio e
Desportivo)

Turismo
de
Interpre
tação e
da
Biodiver
sidade
Marinha

Infraes
truturas,
Cais de
Acostage
m Portos
e
Logística
- na ótica
do
Turista

Pesca,
aquacul
tura e
fileira do
pescado,
- na ótica
do
Turista

Recursos
Endóge
nos
(materiais
e
imateriais)

Inovação,
Empreen
doris
mo e
Investi
mento de
Impacto

HIGHLIGHTS

Intervenção em
Turismo de Mar e
Águas Interiores (todos os
recursos hídricos)

Estratégia integrada
com dinâmicas
socioeconómicas de
base empreendedora

Economias derivadas
dos recursos hídricos
atlânticos e fluviais

Inovação e
Investimento de
Impacto

Visibilidade

TURISMO EM ZONAS COSTEIRAS TURISMO DE NATUREZA E TURISMO DE MAR

| CONCEITO

Produto **TURISMO DE MAR** do Centro de Portugal
Atuação: **todo o território** Implementação: **36 meses**
Foco: **mar | águas interiores**
TODOS OS RECURSOS HIDRICOS DE POTENCIAL TURÍSTICO

- I. Intensificar as vantagens dos recursos hídricos com potencial turístico elevado - abordagens distintas (marítimos e fluviais)
- II. Estratégia de parcerias e plataformas colaborativas
- III. Valorizar os produtos existentes – inovação social e empreendedorismo
- IV. Criar e formatar novos produtos
- V. Alavancar os produtos complementares de proximidade geográfica
- VI. Adotar novas práticas de promoção, comercialização e distribuição
- VII. Potenciar todos os recursos e as infraestruturas e as águas interiores
- VIII. Atrair e captar mercados e de visibilidade no segmento

HIGHLIGHTS

Intervenção em
Turismo de Mar e
Águas Interiores (todos os
recursos hídricos)

Estratégia integrada
com dinâmicas
socioeconómicas de
base empreendedora

Economias derivadas
dos recursos hídricos
atlânticos e fluviais

Inovação e
Investimento de
Impacto

Visibilidade

| CONCEITO

Turismo de Mar no Centro de Portugal = Turismo de Recursos Hídricos Marítimos e Fluviais

O projeto Turismo de Mar do Centro de Portugal aposta na criação, formatação e qualificação do turismo de mar, nos segmentos:

- I. Turismo de Onda e Ativo (marítimo e águas interiores)
- II. Turismo Costeiro e Fluvial (praias marítimas e fluviais)
- III. Turismo Náutico (Recreio e Desportivo)
- IV. Turismo de Interpretação e da Biodiversidade Marinha

Gere e implementa o Plano de Animação como ferramenta de atração de fluxos, para geração de visibilidade e notoriedade.

Todo o território beneficia com o Turismo de Mar do Centro de Portugal, contribuindo para a sustentabilidade e a coesão inovadora do Território.

HIGHLIGHTS

Intervenção com plano de animação nos recursos hídricos

Capacitação do território como destino privilegiado para os diversos segmentos de turismo em água e os grandes eventos

Visibilidade e notoriedade

ESTRATÉGIA

ESTRATÉGIA:

estruturar e qualificar o turismo de natureza e turismo de mar, abordando as principais fileiras de atuação estratégica, posicionando o Centro de Portugal no ID&I aplicado e no produto “natural” como referência turística.

FATORES ESTRUTURAIS PARA A ESTRATÉGIA: COESÃO TERRITORIAL NO CLUSTER TURÍSTICO

REQUALIFICAÇÃO DA OFERTA através de:

- parcerias sinérgicas no domínio do ID&I,
- estímulo económico nacional e europeu
- geração de empregabilidade e fluxos turísticos migratórios (*life migration*),

MELHORES CONDIÇÕES DE ACESSIBILIDADES, VISITAÇÃO E USUFRUIÇÃO DOS ESPAÇOS NA ÓTICA DO TURISTA.

HIGHLIGHTS

Posicionar o Centro de Portugal no ID&I aplicado e no produto “natural” como referência turística.

Fatores estratégicos para a estruturação do modus operandi

Coesão territorial no cluster turístico.

| ESTRATÉGIA

A estratégia e o modus operandi preveem:

- i. operacionalização orientada para os resultados, a partir do primeiro ano
- ii. estratégia inovadora de abordagem temática, supra e sub regional,
- iii. criação, formatação, promoção, comercialização e distribuição do produto turismo de natureza e de turismo de mar do Centro de Portugal

HIGHLIGHTS

Posicionar o Centro de Portugal no ID&I aplicado e no produto "natural" como referência turística.

