

ÍNDICE

PARTE I: SITUAÇÃO DE PARTIDA

RETRATO TERRITORIAL DO SETOR DO TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA

1. Oferta turística	4
1.1. Recursos Turísticos	4
1.2. Atrações Turísticas	5
1.3. Alojamento turístico	5
1.4. Restauração	13
1.5. Empresas de animação turística, agências de viagens, empresas de transporte privado	13
1.6. NDT – Núcleos de Desenvolvimento Turístico	14
2. Procura turística	15
2.1. Hóspedes	15
2.2. Dormidas	16
2.3. Fluxos turísticos: movimentos em Postos de Turismo e em Ferry	17
2.4. Estadia Média e Taxa de Ocupação	18
2.5. Proveitos Turísticos	20
2.6. Despesa turística	20

PARTE II: SITUAÇÃO DE TRANSIÇÃO

ANÁLISE PROSPETIVA DA EVOLUÇÃO DO SETOR DO TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA

1. Vertente Territorial	24
1.1. Valores do Território com impacto no setor do Turismo	24
1.2. Tendências de Evolução da Oferta Turística do Concelho	28
1.3. Desequilíbrios Turísticos Identificados no Território	37
1.4. Integração Regional	41
2. Vertente Administrativa	42

3. Vertente Setorial	51
3.1. Tendências de Evolução da Procura	51
3.2. Novas Tendências de Mercado	54
3.3. Dinâmicas de Adequação da Oferta à Evolução da Procura e do Mercado	57
4. Análise SWOT do Setor do Turismo em Grândola	62
PARTE III: SITUAÇÃO DE CHEGADA	
ESTRATÉGIA E MODELO TERRITORIAL DE TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA	
1. Visão a 10 Anos para o Turismo em Grândola	64
1.1. Desígnios para o Turismo no concelho de Grândola	64
1.2. Futuro Turístico Desejado	66
2. Estratégia Turística para o concelho de Grândola	72
2.1. Segmentação do mercado efetivo e do mercado potencial de Grândola	72
2.2. Definição dos perfis de procura para Grândola	73
2.3. Produtos Turísticos Estratégicos (Mix)	77
3. Modelo Territorial de Turismo	79
3.1. Macro-estrutura	79
3.2. Gestão do Território	82

PARTE I: SITUAÇÃO DE PARTIDA

RETRATO TERRITORIAL DO SETOR DO TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA

1. Oferta Turística

1.1. Recursos turísticos

O Turismo no concelho de Grândola está primariamente ligado a recursos e espaços naturais, particularmente a extraordinária linha de costa marítima, a que se associam o sol, a luz natural e o clima. Existe também uma grande variedade de diferentes paisagens naturais (praias com dunas ou arribas; a serra; as lagoas; ribeiras, o rio Sado e o seu estuário; a fauna e a flora, com destaque para as zonas húmidas do concelho e até o céu noturno, que permite uma boa observação astronómica...).

Por outro lado, o Turismo em Grândola está também associado a recursos de carácter cultural: o património histórico edificado e muitos vestígios arqueológicos são provas físicas da passagem de diversos povos ao longo de milhares de anos; as paisagens culturais, relacionadas com os usos tradicionais da terra (os arrozais, o montado, etc.); os vinhos, o artesanato, as tradições, saberes e ofícios locais, a caça e a pesca.

Nesta introdução relevam ainda importantes recursos identitários que marca(ra)m a vida do concelho, sendo aqui de destacar a tradição da antiga exploração mineira (Lousal), o cultivo do arroz (Sado) e a ligação da vila e do concelho à conquista da democracia.

O concelho de Grândola tem uma superfície de cerca de 805km², possui cerca de 14 826 habitantes distribuídos por 4 freguesias (Grândola/Santa Margarida da Serra, Melides, Carvalhal, e Azinheira dos Barros/São Mamede do Sádão) e integra-se na zona costeira da NUTS II, Alentejo e NUTS III, Alentejo Litoral.

Da caracterização do concelho, com pertinência turística, salienta-se:

- Uma paisagem de carácter essencialmente rústico, onde se identificam três grandes áreas diferenciadas ao nível geológico e de uso do solo, e com diferentes tipos de relevo, clima e coberto vegetal: a Bacia do Sado, integrando a Reserva Natural do Estuário do Sado; a Serra de Grândola, a sul do concelho; e a Faixa Litoral, salientando-se a extensão de 45km de costa (a maior extensão de areal contínuo do País), constituindo um litoral, na globalidade, pouco intervencionado, embora sujeito a grande pressão construtiva, da qual se destacam a península de Tróia e a Herdade da Comporta, pela elevada procura turística, e a Lagoa de Melides pela sensibilidade ecológica;
- A boa acessibilidade do concelho, tanto rodoviária, como ferroviária, por ser atravessado por rodovias como o IC1, o IC33 e a A2 (com novas ligações previstas, a Beja e Évora, através da nova A26), e pela Linha Ferroviária do Sul – eixo Algarve-Lisboa, com paragem na vila de Grândola;
- 60% do território concelhio é ocupado com áreas florestais e meios naturais e seminaturais (dos quais as florestas representam uma parte significativa, com grande incidência de montado e pinhal), seguida das áreas agrícolas e agroflorestais. As áreas artificializadas (urbanas, indústria, equipamentos, infraestruturas e espaços verdes urbanos) ocupam apenas cerca de 2% do território;
- Uma baixa densidade populacional, de cerca de 18.42hab/km² (2011);
- Um tipo de povoamento de cariz maioritariamente concentrado, polarizado pela sede de concelho, seguida, de longe, por Carvalhal e Melides, enquanto as restantes aldeias se encontram em perda populacional (longe de ocuparem as áreas urbanizáveis previstas no PDM de 1996), e permanecem alguns conjuntos residenciais isolados, e alguma construção por licenciar, em áreas rurais.

Em face destas características do território, o concelho de Grândola apresenta, pela sua extensão e diversidade, uma matriz complexa de recursos turísticos que foram extensamente descritos no diagnóstico elaborado no quadro da revisão do Plano Diretor Municipal. Esta informação será retida para se elaborar a matriz de vocações turísticas do concelho.

1.2. Atrações Turísticas

Uma atração turística distingue-se de um recurso turístico, na medida em que pressupõe um processo de transformação, intencional ou não, com vista a dar a determinado recurso turístico um uso ou uma finalidade turística. Ou seja, um recurso turístico pressupõe um uso turístico em potência, enquanto que uma atração turística reflete um uso efetivo.

O concelho de Grândola possui muito menos atrações turísticas do que recursos turísticos, o que é revelador de um histórico de desenvolvimento turístico que tem sido mais pautado pela pressão da procura do que pela oferta.

A península de Tróia constitui aqui uma exceção. Tróia reuniu ao longo dos anos um conjunto de atrações que a posicionaram como um destino turístico, o mais importante na Costa Alentejana. Esta situação foi reforçada nas últimas décadas depois da operação de regeneração a que foi sujeita. A começar pela qualificação e infraestruturização da linha de costa, que se estendeu até à zona do Carvalhal/Pego, criando algumas das melhores praias do país (Tabela 1, em anexo). Entre as atrações turísticas que aqui pontuam, destacam-se:

- Casino de Tróia;
- Centro de Congressos de Tróia;
- Marina;
- Estação Arqueológica de Tróia.

Fora deste contexto mais a Norte no concelho, é difícil encontrar atrações turísticas que cumpram verdadeiramente esse fim. O Centro de Ciência Viva nas Minas do Lousal é uma exceção e surgem adegas privadas preparadas para receber turistas interessados nos vinhos, como é o caso das quintas do Brejinho da Costa e Serenada.

No entanto, se olharmos a Sul do Carvalhal/Pego, as praias continuam a apresentar problemas de acesso e infraestruturização (Tabela 1, em anexo), com exceção da praia de Melides. A maioria dos recursos turísticos existentes não está preparada para se visitar e, mesmo quando isso aconteceu, não se organizou a visita e fruição (exemplos disso são as estâncias arqueológicas da Pedra Branca ou de Cistas Velhas, que foram infraestruturadas, mas onde não existe uma receção com bilheteira e um edifício para interpretação e apoio a visitas guiadas).

Em resumo, podemos concluir que Grândola é um concelho com imenso potencial turístico, com abundantes e diversificados recursos turísticos, mas que tem um problema de operacionalização desse potencial, contando com poucas atrações turísticas efetivas, com exceção da localização de Tróia.

1.3. Alojamento Turístico

Para efeitos de organização da informação, foi feita a análise de três formas de alojamento: Empreendimentos Turísticos; Turismo Rural/Campismo; e Alojamento Local.

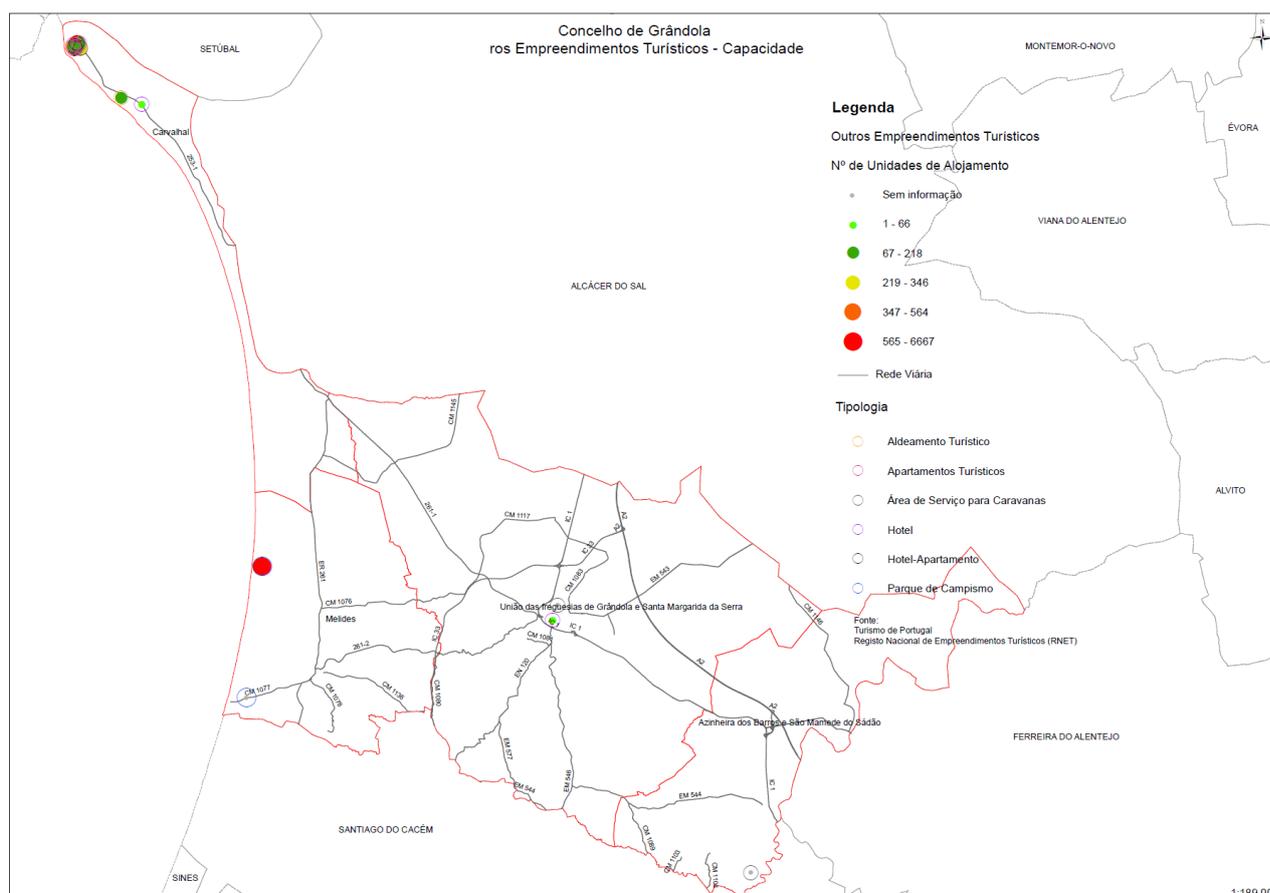
O total de estabelecimentos turísticos licenciados no concelho, incluindo Parque de Campismo e/ou Caravanismo excluindo o Alojamento Local, é de 27 (Tabela 2, em anexo):

- 1 Aldeamento turístico (freguesia de Carvalhal / Tróia);
- 5 Apartamentos turísticos (freguesia de Carvalhal / Tróia);
- 4 Estabelecimentos hoteleiros – Hotel-apartamento (freguesia de Carvalhal / Tróia);
- 1 Conjunto turístico (freguesia de Carvalhal / Tróia);
- 2 Estabelecimentos hoteleiros – Hotel (1 na união de freguesias de Grândola e Santa Margarida da Serra e 1 na freguesia de Carvalhal / Tróia);
- 1 Parque de Campismo e/ou Caravanismo (freguesia de Melides);
- 8 Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural - Casa de Campo (4 na união de freguesias de Grândola e Santa Margarida da Serra e 4 na freguesia de Melides);
- 3 Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural - Agroturismo (2 na união de freguesias de Grândola e Santa Margarida da Serra e 1 na união de freguesias de Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão);
- 2 Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural - Hotel-rural (1 na união de freguesias de Grândola e Santa Margarida da Serra e 1 na união de freguesias de Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão).

Relativamente aos Empreendimentos Turísticos (Carta 1), a oferta localiza-se essencialmente na Península de Tróia e na sede de concelho. É, contudo, na Península de Tróia que os empreendimentos turísticos apresentam uma maior capacidade (de 67 a 564 unidades de alojamento).

Nos empreendimentos turísticos contam-se os estabelecimentos hoteleiros. Os outros empreendimentos turísticos referem-se a Aldeamentos Turísticos, Apartamentos Turísticos, Hotel-apartamento e parques de campismo. Também estão representadas (tendo como fonte os Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Grândola) as áreas de serviço para caravanas.

A capacidade de oferta total destes estabelecimentos de alojamento turístico é de 9.598 hóspedes, sendo o total registado de unidades de alojamento nesses estabelecimentos de 1.135. Os estabelecimentos com maior capacidade encontram-se na freguesia do Carvalhal (que inclui a localidade de Tróia), destacando-se o Tróia Design Hotel (capacidade para 564 pessoas, com 205 unidades de alojamento) e os apartamentos Aqualuz Suite Hotel. O parque de campismo da Praia da Galé, situado na freguesia de Melides, é o estabelecimento com a maior capacidade de alojamento de turistas (6.667 campistas).

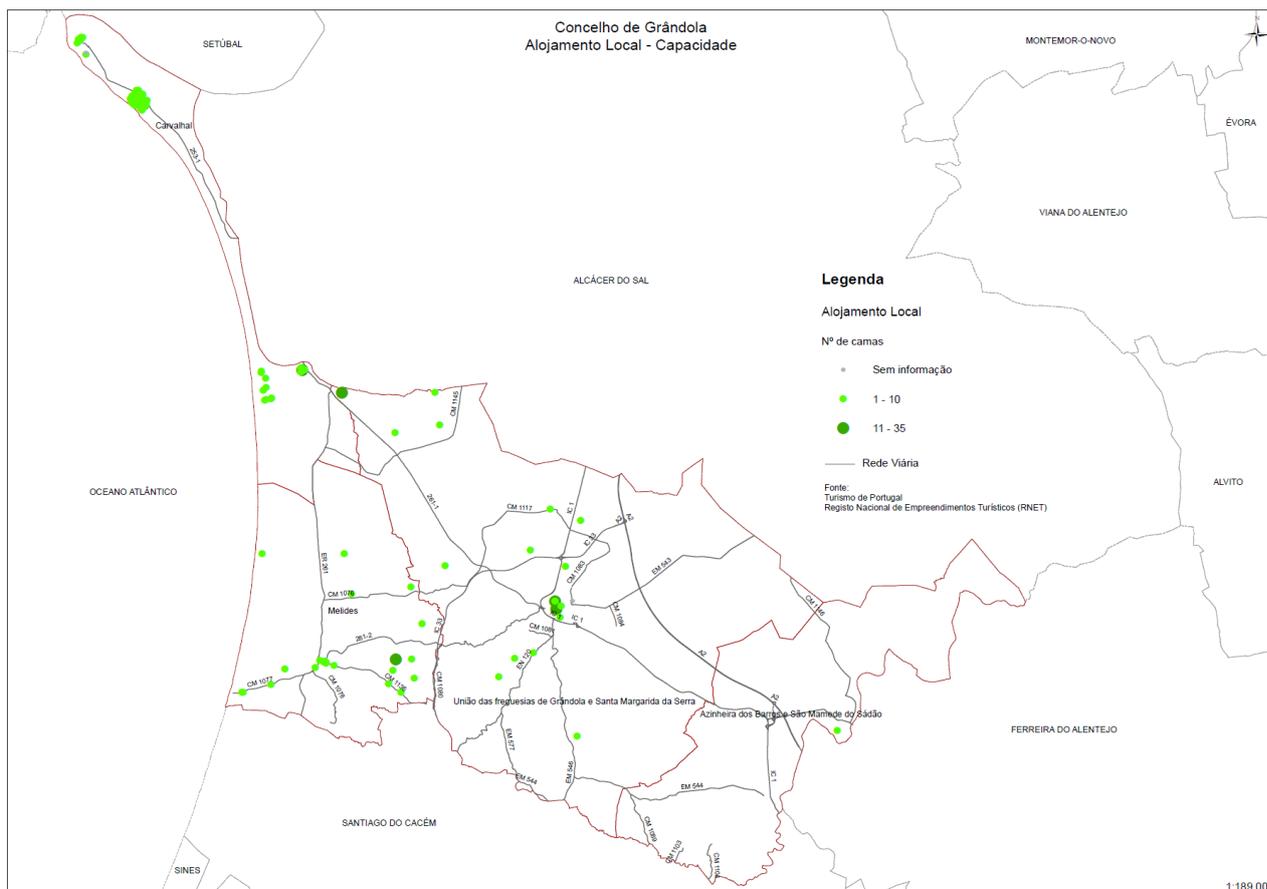
Carta 1: Localização dos Empreendimentos Turísticos no concelho de Grândola

O total de estabelecimentos de Alojamento local apurados em meados de 2016 era de 228 (Tabela 3, em anexo), dividindo-se em:

- 55 Apartamentos (47 Carvalhal, 5 Melides, 3 Grândola e Santa Margarida da Serra);
- 173 Moradias (135 Carvalhal, 22 Melides, 14 Grândola e Santa Margarida da Serra, 2 Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão).

O Alojamento Local apresenta um total de 1.246 camas, permitindo um total de 1.759 hóspedes, num total de 640 quartos. O Alojamento Local encontra-se localizado nas freguesias de Grândola/Santa Margarida da Serra, Melides e Carvalhal (Carta 2). A maioria destas unidades tem uma capacidade entre 1 e 10 camas. Entre 11 e 35 camas contabilizam-se poucas unidades.

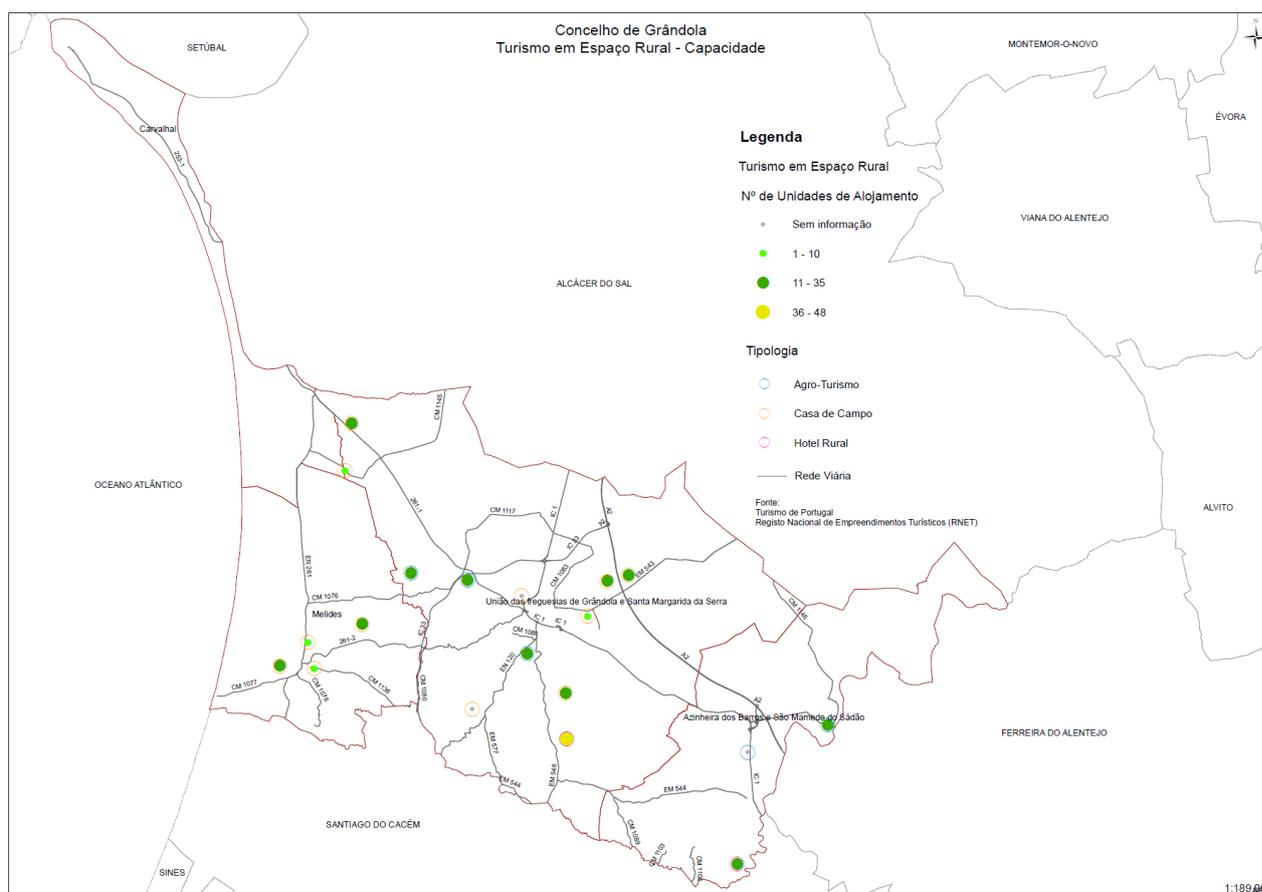
Carta 2: Localização dos estabelecimentos de Alojamento Local no concelho de Grândola



Relativamente à modalidade do Turismo em Espaço Rural, a oferta está concentrada essencialmente nas freguesias de Grândola/Santa Margarida da Serra, Melides e Azinheira dos Barros/São Mamede do Sádão (Carta 3). A maioria dos estabelecimentos tem uma capacidade entre 11 e 35 unidades de alojamento.

Esta modalidade de alojamento turístico contempla as seguintes tipologias: Agroturismo, Casa de Campo e Hotel Rural. No concelho de Grândola predominam as Casas de Campo (com uma capacidade de 1-10 e de 11-35 unidades de alojamento) e o Agroturismo (com uma capacidade de 11-35 unidades de alojamento). Existe ainda um Hotel Rural no concelho, que apresenta uma maior capacidade em termos de unidades de alojamento (de 36 a 48).

Carta 3: Localização dos estabelecimentos de Turismo em Espaço Rural no concelho de Grândola



Observando agora a evolução da oferta de alojamento turístico de Grândola, focou-se, em função dos dados disponíveis no Instituto Nacional de Estatística e na Câmara Municipal de Grândola, três planos de análise:

- A evolução recente do número de estabelecimentos e da capacidade da Oferta de Alojamento Turístico no concelho;
- A evolução recente do pessoal ao serviço nos Estabelecimentos de Alojamento, Restauração e Similares;
- A evolução recente dos principais indicadores de operação turística.

Na Tabela 4, em anexo, apresentam-se dados estatísticos relativos à evolução do número de estabelecimentos e da capacidade da oferta de alojamento turístico no concelho de Grândola. Foi feito para o ano de 2010 um levantamento estatístico para os seguintes estabelecimentos hoteleiros: hotéis, pensões e outros. Entre 2013 e 2014, com as alterações legais que se verificaram ao nível das modalidades de alojamento turístico, esse levantamento foi feito para a Hotelaria, o Alojamento Local e o Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação. Em consequência, separou-se a análise em dois períodos: 2010-2014 e 2013-2014, pois eles não são diretamente comparáveis. Esta abordagem é transversal às várias análises estatísticas que foram realizadas no âmbito deste documento.

Na sequência da análise dessa informação, sintetizam-se as principais conclusões:

- Número total de estabelecimentos:
 - Entre 2010 e 2014 o número de estabelecimentos turísticos no concelho de Grândola aumentou 46.7%, abaixo do crescimento registado no Alentejo Litoral (56.3%) e no Alentejo (61.9%), mas acima do crescimento verificado a nível nacional (43.9%);
 - De 2013 para 2014 o número de estabelecimentos turísticos no concelho de Grândola manteve-se igual, enquanto que crescia no Alentejo Litoral (6.8%), no Alentejo (5.6%) e no país (6.8%).
- Desagregando por modalidade de alojamento turístico este indicador do número total de estabelecimentos, conclui-se:
 - Estabelecimentos de Hotelaria:
 - Entre 2010 e 2014 o número de estabelecimentos de hotelaria cresceu 87.5% no concelho de Grândola, acima do crescimento no Alentejo Litoral (84.4%), no Alentejo (53.6%) e no país (50.3%);
 - De 2013 para 2014 esse crescimento foi de 25.0%, significativamente acima do crescimento do Alentejo Litoral (3.1%), do Alentejo (5.4%) e do país (5.7%).
 - Estabelecimentos de Alojamento Local:
 - De 2013 para 2014 o número de estabelecimentos de Alojamento Local no concelho de Grândola decresceu (-20.0%), contrastando com o crescimento do Alentejo Litoral (9.4%) e do Alentejo (3.8%), mas ainda assim acima do crescimento que se verificou a nível nacional (8.2%).
 - Estabelecimentos de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação:
 - De 2013 para 2014 o número de estabelecimentos de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação no concelho de Grândola decresceu (-50.0%), em contraste com o crescimento do Alentejo Litoral (7.7%) e do Alentejo (6.7%), mas ainda acima do crescimento verificado no plano nacional (5.8%).
 - Capacidade de alojamento turístico total:
 - Entre 2010 e 2014 a capacidade do alojamento turístico no concelho de Grândola cresceu 59.3%, muito acima do crescimento verificado no Alentejo Litoral (38.8%), no Alentejo (35.2%) e no país (18.4%);
 - De 2013 para 2014 a capacidade do alojamento turístico no concelho de Grândola cresceu 5.7%, um ritmo mais lento que nos anos anteriores, e abaixo do crescimento registado no Alentejo Litoral (6.7%) e no Alentejo (5.9%), porém ainda acima do crescimento verificado a nível nacional (4.8%).
- Desagregando este indicador por modalidade de alojamento turístico, deve relevar-se:
 - Capacidade dos Estabelecimentos de Hotelaria:
 - Entre 2010 e 2014 a capacidade dos estabelecimentos hoteleiros no concelho de Grândola cresceu 97.6%, acima do crescimento do Alentejo Litoral (91.8%), do Alentejo (55.2%) e do país (47.6%);

- De 2013 para 2014 esse crescimento foi de 6.0% no concelho de Grândola, acima do crescimento verificado no Alentejo Litoral (5.8%), no Alentejo (5.1%) e no país (4.5%).
- Capacidade do Alojamento Local:
 - De 2013 para 2014 não existem dados comparativos para o concelho de Grândola. Houve crescimento no Alentejo Litoral (10.3%), no Alentejo (5.7%), e no país (5.9%).
- Capacidade do Alojamento de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação:
 - De 2013 para 2014 não existem dados comparativos para o concelho de Grândola. Houve crescimento no Alentejo Litoral (8.6%), no Alentejo (8.8%), e no país (6.3%).
- Capacidade de alojamento, por 1000 habitantes:
 - Entre 2010 e 2014 o crescimento deste indicador no concelho de Grândola foi de 55.6%, muito acima do crescimento registado no Alentejo Litoral (37.2%), no Alentejo (36.1%) e no país (20.1%);
 - De 2013 para 2014 este indicador cresceu 6.1% no concelho de Grândola, um ritmo muito mais lento do que o que se registou nos anos anteriores e abaixo do crescimento verificado no Alentejo Litoral (7.6%) e no Alentejo (6.8%), todavia ainda acima do crescimento nacional (5.2%).

Analisando a oferta total de estabelecimentos de alojamento concluímos que a zona de Grândola apresenta bom crescimento, acima da média nacional, embora a nível regional encontremos uma situação comparativa díspar, com um crescimento superior ao nível dos estabelecimentos de hotelaria e inferior nas restantes modalidades de alojamento turístico.

Em termos de capacidade de alojamento, o concelho de Grândola (incluído no Alentejo litoral, para quando não existem dados que dizem especificamente respeito a Grândola) cresceu em todas as modalidades de alojamento (Hotelaria, Alojamento Local e Alojamentos de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação), salientando-se um crescimento de 97,6%, entre 2010 e 2014, na Hotelaria, bem como um crescimento em Alojamento Local, de 2013 para 2014, de 10,3% no Alentejo Litoral. Tomando o indicador da capacidade de alojamento por 1.000 habitantes, Grândola também tem um crescimento muito positivo, embora perdendo velocidade entre 2013 e 2014.

Entre as três modalidades de alojamento, o crescimento em número de estabelecimentos e em capacidade de oferta da Hotelaria apresenta-se como o mais relevante nos últimos anos.

Na Tabela 5, em anexo, apresentam-se dados estatísticos relativos à evolução do Pessoal ao serviço nos estabelecimentos de alojamento, restauração e similares no concelho de Grândola. Da análise dos respetivos dados, sintetizam-se as principais conclusões:

- Evolução do pessoal ao serviço nos estabelecimentos de alojamento, restauração e similares:
 - Entre 2010 e 2014 o pessoal ao serviço nos estabelecimentos turísticos com sede no concelho de Grândola decresceu (-7.4%), abaixo dos decréscimos do Alentejo Litoral (-2.3%), do Alentejo (-5.6%) e do país (-4.5%);
 - O mesmo indicador decresceu (-16.5%) no concelho de Grândola, de 2013 para 2014, abaixo dos decréscimos do Alentejo Litoral (-6,5%), do Alentejo (-5,0%) e do país (-1.8%);
 - Quanto ao pessoal ao serviço nos estabelecimentos turísticos localizados no concelho de Grândola regista-se igualmente um decréscimo de 2013 para 2014 (15.3%), abaixo dos decréscimos do Alentejo Litoral (-6.3%), do Alentejo (-3.2%) e do país (-1.9%);

- Não estão disponíveis os dados comparáveis reportados a 2010 para apurar a variação deste indicador entre 2010 e 2014;
- Pessoal ao serviço por estabelecimento de alojamento, restauração e similares:
 - Entre 2010 e 2014 o pessoal ao serviço por estabelecimento turístico com sede no concelho de Grândola decresceu de 3,3 para 2,8 empregados por estabelecimento, enquanto no Alentejo Litoral, no Alentejo e o país esses decréscimos foram, respetivamente, de 2,6 para 2,3, de 2,1 para 1,8 e de 3,4 para 2,9;
 - De 2013 para 2014 esse indicador decresceu em Grândola de 3,2 para 2,8 empregados por estabelecimento, enquanto no Alentejo Litoral e no Alentejo esses decréscimos foram, respetivamente, de 2,4 para 2,3 e de 1,9 para 1,8. Nesse período a situação nacional manteve-se estável;
 - Quanto ao pessoal ao serviço nos estabelecimentos turísticos localizados no concelho de Grândola, regista-se igualmente um decréscimo de 2013 para 2014 (de 3,5 para 3,1 empregados por estabelecimento), abaixo do decréscimo do Alentejo Litoral (de 2,5 para 2,4). No Alentejo (2,1) e no país (2,9%) a situação manteve-se estável;
 - Não estão disponíveis os dados comparáveis reportados a 2010 para apurar a variação deste indicador entre 2010 e 2014.

Em geral, o indicador do pessoal ao serviço das empresas da cae-rev3 do turismo com sede / com atividade no município sofreu importantes quebras, acima das que aconteceram a nível regional e nacional.

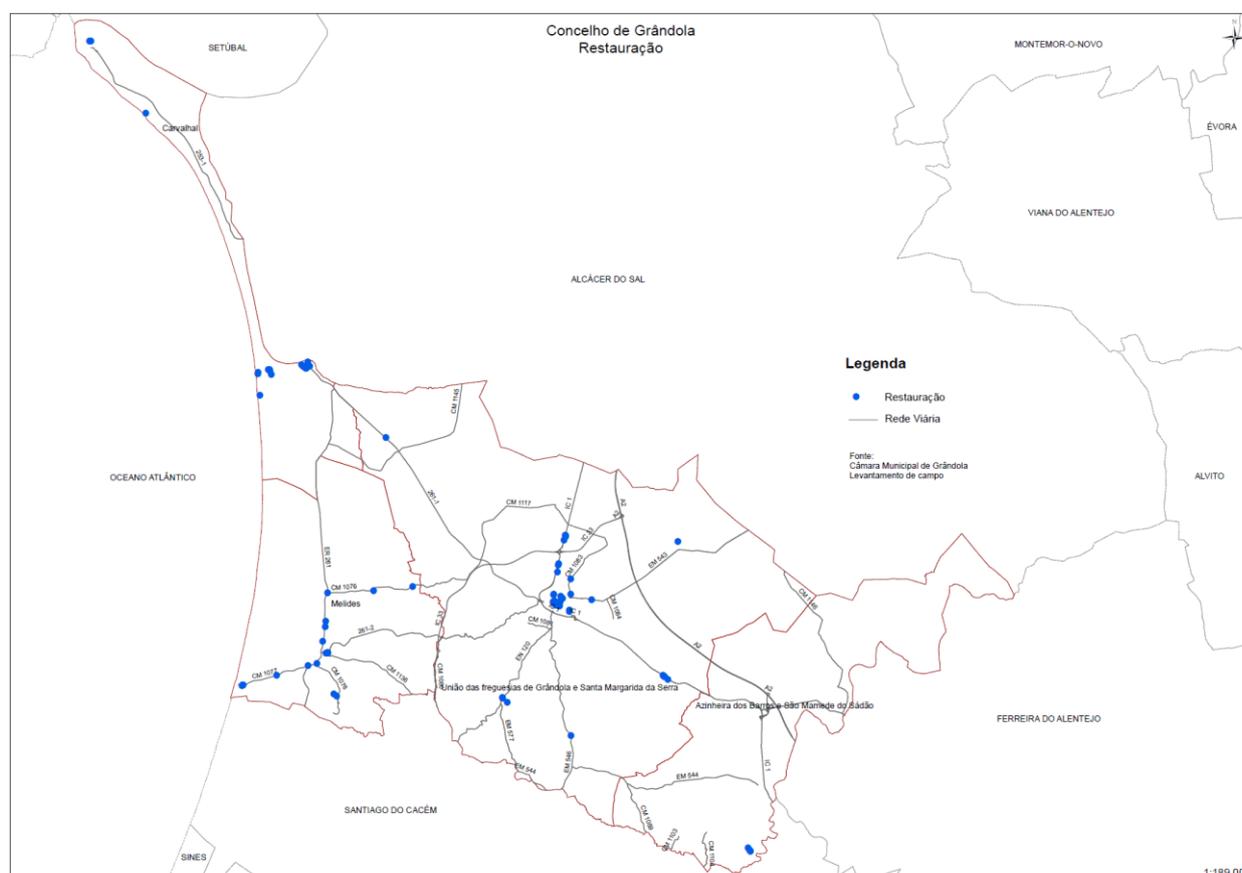
Outras notas que importa relevar:

- Apesar do aumento de estabelecimentos de alojamento e restauração, o pessoal ao serviço dos estabelecimentos turísticos diminuiu, seguindo a tendência regional e nacional;
- É na península de Tróia onde se concentra a maioria dos empreendimentos hoteleiros, principalmente os de maior capacidade de oferta de unidades de alojamento;
- O Alojamento Local e os estabelecimentos de Turismo no Espaço Rural concentram-se principalmente na freguesia de Grândola/Santa Margarida da Serra e Melides.

1.4. Restauração

A maioria dos estabelecimentos de restauração do concelho (Carta 4) localiza-se na União das Freguesias de Grândola e Santa Margarida da Serra (na sede de concelho e a Norte da mesma, ao longo da rede viária). Na freguesia de Melides também se encontram os estabelecimentos de restauração localizados preferencialmente ao longo da rede viária. Outra localização de concentração de restauração é a freguesia do Carvalhal, que inclui a península de Tróia. A União das Freguesias de Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão é a que apresenta um menor número destas unidades.

Carta 4: Localização dos estabelecimentos de Restauração no concelho de Grândola



1.5. Empresas de Animação Turística, Agências de Viagens, Empresas de Transporte Privado

No concelho existem dois operadores marítimos turísticos (freguesia do Carvalhal, em Tróia) e 5 empresas de animação turística: 3 na freguesia de Carvalhal, 1 na freguesia de Melides e 1 na sede de concelho (Tabela 7, em anexo). Estes operadores e agentes desenvolvem atividades de *incoming/recetivas* que são um importante complemento da oferta turística de Grândola, especialmente na faixa litoral. De seguida, sintetizam-se os principais serviços turísticos oferecidos:

- 4 agentes oferecem atividades ar livre/natureza e aventura;
- 4 operadores/agentes oferecem atividades de marítimo-turísticas;
- 2 agentes oferecem atividades culturais/tour paisagem e cultural;

- 4 agentes oferecem atividades reconhecidas como turismo de natureza.

Relativamente às Agência de Viagens, o concelho de Grândola dispõe de 4 agentes registados, todos localizados na sede de concelho (Tabela 1, abaixo). Pela informação recolhida, não é claro se estas agências de viagem oferecem serviços de *incoming*/recetivos de forma sistemática e integrada com a oferta turística existente no concelho.

Tabela 1: Agentes de viagens e Turismo no concelho de Grândola

Agentes de Viagem e Turismo – Agosto de 2016	
Denominação	Localidade
ExclusiveTravel, Agencia de Viagens e Turismo, Unipessoal, Lda	Grândola
Momentos Originais - Viagens e Turismo, Soc. Unipessoal, Lda	Grândola
Passeios e Companhia, Lda	Grândola
Travel Vila Morena – Viagens e Turismo, Unipessoal, Lda	Grândola

1.6. NDT – Núcleos de Desenvolvimento Turístico

No concelho de Grândola, ao abrigo dos instrumentos de ordenamento do território de nível regional com incidência no Turismo, com efetividade no Plano Diretor Municipal, estão aprovados um conjunto de instrumentos de planeamento que seguidamente se descrevem:

▪ PLANO DE URBANIZAÇÃO DE TRÓIA

- . Inclui 9 UNOP;
- . O número total de camas admitidas é de 15 307, sendo 10 701 turísticas e 4 606 residenciais.

▪ PLANO DE PORMENOR DO NDT 3 – Carvalhal

- . Número de camas previsto:
 - . Camas residenciais: 1 496; Camas turísticas: 4 478; total de 5 974 camas
 - . Loteamento da ADT 3: Camas residenciais: 1 496; Camas turísticas: 4 478

▪ PLANO DE PORMENOR DO NDT 4 – Fontainhas

- . Número de camas previsto:
 - . Camas residenciais: 1 725; Camas turísticas 5 175; num total de 6 900 camas

Loteamento do Pinheirinho

- . Número de camas previsto:
 - . Camas residenciais: 714; camas turísticas: 2 197; num total de 2 911 camas

Loteamento da Costa Terra

. N.º de Camas previsto:

. Camas residenciais: 714; camas turísticas: 2 198, num total de 2 912 Camas

Loteamento da Galé

. Número de camas previsto:

. Camas residenciais: 294

Parque de Campismo da Galé

. Limite de 780 camas previsto em PP e licenciadas.

Ao todo, é de 28 181 o número de camas aprovadas no concelho de Grândola nos Instrumentos de Ordenamento do Território em vigor. Refira-se ainda, complementarmente, que:

- O Plano de Pormenor da ADT 5, delimitado junta à praia de Melides, ficou sem efeito por determinação do PROT Alentejo (norma 183), encontrando-se em estudo o procedimento futuro relativo à área em causa, ocupada por construções não licenciadas, na sua grande maioria, sendo necessária uma intervenção que considere a situação e requalifique o espaço.
- É importante mencionar também a ADT2, um polo de desenvolvimento turístico previsto perto da localidade da Comporta, no concelho de Alcácer do Sal, muito próximo da praia da Comporta e de Tróia, que terá um impacto importante sobre toda uma vasta área do concelho de Grândola, principalmente sobre as suas praias e aldeias do litoral, caso venha a ser implementado.

2. Procura Turística e Macro Indicadores de Atividade Turística

2.1. Hóspedes

Os hóspedes totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (Tabela 8, em anexo) registaram um crescimento positivo para os dois períodos em análise 2014-2010 e 2014-2013, nos quais o concelho de Grândola se destaca, com 85,21% e 16,38%, respetivamente.

A categoria Hotelaria para o período compreendido entre 2014-2013 registou um crescimento positivo, em que o concelho de Grândola, se volta a destacar, com 19% de crescimento. Relativamente ao Alojamento Local e ao Turismo no Espaço Rural/Turismo de Habitação, não se dispõe de dados para caracterizar a situação específica de Grândola, embora se tenham registados aumentos significativos no Alentejo Litoral (24%) e no Alentejo (26%).

Os estabelecimentos de hotelaria recebem a maioria dos hóspedes registados no concelho. Do total de hóspedes que pernoveram no território de Grândola em 2013 (77 736 hóspedes), 69 686 hospedaram-se em estabelecimentos de hotelaria, 6 495 em alojamento local e 1 555 em Turismo no Espaço Rural/Turismo de habitação.

Relativamente aos hóspedes que pernoveram em estabelecimentos hoteleiros entre 2010-2014, verificou-se um crescimento em todas as áreas geográficas que foram analisadas, mas foi o concelho de Grândola que registou o incremento mais significativo (85,21%). Nesse período, passou-se de 48 845 hóspedes para 90 466, sendo importante observar que a maioria optou por se hospedar em estabelecimentos hoteleiros. A mesma tendência de crescimento verifica-se entre 2013-2014, em que Grândola volta a ocupar um lugar de destaque (16,38%).

Relativamente à evolução do número de hóspedes por local proveniência (Tabela 9, em anexo), registou-se um aumento muito significativo no concelho de Grândola, no período compreendido entre 2010 e 2014, dos hóspedes com origem francesa (1 514,44%), britânica (265,33%), espanhola (163,59%) e alemã (125,84%). Os hóspedes de origem portuguesa tiveram uma evolução menos representativa (66,52%), mas importa registar que partem de uma base mais significativa e consolidada.

Entre 2013 e 2014, o concelho de Grândola conheceu uma evolução relevante do número de hóspedes igualmente de origem francesa (96,44%), britânica (75,36%) e espanhola (36,46%), embora os hóspedes com origem alemã tenham registado um decréscimo de -9,79%. A evolução do número de hóspedes com proveniências francesa e espanhola é igualmente significativa nas restantes áreas geográficas que foram analisadas (Alentejo Litoral e Alentejo).

No total, o número de hóspedes estrangeiros em Grândola aumentou bastante de 2010 para 2014, destacando-se, por país de proveniência, os hóspedes vindos de Espanha (1 961 para 5 169), de França (270 para 4 359) e da Alemanha (449 para 1 014). Embora sem registar variações relativas tão importantes, o total de hóspedes nacionais continua a ser o mais importante em termos absolutos em Grândola (de 66.012 para 74.407, de 2010 para 2014, respetivamente).

2.2. Dormidas

Relativamente ao total de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico entre 2010-2014 (Tabela 10, em anexo), verificamos que todas as áreas geográficas analisadas obtiveram um acréscimo, entre as quais se destaca o concelho de Grândola (112,65%). Essa tendência de crescimento também se verificou entre os anos 2013 e 2014, período em que o concelho de Grândola se destaca novamente com 22,64% de acréscimo.

No que aos estabelecimentos de Hotelaria diz respeito verifica-se um crescimento positivo no período compreendido entre 2010 e 2014, em que Grândola se destaca com 113%. De igual forma, entre 2013 e 2014, o concelho de Grândola evidencia 23% de acréscimo. Relativamente aos estabelecimentos de Alojamento Local e de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, entre 2013 e 2014, e não estando disponíveis dados concretamente para o concelho de Grândola, foi verificado um crescimento, tanto no Alentejo Litoral (27%) como no Alentejo (26%).

Na análise das dormidas por nacionalidade de proveniência (Tabela 11, em anexo), além do crescimento das dormidas dos hóspedes franceses no concelho de Grândola, também são importantes os acréscimos de dormidas de hóspedes ingleses (320%), espanhóis (250%) e alemães (184%) que se verificou entre 2010 e 2014. A evolução das dormidas de hóspedes portugueses é menos representativa com 61% de crescimento, mas parte de uma base mais significativa em termos absolutos e mais consolidada.

Nas restantes áreas geográficas analisadas a evolução das dormidas de hóspedes por nacionalidade não é muito diferente da que se verifica em Grândola. Nessas áreas em análise também se constata a evolução relativa mais modesta das dormidas de portugueses.

Entre 2014 e 2013, no concelho de Grândola, continua a prevalência da evolução de dormidas de franceses (188,42%), seguida das dormidas dos hóspedes provenientes do Reino Unido (40%) e dos espanhóis (31%). Verificou-se, contudo, um decréscimo das dormidas de alemães (-19,57%).

2.3. Fluxos turísticos: movimentos em Postos de Turismo e em Ferry

Na Tabela 12, em anexo, apresenta-se dados respeitantes ao número de visitantes dos postos de turismo no concelho de Grândola e nos concelhos limítrofes entre 2013 e 2015. Apesar de, devido a falha informática, não ser possível analisar os resultados totais para o concelho de Grândola, observando-se os dados de Santiago do Cacém, Sines e Odemira nesse período, encontra-se um padrão de crescimento muito significativo no número de visitantes nos postos de turismo, ao longo dos anos em análise. De acordo com a sensibilidade recolhida junto do pessoal a trabalhar nos postos de turismo do concelho, o mesmo também sucedeu em Grândola.

Na tabela 13, em anexo, pode-se analisar o movimento dos Postos de Turismo em Grândola ao longo do ano de 2013. O fenómeno da sazonalidade está bem evidente, pois em apenas 3 meses (Julho, Agosto e Setembro) foram realizadas 50.04% do total das visitas aos postos de turismo concelhios. Este elevado valor de visitas compreende-se pelo elevado número de turistas presentes no concelho nessa altura do ano. Verifica-se ainda que quase metade destas visitas foram realizadas por portugueses (47.93%), seguindo-se os espanhóis (14.14%) e os alemães (11.32%).

Na tabela 14, em anexo, encontra-se a mesma informação, mas para o ano de 2014, embora apenas de Janeiro a Maio. Nos meses comparáveis, observam-se valores muito idênticos aos valores de 2013. Verificou-se ainda que quase metade das visitas aos postos de turismo foram realizadas por portugueses (48.66%), seguindo-se os espanhóis e os alemães (12.62%) como em 2013, embora com uma pequena quebra nas visitas de turistas espanhóis.

Outro vetor relevante que foi analisado no que respeita aos fluxos turísticos em Grândola, específico ao concelho, é o movimento dos ferries entre a cidade de Setúbal e Tróia. Na tabela 15, em anexo, apresentam-se dados relativos aos bilhetes vendidos nas travessias fluviais realizadas pela AtlanticFerries.

O valor total junta o número de bilhetes para viaturas com o número de bilhetes para passageiros. Para 2014, o total indicado é de 780 600 bilhetes vendidos, e para 2015, de 826 941, verificando-se uma subida de 5.9%, devido principalmente ao grande aumento nos meses de Junho (15,4%) e Setembro (17,79%).

Entre Janeiro e Julho de 2016, o total indicado é de 426 516 bilhetes vendidos, enquanto a soma para os mesmos meses durante o ano de 2015 foi de 433 907, verificando-se uma queda de 1.7%, neste período. No entanto, no mês de Junho continua a existir crescimento (6,3%), tal como no mês de Agosto. Mais uma vez se observa a importância do fenómeno da sazonalidade, pois nos meses de época baixa registam-se crescimentos muito pequenos (ou mesmo pequenos decréscimos).

Com base nestes dados pode-se observar que nos meses de época alta (Junho, Julho e Agosto) ocorreram sempre crescimentos significativos de 2014 até 2016, enquanto nos meses de época mais baixa se observou uma quebra no número de bilhetes de 2015 para 2016 (meses de Janeiro a Maio).

Nos passageiros de 2015 para 2016 houve um decréscimo de passageiros nos meses de Janeiro a Julho, enquanto de 2014 para 2015 houve um crescimento nos mesmos meses do ano.

No que diz respeito às viaturas, o número total de viaturas manteve-se relativamente estável (com ligeiro aumento de 2014 para 2015). No entanto, observam-se oscilações no que toca aos meses de Abril e Maio (quedas no número de bilhetes), enquanto em Junho e Julho se verificam aumentos nos bilhetes vendidos (se comparados os anos de 2015 e 2016).

2.4. Estadia Média e Taxa de Ocupação

Na Tabela 16, em anexo, apresentam-se alguns indicadores de operação turística no concelho de Grândola. Da análise destes indicadores, é possível tirar as seguintes ilações:

- Estadia média nos estabelecimentos de alojamento turístico:
 - Entre 2010 e 2014 a estadia média no concelho de Grândola aumentou 11.5%, acima do crescimento do Alentejo Litoral (8.3%), do Alentejo (5.6%) e do país, que se manteve constante;
 - Entre 2013 e 2014 a estadia média no concelho de Grândola aumentou 5.0%, acima do crescimento verificado no Alentejo Litoral (3.8%), no Alentejo (0.5%) e no país (-2.1%).
- Desagregando o indicador da estadia média por modalidade de alojamento turístico, conclui-se:
 - Estadia média nos estabelecimentos de Hotelaria:
 - Entre 2010 e 2014 não existem dados comparativos para o concelho de Grândola. Houve crescimento no Alentejo Litoral (16.7%), no Alentejo (11.1%) e no país (17.2%);
 - De 2013 para 2014 a estadia média nos estabelecimentos de Hotelaria cresceu 5.2% no concelho de Grândola, acima do crescimento do Alentejo Litoral (1.7%), do Alentejo (2.8%) e do país (-1.7%).
 - Estadia média nos estabelecimentos de Alojamento Local:
 - Entre 2010 e 2014 não existem dados comparativos;
 - De 2013 para 2014 também não existem dados comparativos para o concelho de Grândola. Houve crescimento da estadia média nos estabelecimentos de Alojamento Local no Alentejo Litoral (1.5%) e decréscimo no Alentejo (-2.9%) e no país (-3.6%).
 - Estadia média nos estabelecimentos de turismo no espaço rural e turismo de habitação:
 - Entre 2010 e 2014, não existem dados comparativos;
 - De 2013 para 2014 não existem igualmente dados comparativos para o concelho de Grândola. Registou-se um decréscimo da estadia média nos estabelecimentos de turismo no espaço rural e turismo de habitação no Alentejo Litoral (-0.8%), um crescimento no Alentejo (1.4%) e uma situação de estagnação no país (0.0%).
- Taxa de ocupação-cama:
 - A taxa de ocupação-cama no concelho de Grândola decresceu (-6.2%) entre 2010 e 2014, enquanto estagnou no Alentejo Litoral (0.0%), decresceu no Alentejo (-6.7%) e cresceu no país (8.7%);
 - De 2013 para 2014 este indicador cresceu 9.7% no concelho de Grândola, acima do crescimento registado no Alentejo Litoral (7.9%), no Alentejo (9.0%) e no país (6.3%).

Desagregando o indicador da estadia média por modalidade de alojamento turístico, conclui-se:

- Taxa de ocupação-cama na Hotelaria:
 - Entre 2010 e 2014 não existem dados comparativos para o concelho de Grândola. Houve um decréscimo na taxa de ocupação-cama na Hotelaria no Alentejo Litoral (-42.2%) e no Alentejo (-8.8%), enquanto que esse indicador cresceu no país de forma muito significativa (91.6%);
 - De 2013 para 2014 a taxa de ocupação-cama na Hotelaria cresceu 10.4% no concelho de Grândola, acima do crescimento que se verificou no Alentejo Litoral (7.9%), no Alentejo (9.0%) e no país (5.8%).
- Taxa de ocupação-cama no Alojamento Local:
 - De 2013 para 2014 não existem dados compilados para o concelho de Grândola. Houve crescimento no Alentejo Litoral (14.3%), no Alentejo (7.4%) e no país (11.8%).
- Taxa de ocupação-cama em alojamentos de Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação:
 - De 2013 para 2014 não existem dados tratados para o concelho de Grândola. Houve um crescimento no Alentejo Litoral (1.0%), no Alentejo (10.7%) e no país (7.1%).

No capítulo da estadia média regista-se, tanto quanto se pode observar (em termos globais, pois não se dispõe de dados específicos às várias modalidades de alojamento) uma diminuição em termos absolutos no período de 2010 a 2014, apesar da recuperação verificada entre 2013 e 2014.

A situação em Grândola contrasta com a tendência regional e nacional, principalmente nos estabelecimentos da hotelaria (-42,2% em Grândola, face aos -8.8% no Alentejo e aos 91,6% no país, entre 2010 e 2014). Os dados relativos a 2013-14 mostram uma inversão desta tendência, com impacto na comparação com o plano regional e o nacional (de 10,4% em Grândola, face a 7,9% no Alentejo Litoral e 5,8% no país).

Consequentemente, no que diz respeito às taxas de ocupação-cama, houve um decréscimo de 2010 para 2014 no concelho de Grândola, embora entre 2013 e 2014 já se possa assinalar uma inversão de tendência. Analisando agora por modalidade de alojamento turístico:

- Na Hotelaria o número de estabelecimentos tem apresentado um crescimento positivo nos últimos anos, com reflexo no aumento da capacidade de oferta hoteleira, acompanhada por uma regressão importante nas taxas de ocupação cama (-42,2%), algo que se estará a inverter (face ao crescimento de 10,4% de 2013 para 2014);
- No Alojamento Local, embora o número de estabelecimentos tenha diminuído em Grândola, a capacidade total aumentou e apresentou resultados muito acima da região (Alentejo Litoral e Alentejo). Já a estadia média, e não dispondo de dados específicos para o concelho, importa registar um aumento no Alentejo Litoral, ao inverso do que ocorreu no Alentejo.

2.5. Proveitos turísticos

Ainda na Tabela 16, em anexo, apresenta-se o indicador dos proveitos por aposento no concelho de Grândola. Globalmente, os proveitos registam um crescimento sustentado no período em análise, sendo possível tirar as seguintes ilações:

- Entre 2010 e 2014, os proveitos por aposento no concelho de Grândola cresceram 5.9%, abaixo do crescimento no Alentejo Litoral (12.9%), no Alentejo (6.5%) e no país (8.3%);
- De 2013 para 2014 os proveitos por aposento cresceram 8.8% no concelho de Grândola, acima do crescimento do Alentejo Litoral (6.5%) e do país (8.3%), mas abaixo do crescimento verificado no Alentejo (12.9%).

Esta situação, aparentemente desenquadrada da dinâmica positiva que se regista ao nível do setor do turismo no concelho de Grândola, pode ter a sua justificação no crescimento a um ritmo superior que se verificou na capacidade de oferta do concelho de Grândola e com a redução de preçários praticados na respetiva oferta de alojamento turístico, de forma mais agressiva que a verificada nos outros contextos geográficos em análise.

2.6. Despesa turística

Os proveitos por aposento são um indicador da despesa turística no concelho, mas não refletem a totalidade da realidade da despesa turística no concelho. Não dispondo de elementos estatísticos diretamente relacionados com a despesa turística ao nível do concelho, optou-se por analisar o movimento das caixas de multibanco, pois constitui um modo de obtenção de liquidez e de pagamento preferencial utilizado pelos turistas. Este é obviamente um indicador que deve ser tomado a título de referência, especialmente quando se tem em consideração os cidadãos estrangeiros, e nunca como um universo de análise totalmente fiável.

Na Tabela 17 encontra-se reunida a informação respeitante à atividade da rede caixa automático multibanco no concelho. De seguida apresentam-se as principais conclusões da análise realizada:

- Total de operações efetuadas:
 - Entre 2010 e 2014, as operações de multibanco no concelho de Grândola aumentaram 4.8%, bastante acima do crescimento do Alentejo Litoral (0.4%), Alentejo (2.3%) e país (1.2%);
 - De 2013 para 2014, essas operações diminuíram (- 0.5%) no concelho de Grândola, ao contrário do Alentejo Litoral (1.0%), do Alentejo (0.8%) e do país (0.2%).
- Número de levantamentos de cidadãos nacionais:

- Entre 2010 e 2014, os levantamentos efetuados por portugueses no concelho de Grândola, cresceram 1.9%, enquanto decresceram no Alentejo Litoral (-2.6%) e no país (-1.3%); enquanto no Alentejo permaneceram praticamente estagnados (0.2%);
- De 2013 a 2014, os levantamentos feitos por portugueses no concelho de Grândola, cresceram 0.2%, contra 1.4% no Alentejo Litoral, 1.1%, no Alentejo e 0.3% no país.
- **Levantamentos de cidadãos nacionais em milhares de euros:**
 - Entre 2010 e 2014, o montante total dos levantamentos efetuados por portugueses no concelho de Grândola cresceu 0.8%, enquanto decresceu no Alentejo Litoral (-4.9%) e no Alentejo (-2.6%) e subiu no país (3.3%);
 - De 2013 para 2014, já houve uma diminuição no concelho de Grândola (-0.6%), enquanto que, ao contrário, esse montante de levantamentos cresceu no Alentejo Litoral (1.2%), no Alentejo (0.7%) e no país (0.5%).
- **Número de levantamentos de cidadãos internacionais:**
 - Entre 2010 e 2014, os levantamentos de cidadãos internacionais no concelho de Grândola cresceram 31.3%, acima dos registados no Alentejo Litoral (19.5%), no Alentejo (17.4%) e no país (27.3%);
 - Entre 2013 e 2014, o número de levantamentos efetuados no concelho de Grândola, manteve-se constante, enquanto que cresceu no Alentejo Litoral (12.2%), no Alentejo (8.3%) e no país (9.6%).
- **Levantamentos de cidadãos internacionais em milhares de euros:**
 - Entre 2010 e 2014, os levantamentos realizados por cidadãos estrangeiros no concelho de Grândola cresceram 34.3%, acima do Alentejo Litoral (20.6%), Alentejo (22.1%) e do país (28.3%);
 - Entre 2013 e 2014, esses levantamentos, decresceram (-0.7%) no concelho de Grândola, enquanto que cresceram no Alentejo Litoral (11.7%), no Alentejo (9.8%) e no país (9.7%).
- **Total do número de operações em terminais de pagamento automático:**
 - Entre 2010 e 2014, o número de operações em terminais ATM no concelho de Grândola cresceu 5.7%, tal como sucedeu no Alentejo Litoral (5.7%), no Alentejo (0.3%) e no país (5.0%);
 - Entre 2013 e 2014, essas operações cresceram 4.0% no concelho de Grândola, do mesmo modo como no Alentejo Litoral (7.0%), no Alentejo (5.8%) e no país (6.2%).
- **Valor total de operações em terminais de pagamento automático, em milhares de euros:**

- Entre 2010 e 2014, o valor total das operações em terminais ATM no concelho de Grândola aumentou 6.7%, bem acima do Alentejo Litoral (1.7%), do Alentejo (1.6%) e do país (2.3%);
- Já entre 2013 e 2014, essas operações diminuíram no concelho de Grândola (-1.1%), ao contrário do sucedido no Alentejo Litoral (4.5%), no Alentejo (4.7%) e no país (5.7%), onde se registaram aumentos relevantes.

Os elementos apurados mostram que os movimentos realizados no sistema Multibanco em Grândola apresentam um crescimento significativo entre 2010 e 2014, acima das restantes unidades territoriais analisadas, embora entre 2013 e 2014 tenha acontecido um movimento oposto. Esta tendência geral é também observada no que particularmente diz respeito aos cidadãos estrangeiros, o que constitui um dado relevante em termos da caracterização da dinâmica da atividade turística local.

PARTE II: SITUAÇÃO DE TRANSIÇÃO

ANÁLISE PROSPETIVA DA EVOLUÇÃO DO SETOR DO TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA

1. Vertente Territorial

Apresenta-se seguidamente, sob a forma sucinta de cartas e tabelas, com textos curtos de enquadramento, de modo a permitir o acesso mais dinâmico possível à informação respeitante à vertente territorial do setor do turismo no concelho de Grândola.

Em complemento ao diagnóstico ao setor do turismo que foi realizado anteriormente, esta parte do trabalho visa essencialmente reunir informação de carácter prospetivo, na vertente territorial, que venha a sustentar o modelo territorial de turismo do concelho de Grândola.

1.1. Valores do território com impacto no setor do turismo

A equipa técnica do município de Grândola encarregada da revisão do PDM do concelho foi desafiada pela a Essentia a refletir sobre quais os valores do território do concelho de Grândola mais relevantes para a sustentação e dinamização da respetiva atividade turística. Pretendia-se identificar e hierarquizar os valores do território com maior impacto no turismo de Grândola. Este exercício foi sistematizado com recurso a uma matriz de valores do território com impacto no do turismo que se apresenta na Tabela 2.

Tabela 2: Matriz de valores do território com impacto no turismo de Grândola

	Valores do Território					
	Íntegro	Resiliente	Sereno	Diverso	Inspirador	Fraterno
Simplicidade	ooo	oo Afinidade com território que escolheu ser simples	ooo	oo	ooo	ooo Hospitalidade
Mudança	ooo	oo Afinidade com território que escolheu ser simples	ooo	ooo	ooo	oo Procura comunidade
Liberdade	-	-	oo Paz de espírito	ooo	ooo Criação dos artistas	ooo Livre entre amigos
Descoberta	oo	oo Contacto com o passado	oo	ooo	ooo	oo
Família	-	-	oo	oo	oo	ooo
Conforto	-	-	oo	o	o	oo Hospitalidade
Ócio	o	-	ooo Chaparrros	oo	oo	oo Convívio com locais
Status	-	-	-	o	o	oo

Os valores do território que o grupo de trabalho identificou como mais relevantes para a atividade turística no concelho foram:

- A **integridade**, reflexo de um território ainda preservado na vertente ambiental e natural e fiel aos seus valores históricos, culturais e identitários;
- A **resiliência**, que espelha a capacidade dos habitantes de lidar com as dificuldades económicas e sociais que historicamente afetaram o concelho e a associação de Grândola à resistência à ditadura;
- A **serenidade**, que emana das águas do estuário do Sado e do próprio rio enquanto atravessa os arrozais e que também é transmitida pelas planuras pontuadas de montados e pinhais;
- A **diversidade**, expressa na presença de realidades territoriais muito distintas, do mar à serra, das dunas às arribas, do estuário às lagoas, etc.;
- A **inspiração**, que tanto se pode ir buscar à contemplação do mar como à música popular, e que tantos criadores e artistas tem atraído ao concelho, desde cantores de intervenção até aos designers da moda mais cosmopolitas;
- E a **fraternidade**, resultado da entreatajuda entre os grandolenses nos momentos de dificuldade e no espírito de comunidade que ainda prevalece.

O grupo de trabalho refletiu também sobre os valores que os turistas tendem a identificar mais com o concelho e que quase sempre estão na base da tomada de decisões da escolha de Grândola como destino de férias e lazer:

- A **simplicidade**, reflexo de um território ainda preservado na vertente ambiental e natural e fiel aos seus valores históricos, culturais e identitários;
- A **mudança**, que espelha a capacidade dos habitantes de lidar com as dificuldades económicas e sociais que historicamente afetaram o concelho e a associação de Grândola à resistência à ditadura;
- A **liberdade**, que emana das águas do estuário do Sado e do próprio rio enquanto atravessa os arrozais e que também é transmitida pelas planuras pontuadas de montados e pinhais;
- A **descoberta**, expressa na presença de realidades territoriais muito distintas, do mar à serra, das dunas às arribas, do estuário às lagoas, etc.;
- A **família**, que tanto se pode ir buscar à contemplação do mar como à música popular, e que tantos criadores e artistas tem atraído ao concelho, desde cantores de intervenção até aos designers da moda mais cosmopolitas;
- O **conforto**, que tanto se pode ir buscar à contemplação do mar como à música popular, e que tantos criadores e artistas tem atraído ao concelho, desde cantores de intervenção até aos designers da moda mais cosmopolitas;
- O **ócio**, que tanto se pode ir buscar à contemplação do mar como à música popular, e que tantos criadores e artistas tem atraído ao concelho, desde cantores de intervenção até aos designers da moda mais cosmopolitas;
- E o **status**, resultado da entreatajuda entre os grandolenses nos momentos de dificuldade e no espírito de comunidade que ainda prevalece.

Do cruzamento dos valores do território relevantes para a atividade turística com os valores que os turistas associam ao concelho de Grândola resultou um sistema de valores do território com impacto no setor do turismo, que pode ser assim hierarquizado:

- Grândola pode ser visto como um destino turístico marcado pela ideia da **fraternidade**, um território apelativo para a estadia de grupos de amigos e das famílias, para viver as férias em comunidade e para conviver de forma aberta com a comunidade local.
- É um destino turístico marcado pela **serenidade** e pela **diversidade** e também é um local de férias **inspirador**, que proporciona experiências muito diversificadas, em contacto com o oceano e com a Natureza, mas também com contextos culturais e artísticos estimulantes e marcantes
- Grândola, por fim, também é um destino que é procurado pela sua **integridade** e **resiliência**, que apela pelas experiências turísticas mais autênticas e despreziosas, uma certa ideia de despojamento (“less is more”), que num certo sentido continua a fazer do concelho um segredo bem guardado, apesar da pressão turística que se faz sentir no litoral durante o Verão;

Paralelamente, o grupo de trabalho foi desafiado a pensar no turismo em Grândola com base numa ideia forte, relacionada com o universo do imaginário turístico, mas simultaneamente representativa do território do concelho de Grândola.

Da reflexão que foi realizada surgiu com clareza a ideia da água como referencial potencial do turismo de Grândola para os próximos anos.

Os argumentos para eleger a água como ideia forte a trabalhar para o turismo de Grândola podem ser assim expressos:

- A água é uma marca forte da identidade do concelho. Não é o elemento identitário mais evidente, mas uma análise mais atenta permite reconhecer no território de Grândola todo o ciclo da água: das nascentes na serra, passando pelas ribeiras e pelo rio Sado (que entra no concelho com águas bravas, a sul, e se despede manso, já espreado entre arrozais, a norte), pelas águas paradas das lagoas e do estuário do Sado, da Vala Real à península de Tróia, e acabando na presença forte das águas do mar. Para além disso, o concelho é rico em água ao nível do subsolo e a agricultura desenvolveu-se com forte ligação a este elemento, sendo disso prova a construção dos sistemas de irrigação tradicionais e a importância dos cultivos de regadio e alagadas, com destaque para o arroz. Para além disso, a atividade mineira no concelho também deixou as suas marcas ao nível do ciclo da água, aqui com efeitos perversos, patentes por exemplo nas lagoas de águas ácidas das minas do Lousal. Aparente perversa, esta associação do turismo à poluição da água pode ser trabalhada de um ponto de vista pedagógico e ser incluída em programas para famílias e visitas escolares;
- A água pode ser um elemento contrastante e distintivo do turismo de Grândola relativamente ao contexto do destino regional Alentejo. Os turistas associam ao Alentejo a secura, as planícies das searas douradas, as paisagens secas do montado, o calor abrasador... A associação de Grândola à água permite trabalhar do ponto de vista do marketing turístico do concelho a ideia de que Grândola é como se fosse o “oásis” do Alentejo;
- Finalmente, a água é um elemento universal do imaginário turístico, sendo mesmo um dos mais fortes, ao ponto de se dizer que o turismo e a água andam de mãos dadas. As vantagens de associar o destino Grândola ao elemento água são por demais evidentes.

Em face destes argumentos, o grupo de trabalho realizou uma reflexão mais estratégica, procurando sistematizar, do ponto de vista dos valores do território, a associação do turismo de Grândola ao elemento “água”. Os resultados dessa reflexão podem ser apreciados na tabela 3.

Tabela 3: Matriz estratégica associação do turismo de Grândola ao elemento “água”

Valores Turísticos	Valores do Território						
	Íntegro	Diverso	Sereno	Inspirador	Resiliente	Fraterno	
Concelho de Água	Mar/ Costa	Praias selvagens; qualidade da água; qualidades das praias/areais; praias remotas	Praias urbanas/selvagens; praias de areia/falésia; atividades de ondas/ vento/pesca/fundo do mar (arqueologia)	Tróia/areais selvagens a perder de vista/natureza do mar	Paisagem/horizonte/por do sol/coisas simples da praia/mar; extensão/escala areal	Vegetação das dunas; fauna dunar	Bares; restaurantes
	Estuário	RNES (Caldeira de Tróia, golfinhos, avifauna)	Barcos tradicionais (recreio, mariscagem, pesca); observação de natureza; estação arqueológica de Tróia; arqueologia aquática	Caldeira de Tróia; estuário (contemplação); natureza, rios	Paisagem, horizonte, luz, mariscagem, por do sol	Pesca tradicional; mariscagem	Procissão Tróia; marina
	Rio/ Ribeiras	Paisagem ripícola; águas vivas	Paisagens ribeirinhas, (jardins de nenúfares, arrozais, rápidos (águas vivas) / pesca, canoagem; Capela de N ^a Sra. do Sádão; arqueologia (barragem do pego da moura)	Barulho da água (nenúfares, sons da natureza)	Vida/ atividade, contemplação, artes	Caudal permanente, paisagem intocada (ribeiras), habitats naturais	Pescarias,
	Serra/ Nascentes	Nascentes (REN), minas de água	Paisagem, montado, avifauna, caça e pesca, pedestrianismo, cavalos, BTT; topografia	Vistas panorâmicas, sons da natureza, tranquilidade da água a correr, paisagens de montado	Vistas panorâmicas, sons da natureza, tranquilidade da água a correr, paisagens de montado, <i>dark sky</i>	Montado, nascentes, caça e pesca	S. Margarida da Serra, comunidade e tabernas, montarias; Festas de N ^a Sra. da Penha
	Oásis		Restauração, serviços de suporte (médico – mínimos), cinema municipal, equipamentos desportivos; musica velha; feira de agosto	Vila tranquila	Zeca Afonso (musica de protesto) e 25 de abril	25 de abril; musica velha; jardim 1 ^o maio	Hospitalidade; jardim 1 ^o maio
	Lagoas/ Açudes e vala real	-	Lagoa de Melides, Açude da Muda, Vala Real, Lagoas Ácidas do Lousal e caveira, pesca e avifauna, arrozais, desporto de recreio	Serenidade, contemplação	Sons da natureza, paisagem, por do sol	Lagoa de Melides	Piqueniques, pescarias,

1.2. Tendências de Evolução da Oferta Turística do Concelho

A análise prospetiva da evolução do setor do turismo no concelho de Grândola, na sua vertente territorial, centra-se agora na identificação dos principais desequilíbrios turísticos que se manifestam do concelho de Grândola e na análise das suas tendências de evolução.

Para esse efeito, de modo a complementar o diagnóstico ao setor do turismo que foi realizado no âmbito do Plano Diretor Municipal do concelho, elaborou-se um conjunto de cartas-síntese que têm como objetivo sistematizar de forma gráfica a informação recolhida e tratada e apresentar as principais conclusões de forma mais impactante e didática.

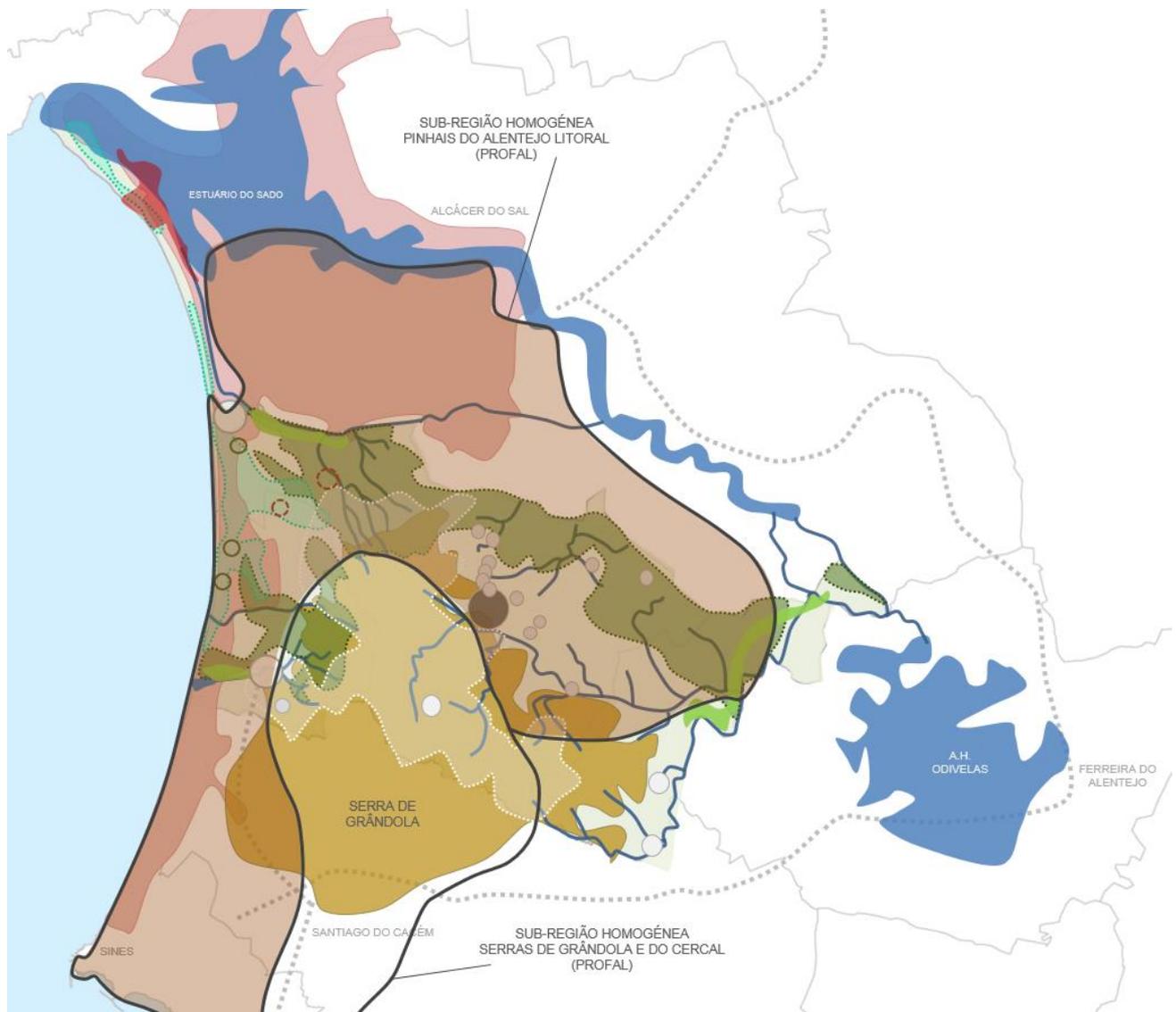
Antes de passar à identificação dos principais desequilíbrios e análise das respetivas tendências de evolução, apresentamos nas páginas seguintes um conjunto de três cartas de enquadramento das vocações territoriais do concelho, as quais servirão de base de referência a uma análise mais prospetiva que se pretende realizar posteriormente.