Modus Operandi com Resultados a partir do primeiro ano

ESTRATÉGIA

VANTAGENS PARA O TERRITÓRIO

- I. Estruturação e qualificação da oferta – nos domínios locais, sub-regionais, regionais e temáticos
- II. Formatação de Turismo de Mar através da potenciação de todos os Recursos Hídricos do território - perspetiva turística
- III. Capacitação do território para atração de investimentos e geração de valor
- IV. Sinergias políticas públicas, projetos de investimento privados e enquadramento Portugal 2020

HIGHLIGHTS

Estruturação e qualificação da oferta – domínios locais, sub-regionais, regionais e temáticos

Potenciação de Recursos Hídricos como recursos Turísticos geradores de valor

Atração de investimentos

Atração de visitantes, turistas e residentes

ESTRATÉGIA

VANTAGENS PARA O TERRITÓRIO

- V. Estímulo do empreendedorismo de base inovadora, na valorização dos recursos endógenos e capital imaterial
- VI. Captação de investimento de impacto e inovação social
- VII. Aumento das taxas turísticas de visitação e de ocupação no território
- VIII. Geração de segmentos e nichos a partir da exploração das cadeias de valor de cada um dos produtos prioritários estratégicos: Natureza e Mar

HIGHLIGHTS

Estruturação e qualificação da oferta – domínios locais, sub-regionais, regionais e temáticos

Potenciação de Recursos Hídricos como recursos Turísticos geradores de valor

Atração de investimentos

Atração de visitantes, turistas e residentes

| RESULTADOS 2020

Estima-se, portanto, que o Turismo de Mar do Centro de Portugal, alavancado pela estratégia e pela operacionalização dos projetos já descritos, recupere significativamente e **creença 10%**, superando as previsões nacionais.

Indicador global turístico de crescimento:
10% Turismo de Natureza
5% a 10% Turismo de Mar

20% nas visitas guiadas e no número de visitantes às áreas protegidas e recursos hídricos

**Centro de Portugal 2020:
primeiro destino para o mercado interno e
referência internacional em Natureza e Mar**

HIGHLIGHTS

Em 2020, o Centro de Portugal, É o primeiro destino para o mercado interno e uma referência no turismo de natureza e turismo de mar internacional.

RESULTADOS 2020



HIGHLIGHTS

Metas e Resultados 2020

Indicador global turístico de crescimento:
10% Turismo de Natureza
5% a 10% Turismo de Mar

20% nas visitas guiadas e no número de visitantes aos recursos hídricos



Turismo Centro Portugal

Um país
dentro do País

TURISMO CENTRO DE PORTUGAL

INVESTIMENTO NO QUADRO PO
CENTRO

EMPRESA CERTIFICADA



MELHOR REGIÃO DE TURISMO
NACIONAL
BEST PORTUGUESE TOURISM REGION



2,1 mil milhões de euros | + 25% dotação orçamental PO Centro

Programas Operacionais

Competitividade e Inovação - empresas

Inclusão Social e Emprego

Capital Humano

Sustentabilidade e Eficiência no Uso dos Recursos

- g) Compra de imóveis, incluindo terrenos;**
- h) Trespasse e direitos de utilização de espaços;**
- i) Aquisição de bens em estado de uso;**
- j) Imposto sobre o valor acrescentado recuperável ainda que não tenha sido ou não venha a ser efetivamente recuperado pelo beneficiário;
- k) Aquisição de veículos automóveis, aeronaves e outro material de transporte ou aeronáutico, à exceção das despesas previstas no setor do turismo para a tipologia de investimento “Inovação empresarial e empreendedorismo”;**
- l) Juros durante o período de realização do investimento;
- m) Fundo de maneiio.

2,1 mil milhões de euros | + 25% dotação orçamental PO Centro

Programas Operacionais

Competitividade e Inovação - empresas

Inclusão Social e Emprego

Capital Humano

Sustentabilidade e Eficiência no Uso dos Recursos

- g) Compra de imóveis, incluindo terrenos;**
- h) Trespasse e direitos de utilização de espaços;**
- i) Aquisição de bens em estado de uso;**
- j) Imposto sobre o valor acrescentado recuperável ainda que não tenha sido ou não venha a ser efetivamente recuperado pelo beneficiário;
- k) Aquisição de veículos automóveis, aeronaves e outro material de transporte ou aeronáutico, à exceção das despesas previstas no setor do turismo para a tipologia de investimento “Inovação empresarial e empreendedorismo”;**
- l) Juros durante o período de realização do investimento;
- m) Fundo de maneo.

Colaborar com os órgãos da administração central e local com vista à prossecução dos objetivos da política nacional que for definida para o turismo, designadamente no contexto do **desenvolvimento de marcas e produtos turísticos de âmbito regional e sub-regional e da sua promoção no mercado interno alargado**, compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha

Definir o plano regional de turismo, em sintonia com a estratégia nacional de desenvolvimento turístico, e promover a sua implementação;

Assegurar o **levantamento da oferta turística regional e sub-regional e a sua permanente atualização**, no quadro do registo nacional de turismo, e realizar estudos de avaliação do potencial turístico da respetiva área territorial;

Organizar e difundir informação turística, mantendo e/ou gerindo uma rede de postos de turismo e de portais de informação turística;

Dinamizar e potenciar os valores e recursos turísticos regionais e sub-regionais;

Monitorizar a atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor

Assegurar a realização da promoção da região, enquanto destino turístico e dos seus produtos estratégicos, no mercado interno alargado compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha;