A primeira carta (Carta 5) apresenta as manchas com as principais unidades paisagísticas do concelho. A segunda carta (Carta 6) mostra as áreas protegidas, as principais áreas de cultivo silvo-agrícola e os principais centros urbanos. A terceira carta (Carta 7) espelha as principais tendências de evolução das vocações territoriais do concelho.

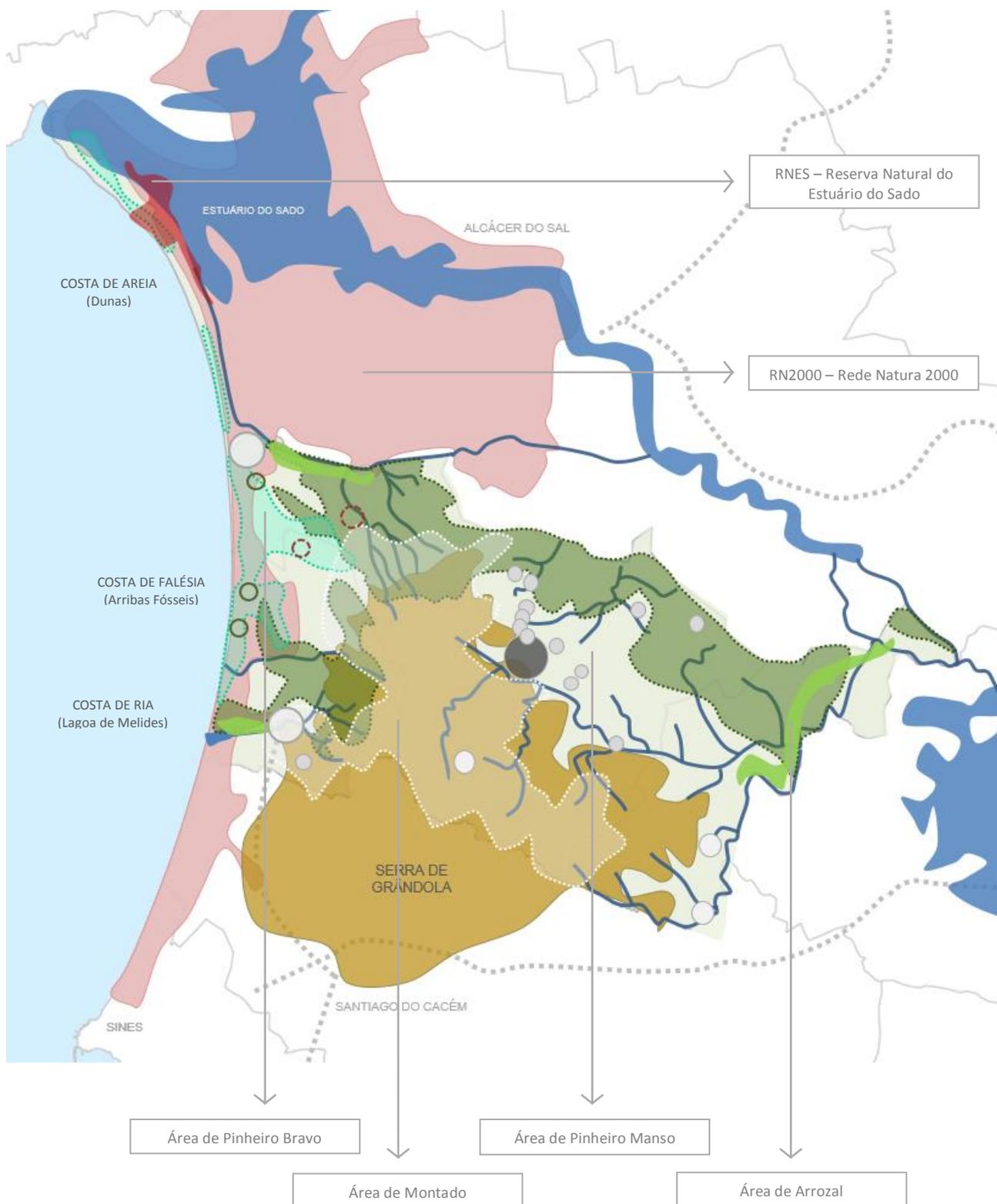
Relativamente a esta última carta, importa relevar as principais conclusões, identificadas nos círculos marcados a vermelho:

- É previsível um estreitamento da relação da península de Tróia com a cidade de Setúbal, por via do reforço das ligações de ferry, em linha com o crescimento sustentado de movimento de fretes e de passageiros/automóveis observados nos últimos anos;
- É expectável que a relação entre os concelhos de Grândola e de Alcácer do Sal se estreite em termos turísticos, tendo por epicentro o rio Sado e formas de utilização turística menos intensivas do ponto de vista da utilização dos recursos territoriais;
- Os polos de Carvalhal e de Melides deverão consolidar-se do ponto de vista turístico e é previsível que ocorra uma diversificação das formas de utilização turística, no sentido de usos turísticos menos intensivos, aproveitando os recursos naturais (rede Natura) e as atividades agrícolas existentes (arrozais);
- Antecipa-se ainda um crescimento da vocação turística da serra de Grândola, sendo expectável também um reforço da ligação turística do território serrano à sede do concelho, na vertente da bacia hidrográfica da ribeira de Grândola;
- Finalmente, prevê-se que a nascente do concelho, ao longo do rio Sado, surja um novo eixo de crescimento turístico, associado a um mix de usos que consegue tirar partido dos diversificados recursos turísticos existentes e que potenciará igualmente o núcleo mineiro do Lousal.

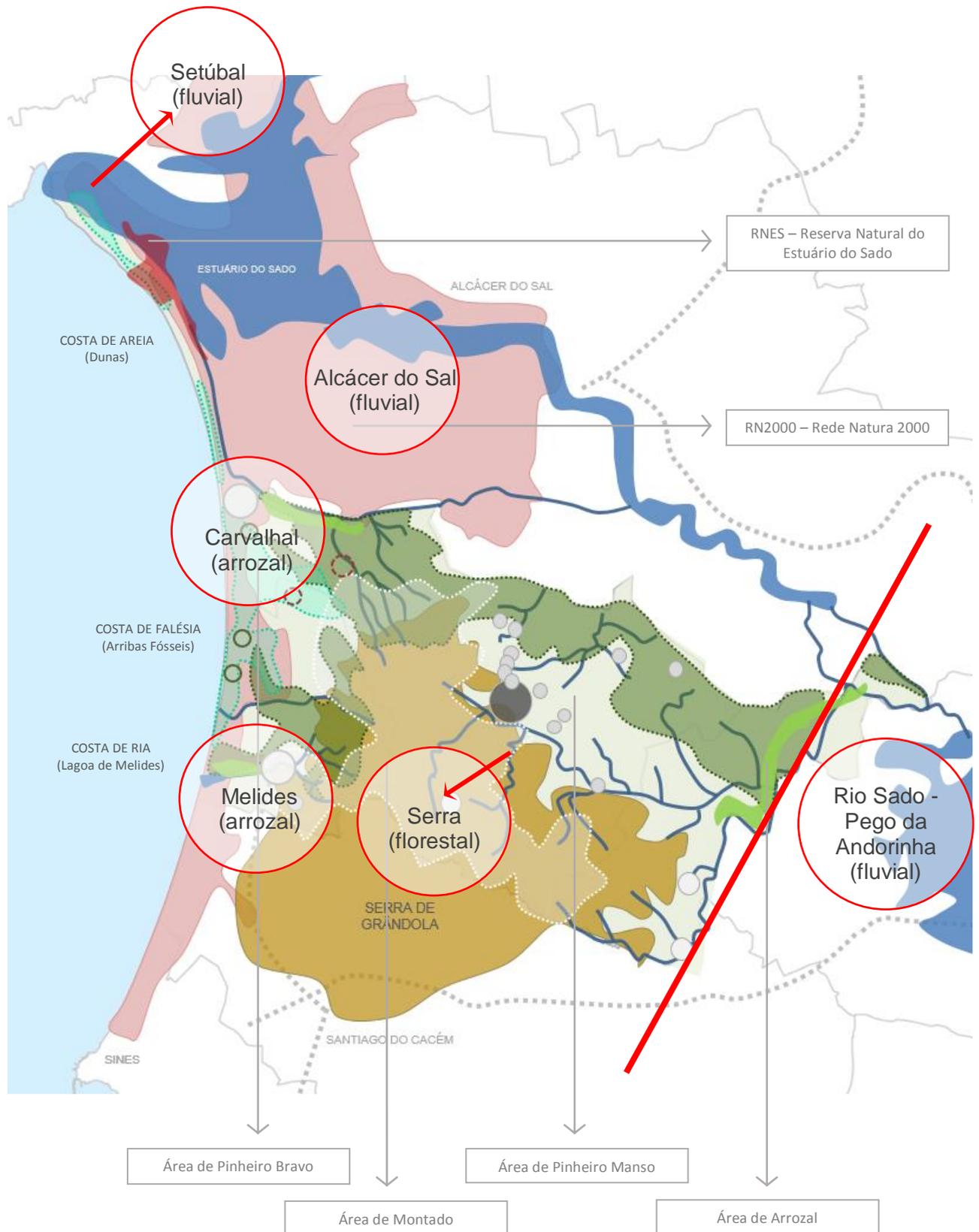
Carta 5: Vocações turísticas do concelho (unidades territoriais paisagísticas)



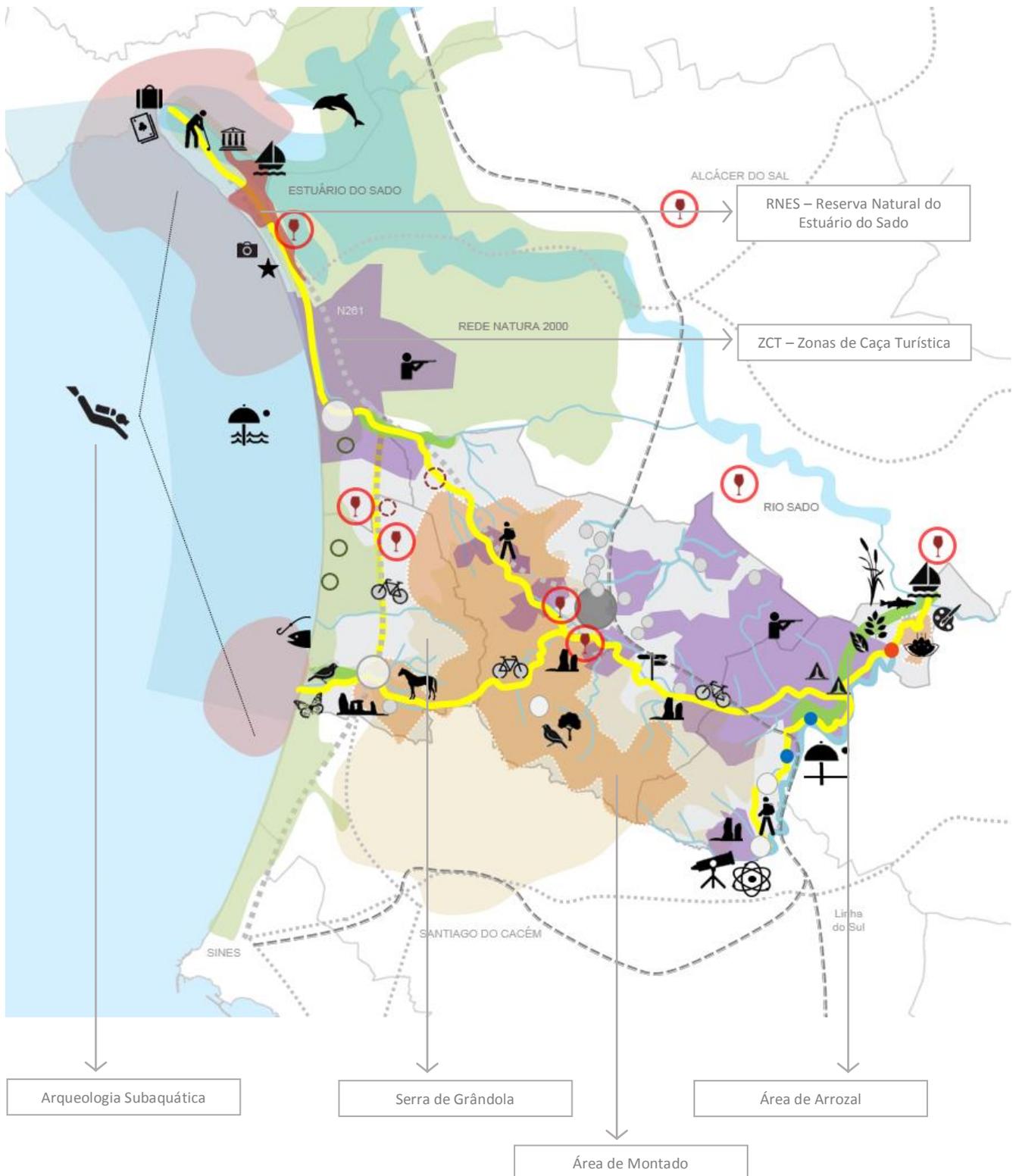
Carta 6: Vocações turísticas do concelho (áreas protegidas, principais áreas silvo-agrícolas e principais centros urbanos)



Carta 7: Vocações turísticas do concelho (tendências)



Carta 8: Oferta turística do concelho (atividades/experiências)

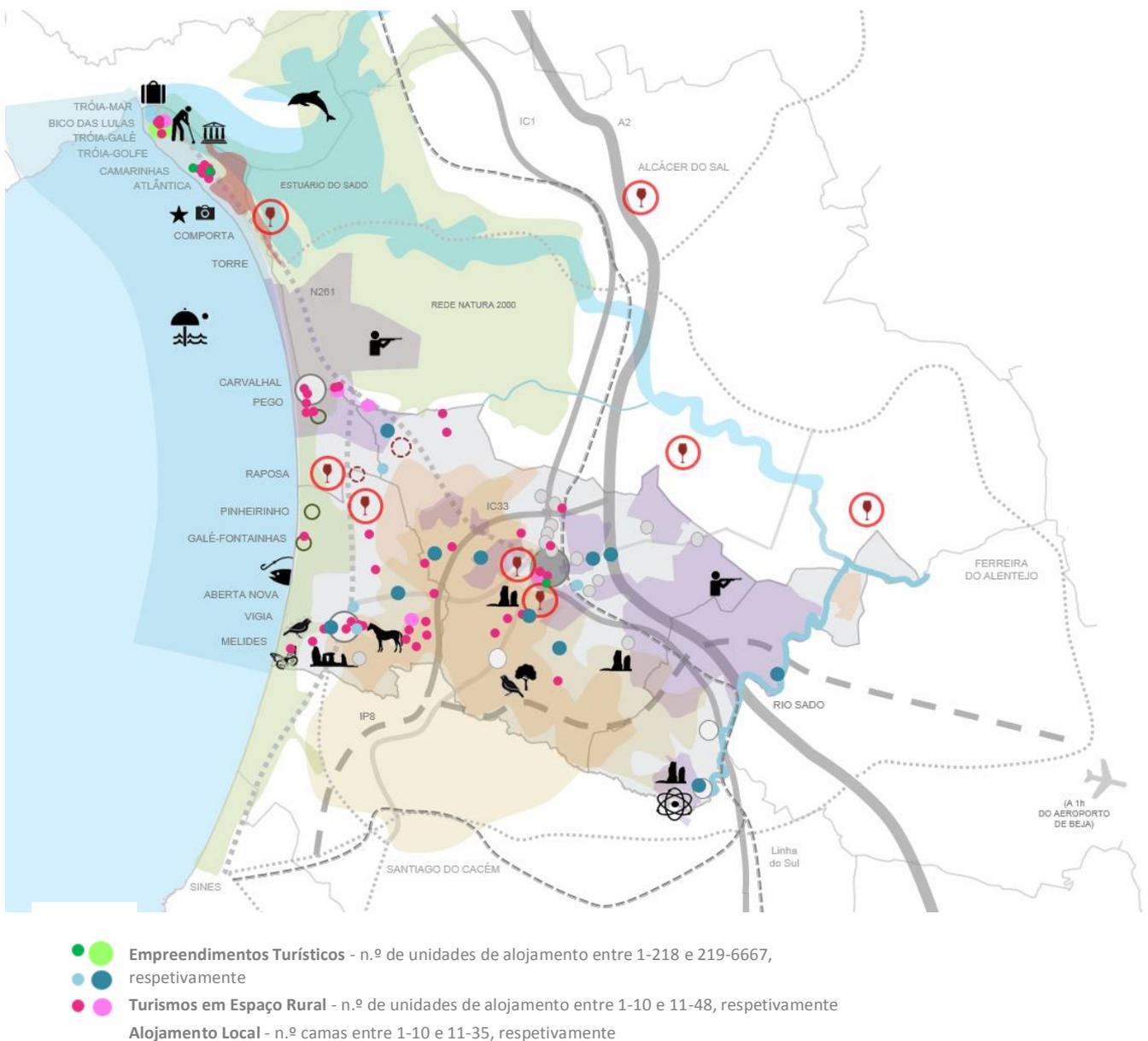


As cartas 8, 9, 10, 11 exibem quatro perspetivas distintas da oferta turística do concelho. Na Carta 8 apresenta-se a mapeação das atividades e experiências turísticas que Grândola oferece presentemente aos turistas, ilustradas por via de elementos gráficos alusivos.

As praias, o jogo, o enoturismo, a caça e pesca, a observação da natureza (com destaque para a observação de aves, dos golfinhos e dos céus) e o pedestrianismo são exemplos de atividades/experiências representativas/distintivas do concelho.

Do ponto de vista territorial, é importante registar a distribuição relativamente uniforme destas atividades/experiências pelo concelho, embora com especificidades mais localizadas, que têm a ver com a vocação turística de cada área do concelho.

Carta 9: Oferta turística do concelho (alojamento e atividades/experiências)

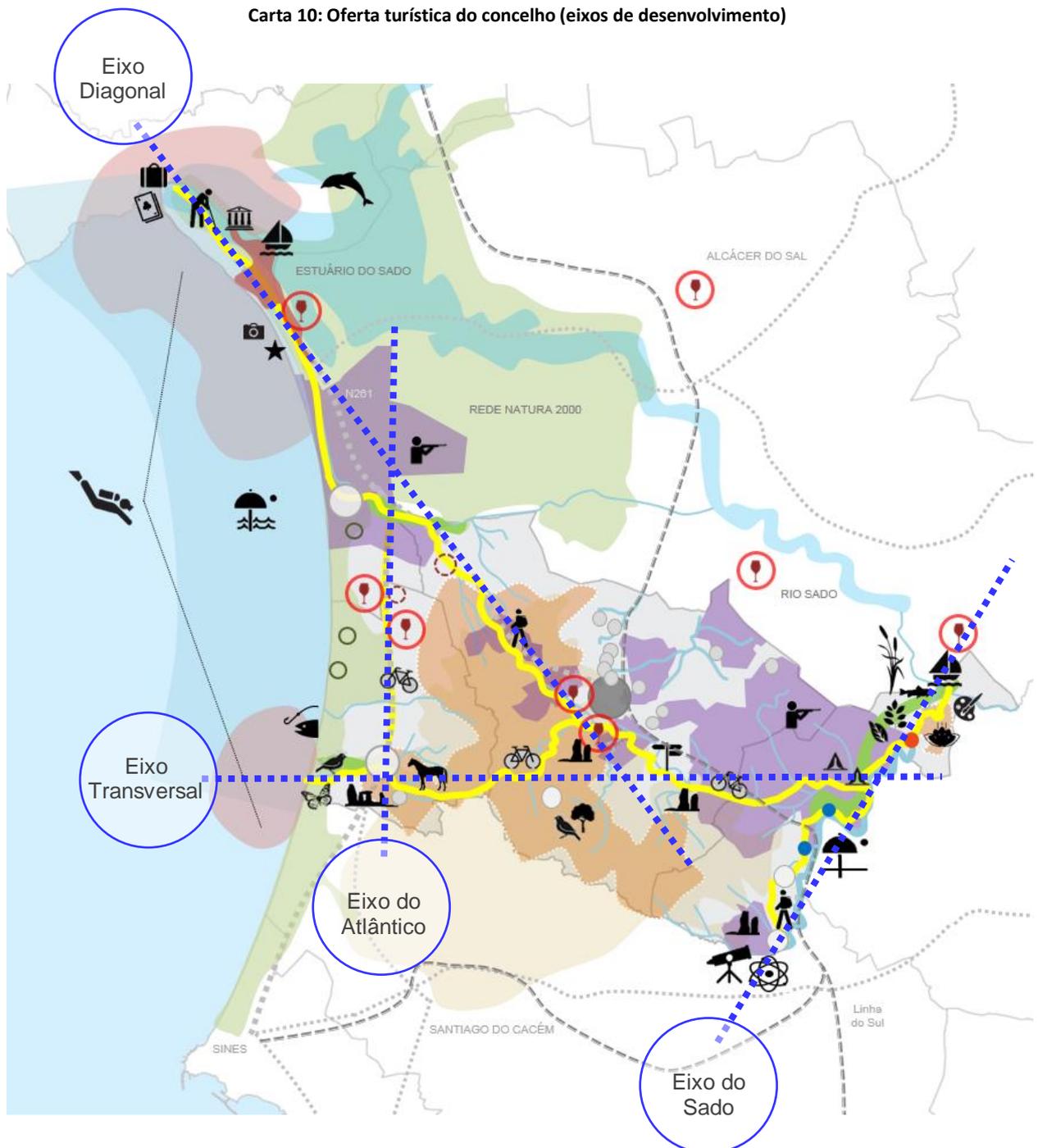


Na Carta 9 surge o alojamento turístico licenciado no concelho, à data de setembro de 2016, distribuído pelas principais modalidades de alojamento: empreendimentos turísticos, Turismo em Espaço Rural e Alojamento Local.

É patente a concentração dos Empreendimentos Turísticos na península de Troia e a sua ausência praticamente no resto do concelho. Relativamente aos Turismo em Espaço Rural a maior concentração surge no eixo Grândola- Melides, com forte presença na zona da serra de Grândola. Finalmente, no que diz respeito ao Alojamento Local, salienta-se uma relativa concentração no triângulo definido por Grândola - Melides - Carvalhal.

Por oposição, destaque-se a muito reduzida presença de alojamento turístico licenciado em toda a faixa interior do concelho a Nascente da vila de Grândola.

Carta 10: Oferta turística do concelho (eixos de desenvolvimento)



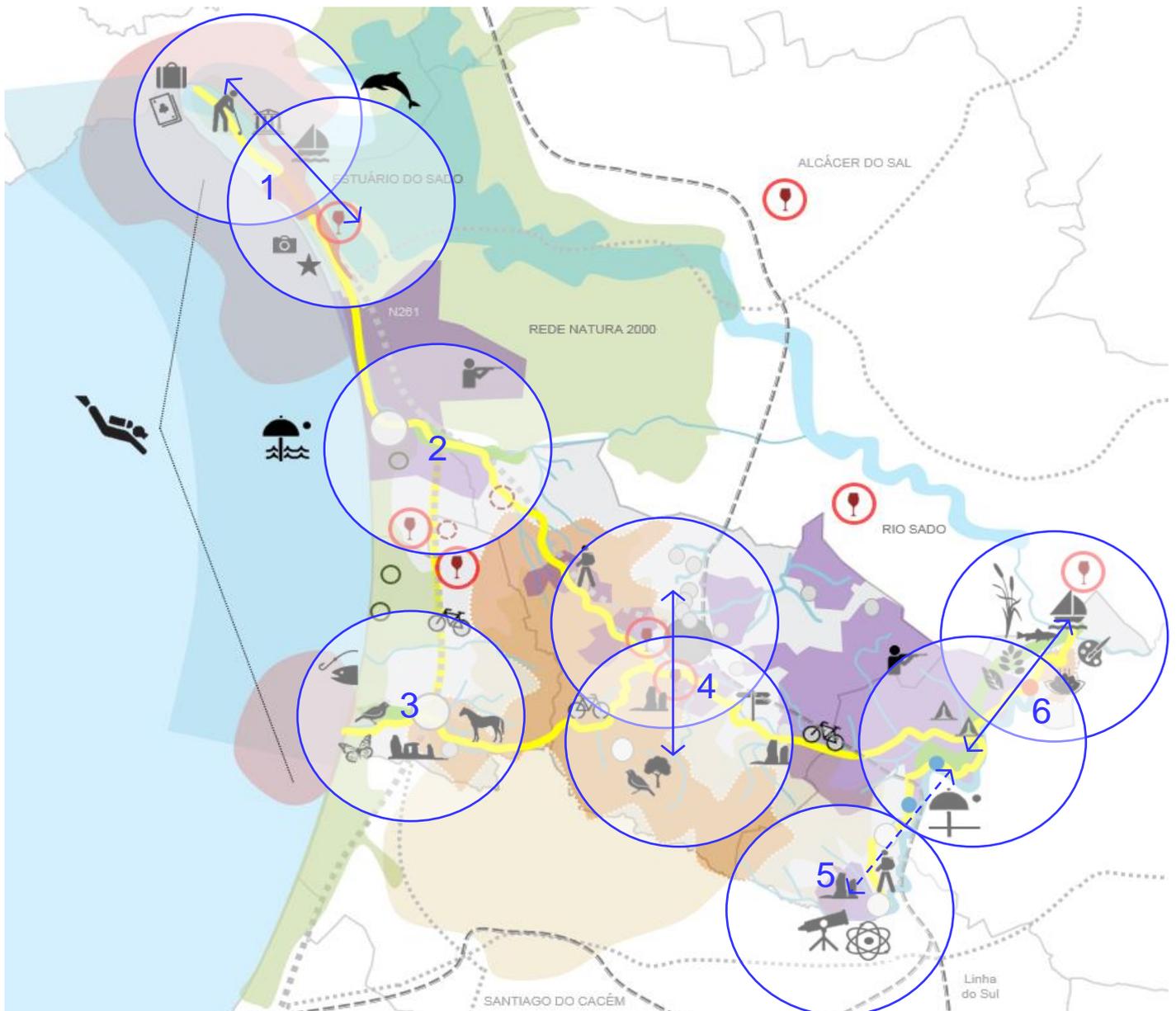
Na Carta 10 apresentam-se as tendências de evolução da oferta turística em torno de eixos de desenvolvimento

- Existe um eixo em clara tendência de consolidação e diversificação da respetiva oferta, o **eixo do Atlântico**;
- Há dois eixos que estão em processo de crescimento, que tenderão a reforçar o seu peso relativo na oferta turística municipal, com base num mix de alojamento turística mais diversificado, onde ganha peso relativo o Alojamento local: o **eixo transversal**, de Grândola a Melides, com epicentro na serra de Grândola, e o **eixo diagonal**, de Grândola a Tróia, que atravessa uma área de forte dinâmica de crescimento da oferta, entre a Comporta e a Muda;
- Finalmente, regista-se um eixo emergente, que tenderá a afirmar-se num contexto atual de baixo nível de desenvolvimento turístico, que constitui uma oportunidade para o desenvolvimento turístico do concelho: o **eixo do Sado**.

Fechando este ciclo da análise das tendências de evolução da oferta turística do concelho, a Carta 11 evidencia as tendências de evolução da oferta turística de Grândola centradas nos respetivos polos de desenvolvimento. Como tendências mais fortes para os próximos anos, registre-se:

- A tendência de crescimento da área de influência do **polo de Tróia**, em resultado das novas perspetivas de concretização dos projetos previstos para este núcleo de desenvolvimento turístico;
- A tendência de crescimento do **polo de Grândola**, que assumirá um crescente protagonismo no processo de desenvolvimento turístico do concelho, em virtude da polarização que se espera que a sede do concelho venha a exercer sobre um conjunto disperso de unidades de alojamento local de pequena e média dimensão que se estão a localizar nos eixos horizontal e vertical;
- A tendência para uma crescente articulação entre o **polo das minas do Lousal** e o rio Sado, agregando as atividades turísticas que se venham a localizar neste eixo de desenvolvimento turístico, no futuro.

Carta 11: Oferta turística do concelho (polos de desenvolvimento)

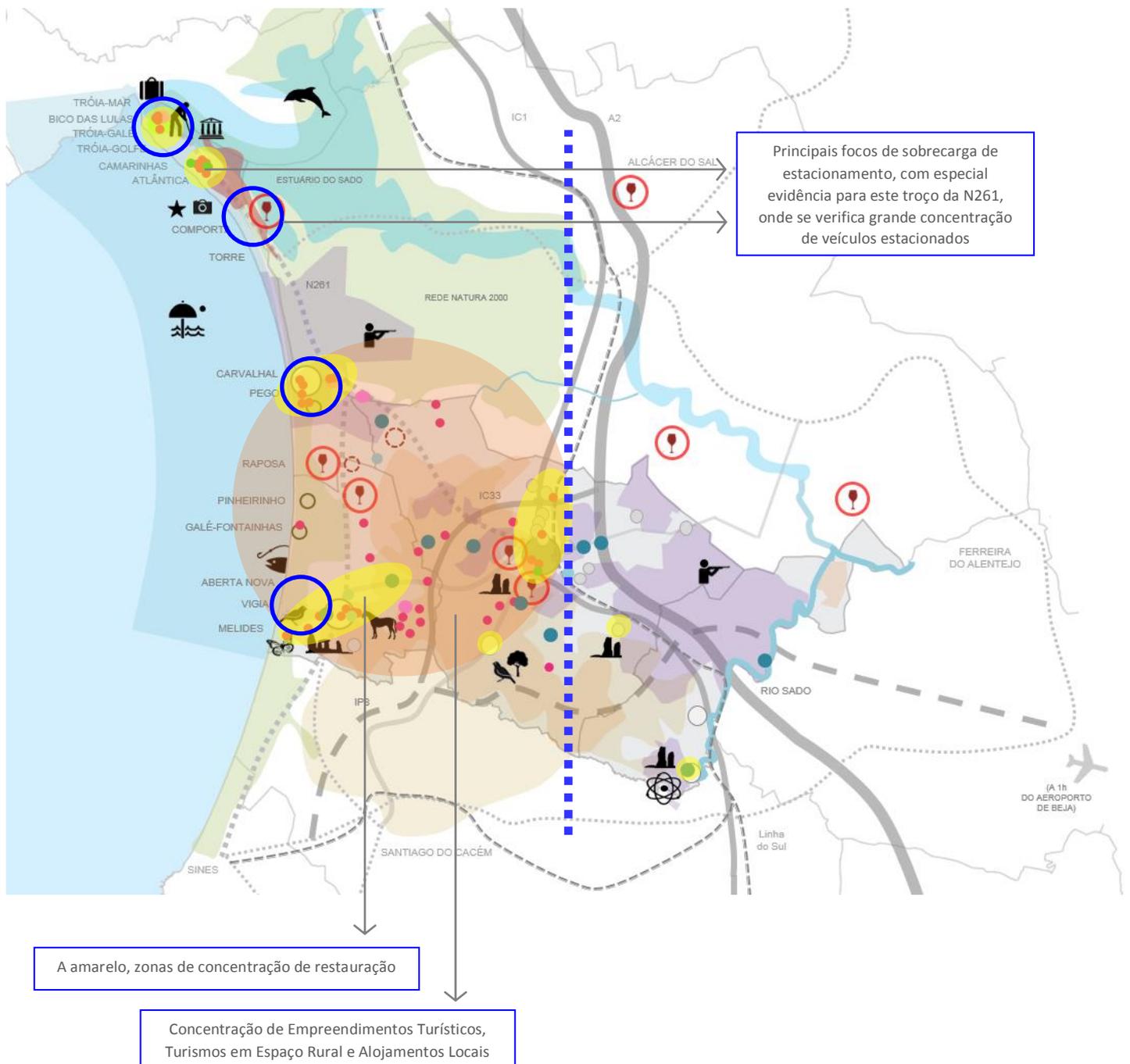


1. **Península de Tróia e Praia da Comporta:** Centro de Congresso de Tróia, Casino de Tróia, Ruínas Romanas de Tróia, arqueologia subaquática, Caldeira (Reserva Natural do Estuário do Sado), golfinhos, golfe, recreio náutico, Herdade da Comporta - Vinhos da Costa Alentejana, praias de duna.
2. **Carvalhal, NDT3, PIEG, Muda:** Arrozal, caça turística, golfe, praias de duna, Pinheiro da Cruz - Vinhos da Costa Alentejana e Quinta Brejinho da Costa - Vinhos da Costa Alentejana, botânica - Rede Natura 2000.
3. **NDT4, Melides:** Campismos da Galé e de Melides, pesca desportiva, praias de falésia – arribas fósseis do Sítio Comporta-Galé, praia de ria – Lagoa de Melides, avifauna, arrozal, observação de borboletas, cavalos (Almargem), ruínas megalíticas, arqueologia subaquática.
4. **Vila de Grândola e Santa Margarida da Serra, Canal Caveira:** A Serenada - Vinhos da Costa Alentejana e Pego da Moura - Vinhos da Costa Alentejana, zona arqueológica do Cerrado do Castelo e Barragem Romana do Pego da Moura, Ecoparque Montinho da Ribeira, Museu de Arte Sacra, património edificado, Minas Romanas da Caveira, serra de Grândola, montado.
5. **Lousal e Azinheira dos Barros:** Minas do Lousal, Lagoas Ácidas, Centro Ciência Viva do Lousal, astronomia, dark sky, ecopista (troço do caminho de ferro – linha do Sul), caça turística, património arqueológico, edificado e industrial.
6. **Zona Este/Nordeste de Grândola:** Rio Sado, arrozal, pesca de recreio, náutica de recreio, praias fluviais (Pego da Andorinha), Igreja S. Mamede do Sádão, caça turística, botânica, Soberanas – Vinhos da Costa Alentejana (Alcácer do Sal).

1.3. Desequilíbrios Turísticos Identificados no Território

Em contraponto às grandes tendências de evolução da oferta turística do concelho, as cartas 12, 13, 14 e 15 exibem os grandes desequilíbrios turísticos que foram identificados no concelho de Grândola.

Carta 12: Desequilíbrios turísticos identificados no concelho (Litoral/Interior)

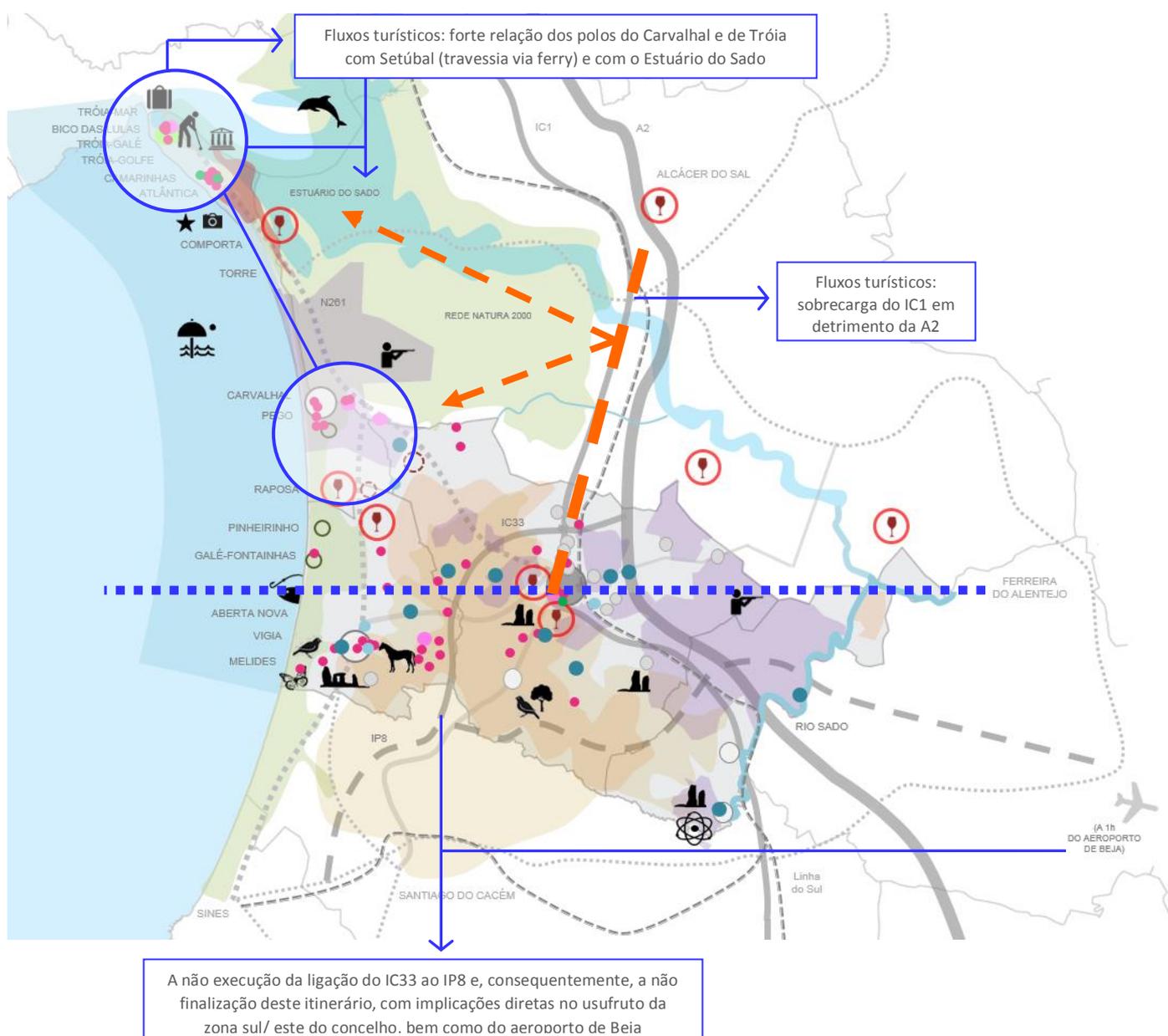


Na Carta 12 está patente aquele que é porventura o desequilíbrio mais evidente do turismo de Grândola, que é a diferença de níveis de desenvolvimento turístico entre o litoral e o interior do concelho. Tróia, Carvalhal e Melides, em especial a primeira, são áreas de forte concentração turística, pelo contrário, numa linha norte-sul, a nascente da vila de Grândola, a densidade das atividades turísticas é muito baixa.

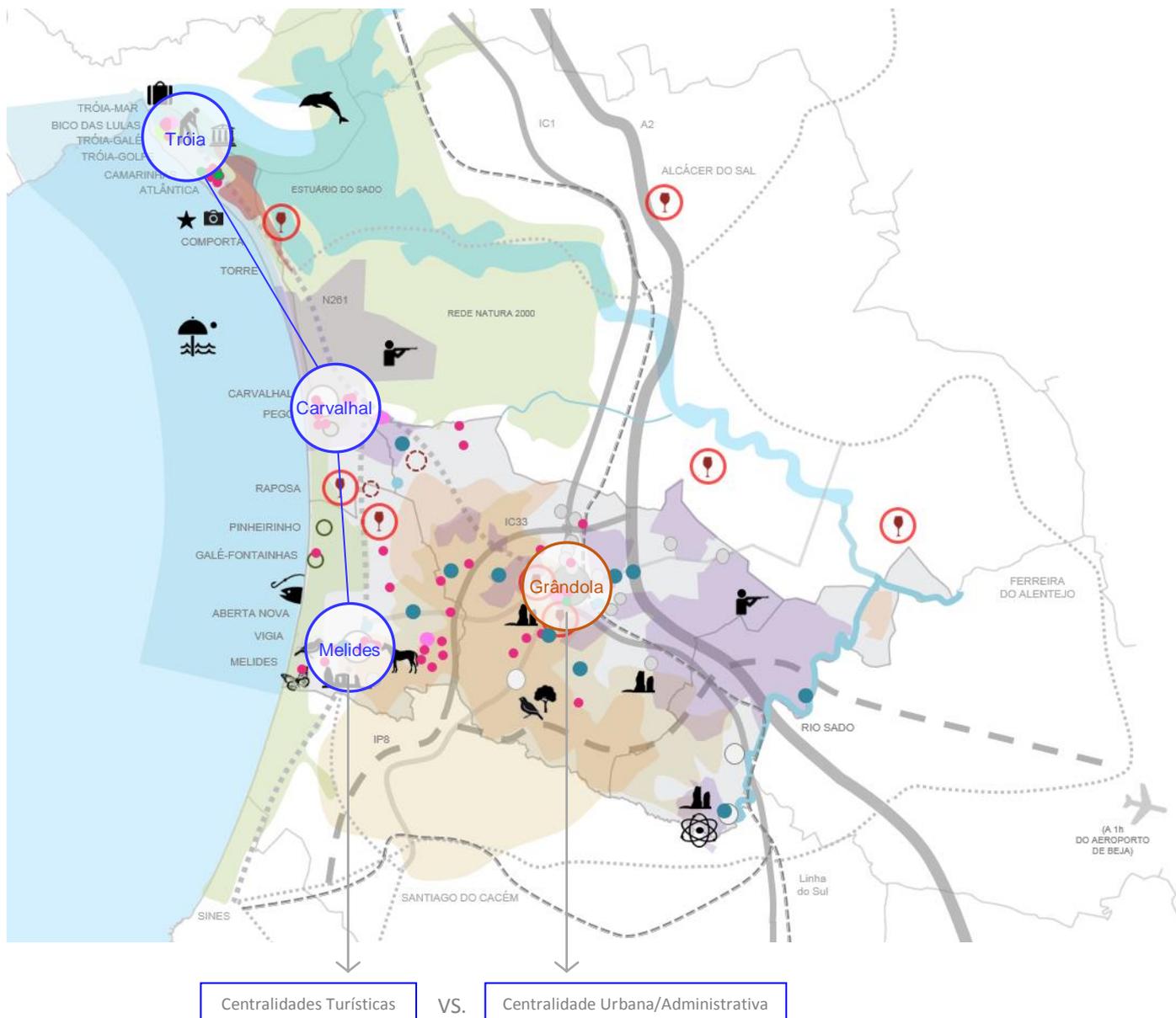
Esta situação tenderá a atenuar-se no futuro, com o crescimento do turismo ao longo do rio Sado, mas essa evolução não será suficiente para alterar esta realidade significativamente.

Outro desequilíbrio detetado é o que se verifica entre o norte e o sul do concelho (Carta 13). A oferta turística do concelho está fortemente polarizada na península de Tróia e deverá manter-se assim nos próximos anos, até porque a tendência mais forte será a do alargamento daquela polaridade à localização do Carvalhal/Muda.

Carta 13: Desequilíbrios turísticos identificados no concelho (Norte/Sul)



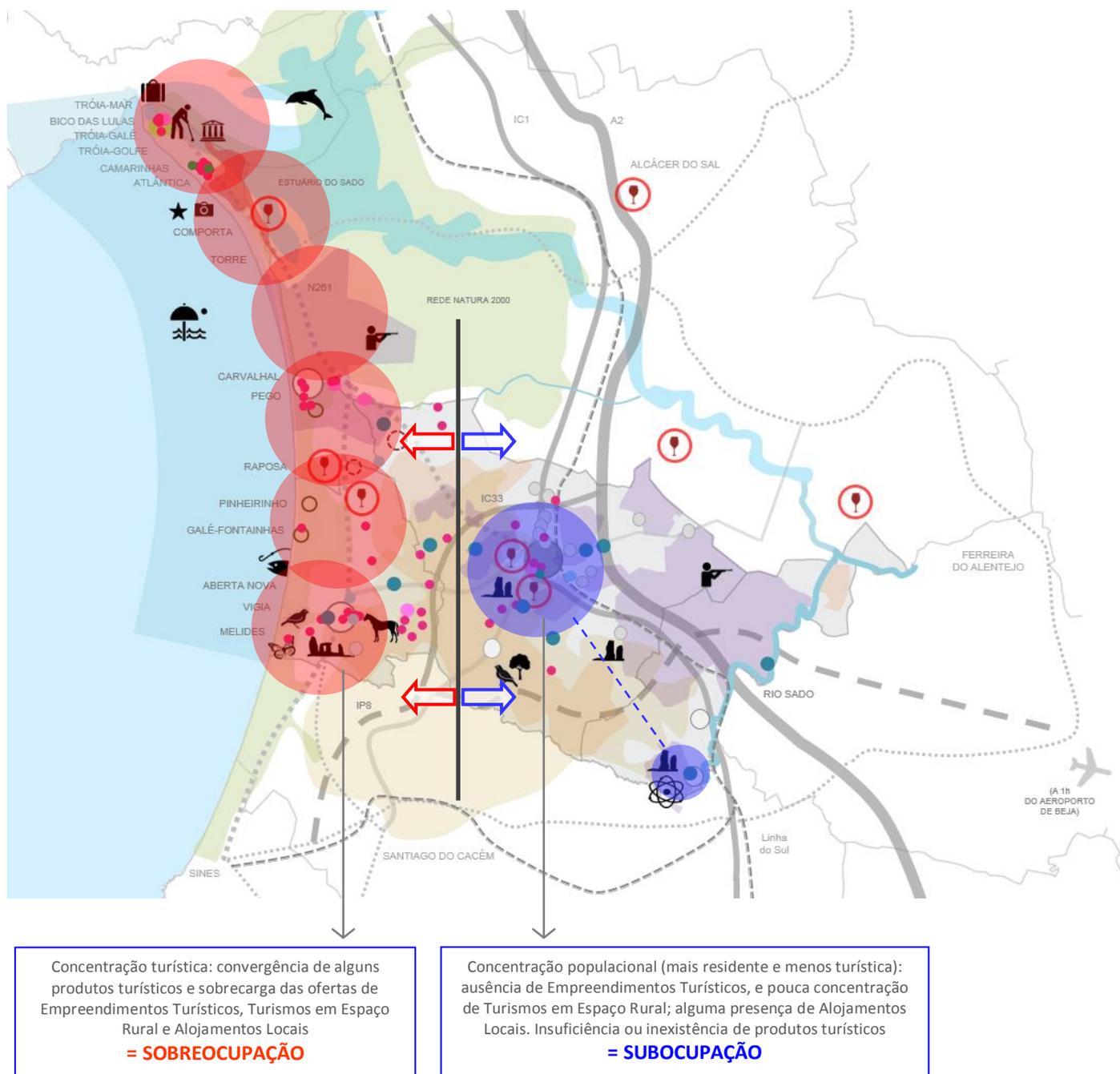
Carta 13: Desequilíbrios turísticos identificados no concelho (Polarização Turística/ Polarização Urbana)



Na Carta 13 apresenta-se um tipo de desequilíbrio que tem impactos relevantes em matéria de ordenamento do território, na medida em que se identificam dois polos com forte poder de polarização, um de natureza administrativa, com a respetiva centralidade urbana, mais perene e formal, e outro de natureza económica, ligada ao turismo, que se assume como destino de veraneio, e por isso marcado por uma relevante sazonalidade, ou seja, um polo menos formal. Esta dualidade deverá manter-se no futuro e poderá até reforçar-se se as perspetivas de aumento da oferta turística na zona de Tróia - Carvalhal se vierem a concretizar.

Numa dimensão temporal, mas com impacto no território, e quase uma síntese dos desequilíbrios já anteriormente registados, identificou-se finalmente a sazonalidade como um relevante desequilíbrio turístico no concelho de Grândola (Carta 13).

Carta 14: Desequilíbrios turísticos identificados no concelho (Sazonalidade: Época Alta/ Época Baixa)

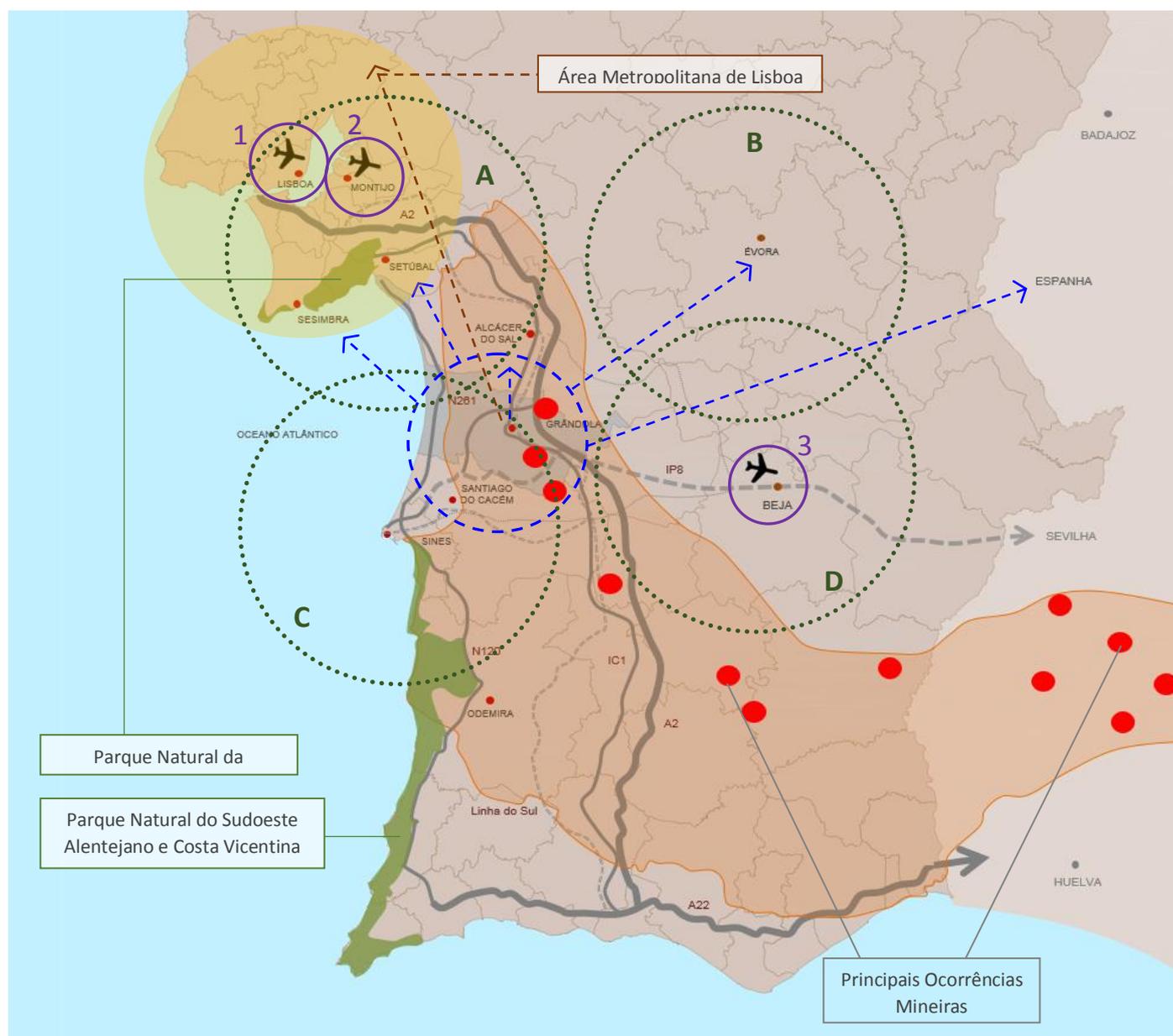


O fenómeno da sazonalidade é muito relevante no concelho e expressa a tendência de sobreocupação do litoral nos meses do Verão. Com a perspetiva de concretização dos grandes projetos turísticos aprovados na linha do litoral, é previsível que este desequilíbrio se acentue nos próximos anos, a menos que se tomem medidas corretivas na estratégia de ordenamento do território do concelho.

1.4. Integração Regional

Na Carta 15 representa-se a inserção do turismo de Grândola no seu entorno regional, destacando as grandes acessibilidades e centralidades do ponto de vista dos fluxos turísticos que demandam o concelho e os mais relevantes macro recursos turísticos do concelho que apresentam continuidade regional.

Carta 15: Integração regional do turismo de Grândola



Aeroportos

1. Aeroporto Humberto Delgado (Portela, Lisboa)
2. Aeroporto do Complementar do Montijo (voos low-cost)
3. Aeroporto de Beja ou Aeroporto do Alentejo

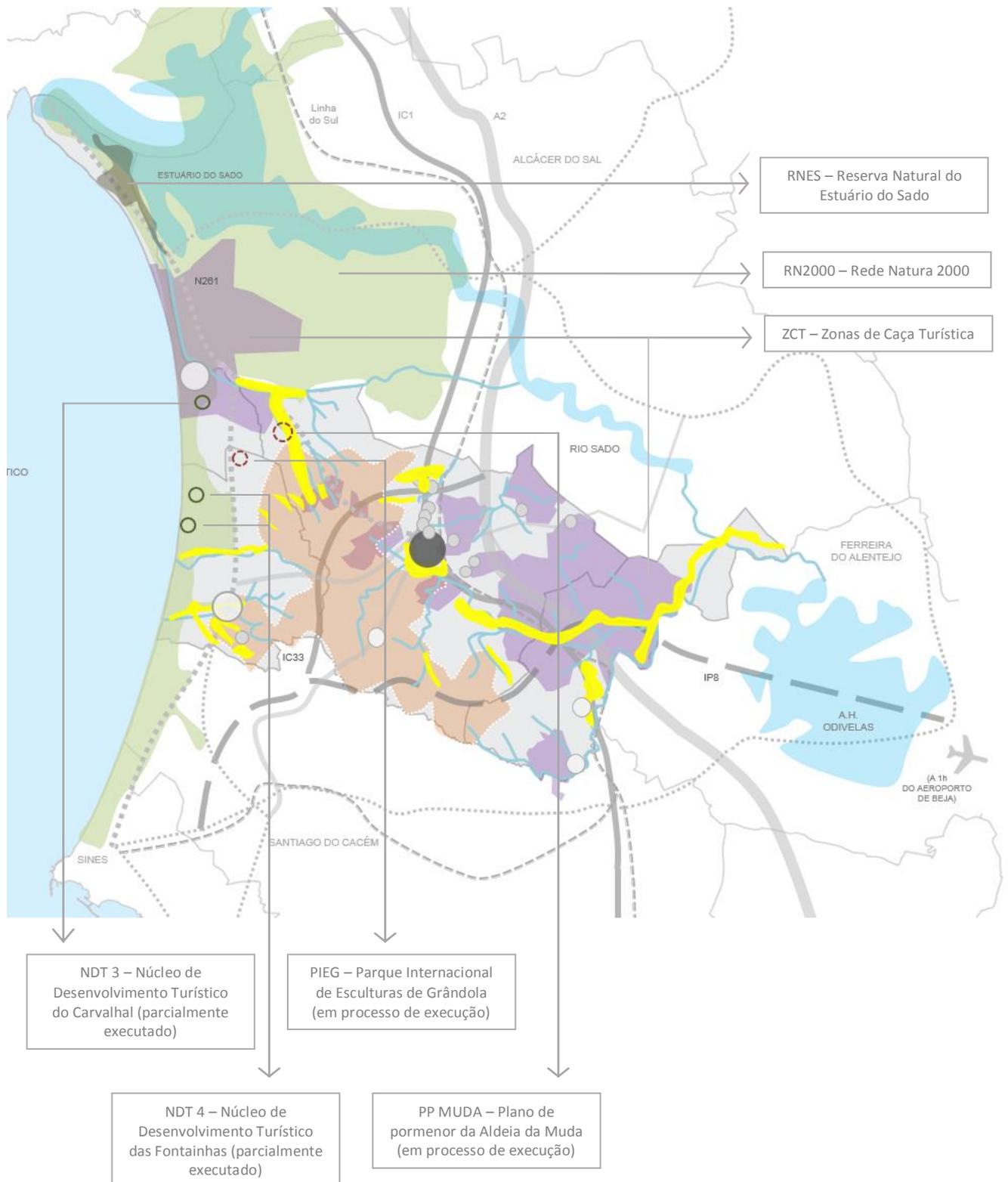
Polarizações

- A. Setúbal
- B. Évora
- C. Sines
- D. Beja

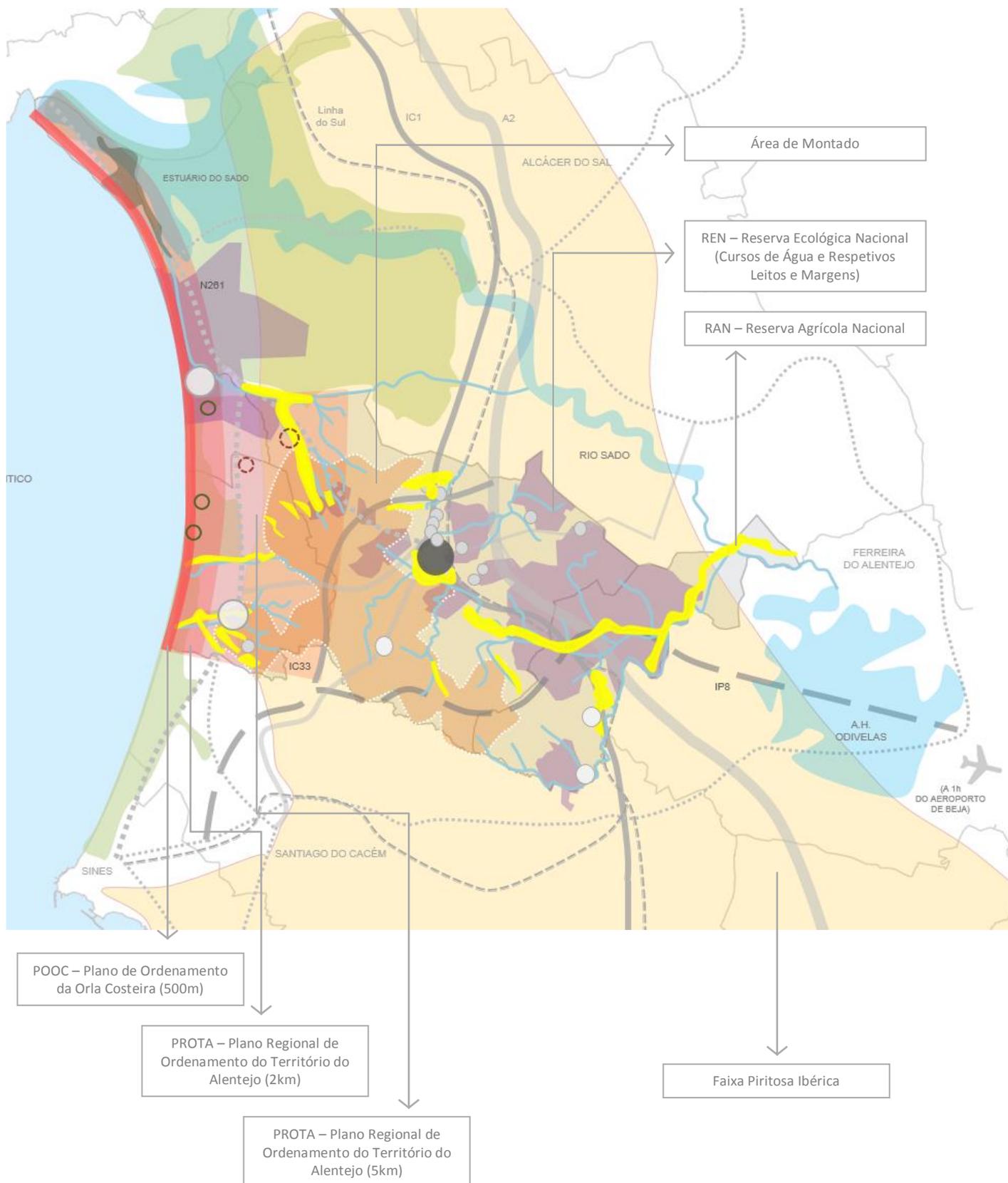
2. Vertente Administrativa

Nas páginas seguintes apresenta-se um conjunto de cartas elucidativo das condicionantes administrativas que de forma direta ou indireta continuarão a influenciar a evolução do turismo em Grândola.

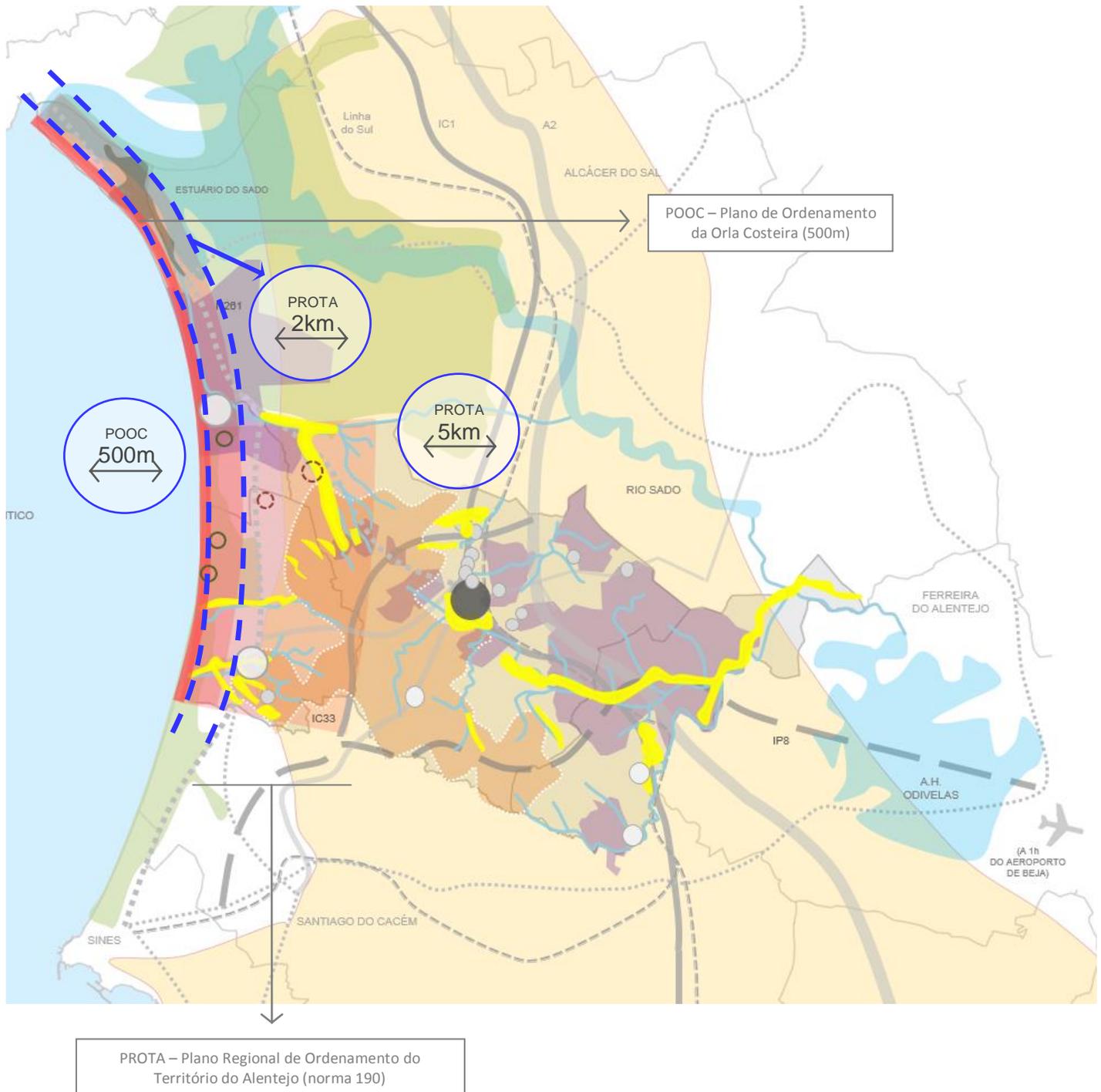
Carta 16: Áreas Protegidas com incidência em Grândola e relação com os Núcleos de Desenvolvimento Turístico



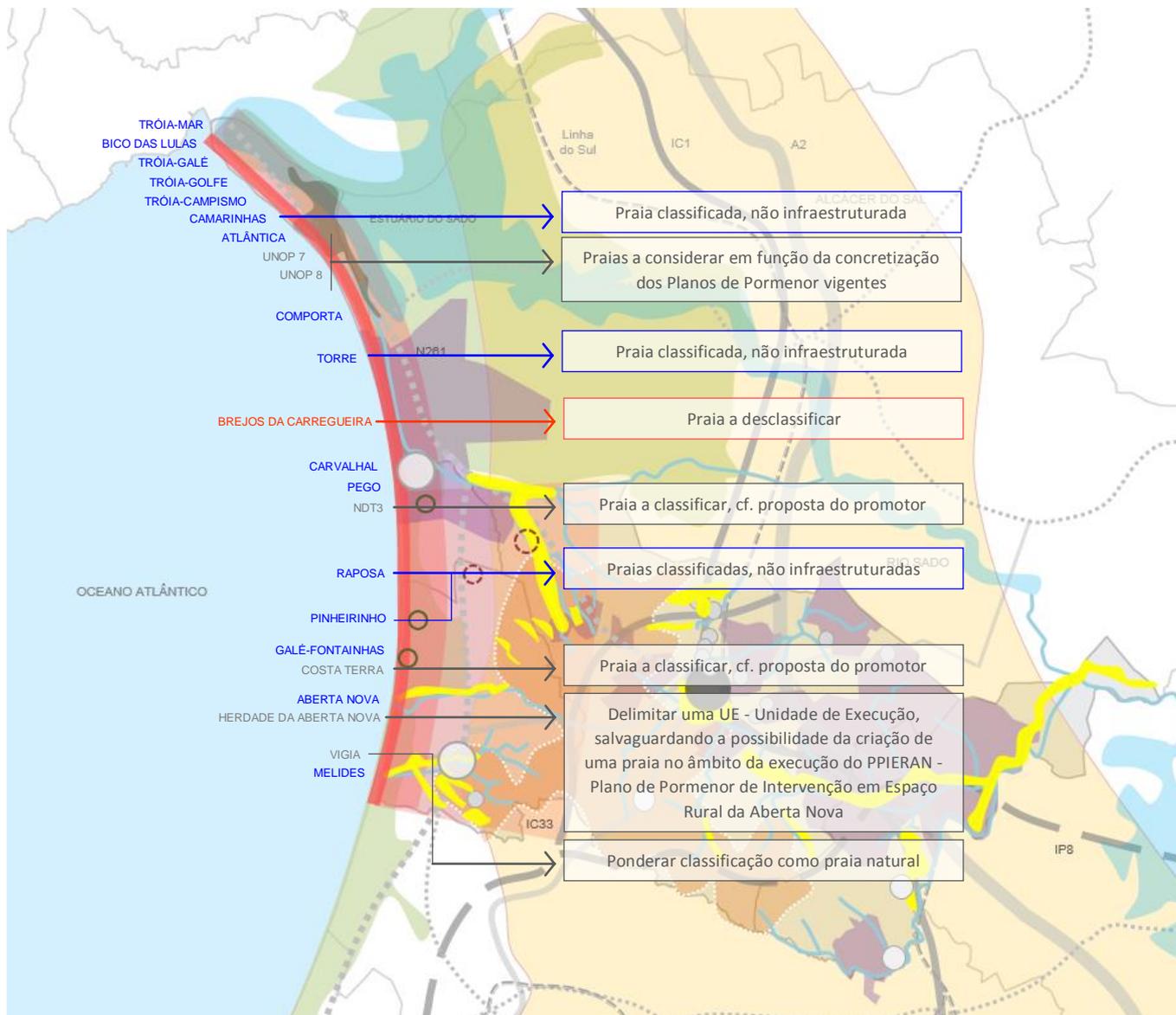
Carta 17: Instrumentos de Ordenamento do Território com eficácia sobre Grândola; REN e RAN



Carta 18: Territorialização das incidências dos Instrumentos de Ordenamento do Território eficazes em Grândola

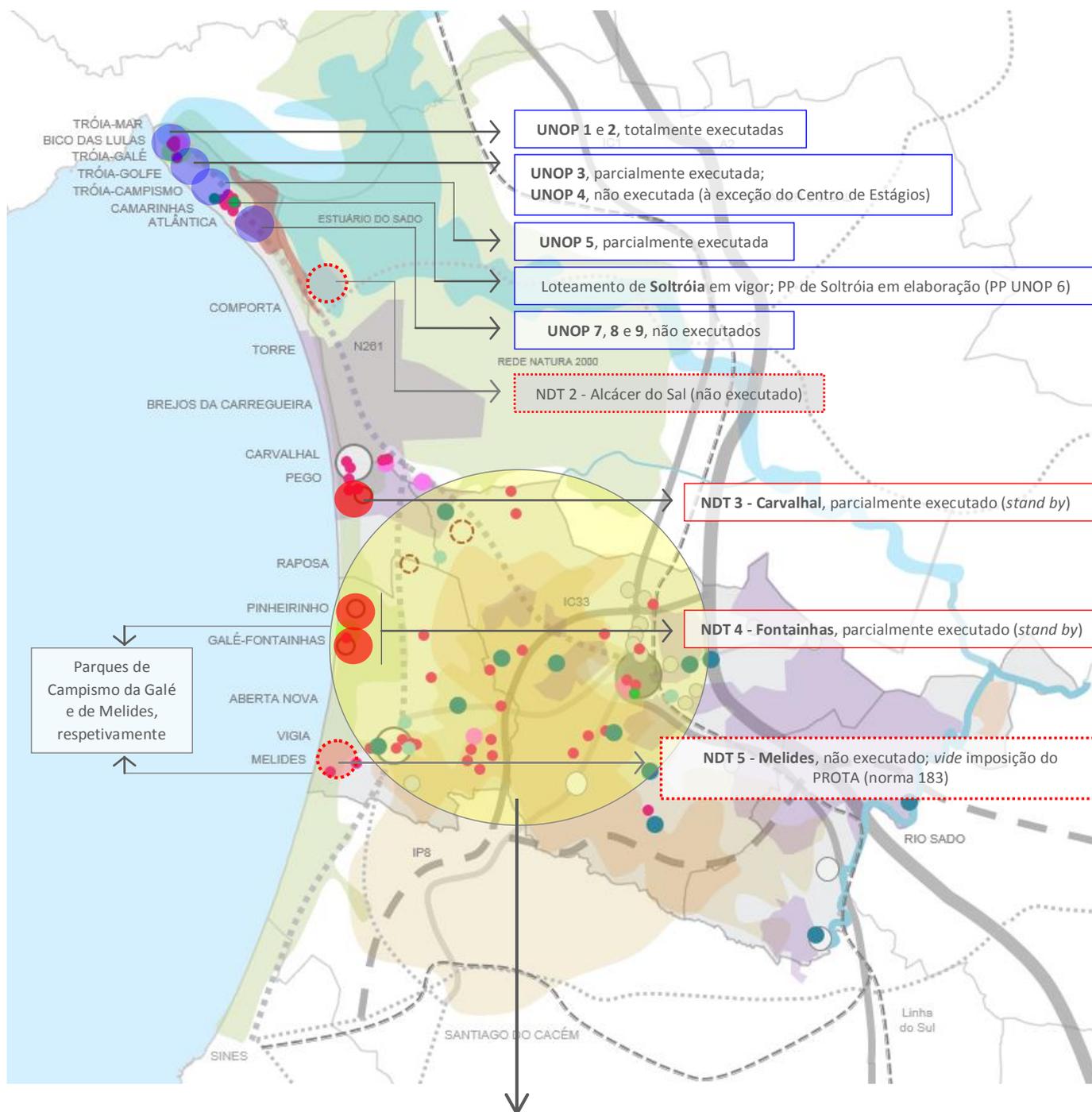


Carta 19: Incidência do Plano de Ordenamento da Orla Costeira em Grândola



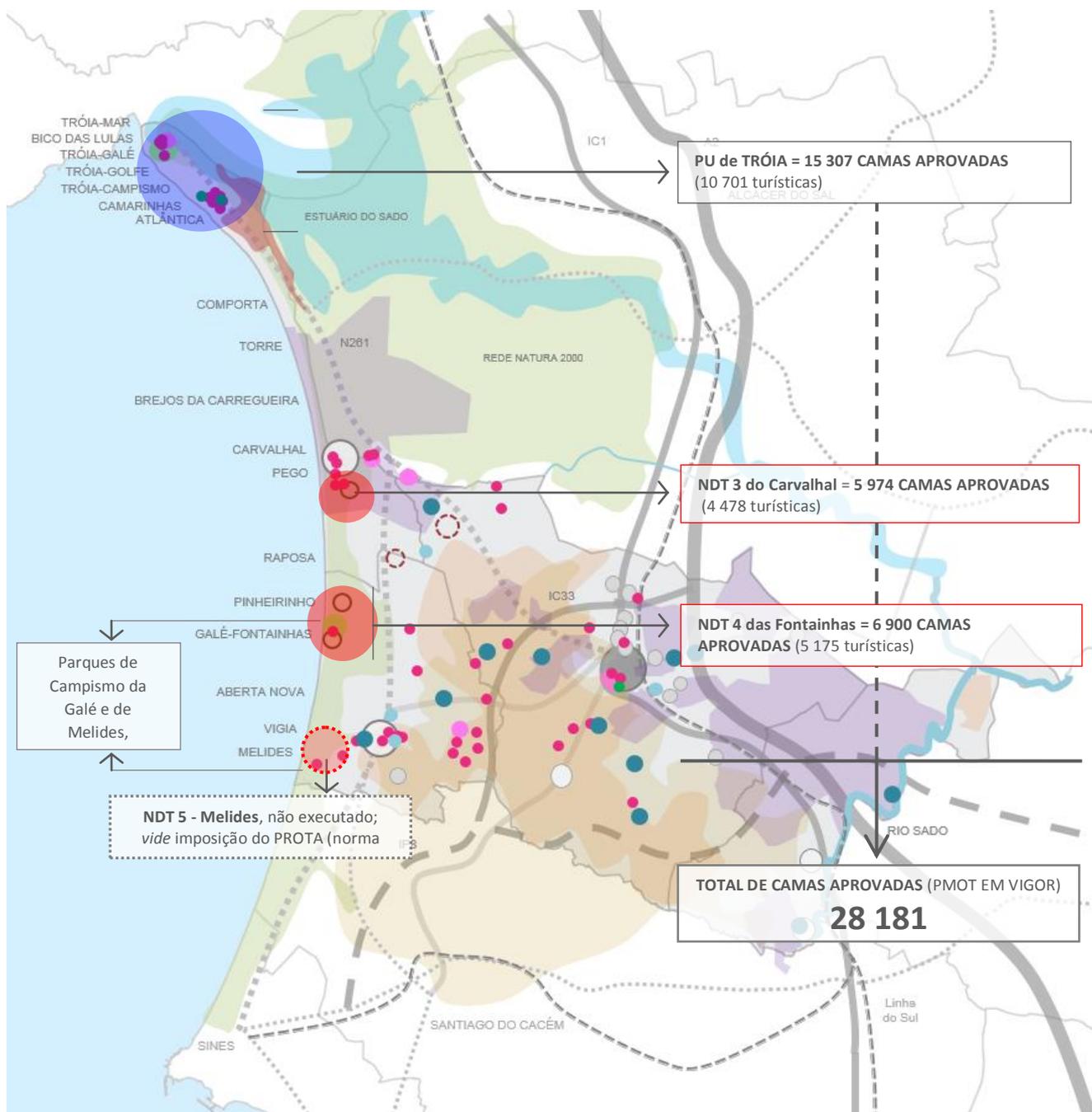
Na Carta 19 expõem-se as incidências do enquadramento administrativo vigente na orla costeira do concelho de Grândola, com particular ênfase nas praias do município. Importa relevar que existem várias intenções de classificação de praias oceânicas, que necessitam de enquadramento em futuros instrumentos de ordenamento do território de âmbito municipal. A formalização dessas praias permitiria melhorar as condições de fruição turística de praias que hoje em dia já são muito procuradas, embora de forma precária, contribuindo para descongestionar as praias já classificadas no concelho, reforçando a posição de Grândola como destino qualificado de sol e mar.