Divulgação de informação para investidores

Blog do Investidor investenocentro.blogspot.pt

Página www.turismodocentro.pt/profissional



Turismo Centro Portugal

Um país
dentro do País

TURISMO CENTRO DE PORTUGAL

FINANCIAMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

EMPRESA CERTIFICADA

eic
ISO 9001

certificação
acreditada
IFAC



MELHOR REGIÃO DE TURISMO
NACIONAL
BEST PORTUGUESE TOURISM REGION



Natureza do incentivo: Reembolsável sem juros

Taxa de apoio: base 35% | máxima 75%

Prazos de reembolso:

8 anos, com 2 de carência (geral)

10 anos, com 3 de carência (novos estabelecimentos hoteleiros e conjuntos turísticos)

Majorações:

15% PME com despesa elegível > 5 milhões euros

25% pequenas empresas com despesa elegível < 5 milhões euros

10% territórios de baixa densidade | 10% demonstração e disseminação

10% empreendedorismo (na tipologia empreendedorismo qualificado e criativo)

10% empreendedorismo jovem ou feminino | 10% sustentabilidade

Isenção de reembolso:

até 50% do valor do incentivo reembolsável, em função do grau de superação de metas fixadas

Natureza do incentivo:

Não reembolsável

Taxa de apoio:

geral | máxima 45% (ver exceções)
vales 75%

Limite do incentivo:

projetos individuais 500.000 euros
projetos conjuntos 180.000 euros (valor médio por empresa)
vales 15.000 euros

Inovação: JUN a SET 2016

Empreendedorismo: JUN a SET 2016

Qualificação PME: JUL a OUT 2016

Internacionalização: JUL a OUT 2016

POSEUR (empresas): NOV 2016

divisões

55 (todo o alojamento)

79 (agências de viagens, operadores turísticos)

90 (atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias)

91 (atividades das bibliotecas, arquivos, museus e outras atividades culturais)

grupos

561 (restaurantes) **563** (estabelecimentos de bebidas) **771** (aluguer de veículos automóveis)

subclasses

77210 (aluguer de bens recreativos e desportivos)

82300 (organização de feiras, congressos)

91041, 91042, 93110, 93192, 93210, 93292, 93293, 93294, e 96040 (animação)

No que respeita aos investimentos no setor do turismo:

- encontrar-se o respetivo **projeto de arquitetura aprovado** pela edilidade camarária competente nos casos em que seja legalmente exigida a instrução de um procedimento de licença administrativa
- **ou ter sido apresentada a comunicação prévia** na referida edilidade camarária nos casos em que seja legalmente permitido o procedimento de comunicação prévia

ambos à data da candidatura e devidamente instruídos com os pareceres legalmente exigíveis

No que respeita aos projetos do setor do turismo:

- Estar alinhados com as respetivas **estratégias nacional e regionais para o setor do turismo**

>>> Turismo 2020 - Plano de Ação

>>> Plano de Marketing Turismo Centro de Portugal

>>> Linhas de Ação RIS3

**Não basta mencionar que o projeto é inovador
basta dizer quais as metas a alcançar**

Aposta em projetos inovadores face à oferta existente

(aposta na animação turística)

**Orientação para os mercados externos e para a diversificação de mercados e
produtos**

Equipa de gestão profissional

Natureza

Empréstimos bancários com juros bonificados

- Linha de Qualificação da Oferta
- Projetos especiais

Processo

- Candidatura apresentada em entidade bancária
- Após aprovação do banco, análise e decisão do TP

Projetos elegíveis:

Criação ou requalificação de empreendimentos turísticos, atividades de animação, estabelecimentos de restauração, outros projetos de interesse

Projetos especiais:

- **Projetos de empreendedorismo**, com investimento elegível máximo de **€500.000**, promovidos por PME no máximo com **2 anos de atividade** completos, nas atividades de **animação e restauração** de interesse para o Turismo e outros **serviços** associados ao Turismo com particular enfoque nos de **base tecnológica**;
- **Projetos de animação turística** que visem a dinamização de **centros urbanos**;
- **Projetos de reabilitação urbana** em áreas de interesse turístico;
- **Projetos** que contribuam para o **aumento da estada média** dos turistas e para a **redução da sazonalidade** ou que se traduzam como demonstradores e diferenciadores ao nível da **sustentabilidade ambiental ou energética**.

Apoio: 75% empréstimo reembolsável

PME 60% TP (0%); 40% Banco

Não PME 40% TP (0%); 60% Banco

Projetos especiais - PME 75% TP (0%); 25% Banco

Reembolso até 15 anos (incluindo 4 de carência)

DLBC Urbanos, Rurais, Costeiros

ITI - Comunidades Intermunicipais

IFRRU – Regeneração Urbana

POISE – Criação de emprego

PDR 2020 – Diversificação de atividades na exploração agrícola

goncalo.gomes@turismodocentro.pt

viriato.dias@turismodocentro.pt

sonia.fernandes@turismodocentro.pt

anabela.ribeiro@turismodocentro.pt

paulo.rodriques@turismodocentro.pt



**1 dia é bom, 2 é ótimo,
3 nunca é demais**