Carta 20: Unidades de Planeamento com impacto no Turismo definidas no concelho de Grândola



O PROTA – Plano Regional de Ordenamento do Território estabelece níveis máximos de Intensidade Turística por sub-região (norma 162); a este respeito, o concelho de Grândola encontra-se atualmente comprometido, uma vez que as camas turísticas encontram-se distribuídas pelos NDT em referência - que na sua maioria não estão concretizados. Este facto tem impedido o licenciamento de outros empreendimentos turísticos com número de camas superior a 200. Esta evidência tem-se refletido no crescente número de turismos em espaço rústico de menor escala, executados maioritariamente nos últimos 2 anos e com maior evidência nesta zona do concelho. O mesmo é válido para os alojamentos locais. A respeito destes últimos e pese embora a ocupação turística que se verifica no litoral - nomeadamente na Península de Tróia -, salienta-se Soltróia, pelo número de unidades (de alojamento) que se têm vindo a registar no local.

Carta 21: Intensidade Turística definida para Grândola e Camas Turísticas aprovadas (Setembro de 2016)



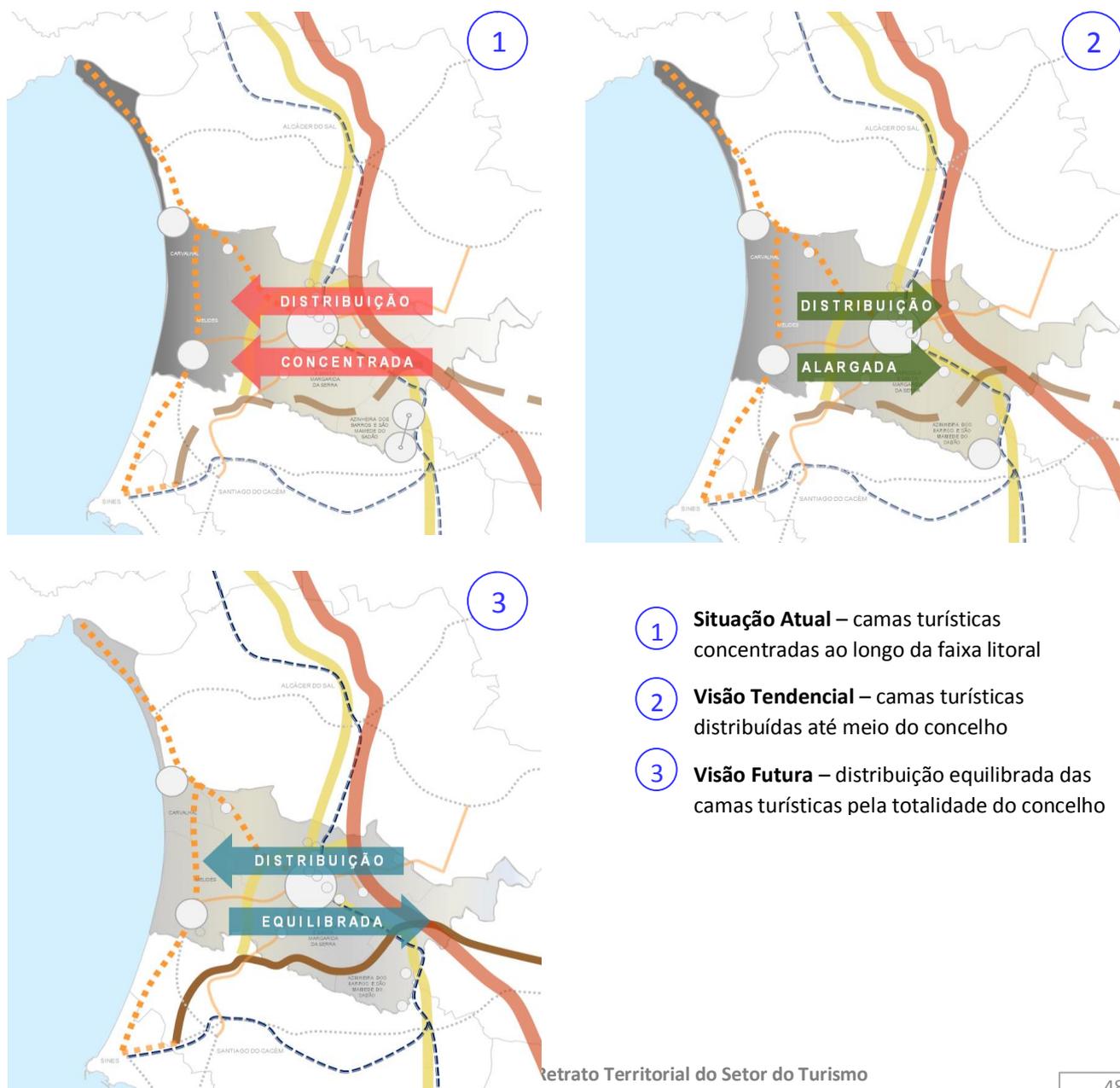
NOTA: ± 7 621 unidades de alojamento entre empreendimentos turísticos em espaço rústico e alojamentos locais.

Nas cartas 20 e 21 dá-se conta da situação atual do comprometimento das cargas máximas de capacidade de alojamento turístico (camas) no concelho, decorrentes do PROTA presentemente em vigor. Constata-se que os limiares máximos se encontram praticamente comprometidos, o que condiciona a aprovação de camas turísticas fora dos NDT definidos. Este é um constrangimento que está identificado e que deverá ser endereçado em futura revisão do PROTA, devendo esta preocupação ser acolhida na presente proposta de revisão do Plano Diretor Municipal de Grândola.

Na Carta 22 apresenta-se graficamente um contributo para esta discussão, através de uma projeção da distribuição da intensidade turística para os próximos anos no concelho:

- Partindo da situação atual, onde se constata uma concentração muito significativa da capacidade de alojamento na faixa litoral, decorrente de opções tomadas no passado de afetar essa capacidade aos NDT definidos para o concelho, todos eles localizados junta à linha costeira;
- Projetando a tendência natural de evolução da capacidade de alojamento, que resulta da expressão de intenções de investimento turístico que têm sido concretizadas junto da Câmara Municipal de Grândola nos últimos anos, que apontam para um reforço da capacidade de alojamento em localizações mais interiores do concelho; e
- Finalmente, a visão futura, que espelha uma realidade desejada para o município, em que os interesses presentes (e os direitos adquiridos) no litoral são compatibilizados com as dinâmicas de investimento turístico que se têm vindo a manifestar crescentemente no interior do concelho, concretizando assim um maior equilíbrio da oferta de alojamento no território concelhio, promovendo a atenuação dos desequilíbrios registados, já anteriormente expostos.

Carta 22: Projeção da distribuição da Intensidade Turística para os próximos anos



Finalmente, ainda na vertente administrativa das tendências de evolução do Turismo no concelho de Grândola, realizou-se uma análise do quadro de referência estratégico para o setor do turismo com incidência no município. Foram consultados 11 documentos estratégicos do turismo com incidência direta ou indireta em Grândola, de âmbito regional e nacional, uns abordando o turismo de uma forma global e outros focando determinados produtos turísticos.

Tabela 4: Quadro de Referência Estratégico do Turismo no concelho de Grândola

Designação do Plano		Nível de contribuição	
		Grândola (indiretamente)	Grândola (diretamente)
1	Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição	++	+
2	Programa Operacional Regional do Alentejo	++	+
3	Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014± 2020 Visão, Prioridades Estratégicas e Eixos de Intervenção	++	+
4	Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial do Alentejo Litoral 2014-2020	+++	++
5	Guia Técnico de Acessibilidade do Destino Turístico	+	+
6	Plano Estratégico para o Turismo Cinegético no Alentejo e Ribatejo	++	+
7	Plano Estratégico para o Desenvolvimento e Promoção Turística do Enoturismo no Alentejo e Ribatejo	++	+
8	Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo	++	+
9	Plano para o Desenvolvimento do Turismo Náutico no Alentejo e Ribatejo	+	+++
10	Plano Operacional Estratégico para o Turismo Sol e Mar no Alentejo Litoral	++	+++
11	Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Touring Cultural e Paisagístico no Alentejo e Ribatejo	++	++

Escala de contributo:

- +++ Muito relevante
- ++ Relevante
- + Pouco relevante
- 0 Sem expressão

A relevância dos documentos estratégicos do turismo que foram considerados está resumida na tabela 4, que sintetiza uma análise exaustiva que pode ser consultada em anexo (Tabela 17), organizada individualmente por documento estratégico e considerando dois campos de análise principais: 1) Objetivos/Metas; e 2) Aplicabilidade na Área de Intervenção.

Para os efeitos do contexto estratégico do Turismo, os documentos mais relevantes do ponto de vista do contributo para a definição de uma estratégia municipal de turismo são: 1) Diretamente, o Plano para o Desenvolvimento do Turismo Náutico no Alentejo e Ribatejo e o Plano Operacional Estratégico para o Turismo Sol e Mar no Alentejo Litoral; e 2) Indiretamente, a Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial do Alentejo Litoral 2014-2020. Seguidamente apresentam-se algumas notas particulares aos documentos estratégicos em análise, quando relevantes.

O Documento Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição é um documento que define a estratégia de turismo a nível nacional, não indicando objetivos específicos para as várias regiões do país. Porém, a

maioria das suas indicações poderão e deverão ser transpostas para a realidade do concelho de Grândola, uma vez que têm aqui, em muitas situações, amplo âmbito de aplicação.

O Programa Operacional Regional do Alentejo é um plano com incidência em várias áreas consideradas prioritárias na região do Alentejo, entre as quais o turismo. Indica várias metas a atingir no domínio turístico na região, facilmente aplicáveis no concelho de Grândola. O documento apresenta ainda alguns objetivos concretos para o território de Grândola.

O Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014±2020 Visão, Prioridades Estratégicas e Eixos de Intervenção menciona vários objetivos a atingir para a região do Alentejo, que entendemos que poderão ser aplicados no concelho de Grândola. Este documento apenas indica um objetivo especificamente para o território de Grândola.

O Plano “Alentejo Litoral 2020” enuncia vários objetivos a concretizar na área do turismo na região do Alentejo Litoral. Dado o âmbito geográfico do plano, entendeu-se que os objetivos se adaptam plenamente ao concelho de Grândola, além de que existem dois objetivos que são direcionados para o território do município.

O Guia Técnico de Acessibilidade do Destino Turístico é um documento essencialmente de caracterização da situação existente no que à acessibilidade diz respeito em restaurantes, museus e monumentos, animação turística e unidades de alojamento. São apontadas alterações a efetuar nos edifícios das unidades de alojamento e de museus/monumentos que poderão ser aplicados em Grândola.

O Plano Estratégico para o Turismo Cinegético no Alentejo e Ribatejo apresenta uma parte de caracterização da situação existente e outra de objetivos a atingir neste setor para a região do Alentejo e Ribatejo. Não existindo menção específica ao concelho de Grândola, entende-se, porém, que alguns dos objetivos mencionados poderão ser aplicados no território do município.

À semelhança dos planos já mencionados, o Plano Estratégico para o Desenvolvimento e Promoção Turística do Enoturismo no Alentejo e Ribatejo e o Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo apresentam objetivos a atingir a nível regional, merecendo o concelho de Grândola um tratamento específico pouco desenvolvido.

O Plano para o Desenvolvimento do Turismo Náutico no Alentejo e Ribatejo, o Plano Operacional Estratégico para o Turismo Sol e Mar no Alentejo Litoral e o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Touring Cultural e Paisagístico no Alentejo e Ribatejo, são os planos que apontam para um maior número de objetivos a concretizar no concelho de Grândola, em particular no que ao primeiro plano se refere. Também são enumerados objetivos para a região do Alentejo Litoral e Alentejo/Ribatejo que se entende merecedores de adaptação ao concelho de Grândola. Relativamente ao Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Touring Cultural e Paisagístico no Alentejo e Ribatejo sugere-se que algumas das rotas mencionadas sejam também aplicadas no concelho de Grândola.

3. Vertente Setorial

3.1. Tendências de Evolução da Procura

O setor turístico, pelo seu dinamismo, encontra-se em constante evolução e adaptação ao meio, tendo atravessando por várias mudanças estruturais ao longo dos anos, quer ao nível da procura, quer da oferta turística, acompanhando as transformações que se verificam na sociedade em geral. O turismo é uma atividade que tem vindo a crescer intensamente a nível global, alcançando taxas de crescimento cada vez maiores, conquistando assim a atenção dos governos e empresários. Os organismos internacionais convergem em reconhecer, hoje, que o turismo é um dos sectores de atividade mais importantes a nível internacional, situação que seria impensável há apenas 50 anos atrás.

Ao longo deste subcapítulo serão analisadas as principais tendências, comportamentos, exigências e motivações do fenómeno turístico a nível internacional, particularmente na ótica da procura turística. Essa informação é de grande pertinência para preparar, planear e orientar o desenvolvimento futuro da atividade turística no concelho. Toda a análise que foi realizada teve por base um conjunto de estudos e relatórios desenvolvidos por prestigiadas organizações internacionais e nacionais.

Passamos a analisar, qualitativa e sucintamente, as tendências da procura a nível global. Algumas dessas tendências estão já a influenciar o comportamento dos mercados, pelo que devem ser tidas em consideração no Plano Diretor Municipal do concelho de Grândola:

- Mudança do perfil demográfico da procura turística

O envelhecimento populacional e a redução da dimensão das famílias provocou alterações no perfil padrão dos turistas, com os séniores a constituírem o segmento de maior crescimento para a indústria turística. De acordo com o relatório da ITB - World Travel Trends (2012/13), os turistas estão a viajar até idades mais avançadas, pelo que a idade média dos turistas tende a aumentar. Segundo o monitor da OMT, o número de turistas com idade superior a 55 anos aumentou para 23%, enquanto que 42 % estão na faixa dos 35-54 anos e apenas 25 % na faixa dos 15-34 anos.

- Alteração da estrutura de valores turísticos

Atualmente verifica-se uma crescente sensibilidade ambiental por parte dos turistas, uma maior procura dos turistas pelas identidades e culturas locais e a valorização das experiências turísticas mais autênticas, promotoras de aprendizagens e sentido de autorrealização. De acordo com os especialistas da ITB, a médio prazo os consumidores vão procurar experiências mais genuínas e destinos mais autênticos, premiando, por exemplo, os destinos que favorecem a interação com as comunidades locais e o encaminhamento de parte das receitas turísticas para fins de conservação da natureza, desenvolvimento social e comunitário, defesa e valorização do património cultural e ambiental e projetos de responsabilidade social e de inclusão. Esta é uma tendência que tanto se verifica ao nível da procura turística, resultado de turistas mais conscientes para os problemas ambientais e para a justiça social, como também ao nível dos empresários do sector turístico, que tendem a adotar práticas mais amigas do ambiente e socialmente mais responsáveis.

- Alteração dos padrões de consumo turístico

Nas últimas décadas verificou-se uma mudança no estilo de vida das populações, reflexo do aumento do tempo livre, do aumento dos rendimentos e da flexibilização dos horários de trabalho. Essas mudanças resultaram num crescimento generalizado do número de turistas e na massificação das viagens, com concentração das férias em períodos específicos do ano.

Estas tendências fortes no passado estão, contudo, a afrouxar. Segundo a ITB, o segmento das férias não cresceu e o turismo de sol e mar, o principal produto turístico tradicional, diminuiu 1%. Em contrapartida,

verificou-se um aumento de 14% nas visitas a cidades e de 8% nas viagens de negócios. Os *city breaks* (1 a 3 noites) registaram um aumento de 10% e as viagens de longa duração conheceram um decréscimo de 2%. Já as viagens de curta distância na Europa e no Norte de África cresceram a um ritmo moderado de 2%. Perante esta realidade, os interesses e os destinos turísticos dos viajantes estão a diversificar-se e as estadias dos turistas estão a encurtar-se e a repartir-se mais ao longo do ano.

- Valorização de fatores de solidariedade e de ajuda humanitária

Atualmente existe um movimento de pessoas que se deslocam para países em desenvolvimento, maioritariamente, para aí apoiarem em missões de ajuda humanitária. Estas pessoas são, tecnicamente, turistas que valorizam o humanismo, a solidariedade e a aventura. Segundo informação da ITB, os turistas de aventura são tipicamente os primeiros visitantes internacionais com propensão a viajar para um destino depois de uma crise ou uma catástrofe e a apoiar as autoridades locais nos esforços de reconstrução.

No continente europeu o voluntariado tem vindo a ganhar cada vez mais notoriedade, resultado também de uma maior sensibilização dos turistas para a justiça social e de uma vontade crescente das sociedades urbanas mais abastadas de poder contribuir para atenuar as assimetrias de riqueza a nível mundial. Este movimento em prol da ajuda humanitária tanto é feito, a título esporádico, por turistas disponíveis para terem uma experiência de turismo de voluntariado num campo humanitário, no auxílio a uma obra social de uma comunidade local ou na ajuda a pessoas que foram alvo de alguma catástrofe; como também pode ser mais organizado, de forma estruturada e por períodos mais alargados, para voluntários que assumem um vínculo a uma ONGD (Organização Não Governamental para o Desenvolvimento).

- Conquista de poder pelo turista ("empoderamento" do turista)

A tecnologia veio revolucionar o sector turístico, com os consumidores a retirarem mais proveito dos canais virtuais, essencialmente para consultarem informações turísticas, planearem férias e viagens e compararem/comprarem produtos e serviços turísticos.

Segundo informação da ITB, no futuro as pessoas irão confiar mais em informações pessoais e recomendações disponíveis em *websites* comerciais e sociais e vão utilizar mais a tecnologia móvel (i. e. telefones e tabletes) para aceder *in situ* a produtos e serviços turísticos. A internet tornou-se, hoje, o principal mercado de turismo e viagens, com 54% das reservas efetuadas *online*, contra 24% das agências de viagens (dados da ITB).

O fenómeno da Web 2.0, caracterizado pelo aumento da interação online e pelos conteúdos produzidos pelos usuários, tem crescido em termos de relevância e impacto na forma como os turistas organizam as suas férias e como geram afinidades com os Destinos e os seus operadores. Nos últimos anos, a Web 2.0 tornou-se uma ferramenta de trabalho indispensável no sector das viagens, tendo aparecido o conceito "Travel 2.0" (ou "Travel Networking"), um espaço de organização espontânea de fóruns e de comunidades virtuais específicas ligadas pelos temas das viagens e do turismo.

As redes sociais virtuais permitem aceder diretamente, como antes não era possível, a sugestões, propostas e opiniões sobre viagens e turismo, colocando os turistas muitas das vezes em contacto direto com as comunidades locais dos potenciais destinos de visita.

Existe ainda uma tendência para a prática do *last minute booking*, ou seja, o adiamento até ao limite das decisões de compra dos turistas para ficarem com as melhores ofertas, existindo websites especializados que contribuem proactivamente para alertar os interessados sobre as promoções e ofertas mais recentes.

Em suma, a crescente possibilidade de aceder à internet em qualquer local, associada à oferta de novos equipamentos e aplicações tecnológicas específicas, aumenta o potencial de negócio turístico realizado através das vias das novas tecnologias de informação e comunicação. A pesquisa de informação, a comparação de tarifas, as reservas *online*, a localização por GPS e a realidade aumentada, a partilha de

informação nas redes sociais são alguns exemplos de fatores distintivos que estão a revolucionar o sector do turismo e que estão a inverter a tradicional relação de poder entre a procura e a oferta turística, a favor da primeira

- Valorização do acesso do turismo a todos

As acessibilidades são cada vez mais valorizadas pela sociedade, sendo mesmo uma necessidade imperativa para uma franja da população que apresenta uma deficiência ou incapacidade. Em paralelo, o envelhecimento demográfico reforça a necessidade de melhorar as acessibilidades turísticas. Segundo dados da ITB, só na Europa existe 80 milhões de pessoas com deficiência. Se incluirmos aqui os acompanhantes da viagem, podemos estimar um mercado potencial de 133 milhões de pessoas, número que varia entre os 600 e 900 milhões, segundo os estudos, se consideramos a população mundial.

Importa salientar que a melhoria das condições de acessibilidade nos destinos turísticos não é apenas um fator de atração para as pessoas que necessitam das acessibilidades turísticas, ela é também um facto de promoção da qualidade de vida das comunidades locais, pois ao abrigo do turismo são também garantidas melhores condições de acesso, segurança, conforto e autonomia ao conjunto da população.

- Turistas mais exigentes e atentos à relação qualidade/preço

No contexto atual de forte competitividade nos mercados turísticos os turistas estão cada vez mais informados e atentos à comparação de cotações e preços das ofertas turísticas, mas continuam a nutrir elevadas expectativas de serem recebidos e tratados de forma personalizada, usufruírem de serviços turísticos excelência e sentirem-se, de alguma forma, turistas “especiais”.

A relação qualidade/preço ganha cada vez mais importância na escolha de férias e viagens dos turistas. Verifica-se uma diminuição das viagens organizadas pelos operadores turísticos tradicionais, mais massificadas, por oposição ao incremento das viagens de oportunidade, organizadas e marcadas pelo próprio turista, com recurso aos meios oferecidos na internet para pesquisa de ofertas turísticas e comparação de preços.

- O fenómeno *Low-Cost*

As companhias aéreas *low-cost* têm vindo a conquistar a confiança dos consumidores, que veem nelas uma forma de diminuir os custos de suas férias e viagens. O aumento do número de ligações, juntamente com os apelativos preços que são praticados, tornam-se atrativos irrecusáveis para os turistas. O aumento da procura pelas viagens *low-cost* tenderá a aumentar o número de rotas servidas por estas companhias e forçar até uma descida generalizada dos preços praticados no setor da aviação, principalmente entre as companhias aéreas tradicionais.

Entretanto, o fenómeno *low-cost* está a alargar-se rapidamente a outros ramos de negócio da atividade turística, como por exemplo a hotelaria, com o crescimento muito acelerado de conceitos modernos de *hostels* e restaurantes a preços reduzidos, onde em troca da cedência a um serviço menos personalizado e pago à medida, o turista beneficia de um serviço em comunidade mais descontraído e convival.

- Combinação de negócios-lazer

Cada vez mais o turismo de negócios combina uma dimensão lúdica, criando assim um mix entre motivações profissionais e de lazer. A juntar à viagem de negócios, o turista aproveita, cada vez mais, para conhecer e viver o local da viagem de negócios, disfrutando do tempo livre na sua agenda de negócios. Os grandes destinos de turismo de negócios estão atentos a esta tendência e começaram a oferecer produtos turísticos compostos, em que começa a ser difícil distinguir os negócios do lazer, até porque em muitas situações essa combinação favorece o fecho dos próprios negócios.

- Importância das marcas turísticas

A globalização deu um impulso significativo à afirmação, a nível internacional, das marcas turísticas. As mudanças nos padrões de consumo turístico que se estão a verificar não têm diminuído, antes pelo contrário, a importância das marcas como vetores maiores do posicionamento dos destinos turísticos junto dos mercados.

O que se tem verificado é que as marcas estão cada vez mais pressionadas a se reinventarem e a englobarem conceitos novos que são valorizados pelos turistas. Essa pressão de reinvenção está a crescer, o que faz com que o conceito de marca tradicional, que era desenvolvido com base numa premissa de estabilidade e de criação de uma expectativa de valor seguro para o turista, esteja a evoluir para um conceito de *branding*, em que a marca assume identidade e personalidade dinâmicas, procura associar-se a *labels* de reconhecimento cada vez mais global (a ecologia, a sustentabilidade, a responsabilidade social, etc.) e estabelece prioridades de aproximação, familiaridade e afinidade com os turistas que são os seus *targets*.

Estas transformações decorrem da importância que modernamente se dá ao facto de os turistas valorizarem na marca não só um sentimento de confiança no produto/serviços turístico que é oferecido, como também um sentimento de pertença e afiliação relativamente aos valores que a marca transmite. É por isso que às grandes marcas turísticas e hoteleiras internacionais já não chega o reconhecimento global e a fidelização dos turistas. Elas procuram agora estabelecer ligação emocionais com os turistas e é por isso que hoje em dia estão crescentemente associadas, por exemplo, a programas de responsabilidade social, de diminuição da pegada de carbono, de consumo de produtos locais e orgânicos, etc..

3.2. Novas Tendências de Mercado

Depois de apresentadas as grandes tendências de evolução da procura turística a nível global, torna-se necessário perceber quais as principais mudanças que se estão a verificar no plano da oferta turística. Neste sentido, foram destacadas as seguintes tendências fortes:

- Aposta em produtos turísticos mais sustentáveis

Existe uma tendência global, que é transversal a todos os setores da economia, para que a atividade turística passe a oferecer cada vez mais produtos que respeitem e valorizem os princípios do desenvolvimento sustentável, principalmente ao nível do ambiente e da sociedade.

Os turistas tendem a desenvolver uma consciência verde que se materializa na procura de produtos *eco-friendly*, o que leva os agentes turísticos a desenvolverem e a oferecerem produtos e serviços mais ecológicos e respeitadores da Natureza e do Ser Humano. Importa salientar, que na atualidade, muitas organizações turísticas a nível internacional já perceberam que os turistas podem ser mais facilmente atraídos se souberem que essa organização está a contribuir de alguma forma, com uma parte da sua receita turística, para a coesão social e para a melhoria do ambiente do território onde ela se localiza. Algumas dessas organizações são entidades gestoras de destinos turísticos que cobram taxas turísticas à entrada dos turistas para financiar programas que visam promover a sustentabilidade do território e a inclusão das populações residentes.

- Aposta em produtos segmentados e nas experiências turísticas

Ao longo dos anos tem-se verificado uma tendência crescente na aposta dos agentes turísticos em oferecer produtos segmentados, que vão ao encontro da procura de segmentos específicos do mercado turístico e/ou das potencialidades do destino em determinado segmento.

Os produtos turísticos segmentados tendem a conquistar uma maior fidelização do turista e a proporcionar uma maior especialização turística dos destinos, uma vez que existe uma preocupação em oferecer produtos turísticos mais dirigidos ao plano motivacional do turista.

A fuga aos destinos mais massificados, a necessidade de compensar o *stress* vivido no dia-a-dia no meio urbano e o desejo de todo o Ser Humano em experimentar o que é único, exclusivo e personalizado (talhado só para nós) fez com que, recentemente, à segmentação se seguisse a oferta de produtos turísticos já muito próximos de uma lógica de personalização: as experiências turísticas.

Existe cada vez mais, nos mercados turísticos emissores, especialmente junto dos mais esclarecidos e com maior poder de compra, um desejo de usufruir de experiências turísticas “*taylor made*”. Esta nova tendência está a impulsionar os prestadores de serviços turísticos e as entidades gestoras dos destinos para patamares de organização, inovação e sofisticação que seriam considerados improváveis há pouco mais de 10 anos.

- A ascensão meteórica dos canais de distribuição e comercialização *online*

Os canais de distribuição e comercialização turística *online* tendem a ser os novos mercados da operação turística, seja numa dimensão social (redes sociais virtuais e *web buzz*), seja numa dimensão comercial (operadores turísticos virtuais). Os empresários do sector têm muitas vantagens em colocar os seus produtos/ serviços turísticos nestes canais *online*, pois podem assim eliminar os intermediários da operação turística e interagir diretamente com os turistas, de uma forma independente.

Como já analisámos no capítulo dedicado à notoriedade turística do Grândola, a evolução das tecnologias de informação e comunicação tem estado a revolucionar os canais de distribuição e comercialização turística e estreitado as relações entre os destinos e os prestadores de serviços turísticos e os turistas. Os canais de distribuição e comercialização turística são hoje uma peça chave em qualquer estratégia de desenvolvimento turístico, desde o nível dos destinos turísticos (selam eles internacionais, nacionais ou locais) até ao nível dos prestadores de serviços turísticos (agentes turísticos locais).

- A liberalização dos transportes aéreos e da mobilidade dos passageiros

A longo prazo, o turismo irá contribuir para diminuir as barreiras existentes nas viagens internacionais através da crescente reorganização e liberalização dos transportes aéreos e de outras formas de desregulamentação. Uma das consequências imediatas será a diminuição das exigências relacionadas com a atribuição de vistos por parte de um número cada maior de países e a possível substituição dos passaportes por sistemas eletrónicos de controlo (Edgell, 1995 cit. por Anabela Neves, Promoção turística – O impacto das parcerias entre agentes públicos e privados, 2007).

Nos últimos anos esta tendência tem perdido força, pois tem sido desafiada por políticas securitárias cada vez mais agressivas, em resultado do fenómeno do terrorismo internacional, e por decisões de reforço do controlo de fronteiras, fundamentalmente como contenção de movimentos migratórios descontrolados.

- A inovação crescente das Atrações Turísticas Temáticas e dos Grandes Eventos

As atrações turísticas dedicadas e os grandes eventos, ambos desenvolvidos especificamente para atrair grandes fluxos de turistas, estão a ganhar peso nos *mix* da oferta turística dos destinos turísticos e a ser cada vez mais relevantes para o seu posicionamento junto dos mercados potenciais e para a sua competitividade face a destinos concorrentes que já delas dispõem.

A criação de parques temáticos e a organização de eventos que possibilitam experiências de lazer únicas e arrebatadoras, muitas das vezes pelo recurso à utilização das tecnologias mais avançadas para permitirem múltiplas formas de interatividade com os turistas, são dos vetores mais dinâmicos do sector turístico na atualidade.

A criação de atrações e eventos inovadores pode contribuir para conquistar as famílias e os turistas mais jovens, que tendem a viajar em grupo. Segundo Smeral (1998), estas experiências turísticas com um carácter mais lúdico e recreativo podem ser comparadas à experiência do uso de produtos da marca “Swatch”: produtos relativamente baratos, que são reconhecidos como sendo de boa qualidade, mas que se destacam por oferecem experiências de valor acrescentado, pelo menos para quem os consome (Neves, Anabela, Promoção turística – O impacto das parcerias entre agentes públicos e privados, 2007).

A organização de eventos é outro vetor que dificilmente pode ser excluído de uma estratégia de criação, posicionamento e desenvolvimento de um novo destino turístico, pelo que esta nota deve ser registada.

- Os *labels* turísticos estão cada vez mais à procura de gerar afinidades com os turistas

A emergência de importantes segmentos de mercado turístico a nível internacional atentos às questões da ecologia, aos valores do desenvolvimento sustentável, à responsabilidade social, etc. faz com que seja cada vez mais importante distinguir as ofertas alinhadas por estes valores das outras que concorrem indistintamente nos mercados turísticos.

É nessa distinção no mercado que surge a pertinência da criação e gestão de *labels*. O *label* é uma “distinção” que já não promove apenas um determinado esforço na qualificação da oferta turística, mas também um compromisso com um conjunto de valores aos quais essa oferta pretende estar identificada. Ao reforçar essa perceção junto dos turistas, procura-se não só reforçar a perceção de valor acrescentado, mas também estimular fatores de identificação e de alinhamento entre a oferta e a procura, reforçando assim as afinidades junto dos mercados potenciais.

Saliente-se que são já vários os destinos e os empreendimentos turísticos que implementaram estes *labels* mais relacionais e que agora seguem códigos de conduta estreitos, muitas vezes autoimpostos, mas reveladores de um compromisso amplo em gerar verdadeiras afinidades com os mercados alvo.

A nível de tendências internacionais, é certo que os turistas estarão cada vez mais conscientes, despertos e disponíveis para premiar os destinos / serviços turísticos que se comprometam com códigos de conduta representativos de tendências fortes a nível social: a ecologia, a sustentabilidade, a responsabilidade social, a qualidade, a inovação, etc.

- A organização e gestão dos destinos está mais proactiva e atuante no mercado

Os destinos estão a formar redes, cada vez maiores e mais abrangentes, onde são reunidos esforços para oferecer experiências cada vez mais satisfatórias ao turista. Muitas atividades de *cross selling* desenvolvidas nos destinos estimulam a criação de parcerias na cadeia de valor do turismo, integrando agentes turísticos que têm que cooperar em conjunto para oferecer aos turistas propostas integradas: as companhias aéreas, os hoteleiros, as atrações turísticas, os operadores turísticos e o sector público, etc.

Existe também uma tendência crescente da importância de se agrupar as propostas turísticas (*tour packaging*) para que se consiga vender o destino de uma forma mais integrada. A promoção turística realizada pelas entidades gestoras dos destinos deverá também ser realizada numa lógica integrada, de forma a criar condições necessárias para que os potenciais turistas usufruam de uma oferta estruturada e organizada.

Os destinos terão de passar a afirmar os valores que sejam capazes de gerar maiores afinidades nos mercados turísticos. Valores como a preservação dos ecossistemas e da biodiversidade, o sentido de pertença a um território, o espírito de comunidade, a consciência ambiental e social e a valorização das

relações humanas são, nos dias de hoje, vetores relevantes da afirmação dos destinos turísticos. Para estarem preparados para esta nova realidade, os destinos deverão incorporar, tanto na concepção como na promoção, novos valores e atitudes.

A competitividade dos destinos leve a que estes apostem cada vez mais na promoção e divulgação da oferta turística, através da disponibilização de informação escrita, cartográfica, multimédia e virtualizada (*online*). A criação de *Destination Marketing Organisations* (DMO) surge como uma ferramenta para integrar todas essas valências da comunicação e marketing do Destino no mundo digital.

As DMO podem ser, assim, uma importante forma de promoção dos destinos, pois permitem que o consumidor tenha um acesso livre, transparente, imediato, acessível e autónomo à oferta turística do destino. Além disso, tende a promover uma oferta integrada, que fomenta uma cooperação conjunta dos serviços turísticos de forma a criar um maior nível de atração dos turistas. As DMO mais evoluídas levam as potencialidades oferecidas pelas TIC a níveis muito mais ambiciosos, complexos e inovadores, proporcionando aos turistas motores de planeamento virtual de férias e viagens, com integração de módulos de reservas e de emissão de vouchers contra pagamento. As DMO podem também incluir motores de agregação das redes sociais virtuais aos destinos, facilitando a criação de comunidades virtuais que estão a promover o Destino nos canais sociais.

Em suma, num mundo cada vez mais global, a internet tem contribuído, em grande medida, para estimular uma dependência da procura e da oferta turística na utilização de canais virtuais.

3.3. Dinâmicas de Adequação da Oferta Turística de Grândola à Evolução da Procura e dos Mercados

Num enfoque particular sobre a realidade de Grândola, percebe-se que o concelho reúne um conjunto de condições, intrínsecas ao território, que o tornam único e difícil de replicar noutros lugares. Como anteriormente mencionado, os turistas procuram, cada vez mais, aquelas viagens que lhes transmitem um sentimento de enriquecimento pessoal, pelo acesso a experiências autênticas e únicas, e de gratificação pessoal, pois sente que o dinheiro que está a gastar no destino está a ser usado para fins nobres.

Complementarmente, o Grândola poderá possibilitar aos potenciais turistas a oportunidade de vivenciar sentimentos e experiências que há muito se perderam nos meios urbanos, mas que ainda encontramos em terras da Costa Alentejana. Numa altura em que começa a escassear o tempo que dedicamos às férias e às viagens, não deixa de ser curioso registar que se sente nos mercados turísticos um desejo de ir à redescoberta dos valores humanos mais profundos. Grândola, pelo estado relativamente intocado do território e pela associação que é feita com a liberdade e a fraternidade, é um daqueles territórios que poderá facilitar aos turistas um reencontro com a sua própria essência, isto se a concelho souber preservar a sua mais-valia ambiental e a sua escala humana.

Por exemplo, os “novos” turistas são particularmente “eco conscientes” e aceitam bem alguma falta de comodidade em prol da proteção do ambiente. Eles tendem a realizar caminhadas, a passear em bicicleta ou a observar a natureza (em particular os aspetos endémicos da flora e da fauna que apenas naquele local se podem encontrar). De facto, a atitude dos turistas está a mudar, sendo maior a preocupação com aspetos como: a escolha de equipamentos amigos do ambiente; a existência de hotéis com sistemas de poupança de energia; a disponibilidade de transportes mais sustentáveis; a possibilidade de participar em obras sócias durante o período de férias, etc.

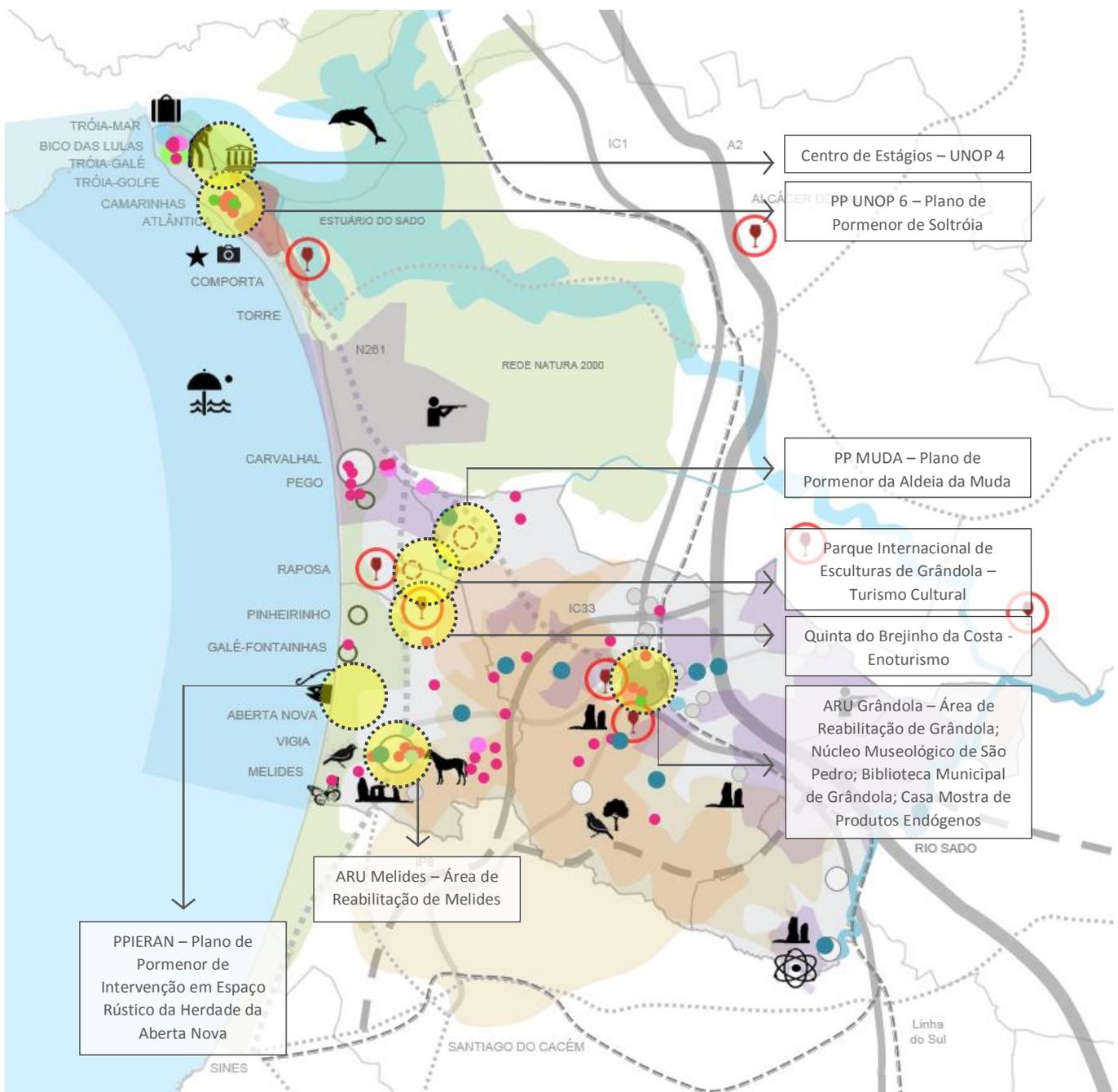
No entanto, Grândola não se encontra atualmente organizada para satisfazer de forma eficaz e satisfatória os seus principais mercados turísticos, tanto no plano das motivações como no plano das afinidades dos

turistas. Os produtos turísticos onde o concelho apresenta um maior potencial turístico exigem uma lógica de produto/motivações e um planeamento e estruturação de toda a oferta turística que ainda não se encontra aqui organizada no terreno.

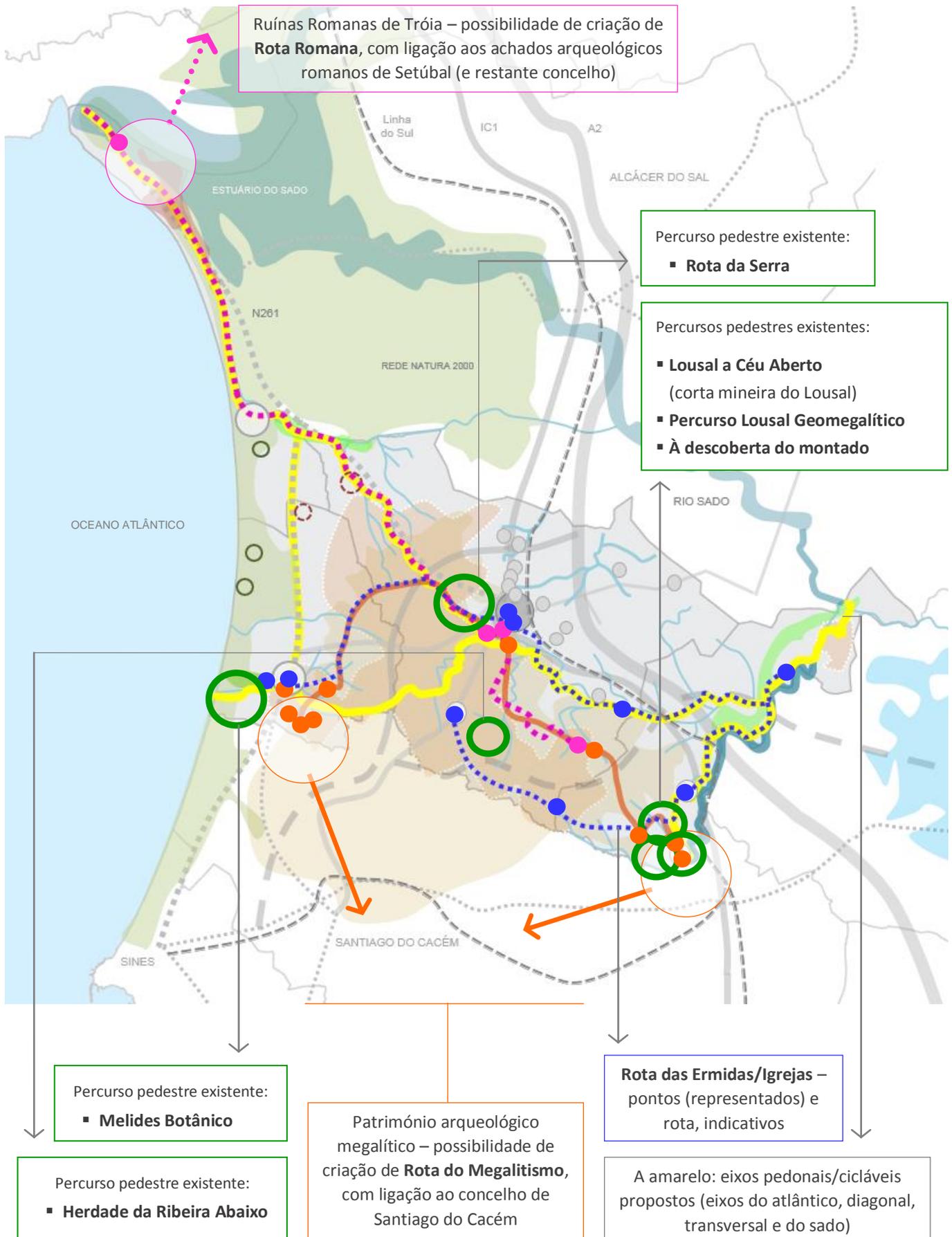
Para trabalhar corretamente a oferta turística do Grândola neste quadro de mudança, importa criar, a partir do destino, os instrumentos operacionais capazes de posicionar os seus valores turísticos nos mercados, comprometendo simultaneamente os agentes turísticos locais neste esforço coletivo: a cooperação estratégica do município com os privados. Estes instrumentos são importantes para enquadrar as iniciativas de investimento privado que estão em curso ou que se têm manifestado no concelho.

Nesta linha de reflexão, na Carta 23 apresenta-se uma infografia onde se dá conta de algumas situações onde tem sido já possível uma articulação mais estratégica entre os domínios público e privado, algumas delas já concretizadas ou em fase de concretização no terreno.

Carta 23: Principais projetos com incidência turística, de génese pública ou privada, em curso / em intenção no concelho

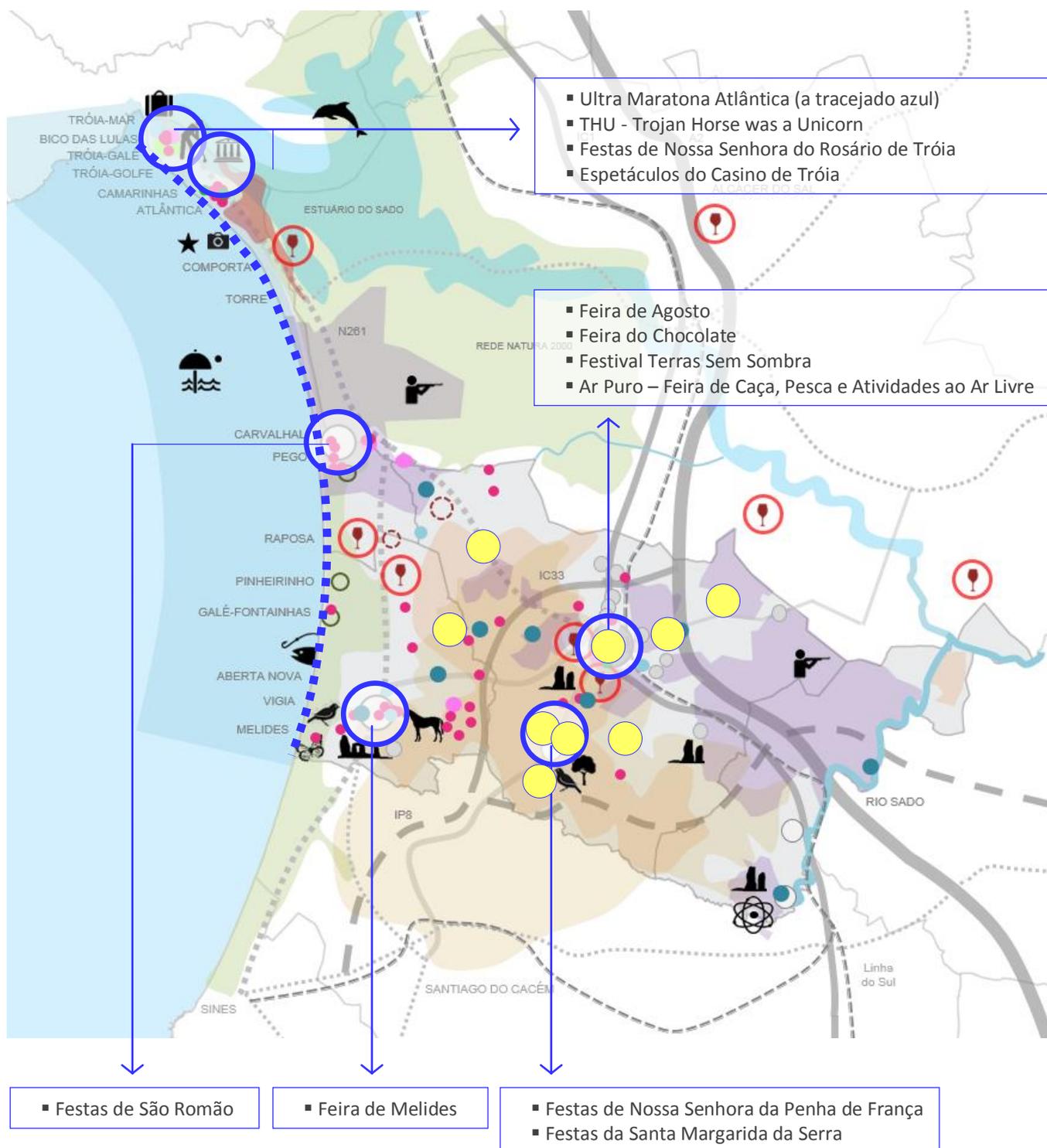


Carta 24: Principais projetos de iniciativa pública com incidência turística no concelho



Na parte que é o domínio do município ou das entidades públicas competentes, o esforço de investimento não se tem cingido à orla costeira, nomeadamente à qualificação das praias classificadas. Na Carta 24 foram identificados outros projetos de natureza pública que foram considerados de relevância turística, tanto na vertente cultural, do desporto e do lazer, como na vertente da Natureza. Parte importante destes projetos está concretizada no terreno, estando a outra em curso / em intenção. Na Carta 25, complementa-se esta informação com os eventos com relevância turística que são organizados pelo município que contam com o apoio deste.

Carta 25: Principais eventos de iniciativa pública com incidência turística no concelho

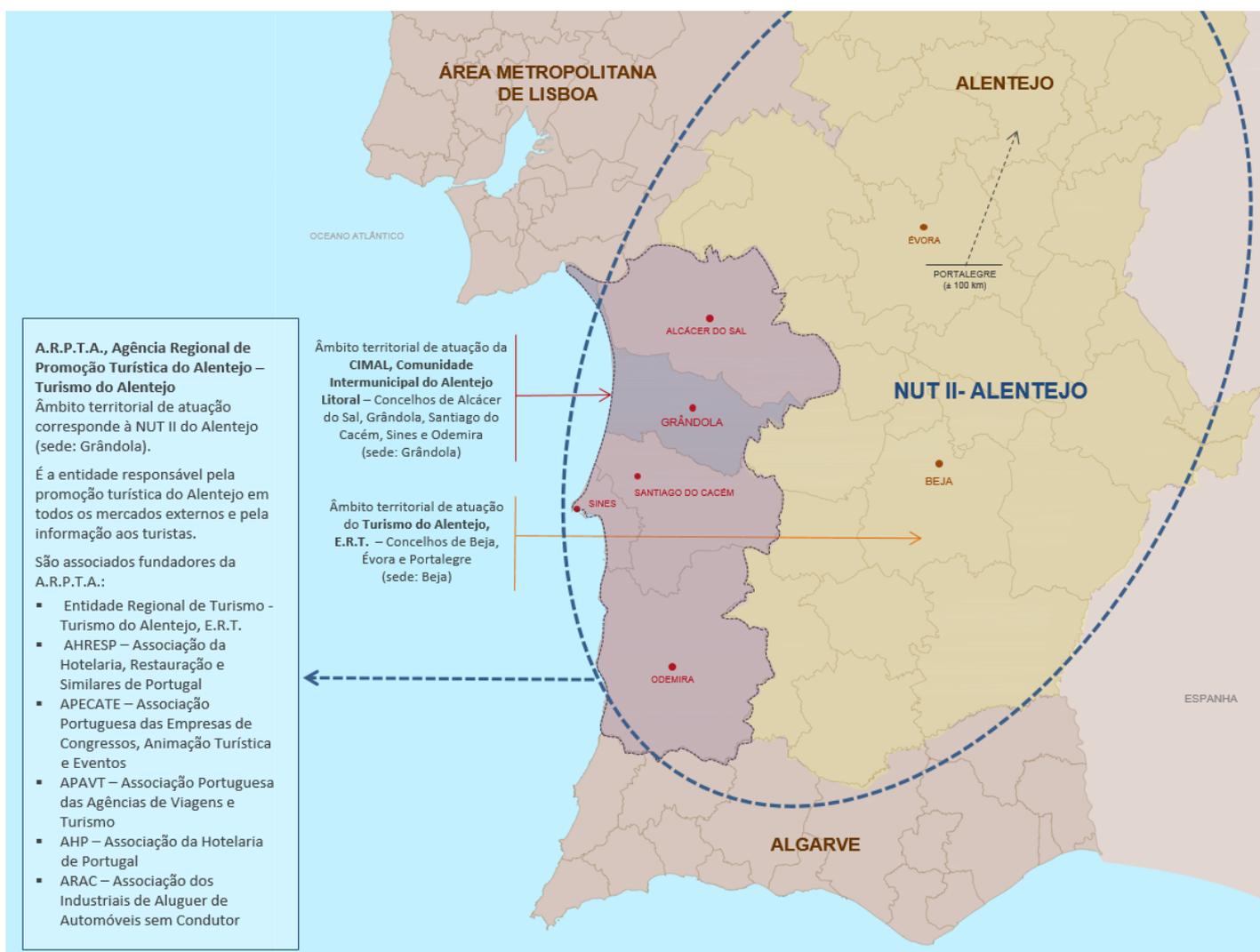


A dinâmica de adequação da oferta turística do concelho de Grândola à evolução da procura e do mercado é uma realidade concreta que resulta das atuações quotidianas dos agentes e operadores turísticos com sede ou com atividade localizadas no concelho, mas deixada apenas neste plano, sem enquadramento estratégico, não deixa de ser uma postura reativa no mercado e dependente da dinâmica da procura, logo muita exposta a fatores que o concelho não está em medida de controlar.

Ao caber-lhe a gestão estratégica do território e das suas atividades económicas e sociais, a Câmara Municipal de Grândola pode ser um agente aglutinador e estratégico para alterar este posicionamento reativo dos agentes turísticos locais. Mas, pode não ser essa atuação suficiente, especialmente, no plano mais estratégico, pois num contexto em que os mercados turísticos estão cada vez mais globalizados, a escala do município pode não ser suficiente para garantir eficácia nos propósitos.

Assim, é muito importante que Grândola se articule com as atuações estratégicas do turismo que estão definidas, ou que venham a estar definidas, aos níveis supramunicipal e regional, promovendo desta forma uma abordagem mais coletiva que permitiria obter ganhos de escala e promover assim abordagens mais proativas nos mercados turísticos. Na Carta 26 apresenta-se o contexto institucional relevante para promover essas articulações estratégicas em torno do turismo.

Carta 26: Contexto institucional supramunicipal e regional com incidência turística relevante no concelho



4. Análise SWOT do Setor do Turismo em Grândola

<i>Pontos Fortes</i>	<i>Pontos Fracos</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Interessante oferta turística primária – valores naturais (sol e mar, estuário, serra, recursos haliêuticos, paisagem visual e sonora, paisagem celeste, etc) e culturais (artesanato, gastronomia, património edificado e arqueológico, incluindo o subaquático); ● Existência de turismo científico associado à antiga atividade mineira do Lousal; ● Emergência de oferta turística inovadora (em curso a elaboração do PIER da Aberta Nova); ● Significativa taxa de execução dos empreendimentos turísticos na freguesia do Carvalhal, com destaque para a dinâmica da Península de Tróia; ● Recente expressão da dinâmica turística no interior do concelho; ● Elevado potencial de alojamento do concelho de Grândola no contexto do Alentejo Litoral (cerca de 22%); ● Presença de sinais indiciadores de uma tendência crescente de internacionalização do destino Grândola; ● Existência de infraestruturas âncora (ex: Marina de Tróia, Lousal); ● Dinâmica de qualificação da oferta turística, nomeadamente através de processos de certificação ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fraca promoção do território e diminuta perceção de Grândola como destino turístico; ● Subexploração da oferta turística primária; ● Animação turística praticamente inexistente no concelho; ● Diversificação relativa da oferta turística de empreendimentos; ● Descontinuidade territorial entre os NDT e as praias; ● Insuficiência e desqualificação das infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo de praia; ● Elevada densidade construtiva e baixa sustentabilidade dos empreendimentos turísticos previstos para o litoral; ● Estagnação da execução completa dos NDT das Fontainhas, Pinheirinho e CostaTerra, com fortes prejuízos ambientais; ● Não concretização de grande parte dos investimentos previstos para a faixa litoral e conseqüente retenção de camas turísticas; ● Desistência do PP da, anteriormente designada, ADT 5 – Melides; ● Oferta pouco qualificada ao nível dos parques de campismo existentes – Melides e Galé; ● Valores de solo bastante elevados através da dinâmica especulativa do solo turístico; ● Ausência de estratégia de desenvolvimento turístico para a sub-região; ● Sazonalidade do Turismo de Sol e Mar, ainda dominante no concelho; ● Deficiente articulação da oferta de serviços turísticos.
<i>Oportunidades</i>	<i>Ameaças</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Potencial de desenvolvimento do destino turístico Alentejo Litoral no contexto da Região Alentejo; ● Criação de um novo paradigma de desenvolvimento e estabilização funcional da orla costeira nomeadamente no seio da Revisão do Plano de Ordenamento da Orla Costeira (reclassificação de algumas praias e criação de outras, concretização de parques de estacionamento de retaguarda de apoio às praias, criação de bolsas especificamente tratadas para receção de autocaravanas); ● Ordenamento das “praias fluviais”; ● Flexibilização na transferência de camas entre empreendimentos e municípios da faixa litoral; ● Afirmção crescente de diferentes ofertas turísticas qualificadas capazes de resistir à sazonalidade; ● Promoção de rotas turísticas intermunicipais respeitantes ao património classificado - arqueológico, edificado e natural; ● Promoção de eventos turísticos associados ao património arqueológico subaquático. ● Capacidade de atração crescente de visitantes e hóspedes de outras nacionalidades e com interesses diferenciados; ● Aumento da qualidade de oferta relativa ao campismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Degradação da qualidade do destino através da intensificação da oferta turística; ● Peso excessivo do Turismo de Sol e Mar como único atrativo; ● Manutenção dos elevados valores do solo, em especial no litoral.

PARTE III: SITUAÇÃO DE CHEGADA

ESTRATÉGIA E MODELO TERRITORIAL DE TURISMO NO CONCELHO DE GRÂNDOLA

1. Visão a 10 anos para o Turismo em Grândola

1.1. Desígnios para o Turismo no Concelho de Grândola

Pelas razões que foram sucessivamente evocadas e demonstradas nos capítulos anteriores, o concelho de Grândola é um território eminentemente turístico, pelo que a problemática do ordenamento, do planeamento e da gestão deste território municipal não se pode dissociar da problemática específica do turismo.

A importância do turismo decorre do facto de estar instalada no território integrante do município de Grândola uma indústria turística e hoteleira muito relevante para economia local, grande parte dela assente nos significativos recursos territoriais primários que este concelho oferece: sol/mar, estuário/rio, serra/montado, recursos haliêuticos, minas (Lousal), recursos paisagísticos (paisagem visual, sonora e celeste), artes, cultura e património, artesanato e gastronomia, só para citar alguns dos mais importantes.

Com distribuição territorial e sazonal heterogénea e distintos pesos quantitativos e qualitativos, estes recursos territoriais são reveladores de uma oferta potencial de enorme valia no contexto nacional e, em certos contextos específicos, até mesmo internacional. Esta realidade municipal pode ser projetada num plano intermunicipal e até mesmo regional, sendo reconhecida em documentos de ordem superior, com destaque para o PENT (Plano Estratégico Nacional de Turismo) e o seu posterior reatamento no PROT Alentejo. O mais recente PEDAL (Plano Estratégico de Desenvolvimento do Alentejo Litoral 2014-2020) define como Eixo 1 do Pilar A (Procura externa como motor da região) a “Construção e afirmação do produto turístico”.

A afirmação e o posicionamento turísticos do município de Grândola, suportada pela oferta turística instalada e pelo leque alargado de exemplos de recursos que foram atrás mencionados, demonstrativos de um potencial ainda por explorar, carece, todavia, de uma maior projeção e reconhecimento no contexto específico do Destino Litoral Alentejano e no quadro dos vetores de afirmação da marca Alentejo. Na verdade, falta ao concelho de Grândola, como um todo, uma verdadeira estratégia de construção de destino, que tire partido das suas potencialidades e da sua diversidade, e uma Agenda de atuação com responsabilidades partilhadas por diversos setores. Sintomático destas lacunas é a perceção que, no plano do marketing turístico, as marcas locais “Tróia” e mesmo “Comporta” se sobrepõem à própria marca “Grândola”.

A afirmação do território municipal de Grândola como um destino turístico mais homogéneo e coeso e como marca turística que se posiciona acima das marcas locais do seu território litoral norte é um desígnio principal de desenvolvimento turístico do município.

Apesar do potencial turístico existente extensiva e transversalmente ao território concelhio e apesar do esforço do município realizado nos últimos anos para dinamizar polos de desenvolvimento turístico alternativos aos do litoral (a exemplo das minas do Lousal), a verdade é que o turismo em Grândola continua a ser sinónimo de litoral, e com mais ênfase no litoral norte, configurando uma situação de desenvolvimento turístico profundamente desequilibrada no plano territorial. É certo que esta situação tem precedentes históricos, decorrentes do mercado (importância do produto sol & mar em Portugal ao longo do século XX) e das dinâmicas de investimento específicas que se dirigiram à península de Tróia (primeiro com a Torralta e depois com a Sonae).

No entanto, hoje é possível verificar que as condições de mercado se alteraram significativamente, com a crescente fragmentação da segmentação da procura turística e dos perfis dos turistas e com a maior diversificação dos produtos turísticos. Por outro lado, a falência do modelo de negócio subjacente aos grandes projetos de empreendimentos turísticos do litoral, na sequência da crise económica e financeira

iniciada em 2008, também expôs as contradições do próprio modelo de ocupação do território. Como já se disse atrás, os próprios instrumentos de ordenamento do território de ordem superior com incidência no território de Grândola, se inicialmente tiveram um efeito positivo em conter a especulação existente no território, impondo limites ao licenciamento de camas, estão hoje desajustados face à realidade das dinâmicas de investimento turístico no concelho, estando a capacidade de licenciar novas camas de empreendimentos turísticos no concelho de Grândola (e não apenas no litoral do município) na prática esgotada.

Por outro lado, a vila de Grândola, centro polarizador da vivência do concelho, não é o seu centro polarizador turístico, onde acaba sendo substituída por Tróia, gerando obviamente disfunções, especialmente ao nível da gestão das infraestruturas e dos serviços públicos para atender a uma população flutuante que, durante o Verão, ocorre ao litoral.

Assim, outro desígnio principal do desenvolvimento turístico do concelho é o de promover um desenvolvimento turístico mais harmonioso e equilibrado, capaz de reforçar a centralidade turística de Grândola e de promover a diversificação da oferta turística local para assim alargar os leques de segmentos de procura turística e de perfis de turistas potenciais do concelho e, por essa via, capaz de gerar novas oportunidades de investimento (para municípios e investidores externos) e de alargar essas oportunidades a novas localizações no concelho que têm estado afastadas do processo de desenvolvimento turístico local.

Outro dos fatores limitantes e um constrangimento à progressiva consolidação de Grândola como destino turístico diz respeito à sobre utilização da capacidade de alojamento turístico disponível que é atribuída ao concelho por via dos instrumentos de ordenamento superiores, fenómeno associado ao licenciamento de vários grandes empreendimentos turísticos na faixa costeira do concelho e para os quais não se vislumbra ainda, pelo menos no curto prazo, qualquer solução de concretização. Mais a mais, esta situação de bloqueio está a amputar a capacidade do município de promover a captação de novos investimentos turísticos, mais sustentáveis e diferenciados do ponto de vista do setor e melhor distribuídos transversalmente no território concelhio.

Identificar e negociar com as partes interessadas os mecanismos adequados para lidar com o desbloqueio desta situação é, precisamente, outro desígnio principal do desenvolvimento turístico de Grândola. Até pelas suas implicações naturais com um instrumento desta natureza, esta será seguramente uma das frentes de trabalho mais importante do Plano Diretor Municipal.

Finalmente, não é possível analisar os paradoxos do desenvolvimento turístico de Grândola sem destacar a perniciosidade do fenómeno da sazonalidade. De facto, o território concelhio está já a lidar com fenómenos de congestionamento associados ao período balnear, sendo de destacar que estes impactos negativos se têm estado a agravar ao longo dos últimos anos, fruto da crescente notoriedade das praias grandolenses. A agravar esta situação dá-se o facto de estes fenómenos estarem a acontecer em zonas ambientalmente muito sensíveis e de estarem a contribuir, de modo contraproducente, para a degradação da experiência turística daquele que ainda é o principal produto turístico de Grândola: o sol e mar.

Esta não é uma situação fácil de lidar. Por um lado, há que atacar o problema de frente e conceber e executar medidas firmes que permitam gerir estes conflitos de utilização nestas épocas críticas do ano. Por outro lado, há que equacionar estes problemas num contexto mais lato da gestão do turismo e do território de Grândola, o que só produz resultados a médio e longo prazo. Por exemplo, na vila de Grândola e na península de Tróia têm surgido iniciativas crescentemente qualificadas e distintivas, algumas delas já com relevo internacional, reforçando e diferenciando a imagem do concelho e criando fatores de atração fora do período estival.

A procura de soluções para mitigar os problemas de sazonalidade que estão detetados é também um desígnio principal do desenvolvimento turístico de Grândola. O processo de reflexão estratégica e

ordenamento do território em torno da elaboração do PDM pretende ser um contributo também para atacar este desafio.

Os desígnios estão lançados e a sua tradução prática vai implicar que se ponderem domínios associados aos mecanismos administrativos de ocupação e transformação do solo, mas também à mobilidade, às acessibilidades e ao sistema urbano, entre outros. Há a perfeita consciência de que esta ponderação extravasa os limites do concelho e deverá ser articulada a nível regional e sub-regional. O Plano Diretor Municipal pode e deve ser a plataforma de compatibilização destes vários níveis de abordagem e a sede para uma reflexão que pode trazer novas pistas para o desenvolvimento e ordenamento do concelho, do Litoral Alentejano e da região do Alentejo. Aqui se sintetizam os desígnios principais que se colocam ao desenvolvimento turístico do concelho de Grândola nos próximos 10 anos:

Afirmar o posicionamento do Destino Turístico Grândola no seu contexto regional e nos planos nacional e internacional

Promover um desenvolvimento turístico mais harmonioso do concelho, assente em valores de sustentabilidade, dirigido a um leque mais diversificado de segmentos turísticos

Ultrapassar os constrangimentos administrativos que entram as oportunidades de desenvolvimento turístico do concelho

Mitigar os problemas de sazonalidade que estão a prejudicar a imagem turística do concelho e a degradar a qualidade das experiências turísticas

1.2. Futuro Turístico Desejado

O mercado nacional, e cada vez mais alguns nichos mais informados dos mercados internacionais, reconhecem na faixa litoral do concelho de Grândola um Destino Turístico de excelência para o segmento do sol e mar.



A suportar este posicionamento estão recursos naturais de excecional qualidade e variedade, onde se destacam as praias e as paisagens associadas: praias de sistema dunar a norte, praias de falésia ao centro e praias de sistema lagunar a sul.



Esta vantagem competitiva de Grândola naquele que ainda é o principal produto turístico em Portugal traduziu-se na concentração da oferta turística vocacionada para o turismo balnear na faixa litoral do concelho, em particular na península da Tróia. Apesar das vicissitudes vividas nas últimas décadas do século XX, este destino entrou neste século com um renovado dinamismo, posicionando-se como primeiro destino turístico de todo o Litoral Alentejano.



Na esteira do crescimento de Tróia, vários promotores posicionaram-se para desenvolver grandes projetos de turismo residencial ao longo da faixa costeira do concelho, gerando uma pressão sobre o território que os instrumentos de gestão territorial com incidência na área procuram ordenar, sob a premissa de um turismo de qualidade, com relativo sucesso.

Ao abrigo destes instrumentos, a Câmara Municipal de Grândola licenciou empreendimentos, aprovou volumes de camas turísticas e, em resultado, acentuou ainda mais a concentração da oferta turística instalada e a instalar na faixa litoral do concelho. Entretanto, as condições de mercado alteraram-se e a crise financeira comprometeu a viabilização dos grandes empreendimentos previstos. Força destas circunstâncias, o município de Grândola vê-se hoje perante direitos constituídos que são um estrangulamento a um desenvolvimento turístico equilibrado e harmonioso.

Entretanto, há novas dinâmicas turísticas em curso no concelho, fruto da iniciativa de pequenos e médios investidores, muitos deles naturais do concelho ou que nele se vieram instalar, que estão a tirar partido de potencialidades turísticas menos reconhecidas, mas que ganharam outra dimensão graças às novas tendências de mercado e à emergência de produtos turísticos alternativos.

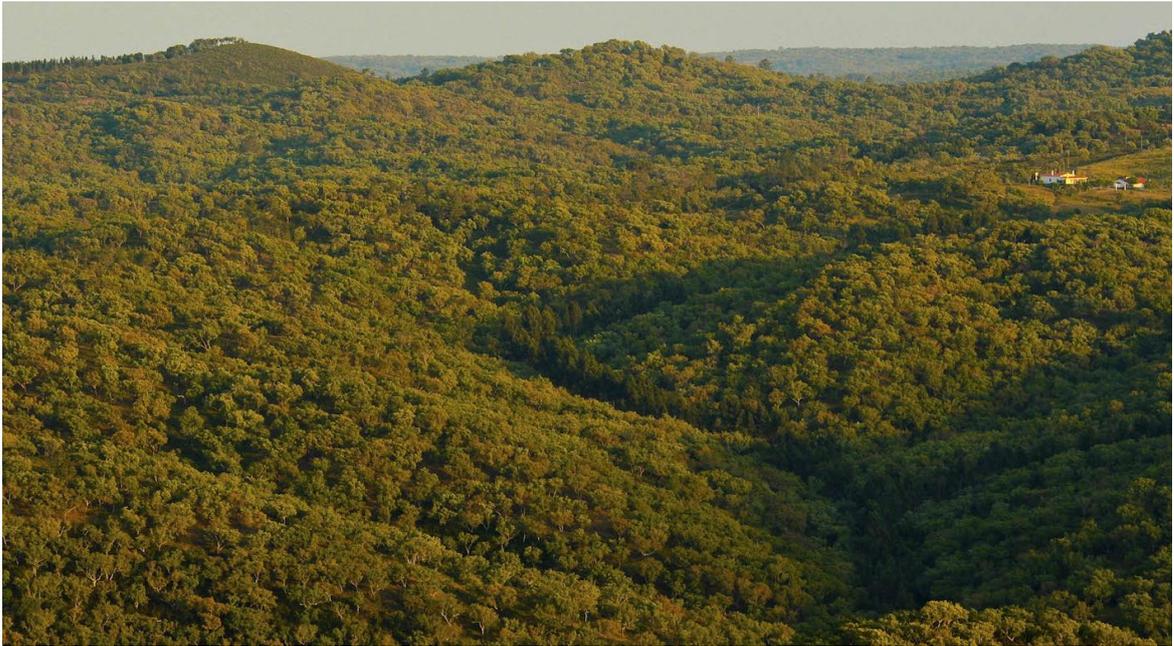
É neste contexto que se inscreve a visão a 10 anos para o desenvolvimento turístico de Grândola. Afirmamos que Grândola é um concelho com um potencial turístico que vai muito para além da faixa litoral e da excelência das suas praias. É verdade que o litoral é um Destino Turístico de excelência no segmento do sol e mar, mas a visão do município é que a totalidade do concelho de Grândola se desenvolva para se posicionar como um Destino Turístico de excelência nos vários segmentos da procura onde exista potencial turístico.



Veja-se o exemplo do rio Sado. Trata-se de um recurso territorial com um enorme potencial turístico e está praticamente inexplorado. A sul do concelho, onde corre bravo, o rio proporciona oportunidades para a prática de desportos aquáticos. A Norte, o rio espraia-se e alimenta campos de arrozais, prestando-se à contemplação da Natureza. Ao longo do curso do rio no concelho há também localizações paradisíacas que se prestam à criação de praias fluviais.



Na serra de Grândola há todo um potencial turístico ainda por desvelar verdadeiramente. Da caça ao montado, das práticas desportivas em contacto com a Natureza à observação de fauna e flora, são muitas as oportunidades de desenvolvimento turístico. Ao longo das ribeiras que têm a sua mãe de água na serra há corredores ripícolas que se prestam a caminhadas e há zonas com grande qualidade ambiental e paisagística que proporcionam a criação de zonas de recreio e lazer.



Percorrendo a extensão do concelho há inúmeros outros recursos turísticos a descobrir: património natural protegido, lagoas, açudes e valas, arrozais, o estuário do Sado, aldeias preservadas, vestígios arqueológicos (do megalitismo à mineração romana), gastronomia, vinhos, uma forte tradição musical que ficou depois ligada à canção de intervenção (associação a José Afonso), a ligação ao imaginário do 25 de abril. E há as minas do Lousal, local onde a Câmara Municipal se associou a outras entidades para criar um Centro de Ciência Viva mas onde há ainda um grande potencial a desenvolver, nomeadamente na valorização das escombeiras, dos bairros mineiros e na valorização turística do património mineiro ainda existente.





Mas, a Câmara Municipal de Grândola tem consciência do risco comporta paradoxalmente esta abundância e qualidade de recursos e de oportunidades turísticas. Com efeito, a execução da visão a 10 anos para o desenvolvimento turístico de Grândola não se compadece com a definição de uma estratégia municipal de desenvolvimento turístico demasiado lata, abrangente e ambiciosa.

Realisticamente, há que encontrar um sábio e justo equilíbrio entre o leque de opções que decorre do potencial turístico latente e o conjunto de desígnios do desenvolvimento turístico do concelho.

Para que Grândola se afirme no espaço de 10 anos como um Destino Turístico de excelência nos vários segmentos da procura, não chega só identificar o potencial turístico, há que realizar escolhas também no plano da gestão política do território municipal. E é nesse plano das opções políticas que devem ser destacados os recursos e as oportunidades turísticas a associar à visão para o desenvolvimento do turismo neste Plano Diretor Municipal.

Olhando transversalmente para os recursos e oportunidades turísticas que atrás foram evocadas, existe um elemento comum, uma linha condutora que trespassa a sua maioria. Esse elemento é a água. Água salgada do mar, água doce dos rios, ribeiras e açudes, água salobre do estuário e das lagoas, águas nascentes da serra, águas ácidas do Lousal.

Por outro lado, a água é um dos maiores fatores de atratividade do turismo, pois o Ser Humano tem uma atração natural pelo elemento aquático. Em Grândola, a água pode ser também um elemento unificador da distribuição da oferta turística no concelho, pois ela está tanto presente nas zonas de elevada concentração da oferta (mar), como na zona menos turística (rio Sado). Além do mais, o sistema de ribeiras que é abastecido pela serra de Grândola atravessa o concelho como vasos capilares, permitindo abordagens de desenvolvimento turístico muito transversais. A própria vila de Grândola é bordejada pela ribeira de Grândola, assumindo com naturalidade uma centralidade daquele que pode ser um eixo turístico Este-Oeste de mobilidade suave no território municipal, unindo as zonas turisticamente mais densas e as mais esparsas.

Finalmente, a vinculação de Grândola a uma terra rica e diversa em águas promove também um contraste surpreendente com a imagem de *secura* que o nosso imaginário coletivo associa à grande região do Alentejo. Deste efeito surpresa podem decorrer vantagens

Assim, à visão aspiracional da Câmara Municipal de Grândola de afirmar o concelho no espaço de 10 anos como um Destino Turístico de excelência nos vários segmentos da procura com potencial, deve estar associada também uma visão política, que é a de centrar a estratégia de desenvolvimento deste Destino Turístico de excelência em torna das várias formas de manifestação da água no concelho.

2. Estratégia de Desenvolvimento Turístico

2.1. Segmentação do mercado efetivo e do mercado potencial de Grândola

A segmentação do mercado turístico de Grândola permite dividir a procura existente e a potencial em grupos mais reduzidos, com características distintas entre si, com base em critérios que foram definidos pela equipa técnica. A seleção destes critérios procurou ter em consideração as especificidades, os valores identitários, do território do Grândola, ao mesmo tempo que visava a segmentação do mercado turístico existente e potencial do concelho, de modo a que no futuro pudessem ser aplicadas estratégias de desenvolvimento mais dirigidas àquele que é o seu potencial de desenvolvimento.

Os critérios considerados foram a “condição”, a “motivação” e a “afinidade” (Gráfico 1):

1. A *condição* está associada a critérios demográficos, sociais e económicos, tais como a idade, a situação de emprego e o rendimento económico, entre outros. Estes critérios são basilares ao processo de decisão do destino de viagem e turismo dos turistas, pois são, em conjunto com a motivação, a justificação racional para a tomada de decisões;
2. Já a *motivação* depende do objetivo ou da intenção da visita, ou seja, a razão pela qual o visitante procura conscientemente o destino, correspondente às suas aspirações, gostos e interesses circunstanciais;
3. A *afinidade* surge num plano mais subtil, mais emocional, correspondente aos valores do destino que são reconhecidos pelo turista e que são por este espelhados, subconscientemente, como critérios subjetivos. O reforço consistente destes valores por parte do destino / serviços turísticos vai, a longo prazo, sedimentando levam à sua fidelização.

Gráfico 1: Hierarquia dos critérios de definição dos segmentos de procura



Fonte: Essentia, 2013

A identificação dos segmentos de mercado do Destino Turístico Grândola teve por base uma matriz, apresentada na Tabela 5, que cruza três escalas de abrangência dos mercados turísticos, em função da sua proveniência, com dois estados do mercado turístico, o mercado já existente, dito efetivo, e o mercado potencial, que Grândola aspira poder vir a atrair, a longo prazo, uma vez afirmado e posicionado o destino.

Simultaneamente, tiveram-se em conta as proveniências desses mercados, atendendo às condições de operação turística atuais e à sua evolução previsível a 10 anos:

1. O *Mercado Interno de Proximidade*, associado à proveniência de turistas, mas também de visitantes em regime pendular, da Área Metropolitana de Lisboa e da bacia do estuário do Sado, com destaque para a área urbana de Setúbal. A curta distância e a comodidade dos acessos do centro da cidade de Lisboa até às praias de Grândola e ao nó da A2 em Grândola tornam o concelho muito exposto a fluxos turísticos de curta distância com grande potencial de volume e bastante suscetíveis a fenómenos sazonais, o que já hoje se manifesta particularmente no pico da época balnear;
2. O *Mercado Interno Alargado*, que se estende ao conjunto do território nacional continental e ao eixo transnacional que se inicia na A6, que vai de Lisboa a Madrid. Trata-se de um mercado já efetivo, que se tem organizado em torno de estadias curtas (ao longo do ano) e médias (época balnear), mas também dos fluxos turísticos em trânsito eixo Lisboa-Algarve. A longo prazo prevê-se o reforço dos influxos turísticos do Norte do país e do eixo espanhol;
3. O *Mercado Internacional*, assente no fluxo de turistas internacionais gerado pelo aeroporto Humberto Delgado e no movimento rodoviário de turistas internacionais através dos eixos da A2 e da A6, onde temos com alguma representatividade o fenómeno do caravanismo. A anunciada transferência da operação Low Cost do aeroporto Humberto Delgado para a base militar do Montijo tem um grande potencial de impacto em Grândola, pelo que é uma situação que deve ser acutelada em termos do PDM.

A partir da identificação dos segmentos de mercado do Destino Turístico Grândola atrás apresentada podemos definir, um a um, os respetivos perfis de procura.

2.2. Definição dos perfis de procura para Grândola

▪ Procura de Famílias

As pessoas que visitam Grândola em família podem ter motivações muito variadas, que passam por estadias mais curtas, para descansar ou para visitar o concelho, ou por estadias mais longas, em gozo de férias, normalmente ligadas à motivação do sol e mar.

Prevê-se que, no futuro, quando Grândola se apresentar numa fase de maior desenvolvimento turístico, as famílias procurem diversificar ainda mais as suas atividades de lazer no concelho, usufruindo de produtos turísticos mais estruturados, quer ao nível cultural e histórico (potenciando a riqueza arqueológica existente e a tradição mineira, por exemplo), quer ao nível da fruição de atividades ligadas à natureza e à biodiversidade ou mesmo de novas atrações e eventos.

Este perfil corresponde também a uma necessidade crescente das famílias de encontrar um quadro de estadia e de visita onde se possam reunir para passar um tempo de qualidade juntas. Tal facto acentua a necessidade de Grândola proporcionar condições para que esses tempos de qualidade sejam proporcionados, o que releva a importância de serem aqui oferecidas visitas, atrações e eventos

diversificados para atrair esta procura. A concorrência face a outros concelhos vizinhos tenderá a ser importante neste perfil de procura.

Tabela 5: Segmentos de mercado, atuais e futuros, de Grândola

	Mercado Efetivo	Mercado Potencial
Mercado Interno Próximo	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Residencial (em estadias longas) Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Residencial (em estadias longas) Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Retiros (estadias curtas e eventos fechados)
Mercado Interno Alargado	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Residencial (em estadias longas) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Residencial (em estadias longas) Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito) Retiros (estadias curtas e eventos fechados)
Mercado Internacional	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Residencial (em estadias longas) Nómadas (em trânsito) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Residencial (em estadias longas) Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais) Nómadas (em trânsito) Retiros (estadias curtas e eventos fechados)

▪ **Procura de Grupos de Amigos**

Os grupos de amigos que já procuram Grândola podem ter origem nacional ou internacional (normalmente Europeus). Esta procura está ligada fundamentalmente a atividades de lazer, sendo que no período estival a principal motivação é o sol e mar e que no resto do ano se assiste a uma maior diversificação, acrescentando então as atividades ligadas à fruição da Natureza, à prática desportiva e ao recreio ao ar livre e, considerando os grupos de amigos em faixas etárias mais velhas, a caça e a pesca.

Grândola deverá ser capaz de manter e sobretudo estimular estes fluxos turísticos, através da criação de: infraestruturas que preservem e valorizem a identidade local, a herança cultural e o património natural; atrações turísticas mais vivenciais; e eventos turísticos que convidem os grupos de amigos a regressar mais frequentemente e durante mais tempo.

▪ **Procura de Casais**

As características territoriais de Grândola são muito propícias para atrair o perfil de procura dos casais: espaços pouco habitados onde é fácil estar a sós, paisagens de grandes horizontes viradas ao mar, à serra ou ao rio, tranquilidade e a sensação que o tempo passa mais devagar.

A este perfil de procura está normalmente associada uma oferta de alojamento de mais pequena dimensão, em localizações mais isoladas e com oferta de valências e serviços mais qualificada, com componente de spa e bem-estar, piscinas e/ ou outras áreas de lazer. Estas pessoas poderão complementar

as suas estadias a dois com produtos como o sol e mar, a gastronomia e vinhos, o pedestrianismo, a observação de fauna e flora ou a animação noturna.

- Procura Residencial

As oportunidades já existentes em Grândola na área do Turismo Residencial e, sobretudo, a concretização dos projetos existentes (embora suspensos, por enquanto) neste segmento da oferta, são de molde a antever que, no prazo de 10 anos, o concelho possa vir a oferecer a perfil da procura um produto muito atrativo.

Para além de empreendimentos com oferta ajustada aos padrões internacionais deste perfil da procura, Grândola deverá ser capaz de oferecer produtos complementares, promovendo o reposicionamento dos projetos de Turismo Residencial já licenciados, designadamente ao nível das atividades desportivas (caça e pesca, pedestrianismo) ou culturais e do ecoturismo (pedestrianismo e *birdwatching*).

É ainda importante, para a atração deste perfil de procura, a garantia de boas acessibilidades, quer para o destino quer dentro do destino, e a oferta de equipamentos e serviços de suporte, pois os turistas tendem a permanecer por tempos de estadia muito alargados. A qualidade do atendimento e a oferta de experiências ao turista são ainda aspetos relevantes no mercado do Turismo Residencial.

A qualidade dos empreendimentos turístico-residenciais pode ser um fator de valorização de oportunidades imobiliárias para as quais este perfil de procura está particularmente sensibilizado e disponível. São turistas disponíveis para evoluir para uma situação de proprietários imobiliários.

- Procura de Profissionais

Este perfil é definido por turistas em idade ativa, que se deslocam ao Grândola com objetivos profissionais ou empresariais. A sua estadia tende a ser de curta duração e está, sobretudo, centrada na localização de Tróia. Futuramente, com o desenvolvimento integral dos projetos de turismo residencial, outras áreas de desenvolvimento turístico do concelho poderão começar a oferecer outras oportunidades para este perfil de turistas.

Em Tróia já estão criadas as condições para que estes turistas possam realizar viagens de negócios para participar em certames, feiras ou congressos ligados ao mundo empresarial e profissional. Outro atributo potencial é a disponibilidade destes turistas para complementarem as suas viagens de negócios com objetivos lúdicos, oferta onde Grândola se pode posicionar de forma muito atrativa.

- Procura de Solitários

Este perfil de turistas agrega as pessoas que visitam o território de forma deliberadamente independente, sem o recurso a agências de viagens ou operadores turísticos e que procuram conhecer a concelho de forma autónoma, utilizando ao mínimo os produtos e serviços prestados pelos agentes turísticos locais. É um tipo de turistas que prefere antes conviver com as comunidades locais e fazer destas a base de apoio à descoberta dos territórios que visitam.

Grândola tem um potencial muito relevante para atrair turistas solitários, incluindo aqui, muito especialmente, os turistas mais ativos que procuram desafios extremos, sejam eles pedestrianistas, ciclistas, praticantes de orientação e aventura, surfistas, canoístas, etc.

- Procura de Retiros

Este perfil inclui os visitantes que procuram experiências pessoais únicas, associadas a necessidades de desenvolvimento interior e de espiritualidade. Em simultâneo, este perfil de turistas tende a interessar-se por conhecer e partilhar o quotidiano das comunidades locais que visita. Os agentes turísticos locais, salvo algumas exceções, têm estado pouco pró-ativos na criação de condições para satisfazer as necessidades deste perfil de procura, pelo que o seu impacto turístico real ainda é reduzido.

No entanto, Grândola apresenta um enorme potencial de crescimento neste perfil de procura, sendo possível que nos próximos anos surjam novos projetos preparados para a oferta de experiências em comunidades de transição, retiros, centros de meditação, campus de *coaching*, etc., proporcionando formas flexíveis de estadia e de experiência turística.

Tabela 6: Matriz de Caracterização do Perfil do Turista que Procura Grândola

Perfil Turista		Afinidades	Motivações	Condições
Perfil	Descrição			
Famílias	<ul style="list-style-type: none"> Afetiva, gregária, reforçar laços Tempo de qualidade, de partilha inter geracional 	<ul style="list-style-type: none"> Simplicidade Família Mar/costa Oásis 	<ul style="list-style-type: none"> Praia Recreio Gastronomia e vinhos Lúdico/pedagógico Convívio familiar Rural Segurança 	<ul style="list-style-type: none"> Família (abrangente do ponto de vista: socioeconómico, sociocultural, etário, portugueses, espanhóis e francófonos, inter geracional)
Grupos de Amigos	<ul style="list-style-type: none"> Praia, comer, beber, caçar, desporto Hedonista (o lado bom da vida; prazer; tempo para a festa) 	<ul style="list-style-type: none"> Liberdade Ócio 	<ul style="list-style-type: none"> Gastronomia e vinhos Praia Convívio Desporto e aventura (na natureza) “ver e ser visto” Rural 	<ul style="list-style-type: none"> Amigos: jovens e meia idade (golden age) – mais idosos bem posicionados a nível socioeconómico; geracional
Casais	<ul style="list-style-type: none"> Namorados, cumplicidade, sintonia, romance (tempo para o outro) 	<ul style="list-style-type: none"> Mudança Liberdade 	<ul style="list-style-type: none"> Gastronomia e vinhos Sossego Romance Natureza Rural 	<ul style="list-style-type: none"> Casais: idade adulta e meia idade: classe média, média-alta, sociocultural (quadros técnicos), heterossexuais (maioritariamente), casais mais estáveis – meia idade e adultos; casais menos estáveis - mais jovens e classe socioeconómica de menores recursos.
Residencial	<ul style="list-style-type: none"> Temporária, mas por tempo prolongado, conectar com comunidade, <i>refresh</i> (carregar baterias/escape); teletrabalho 	<ul style="list-style-type: none"> Simplicidade Ócio Família 	<ul style="list-style-type: none"> Sossego Praia Rural Natureza Status Paz 	<ul style="list-style-type: none"> Casais mais velhos, meia idade e <i>golden age</i>; socioeconómico confortável e elite(fortuna); arrastam/trazem família; sociocultural elevado; francófonos, alemães, holandeses
Profissional	<ul style="list-style-type: none"> Razões profissionais diretas ou indiretas, eventos, congressos, seminários, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Mudança 	<ul style="list-style-type: none"> Trabalho Valorização pessoal Mudança Sossego Marketing <i>Team building</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Portugueses com internacionalização pontual; cientistas/investigadores, criativos, profissionais liberais; desportista
Solitários	<ul style="list-style-type: none"> Aventureiro, desportista, procura encontrar-se (meditações), criativos, (tempo para si) 	<ul style="list-style-type: none"> Simplicidade Descoberta Mudança 	<ul style="list-style-type: none"> Sossego Natureza Isolamento Remoto Selvagem Inspiração Contemplação 	<ul style="list-style-type: none"> Adultos e meia idade, quadros técnicos; classe média; com alguns estrangeiros, criativos e artistas; profissionais e
Nómadas	<ul style="list-style-type: none"> Casa às costas (campismo, caravanismo) 	<ul style="list-style-type: none"> Descoberta Mudança Ócio 	<ul style="list-style-type: none"> Natureza Paz Contemplativo Sossego 	<ul style="list-style-type: none"> Meia idade e reformados Jovens em ano iniciático; Socioeconómico: médio; Sociocultural: heterogéneo.
Retiro	<ul style="list-style-type: none"> Retiros, workshops, palestras, <i>coaching</i>, valorização pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Simplicidade Mudança 	<ul style="list-style-type: none"> Espiritualidade Autoconhecimento Paz Serenidade Sossego Comunidade 	<ul style="list-style-type: none"> Adultos e meia idade. Socioeconómico: medio e alto; sociocultural elevado; alimentação especial.

Na Tabela 6 apresentam-se as conclusões de uma reflexão, proposta pela Essentia, que foi realizada pelo grupo de trabalho, na sequência da discussão em torno do perfil do turista que procura o concelho de Grândola. A principal ideia que é possível reter é que, apesar da ideia comum, que o turismo no concelho está muito ligado ao sol & mar e à procura de famílias e grupos de amigos, a realidade é que o perfil do turista que demanda Grândola é extremamente diversificado, o que em si próprio concretiza um potencial assinalável para endereçar um mix de produtos turísticos muito mais diversificado que o que normalmente se associa a Grândola.

2.3. Produtos Turísticos Estratégicos (Mix)

Operada a segmentação do mercado turístico de Grândola e definidos os perfis da procura turística, estamos em posição de conhecer com maior objetividade qual é o turista que procura o concelho e o que é que esse turista procura no município.

Visto que o propósito deste documento é o de contribuir para a definição de uma estratégia territorial de desenvolvimento turístico para Grândola, falta agora cruzar estas conclusões do lado da procura com aquelas que foram identificadas como as vocações turísticas do território.

Desse cruzamento entre uma dimensão de procura (mercado) e uma de oferta (território) resulta o mix de produtos turísticos que deve ser o foco prático da concretização da visão a 10 anos para o Turismo em Grândola, o qual se apresenta na Tabela 7.

Tabela 7: Mix de Produtos Turísticos

Produto turístico	Vocação territorial	Segmentação de mercado (perfis)
Sol & Mar	<ul style="list-style-type: none"> • Península de Tróia • Linha de costa do concelho: praias de dunas a Norte; praias de falésias ao centro • Lagoa de Melides 	<ul style="list-style-type: none"> • Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) • Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) • Casais (em estadias curtas) • Residencial (em estadias longas) • Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais) • Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) • Nómadas (em trânsito) • Retiros (estadias curtas e eventos fechados)
Turismo Residencial	<ul style="list-style-type: none"> • Península de Tróia • Faixa litoral do concelho • Rio Sado (potencial) 	<ul style="list-style-type: none"> • Residencial (em estadias longas) • Famílias (em viagens de lazer e em comemorações; em lógica de investimento: segunda residência com ou sem rendimento) • Grupos de amigos (em atividades de lazer e comemorações) • Casais (em lógica de investimento: segunda residência com ou sem rendimento) • Profissionais (em estadias profissionais) • Retiros (estadias longas; workshops e eventos fechados)
Turismo Náutico	<ul style="list-style-type: none"> • Península de Tróia • Estuário do Sado / Vala Real • Oceano Atlântico 	<ul style="list-style-type: none"> • Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) • Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) • Residencial (atividade complementar)

Produto turístico	Vocação territorial	Segmentação de mercado (perfis)
Turismo de Natureza	<ul style="list-style-type: none"> Estuário do Sado / Vala Real (observação de aves) Rio Sado (pedestrianismo, observação de flora) Lagoa de Melides (observação de aves) Serra de Grândola (pedestrianismo, observação de aves) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias curtas) Grupos de amigos (em atividades de lazer) Casais (em estadias curtas) Residencial (atividade complementar) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito) Retiros (estadias curtas e eventos fechados)
Turismo Ativo	<ul style="list-style-type: none"> Mar (surf, mergulho...) Faixa litoral do concelho (pedestrianismo, desporto equestre) Rio Sado (canoagem) Serra de Grândola (BTT, desporto equestre) Minas do Lousal (potenciais atividades radicais nas escombreyras e nas minas,) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Residencial (atividade complementar) Profissionais (em eventos profissionais: <i>team buildings</i>, etc.) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito) Retiros (estadias curtas e eventos fechados)
Turismo Rural	<ul style="list-style-type: none"> Rio Sado, Carvalhal (arrozais) Interior do concelho (montado; pinhais) Serra de Grândola 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Retiros (em estadias curtas)
Turismo Gastronómico & Enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> Cozinha tradicional baseada em produtos locais específicos (batata doce, enguias, etc.) Canal Caveira Quintas produtoras de vinho 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito)
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> Tradição musical Ligação a José Afonso Associação ao combate pela liberdade Riqueza arqueológica Eventos culturais de relevo em Grândola e Tróia Festas tradicionais (Grândola, Melides, etc.) Tradição mineira 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Casais (em estadias curtas) Solitários (em viagens de lazer e em estadias curtas) Nómadas (em trânsito)
Turismo Cinegético	<ul style="list-style-type: none"> Interior do concelho (montado; pinhais) Serra de Grândola 	<ul style="list-style-type: none"> Grupos de amigos (em atividades de lazer)
Geoturismo & Turismo Mineiro	<ul style="list-style-type: none"> Minas do Lousal Minas romanas da Caveira Arribas fósseis na costa a sul do concelho 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares)
Turismo Científico	<ul style="list-style-type: none"> Minas do Lousal (Centro de Ciência Viva) Rio Sado (Botânica aquática) 	<ul style="list-style-type: none"> Famílias (em viagens de lazer e em estadias balneares) Grupos de amigos (em atividades de lazer e em estadias balneares) Profissionais (estudantes, professores, investigadores) Solitários (em estadias curtas)
Turismo de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Congressos de Tróia 	<ul style="list-style-type: none"> Profissionais (em deslocações de negócios e em eventos profissionais)

3. Modelo Territorial de Turismo

3.1. Macro-estrutura

O modelo de organização do território preconizado é tematicamente apoiado na ideia forte estabelecida para o posicionamento estratégico do turismo de Grândola nos próximos 10 anos, alicerçada em torno do elemento Água, e organizado em Polos e Eixos de desenvolvimento turístico, que cobrem toda a extensão do território concelhio e estruturam a sua ocupação e utilização para fins turísticos, debaixo de um conceito transversal de abrangência a todo o território, que se defende para o turismo do concelho de modo a atenuar os desequilíbrios turísticos detetados, que é o da Mobilidade Suave.

Apresenta-se seguidamente estes conceitos bem como a sua aplicação ao território concelhio:

Polos Turísticos (PT)

Os Polos constituem novas zonas territoriais de turismo desenvolvidas em torno de centralidades e/ou âncoras turísticas. São áreas de dimensão alargada que se encontram distribuídas por todo a área do concelho e associados a diversas formas de usufruto e vivência da água, elemento simbólico que suporta a visão e a estratégia de desenvolvimento turístico de Grândola.

Cada um destes Polos procura constituir-se como uma zona de polarização da atividade turística de acordo com uma lógica associada aos recursos específicos disponíveis e à possibilidade de diferenciar a oferta com base nas características intrínsecas das várias zonas abrangidas. Correspondem assim a unidades turísticas de escala alargada nas quais se devem concentrar equipamentos e infraestruturas que suportem a oferta de experiências, atividades e alojamento de acordo com diversas modalidades e tipologias turísticas.

Os Polos Turísticos do concelho de Grândola integram os Núcleos de Desenvolvimento Turístico (NDT) já consagrados no PDM, mas propõem-se mais quatro Polos no concelho para suportar igualmente o desenvolvimento turístico do território central e interior do concelho.

No caso dos atuais NDT é aconselhável que seja ponderada e/ou revista a lógica de produto adotada nestes Núcleos, apostando na reconfiguração do conceito, desenho de produto e modelo de ocupação aprovados, no sentido de garantir o relançamento destes territórios com uma lógica atualizada, potenciando num mix de produtos mais diversificado, capaz de endereçar as motivações turísticas diversas dos vários perfis de turistas que potencialmente poderão demandar Grândola. Com efeito, deve conferir-se aos Polos um enfoque no tratamento dos NDT que seja mais alinhado com as necessidades de um mercado turístico dinâmico e exigente, cujas tendências foram acima sistematizadas, assumindo o imperativo de gerar suportes territoriais crescentemente sustentáveis e qualificados do ponto de vista dos seus recursos naturais, culturais, sociais e económicos.

Muito genericamente, os Polos do território de Grândola encontram-se ancorados nos seguintes recursos existentes:

- **PT1. Tróia:** Centro de Congressos de Tróia, Casino de Tróia, Ruínas Romanas de Tróia, arqueologia subaquática, Caldeira (Reserva Natural do Estuário do Sado), golfinhos, golfe, recreio náutico, Herdade da Comporta - Vinhos da Costa Alentejana, praias de duna, paisagem natural e habitats da Rede Natura;
- **PT2. Carvalhal:** Arrozal, caça turística, golfe, praias de duna, Pinheiro da Cruz - Vinhos da Costa Alentejana e Quinta Brejinho da Costa, parque de esculturas, botânica, habitats da Rede Natura;

- **PT3. Fontainhas/Melides:** Campismos da Galé e de Melides, pesca desportiva, praias de falésia – arribas fósseis do Sítio Comporta-Galé, praia de ria – Lagoa de Melides, avifauna, arrozal, observação de borboletas, cavalos (Almargem), ruínas megalíticas, arqueologia subaquática;
- **PT4. Vila de Grândola:** Núcleo tradicional, mercado, zona arqueológica do Cerrado, ribeira de Grândola, Ecoparque Montinho da Ribeira, Museu de Arte Sacra, património edificado, música, gastronomia;
- **PT5. Serra de Grândola:** Santa Margarida da Serra, Canal Caveira, A Serenada - Vinhos da Costa Alentejana e Pego da Moura - Vinhos da Costa Alentejana, do Castelo e Barragem Romana do Pego da Moura, Minas Romanas da Caveira, serra de Grândola, pedestrianismo, cicloturismo, astronomia/dark sky, montado;
- **PT6. Lousal:** Minas do Lousal, Lagoas Ácidas, Centro Ciência Viva do Lousal, astronomia/dark sky, ecopista (troço do caminho de ferro – linha do Sul), caça turística, património arqueológico, edificado e industrial;
- **PT7. Vale do Sado:** corredor fluvial, arrozal, pesca de recreio, náutica de recreio, praias fluviais (Pego da Andorinha), Igreja S. Mamede do Sádão, caça turística, botânica, Soberanas – Vinhos da Costa Alentejana (Alcácer do Sal).

Apesar de especificamente orientados para um ordenamento territorial setorial, estes Polos possuem características intrínsecas que lhes atribuem uma multifuncionalidade que deve ser potenciada. A sua diferenciação associa-se a tipos de lugares ou paisagem específicas e traduz-se numa oferta de produtos igualmente diferenciados no que diz respeito às formas de alojamento, ao nível de infraestruturação, aos equipamentos de apoio e ao tipo de atividades associadas.

- **Eixos Turísticos (ET)**

Existindo cada vez mais procura por atividades turísticas diferenciadas, uma melhor mobilidade permitirá um também melhor aproveitamento das capacidades existentes no concelho, reforçando o equilíbrio na distribuição dessas atividades no território e traduzindo-se em maior atratividade concelhia.

A definição de uma rede de novas vias, nomeadamente percursos cicláveis e pedonais, por todo o concelho, ligando localidades entre si, mas também os concelhos vizinhos e mesmo redes internacionais, permitirá que o visitante usufrua do território concelhio de forma mais rica e contribuirá para gerar novas oportunidades e condições de permanência à população residente.

Este é o fundamento para a criação dos Eixos Turísticos do concelho, os quais se constituem como corredores de mobilidade suave que acompanham a rede de elementos de água com potencial de aproveitamento turístico. Constituem-se como suportes de coesão territorial e de ordenamento turístico de todo o espaço concelhio, desempenhando complementarmente uma função socioeconómica de dinamização de infraestruturas e atividades de apoio à população residente. Têm uma dimensão variável e são suportes do ordenamento do concelho bem como de dinamização e coesão do território, devendo contribuir para o descongestionamento da faixa litoral e para promover o desenvolvimento do turismo no interior do espaço concelhio. São igualmente um forte contributo para a melhoria da qualidade de vida da população residente, estruturando uma oferta lúdico-recreativa de pequena escala e de proximidade relativamente às comunidades locais.

Esta rede de corredores articula-se com as propostas no domínio da mobilidade e acessibilidade que o PDM consagra, a qual assume dois níveis de importância que aqui se reproduz para efeitos de ordenamento dos Eixos Turísticos. Note-se, no entanto, que o seu desenvolvimento capilar é desejável desde que seja assegurada a continuidade e coerência da rede no seu conjunto. Assim, descreve-se seguidamente os níveis superiores desta rede de Eixos Turísticos bem como as suas características e funções específicas.

A. Rede Estruturante – Corresponde à rede fundamental e aquela que assegura as ligações mais importantes no concelho e do concelho ao exterior, permitindo ligações supramunicipais e mesmo internacionais, sendo composta pelos seguintes Eixos Turísticos:

▪ **ET1 - Ecovia do Litoral**

Este Eixo longitudinal à faixa costeira estabelece a conexão entre os Polos Turísticos de Tróia (PT1), Carvalhal (PT2) e Fontainhas/Melides (PT3). Totalmente coincidente com a proposta de mobilidade suave do concelho, este Eixo Turístico é suportado por uma ecovia que percorre todo o litoral do concelho paralelamente à costa. Os apoios à fruição deste Eixo Turístico serão apenas constituídos por mobiliário e sinalética específicos, os quais são complementados pelos apoios de praia existentes ou a prever no âmbito do ordenamento da orla costeira.

Trata-se do prolongamento de um projeto já elaborado (embora ainda não implantado) entre Vila do Bispo e Sines. Esta via ciclável, com características muito naturalizadas e apoiada em caminhos rurais existentes, assegura o trajeto longitudinal costeiro de todo o sul do país, incluindo a costa alentejana e algarvia. O seu prolongamento até Tróia consolida uma rota de grande envergadura que poderá integrar a rede europeia EuroVelo, inserindo o concelho de Grândola no panorama internacional e contribuindo para a afirmação deste território no domínio do cicloturismo de escala europeia.

Este eixo permite ainda conectar uma rede de escala local de percursos cicláveis e pedonais transversais, de ligação entre os aglomerados urbanos ou rurais e a faixa costeira, dando um contributo para descongestionar a pressão automóvel sobre o litoral.

Refira-se também que, em complemento deste Eixo, encontra-se previsto o aproveitamento da estrada nacional 261 para a criação de uma pista ciclável com características menos naturalizadas, também ela paralela à costa, mas bastante mais interiorizada, reforçando a oferta de infraestruturas cicláveis de grande escala no concelho.

▪ **ET2 - Ecovia do Sado**

Trata-se de criar um corredor pedonal e ciclável, transversal ao concelho, que permita a ligação entre os pontos em que os limites administrativos de Grândola encontram o Rio Sado, a ocidente e oriente, formando um arco em torno do estuário e articulando-se com o concelho de Alcácer do Sal. Este Eixo é o de maior extensão e amplitude no concelho e articula os Polos de Tróia (PT1), Carvalhal (PT2), Vila de Grândola (PT4) e Rio Sado (PT7).

Apesar de acompanhar o Rio Sado nos seus troços finais ao longo de vários quilómetros, este Eixo Turístico desenvolve a sua maior extensão ao longo da Ribeira de Grândola, a principal linha de água do concelho. Tem o seu ponto central nas proximidades da Vila de Grândola, local onde se preconiza a criação de um acontecimento que marque esta localização e afirme a Água como tema estruturante da oferta turística do concelho de Grândola.

A definição exata do traçado que suporta este Eixo carece de definição em sede de projeto. No entanto, preconiza-se desde já que o mesmo seja fortemente naturalizado e acompanhe o sistema hídrico dessa zona, tanto através dos corredores mais importantes como o Rio Sado, a Vala Real e a Ribeira de Grândola, como também das linhas e massas de água complementares, incluindo o Açude da Muda.

Note-se ainda que este Eixo é parcialmente coincidente e complementado por um corredor de mobilidade suave previsto no PDM, a pista ciclável a implantar ao longo da EN 261-1 entre Carvalhal e a Vila de Grândola, prolongando-se depois até ao Lousal paralelamente ao IC1.

Para além do mobiliário e sinalética necessários, admite-se ao longo do canal do ET, a criação de estabelecimentos de restauração de pequena escala, equipamentos e infraestruturas de lazer e recreio que potenciem a fruição do território nas diversas modalidades que o mesmo acolhe (observação,

contemplação, visitação, experiencição dos vários recursos naturais, sociais e culturais disponíveis ao longo do seu traçado). No entanto, atendendo à sensibilidade do suporte territorial em presença, os empreendimentos turísticos e os estabelecimentos de restauração a implantar devem assumir fortes preocupações de integração nos domínios ambiental, cultural e paisagístico.

B. B - Rede Secundária – Distribui-se por dois Eixos Turísticos complementares à rede de primeiro nível, os quais desempenham uma função muito relevante enquanto estrutura de coesão e articulação de todo o território concelhio e, em particular, das centralidades urbanas secundárias à sede do concelho, potenciando a fruição de zonas localizadas nos extremos sul do concelho, mas com grande potencial de aproveitamento turístico:

▪ **ET3 – Corredor de Melides**

Promove a ligação entre o Polo Turístico de Fontainhas/Melides (PT3), o da Serra (PT5) e o da Vila de Grândola (PT4), tendo a grande particularidade de atravessar a Serra de Grândola, tirando partido das excepcionais qualidades paisagísticas desta zona do concelho. A definição total deste percurso implica a elaboração de projeto, projeto esse que deve procurar incorporar os percursos pedonais já implantados.

Tendo em conta a topografia do terreno e a intenção de assegurar a maior integração no suporte natural existente, a possibilidade deste corredor poder ser ciclável depende da análise das pendentes que se verificarem ao longo do trajeto. Contudo, mantém-se aqui o objetivo de procurar acompanhar as linhas de água ou de escorrência natural, devendo ser criados pontos de repouso, de fruição da paisagem, de contemplação, de observação da avifauna, de interação com as comunidades locais e de visitação, nomeadamente de adegas, moinhos, vestígios patrimoniais, etc. O facto de o terreno ser muito acidentado ao longo de vários troços deste corredor pode constituir-se como uma oportunidade para a criação de pistas de BTT.

Nessa perspetiva, mobiliário específico e sinalética deverão ser criados, admitindo-se ainda a instalação de unidades turísticas de apoio nas margens do corredor, contemplando, entre outros, infraestruturas de alojamento e restauração de pequena escala e criteriosamente implantadas.

▪ **ET4 – Corredor do Lousal**

Visa unir o extremo sudeste do concelho, nomeadamente o seu Polo Turístico do Lousal (PT6), aos polos da zona central do concelho (PT4 e PT5) e à Ecovia do Sado. Mais uma vez a implantação deste corredor implica a elaboração de um projeto de execução que permita definir com exatidão o seu traçado, determinando o mobiliário, sinalética e os apoios necessários à sua fruição nas condições desejáveis.

Com efeito, ao longo deste corredor identificam-se já alguns vestígios patrimoniais e uma paisagem diversa que oferece condições singulares para a visitação da zona interior do concelho. Por outro lado, uma possível ligação ao Rio Sado, junto ao Pego da Andorinha, deveria ser acautelada, consagrando a fruição desta praia fluvial disponível.

Novamente se considera possível a implantação, ao longo deste corredor, de estruturas de alojamento e apoio turístico, desde que sejam asseguradas medidas de salvaguarda dos valores naturais e patrimoniais em presença.

3.2. Gestão do território

O PROT (Plano Regional de Ordenamento do Território) do Alentejo define o quadro geral de desenvolvimento e planeamento turístico do Litoral Alentejano, estabelecendo as bases estratégicas de ordenamento do território e o normativo aplicável a este domínio setorial. De acordo com o PROT, compete aos municípios no seio dos seus instrumentos de gestão do território e em particular em sede de

PDM, “estabelecer as opções estratégicas e programas de desenvolvimento turístico de nível local, bem como o correspondente sistema territorial de desenvolvimento turístico”, através da definição de áreas homogêneas de desenvolvimento turístico, dos limiares de ocupação, suas tipologias e bem assim os critérios e orientações para a localização e instalação dos empreendimentos turísticos.

No quadro do normativo do PROT Alentejo, a inserção territorial de novos empreendimentos turísticos no concelho de Grândola pode adotar as seguintes formas de implementação:

- **ETI – Empreendimentos turísticos isolados** (inclui estabelecimentos hoteleiros com um máximo de 200 camas, TER, Turismo de Habitação, Parques de Campismo e Caravanismo, empreendimentos de turismo de natureza), obedecendo os seguintes parâmetros urbanísticos:
 - Número máximo de pisos - 2
 - Índice máximo de impermeabilização do solo - 0,2
- **NDT – Núcleos de desenvolvimento turístico** (inclui empreendimentos turísticos e equipamentos de animação, outros equipamentos e atividades compatíveis) que, em Grândola, são os seguintes:
 - NDT 1 – Tróia
 - NDT 3 – Carvalhal
 - NDT 4 – Fontainhas
- **ETPU – Empreendimentos turísticos em perímetro urbano.**

De uma forma geral, a instalação de novos empreendimentos turísticos no concelho de Grândola apenas pode ocorrer caso se verifique existir Intensidade Turística disponível. A Intensidade Turística corresponde à carga máxima de alojamento turístico, medido em camas turísticas, estabelecida pelo PROT para a sub-região do Litoral Alentejano. Este nível de ocupação é definido com base numa “*relação ponderada entre o número de camas turística e o número de habitantes residentes*” e aplicável a cada concelho por via de um método de cálculo igualmente estabelecido, considerando a capacidade de alojamento de todos os empreendimentos turísticos existentes, concretizados e aprovados.

Cabe ao município, no respeito pelas orientações do PROT, definir o seu modelo de ordenamento turístico e, no caso do concelho de Grândola, entendeu a Câmara Municipal que esta dimensão territorial fosse ancorada numa visão e numa estratégia setorial para o turismo que os capítulos antecedentes vêm sustentar.

Nesta perspetiva, e considerando a necessidade de flexibilizar a gestão territorial do concelho, também no setor do turismo, apesar da estruturação definida pelos Polos e Eixos apresentada, as possibilidades de implantação turística no concelho podem acolher as seguintes modalidades:

- **Núcleos de Desenvolvimento Turístico**

Os NDT, consagrados no PROT e transpostos para a anterior versão do PDM encontram-se atualmente regulados por um regime de uso do solo determinado pelos instrumentos de gestão do território (IGT) em vigor para cada um deles. Considerando o grau de consolidação dos IGT mencionados e a concretização dos respetivos projetos turísticos, admite-se a consolidação dos NDT através da concretização desses instrumentos de planeamento, desde que seja salvaguardada a Intensidade Turística prevista para o concelho.

Todavia, no seio destes NDT, caso seja manifestada a intenção, por parte dos seus promotores, de revisão do modelo de desenvolvimento turístico, deve apostar-se na integração dos NDT numa realidade mais abrangente e diversa, favorecendo o seu reposicionamento enquanto produto turístico, a reabilitação das suas áreas de ocupação e a harmonização com uma envolvente mais alargada e estruturada. Pode, pois, ser

equacionada a revisão dos IGT em vigor ou a elaboração de novos instrumentos de planeamento, tendo como premissas:

- A promoção de um turismo mais qualificado, territorialmente equilibrado e sustentável;
- O ajustamento dos projetos a uma estratégia bem estruturada e fundamentada do ponto de vista técnico e de mercado.

Note-se ainda que se admite a criação de novos NDT no interior do concelho (freguesias de Grândola/Santa Margarida da Serra e Azinheira dos Barros/São Mamede do Sadão), associados aos Polos Turísticos já descritos. Estes novos NDT não devem assumir dimensões, em área e capacidade de alojamento, comparáveis com os NDT já consagrados. Os novos NDT do interior do concelho podem, contudo, ser uma forma complementar de favorecer a implantação de conjuntos turísticos com uma capacidade de alojamento superior às 200 camas que são permitidas no contexto dos ETI – Empreendimentos turísticos isolados.

▪ **Aglomerados urbanos**

Admite-se a instalação de novos estabelecimentos hoteleiros, empreendimentos de turismo de habitação e parques de campismo e caravanismo em todos os aglomerados urbanos do concelho desde que sejam respeitadas as disposições dos planos de urbanização e/ou de pormenor em vigor.

Tanto no caso da Vila de Grândola como no caso do Lousal, propõe-se que a instalação das tipologias de alojamento referidas privilegie a reabilitação e recuperação de edifícios existentes nos núcleos centrais e tradicionais destes aglomerados.

▪ **Restante área do concelho**

De acordo com o PROT-A, admite-se a instalação de Empreendimentos Turísticos Isolados (ETI) em todo o território concelhio. De uma forma geral, considera-se desejável que a instalação de novos empreendimentos turísticos ou a ampliação de empreendimentos existentes se localizem junto dos Polos e dos Eixos Turísticos, favorecendo uma leitura compreensiva e articulada da oferta turística no conjunto do território concelhio e com base nos seus recursos mais estruturantes. Por outro lado, dando resposta ao objetivo de favorecer o desenvolvimento mais equilibrado do turismo no concelho, julga-se determinante a criação de incentivos à instalação de estruturas de acolhimento e alojamento nas zonas mais interiorizadas do território.

ANEXOS

Tabela 1: Atrações turísticas – Praias do concelho de Grândola

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia de Troia Mar	-		Tipo I		926 (*) (A)	n/d			Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	Existência de cais fluvial de passageiros e marina para amarração de embarcações de recreio.
	Praia do Bico das Lulas	Tipo II		Tipo III		456 (*) (B)	n/d			Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	
	Praia de Troia Galé	Tipo II			((B)	n/d		Drenagem AR: consolidar/melhorar as condições do saneamento de águas residuais.	Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	. À consideração da APA o reajustamento da localização do apoio de praia para ponte – afastar esta estrutura da zona dunar (cf. doc. APA)
	Praia de Troia Golfe	Tipo IV		Tipo VI		317 (*) (C)	n/d			Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia Tróia Campismo [Areal Marginal ao Troia Resort (Antigo Parque de Campismo)]	Tipo IV		. Tipo III, com a designação de Praia da Duna Cinzenta.		(C)	n/d	. Ter em consideração o estacionamento adequado à carga da praia prevista bem como acessibilidades à praia. . Presença irregular de caminhos de penetração.		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	
	Área marginal à UNOP 5	-			. Praia das Camarinhas, a classificar como Tipo III, cf. proposta do promotor.	162 (*)	n/d	. Presença irregular de caminhos de penetração. . Estacionamento irregular ao longo da ER 261, com consequentes problemas associados a segurança e proteção civil.		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Área marginal à UNOP 6 – limite norte					Vide Praia Atlântica	Vide Praia Atlântica	. Troço de praia não classificado como tal, sem possibilidade de formalização de acesso e criação de mais lugares de estacionamento formal.		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	. Não considerar a criação da ZUB (cf. doc. APA).
	Praia Atlântica	Tipo III		Tipo II		180	220	. Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia.		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	. Existência de núcleo informal de náutica de recreio. . Existência de prática de desportos não motorizados.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamento		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Área marginal da UNOP 7 – próximo do limite sul da Praia Atlântica					750 (s)	n/d	<ul style="list-style-type: none"> . Presença irregular de caminhos de penetração. . Estacionamento irregular ao longo da ER 261, com consequentes problemas associados a segurança e proteção civil. 		Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos.	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia da Comporta	Tipo III		Tipo II		210	790	<ul style="list-style-type: none"> . Praia com problemas de estacionamento e acessos que poderão ser resolvidos com a criação de um parque dissuasor de retaguarda. . Estacionamento irregular no acesso ao parque de estacionamento e ao longo da ER 261, com consequentes problemas associados a segurança e proteção civil. . Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia. 	<ul style="list-style-type: none"> . Drenagem AR: solução existente para saneamento das águas residuais produzidas, manifestamente insuficiente para as necessidades atuais. 	<ul style="list-style-type: none"> . Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Comporta-Galé – PTCO0034. 	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia da Torre	Tipo V		. Tipo III, cf. proposta do promotor		n/d	n/d	. Ter em atenção possíveis conflitos de utilização do território, nomeadamente práticas agrícolas e novos usos previstos bem como localização de bolsas de estacionamento e autonomia das infraestruturas previstas em POC.	. Abastecimento água: rede existente a uma distância superior a 250m, condicionantes ao nível do traçado, qualidade do serviço e qualidade da água. . Saneamento AR: rede existente a uma distância superior a 250m, opção por uma solução individual poderá com o tempo originar os constrangimentos existentes na Praia da Comporta. . Recolha RSU: constrangimentos de acesso.	. Sítio Comporta-Galé – PTCO0034.	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia dos Brejos da Carregueira	Tipo V				n/d	n/d			. Sítio Comportagalé – PTCO0034.	Praia a desclassificar.
	Praia do Carvalho	Tipo III		Tipo II		274	200	. Deverá ser considerada a capacidade de carga da praia no âmbito do cálculo do número de estacionamentos existentes e a criar, em eventual parque de estacionamento de retaguarda. . Estacionamento irregular ao longo das vias de acesso à praia, com consequentes problemas associados a segurança e proteção civil. . Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia.		. Sítio Comportagalé – PTCO0034.	. Considerar o núcleo de pesca com infraestruturas terrestres existente, a requalificar. . Necessidade de concretização do parque de estacionamento previsto no PU do Carvalho e Lagoas, contemplando uma bolsa especificamente tratada para receção de cerca de 30 autocaravanas.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia do Pego	Tipo III		Tipo II		172	630	<ul style="list-style-type: none"> . Deverá ser considerada a capacidade de carga da praia no âmbito do cálculo do número de estacionamentos existentes e a criar, em eventual parque de estacionamento de retaguarda. . Estacionamento irregular ao longo das vias de acesso à praia, com consequentes problemas associados a segurança e proteção civil. . Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia. 		. Sítio Comportagalé – PTCO0034.	. Intenção de adaptação da bolsa de estacionamento informal para criação de estacionamento de retaguarda formal + bolsa especificamente tratada para receção de cerca de 20 lugares para autocaravanas.
	Areal do NDT 3 – sul da Praia do Pego	-			. Praia das Dunas, a classificar como Tipo III, cf. proposta do promotor.	(7)	n/d	<ul style="list-style-type: none"> . Dever-se-á ter em atenção a livre acessibilidade à praia bem como a localização de bolsas de estacionamento e autonomia das infraestruturas. 	<ul style="list-style-type: none"> . Abastecimento água: averiguar e promover ligação ao SAA. . Saneamento AR: averiguar e promover ligação ao SAR. 	. Sítio Comportagalé – PTCO0034.	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia da Raposa	Tipo VI				n/d	n/d			. Sítio Comporta-Galé – PTCON0034.	. Zona de exercícios militares.
	Praia do Pinheirinho	Tipo V		Tipo II		n/d	n/d	. Dever-se-á ter em atenção a livre acessibilidade à praia bem como bolsas de estacionamento viáveis. . Proposta de criação de bolsas de estacionamento de retaguarda com 200 lugares, no âmbito do plano de praia apresentado pelo promotor.	. Abastecimento água: averiguar e promover ligação ao SAA. . Saneamento AR: averiguar e promover ligação ao SAR.	. Sítio Comporta-Galé – PTCON0034.	
	Praia da Galé - Fontainhas	Tipo III	Tipo II			60	n/d	. Considerando as condicionantes dos atuais acessos e estacionamentos, deverá ser garantida a execução da UOPG Galé Fontainhas, da responsabilidade da ARH/APA. . Proposta de criação de bolsas de estacionamento de retaguarda com um total entre 537 e 644 lugares, no âmbito do plano de praia apresentado pelo promotor.		. Sítio Comporta-Galé – PTCON0034.	

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia da Costa Terra	-			. Classificar como Tipo IV, cf. proposta do promotor.	± 3000 (a)	n/d	. Garantir a livre acessibilidade à praia bem como a localização de bolsas de estacionamento e autonomia das eventuais infraestruturas.		. Sítio Comporta-Galé – PTCO0034.	. Considerar a criação da praia.
	Praia da Aberta Nova	Tipo III	Tipo II			38	180	. Praia com problemas graves de segurança e estacionamento insuficiente. . Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia. . Proposta de criação de bolsas de estacionamento de retaguarda com 284 lugares, no âmbito do plano de praia apresentado pelo promotor.	. Recolha RSU: dificuldade de acesso, manobra e tipo/quantidade e contentorização a instalar. . Alimentação energia: averiguar e promover a instalação de rede autónoma e permanente assim como iluminação exterior. . Comunicações: dificuldade cobertura sinal.	. Sítio Comporta-Galé – PTCO0034.	. Existência de estacionamento/estadia indevida de autocaravanas. . Existência de prática informal de parapente. . Considerar a interdição à prática de desportos motorizados.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado mar	Praia da Herdade da Aberta Nova				. Definir no POC uma UE que abranja o limite sul da frente costeira da Herdade da Aberta Nova.	(s)	n/d			. Sítio Comportagalé – PTCO0034.	. Existência de zona de concentrado de pescado.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia da Vigia – a norte de Melides				. Classificação a ponderar como praia natural.	n/d	n/d	. Ordenar e consolidar as acessibilidades e o estacionamento.	. Abastecimento água: rede existente a uma distância superior a 250m, condicionantes ao nível do traçado, qualidade do serviço e qualidade da água. . Saneamento AR: rede existente a uma distância superior a 250m, opção por uma solução individual poderá com o tempo originar os constrangimentos existentes na Praia da Comporta. . Recolha RSU: constrangimentos de acesso.	. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Comporta-Galé – PTCO0034.	. Existência de prática informal de parapente. . Considerar a interdição à prática de desportos motorizados.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Mar	Praia de Melides	Tipo II				250	165	<ul style="list-style-type: none"> . Criação de corredores de circulação pedonal e de ciclovias entre o Parque de Campismo e a praia, para salvaguardar a segurança dos utilizadores da praia que privilegiem estas formas de locomoção. . Considerar a limitação de lugares de estacionamento disponíveis tendo em conta a carga de praia. 	<ul style="list-style-type: none"> . Drenagem AR: solução existente para saneamento das águas residuais produzidas, manifestamente insuficiente para as necessidades atuais. 	<ul style="list-style-type: none"> . Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Comportamento – Galé – PTC0034. 	<ul style="list-style-type: none"> . Existência de estacionamento/estadia indevida de autocaravanas nas dunas. . Necessidade de concretização de bolsa especificamente tratada para receção de cerca de 25 autocaravanas, integrada no parque de estacionamento formal existente. . Existência de prática informal de parapente. . Considerar a interdição à prática de desportos motorizados. . Considerar a prática de desportos não motorizados na Lagoa de Melides. . Considerar a interdição de acesso motorizado/de veículos às dunas. . Considerar o núcleo de pesca com infraestruturas terrestres, existente na zona da Lagoa de Melides, a requalificar.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Rio	Tróia-Rio				. Ponderar eventual classificação, em função das práticas verificadas.	n/d	n/d			. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Estuário do Sado – PTCON0011.	. Zona balnear informal.
	Caldeira				. Ponderar eventual classificação, em função das práticas verificadas.	n/d	n/d	. Acesso maioritariamente por via fluvial.		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Estuário do Sado – PTCON0011.	. Considerar o núcleo informal de estacionamento de embarcações de pesca existente, a requalificar. . Considerar o núcleo de pesca com infraestruturas terrestres existente, a requalificar.
	Fuzileiros				. Ponderar eventual classificação, em função das práticas verificadas.	n/d	n/d			. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Estuário do Sado – PTCON0011.	. Existência de zona de concentrado de pescado.

Tabela 1 (Cont.)

Designação		Classificação de acordo com o POOC*	Praias Reclassificadas cf. Portaria nº 120/2014, de 9 de junho	Proposta de Reclassificação de praias	Proposta de praias a criar	Número de estacionamentos		Observações			
						Formais	Informais	Acessos e Estacionamento	Infraestruturas	Condicionantes	Outras
Lado Rio	Soltróia-Rio				. Ponderar eventual classificação, em função das práticas verificadas.	n/d	n/d	. Acesso maioritariamente por via fluvial. . Insuficiente número de lugares de estacionamento de apoio ao cais de embarcação existente. . Considerar a formalização da proposta de núcleo de recreio náutico.**		. Eventual existência de vestígios arqueológicos subaquáticos. . Sítio Estuário do Sado – PTCO0011.	. Zona balnear informal. . Existência de núcleo informal de náutica de recreio. . Existência de cais fluvial de ferries.

Tabela 1 (Cont. / Fim)

Tabela 2: Alojamento Turístico no concelho de Grândola

Empreendimentos Turísticos, Turismo em Espaço Rural e Parques de Campismo, no Concelho de Grândola – Agosto 2016					
Tipologia	Nome	Localização	Categoria	Capacidade	Unidades de alojamento
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	À Espera no Monte	Melides		8	4
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Agro-Turismo A Serenada	Grândola		12	6
Aldeamento Turístico	Aldeamento Turístico 1 - PESTANA TRÓIA ECO RESORT	Carvalhal Gdl	****	140	35
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos Ácala	Carvalhal Gdl	****	142	71
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos Praia Arrábida	Carvalhal Gdl	****	254	84
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos Praia Atlântico	Carvalhal Gdl	****	218	73
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos Praia Sado	Carvalhal Gdl	****	142	54
Apartamento Turístico	Apartamentos Turísticos Tróia Marina	Carvalhal Gdl	****	176	78
Estabelecimento Hoteleiro - Hotel-apartamento	Aqualuz Suite Hotel Apartamento Tróia Rio	Carvalhal Gdl	****	308	120
Estabelecimento Hoteleiro - Hotel-apartamento	Aqualuz Suite Hotel Apartamentos Tróia Lagoa	Carvalhal Gdl	****	346	133
Estabelecimento Hoteleiro - Hotel-apartamento	Aqualuz Suite Hotel-Apartamento Tróia Mar	Carvalhal Gdl	****	313	115
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Casas do Rio - Sado River Country Retreat	Azinheira dos Barros S. Mamede Sádão		30	15
Conjunto Turístico	Conjunto Turístico Aqualuz Tróia	Carvalhal Gdl		0	0
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Herdade das Barradas da Serra	Grândola		20	10
Estabelecimento Hoteleiro – Hotel	Hotel D.Jorge de Lencastre	Grândola	***	66	34

Empreendimentos Turísticos, Turismo em Espaço Rural e Parques de Campismo, no Concelho de Grândola – Agosto 2016 (Continuação)

Tipologia	Nome	Localização	Categoria	Capacidade	Unidades de alojamento
Estabelecimento Hoteleiro – Hotel	Hotel Soltróia	Carvalhal Gdl	****	14	7
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Moinho Velho - Fitzrob Turismo, Lda.	Melides		18	9
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Monte do Brejinho de Água	Grândola		6	4
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Nômade	Melides		12	6
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Olival	Melides		6	3
Parque de Campismo e/ou Caravanismo	Parque Campismo Praia da Galé	Melides	***	6667	0
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Quinta da Fonte	Grândola		16	6
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Hotel Rural	Santa Barbara dos Mineiros Hotel Rural	Azinheira dos Barros S. Mamede Sádão	****	22	11
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Hotel Rural	Sobreiras - Alentejo Country Hotel Rural	Grândola	****	48	24
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Sublime Comporta (*em ampliação)	Grândola		28	14
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Terra do Sempre	Grândola		22	14
Estabelecimento Hoteleiro - Hotel-apartamento	Tróia Design Hotel	Carvalhal	****	564	205

Tabela 3: Alojamento Local no concelho de Grândola

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016						
Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
4U Apartments	Apartamento	4	4	2	Tróia	Carvalhal
A Casa da Praia	Moradia	6	8	3	Pego I	Carvalhal
A Casinha da Aldeia	Moradia	3	6	2	Melides	Melides
À Espera na Aldeia	Apartamento	1	2	1	Melides	Melides
À Espera na Aldeia	Apartamento	3	4	2	Melides	Melides
À Espera na Aldeia	Apartamento	3	4	2	Melides	Melides
À Espera na Aldeia	Apartamento	1	2	1	Melides	Melides
AL	Moradia	5	10	4	Tróia	Carvalhal
AL	Moradia	8	10	4	Tróia	Carvalhal
AL	Apartamento	2	4	1	Tróia	Carvalhal
AL	Apartamento	7	8	2	SolTróia	Carvalhal
AL	Moradia	5	8	4	SolTróia	Carvalhal
AL	Moradia	3	4	2	Soltróia	Carvalhal
Alentejo Blues	Moradia	3	4	2	Fontainhas	Melides
Alojamento Catarina	Apartamento	2	4	1	Soltróia	Carvalhal
Alojamento Limão	Apartamento	2	4	1	Soltróia	Carvalhal
Apartamento Atlântico	Apartamento	4	5	2	Soltróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Apartamento do Lago	Apartamento	2	4	1	Soltróia	Carvalhal
Apartamento do Lago	Apartamento	2	4	1	Soltróia	Carvalhal
Apartamento do Zimbro	Apartamento	4	6	2	Tróia	Carvalhal
Apartamento Duplex	Apartamento	4	5	2	SolTróia	Carvalhal
Apartamento F505	Apartamento	2	2	1	Tróia	Carvalhal
Apartamento Lago Azul	Apartamento	4	4	1	Soltróia	Carvalhal
Apartamento T2	Apartamento	7	7	2	Soltróia	Carvalhal
Apartamento T2 SolTróia Rio	Apartamento	5	6	2	Soltróia	Carvalhal
Apartamentos da Marina	Apartamento	2	4	1	Tróia	Carvalhal
Apartamentos Turísticos Praia Atlântico	Apartamento	3	4	2	Tróia	Carvalhal
APP	Moradia	1	2	1	Carvalhal	Carvalhal
APP	Moradia	1	2	1	Carvalhal	Carvalhal
Areadas, Alentejo	Moradia	8	10	4	Melides	Melides
Atlantic Beach Villas	Moradia	8	10	5	Soltróia	Carvalhal
Atlantic Villas - Lote 93 - Tróia	Moradia	8	10	3	Tróia	Carvalhal
Brejo da Amada	Moradia	8	8	4	Muda	Grândola e Santa Margarida da Serra
Brincalquimia	Apartamento	3	4	1	Tróia	Carvalhal
Camarinha 13	Moradia	4	6	3	Soltróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Casa da Alba	Moradia	4	6	2	Melides	Melides
Casa da Duna	Moradia	5	9	5	Soltróia	Carvalhal
Casa da Duna - Pego	Moradia	8	10	6	Lagoa Formosa - Carvalhal	Carvalhal
Casa da Duna Formosa	Moradia	8	9	4	Carvalhal	Carvalhal
Casa da Horta	Moradia	7	9	5	Soltróia	Carvalhal
Casa da Lagoa	Moradia	4	8	3	Pego - Lagoa Formosa	Carvalhal
Casa da Palmeira	Moradia	8	10	4	Soltróia	Carvalhal
Casa da Praia	Moradia	7	10	5	Soltróia	Carvalhal
Casa da Praia	Moradia	5	8	4	Soltróia	Carvalhal
Casa da Praia Atlântica	Apartamento	2	4	2	Soltróia	Carvalhal
Casa da Ti Deolinda	Apartamento	3	4	2	Grândola	Melides
Casa das Dunas	Apartamento	3	3	1	SolTróia	Carvalhal
Casa das Dunas	Apartamento	4	6	2	Carvalhal	Carvalhal
Casa das Quadras	Apartamento	3	4	2	Tróia	Carvalhal
Casa de Tróia	Apartamento	3	4	2	Tróia	Carvalhal
CASA DO CARVALHAL	Moradia	7	9	4	Carvalhal	Carvalhal
Casa do Limoeiro	Moradia	3	4	1	Melides	Melides
Casa do Mar Tróia	Moradia	6	8	4	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Casa do Pego	Moradia	3	6	3	Carvalhal	Carvalhal
Casa do Quadro da Aldeia	Moradia	4	6	2	Melides	Melides
Casa do Sol	Moradia	7	8	4	Tróia	Carvalhal
Casa do Vale	Moradia	6	9	3	Carvalhal	Carvalhal
Casa dos Eucaliptos	Moradia	8	9	5	Soltróia	Carvalhal
Casa dos Remos	Moradia	3	6	3	Soltróia	Carvalhal
Casa Formosa	Moradia	5	7	3	Carvalhal	Carvalhal
CASA GRANDE	Moradia	8	10	4	Carvalhal	Carvalhal
Casa Joanne	Moradia	4	7	3	Melides	Melides
Casa Morgado's Boutique Guesthouse	Moradia	8	9	6	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Casa Paúl	Moradia	4	6	2	Carvalhal	Carvalhal
Casa Soltróia - Lote 363	Moradia	10	10	5	Carvalhal	Carvalhal
Casas do Tanque	Moradia	2	4	2	Azinheira dos Barros	Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão
Casas do Tanque	Moradia	2	4	2	Azinheira dos Barros	Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão
Cerca da Tapada	Moradia	4	6	3	Melides	Melides
Cruz Alba	Moradia	7	9	4	Melides	Melides

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Cyconia	Morada	8	10	3	Soltróia	Carvalhal
Design 1	Apartamento	3	4	2	Soltróia	Carvalhal
Destino Tróia	Apartamento	3	4	1	Tróia	Carvalhal
Elodie's Country House	Morada	6	10	3	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Entre Mar e Rio	Apartamento	5	6	3	Soltróia	Carvalhal
Escola da Boavista	Morada	5	6	3	Melides	Melides
Espargalinho	Morada	9	10	5	Valinho da Estrada	Melides
Estrela do Mar	Morada	4	6	4	Soltróia	Carvalhal
Fonte da Serra	Morada	6	6	3	Coitada - Melides	Melides
FP	Morada	5	9	4	Sesmarias do Meio	Melides
Funsea SolTróia	Apartamento	4	6	3	Soltróia	Carvalhal
Herdade do Vale das Sobreiras	Morada	8	16	6	Mosqueirões	Grândola e Santa Margarida da Serra
Hospedaria Pereira	Apartamento	7	12	7	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Kochab II	Morada	4	6	3	Tróia	Carvalhal
L20	Morada	3	4	1	Carvalhal	Carvalhal
Lake	Apartamento	3	6	2	Soltróia	Carvalhal
Lote 105H	Morada	4	5	2	Soltróia	Carvalhal
Lote 3 - Alameda da Praia do Pego	Morada	8	12	5	Lagoa Formosa - Carvalhal	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Lote 339	Moradia	4	6	3	Tróia	Carvalhal
Lote 340	Moradia	9	10	5	Soltróia - Carvalhal	Carvalhal
Lote 378	Moradia	6	8	3	Soltróia	Carvalhal
Lote116	Moradia	4	8	4	Soltróia	Carvalhal
Luminoso Estúdio	Apartamento	1	3	1	Tróia	Carvalhal
Lunamonte	Moradia	2	4	1	Boavista	Melides
Mar Azul	Apartamento	6	6	2	Tróia	Carvalhal
Maria Mar-Surf Guest House	Moradia	9	10	3	Melides	Melides
MARIA PAULA DE CARVALHO ARAÚJO FONTES	Apartamento	2	4	1	TRÓIA	Carvalhal
Melides Beach House	Moradia	4	6	3	Melides	Melides
MIGUEL BATISTA	Moradia	5	8	4	GRÂNDOLA	Carvalhal
Monte Corte Galego	Moradia	9	10	6	Santa Margarida da Serra	Grândola e Santa Margarida da Serra
Monte da Ameira	Moradia	22	24	9	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Monte da Matinha-Melides	Moradia	10	10	8	Monte da Matinha	Melides
Monte das Oliveiras	Moradia	9	10	5	Muda	Grândola e Santa Margarida da Serra
Monte do Arneirinho	Moradia	6	10	4	Sobreiras Altas	Melides
Monte do Lago	Moradia	7	10	4	Ameiras de Cima	Grândola e Santa Margarida da Serra
Monte do Pomarinho	Moradia	4	6	3	Melides	Melides

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Monte Sol Nascente	Moradia	5	6	2	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Monte Verde Villa	Moradia	8	8	4	Muda	Grândola e Santa Margarida da Serra
Moradia Louro	Moradia	6	8	4	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Moradia Rosa	Moradia	3	6	3	Melides	Melides
Nice Apartment by SolTróia	Apartamento	3	6	3	Carvalhal	Carvalhal
NOITE DAS ARÁBIAS	Moradia	5	10	5	SolTróia	Carvalhal
O Avelino	Apartamento	18	21	9	Carvalhal	Carvalhal
O Cantinho dos Vieiras	Moradia	4	8	4	Aldeia do Pico	Grândola e Santa Margarida da Serra
Oceanvillage - Moradia D2	Moradia	4	4	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia B11	Moradia	3	4	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B12	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B13	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B15	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B16	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B19	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia B2	Moradia	3	4	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B20	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia B21	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
OceanVillage - Moradia B9	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C1	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C2	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C3	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C4	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C5	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia C6	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D10	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D12	Moradia	3	4	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D3	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D4	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D5	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D6	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D7	Moradia	3	3	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia D8	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D8	Moradia	3	4	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage – Moradia D9	Moradia	5	5	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E1	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
OceanVillage - Moradia E10	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E11	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E12	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E2	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E3	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E4	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E5	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E6	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E8	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia E9	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia F02	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G1	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G10	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G11	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G12	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G2	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G3	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G4	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
OceanVillage - Moradia G5	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G6	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G7	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G8	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia G9	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H1	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H10	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H11	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H12	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H13	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H2	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H3	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H4	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H5	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H6	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H7	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H8	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia H9	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
OceanVillage - Moradia I1	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia I2	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia I3	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia I4	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia I5	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
OceanVillage - Moradia I6	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage Moradia B17	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage Moradia B23	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Oceanvillage Moradia B24	Moradia	6	10	2	Tróia	Carvalhal
Olival das Hortas	Moradia	4	8	2	Santa Margarida da Serra	Grândola e Santa Margarida da Serra
Paraiso do Alentejo	Apartamento	11	15	6	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Península Mar	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Península Mar (A)	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Pinhal da Coutada - Country house AL	Moradia	15	19	8	Valinho da Estrada	Melides
Quinta no Campo	Moradia	3	4	2	Santa Margarida da Serra	Grândola e Santa Margarida da Serra
Quinta Palhavã - Soltróia	Apartamento	3	4	2	Soltróia	Carvalhal
Residêncial Vila Morena	Apartamento	35	47	22	Grândola	Grândola e Santa Margarida da Serra
Rest in Portugal Casas da	Apartamento	3	6	2	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Duna'''						
Sea&Wild	Morada	10	10	6	Soltróia	Carvalhal
SolTróia	Apartamento	2	4	1	Soltróia	Carvalhal
SolTróia Beach House	Apartamento	3	5	1	Carvalhal	Carvalhal
SolTróia Beach Villa	Morada	8	10	6	Soltróia	Carvalhal
SolTróia Mar	Apartamento	2	4	1	Lisboa	Carvalhal
SolTróia Rio 1	Apartamento	3	4	2	Carvalhal	Carvalhal
SolTróia Rio 2	Apartamento	1	4	1	Carvalhal	Carvalhal
SolTróia Villa	Morada	6	10	5	Soltróia	Carvalhal
SolTróia Villa	Morada	7	10	4	Soltróia	Carvalhal
Soltróia Villa	Morada	5	6	3	Soltróia	Carvalhal
SolTróia-407	Morada	5	6	3	Soltróia	Carvalhal
Tróia	Apartamento	4	4	2	Soltróia	Carvalhal
Tróia	Apartamento	4	4	1	Soltróia	Carvalhal
Tróia - Welcome to Paradise	Apartamento	2	4	1	Carvalhal	Carvalhal
Tróia 106	Apartamento	5	6	3	Tróia	Carvalhal
Tróia Estuary Vila	Morada	5	8	4	Soltróia	Carvalhal
Tróia Resort F213	Apartamento	3	6	1	Tróia	Carvalhal

Alojamento Local no Concelho de Grândola - Agosto 2016

Nome do Alojamento	Modalidade	Nº Camas	Nº Utentes	Nº Quartos	Localidade	Freguesia
Tróia Villa	Moradia	4	8	4	Soltróia	Carvalhal
Tróia Village	Moradia	5	8	3	Tróia	Carvalhal
Tróiadreams	Apartamento	2	4	1	Tróia	Carvalhal
TRÓIAZIMBRA Apartamentos	Apartamento	3	4	1	Soltróia	Carvalhal
Vermar	Apartamento	3	4	2	Soltróia	Carvalhal
Vila IPANEMA	Moradia	6	10	4	Tróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas - A	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas - B	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas - C	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas II - A	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas II - B	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vilas Mediterrânicas II - C	Moradia	6	6	3	Soltróia	Carvalhal
Villa Atlantica	Moradia	6	12	6	Soltróia	Carvalhal
Villa Tróia	Moradia	4	6	3	Soltróia	Carvalhal
Vivenda Pinelas	Moradia	6	10	4	Courela dos Pereiros	Melides
Yellow House	Moradia	6	10	5	Soltróia	Carvalhal

Tabela 4: Estabelecimentos e Capacidade da Oferta de Alojamento Turístico no concelho de Grândola

		Capacidade de alojamento por 1000 habitantes	Estabelecimentos				Capacidade de alojamento			
			N.º	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local
2014	Portugal	32,9	3587	1550	1145	883	342497	284924	43840	13733
	Alentejo	24,9	412	112	105	195	18374	11486	3360	3528
	Alentejo Litoral	69,8	103	32	32	39	6735	4872	1019	844
	Grândola	196,8	15	8	5	2	2934	2700
2013	Portugal	31,2	3345	1462	1051	832	326187	272070	41243	12874
	Alentejo	23,2	389	106	101	182	17284	10900	3168	3216
	Alentejo Litoral	64,5	96	31	29	36	6275	4590	914	771
	Grândola	184,8	15	6	6	3	2767	2538	179	50
Diferença (variação %) 2014-2013	Portugal	1,7 (5.2)	242(6.8)	88 (5.7)	94 (8.2)	51 (5.8)	16310 (4.8)	12854 (4.5)	2597 (5.9)	859 (6.3)
	Alentejo	1,7 (6.8)	23 (5.6)	6 (5.4)	4 (3.8)	13 (6.7)	1090 (5.9)	586 (5.1)	192 (5.7)	312 (8.8)
	Alentejo Litoral	5,3 (7.6)	7 (6.8)	1 (3.1)	3 (9.4)	3 (7.7)	460 (6.8)	282 (5.8)	105 (10.3)	73 (8.6)
	Grândola	12 (6.1)	0 (0)	2 (25.0)	-1 (-20.0)	-1 (-50.0)	167 (5.7)	162 (6.0)
2010				Hotéis	Pensões	Outros		Hotéis	Pensões	Outros
	Portugal	26,3	2011	771	737	503	279506	149347	34533	95626
	Alentejo	15,9	157	52	68	37	11899	5145	2869	3885
	Alentejo Litoral	43,8	45	5	23	17	4125	401	1058	2666
Grândola	87,3	8	1	4	3	1194	66	92	1036	
Diferença (variação %) 2014-2010	Portugal	6.6 (20.1)	1576 (43.9)	779 (50.3)	62991 (18.4)	135577 (47.6)
	Alentejo	9 (36.1)	255 (61.9)	60 (53.6)	6475 (35.2)	6341 (55.2)
	Alentejo Litoral	26 (37.2)	58 (56.3)	27 (84.4)	2610 (38.8)	4471 (91.8)
	Grândola	12 (55.6)	7 (46.7)	7 (87.5)	1740 (59.3)	2634 (97.6)

Tabela 5: Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos de Alojamento, Restauração e Similares no concelho de Grândola

Estabelecimentos por município segundo o cae- rev.3		Número total de estabelecimentos	Pessoal ao serviço nas empresas por município da sede		Pessoal ao serviço nas empresas por município do estabelecimento	
			Pessoal ao serviço Total	Pessoal ao serviço por estabelecimento / sede	Pessoal ao serviço Total	Pessoal ao serviço por estabelecimento / município
2014	Portugal	90493	265694	2,9	267293	2,9
	Alentejo	7421	13969	1,8	15891	2,1
	Alentejo Litoral	1243	2903	2,3	3024	2,4
	Grândola	196	551	2,8	620	3,1
2013	Portugal	91506	270455	2,9	272466	2,9
	Alentejo	7569	14672	1,9	16393	2,1
	Alentejo Litoral	1275	3092	2,4	3215	2,5
	Grândola	200	642	3,2	715	3,5
Diferença (variação %) 2014-2013	Portugal	-1013 (-1.2)	-4761 (-1.8)		-5173 (-1.9)	
	Alentejo	-148 (-2.0)	-703 (-5.0)		-505 (-3.2)	
	Alentejo Litoral	-32 (-2.6)	-189 (-6.5)		-191 (-6.3)	
	Grândola	-4 (-2.0)	-91 (-16.5)		-95 (-15.3)	
...						
2010	Portugal	81341	277645	3,4
	Alentejo	6939	14750	2,1
	Alentejo Litoral	1137	2969	2,6
	Grândola	175	592	3,3
Diferença (variação %) 2014-2010	Portugal	9152 (10.1)	-11951 (-4.5)	
	Alentejo	482 (6.5)	-781 (-5.6)	
	Alentejo Litoral	106 (8.5)	-66 (-2.3)	
	Grândola	21 (10.7)	-41 (-7.4)	

Tabela 7: Empresas de Animação Turística, Agências de Viagens, Empresas de Transporte Privado no concelho de Grândola

Agentes de Animação Turística – Agosto de 2016						
Tipologia	Denominação	Localidade	Atividades Ar Livre/ Natureza e Aventura	Atividades Marítimo-Turísticas	Atividades Cultural/ Tour. Paisag. e Cultural	Atividades reconhecidas como turismo de natureza
Operador Marítimo Turístico	4SPLASH - Atividades Náuticas LDA	Carvalhal Gdl		Aluguer de embarcações com tripulação, Aluguer de embarcações sem tripulação, Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo, tais como bananas, paraquedas, esqui aquático, Passeios marítimo-turísticos, Pesca turística, Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo		Aluguer de embarcações com tripulação, Aluguer de embarcações sem tripulação, Passeios marítimo-turísticos, Pesca turística
Operador Marítimo Turístico	Ana Isabel Moreira Pinheiro	Melides		Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares)		Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares)
Empresa de Animação Turística	Aqualuz Tróia - Exploração Hotelaria e Imobiliária, S.A.	Carvalhal Gdl	Caminhadas e outras atividades pedestres, Outras atividades de turismo de ar livre, Passeios e atividades em bicicleta (btt e cicloturismo), em segway e similares		Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, eno-gastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho), Jogos populares e tradicionais, Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial	
Empresa de Animação	Dolphin Bay Lda	Carvalhal Gdl	Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves,	Passeios marítimo-turísticos		Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares),

Agentes de Animação Turística – Agosto de 2016

Tipologia	Denominação	Localidade	Atividades Ar Livre/ Natureza e Aventura	Atividades Marítimo-Turísticas	Atividades Cultural/ Tour. Paisag. e Cultural	Atividades reconhecidas como turismo de natureza	
Turística			observação de cetáceos e similares)			Passeios marítimo-turísticos	
Empresa de Animação Turística	FoliaPredileta, Lda.	Grândola	Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares), Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares), Atividades de orientação (percursos, geocaching, caças ao tesouros e similares), Atividades de Sobrevivência, Atividades de Teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre), Caminhadas e outras atividades pedestres, Escalada em parede natural e em parede artificial, Espeleologia, Montanhismo, Outras atividades de turismo de ar livre, Paintball, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares, Passeios e atividades em bicicleta (btt e cicloturismo), em segway e similares, Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares, Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, kartcross e similares)		Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, eno-gastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho), Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano de percursos pedestres e visitas a museus, palácios e monumentos e cuja empresa, simultaneamente, se encontre isenta da obrigação da contratação dos seguros previstos no art.º 27º, nos termos da alínea b) do n.º 1 do art.º 28º, Jogos populares e tradicionais, Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial), Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial		
Empresa de Animação Turística	FUNSEA	Carvalhal Gdl	Atividades de Teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre), Caminhadas e outras atividades pedestres, Outras atividades de turismo de ar livre	Aluguer de embarcações com tripulação, Aluguer de embarcações sem tripulação, Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo, Aluguer ou utilização de motas de		Aluguer de embarcações com tripulação, Aluguer de embarcações sem tripulação, Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo, Aluguer ou utilização de motas de água	

Agentes de Animação Turística – Agosto de 2016

Tipologia	Denominação	Localidade	Atividades Ar Livre/ Natureza e Aventura	Atividades Marítimo-Turísticas	Atividades Cultural/ Tour. Paisag. e Cultural	Atividades reconhecidas como turismo de natureza
				<p>água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares), Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Vela, remo e atividades náuticas similares), Passeios marítimo-turísticos, Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados</p>		<p>e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares), Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo (Vela, remo e atividades náuticas similares), Atividades de Teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre), Caminhadas e outras atividades pedestres, Outras atividades de turismo de ar livre, Passeios marítimo-turísticos, Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados</p>
Empresa de Animação Turística	Marina de Tróia, S.A.	Carvalhal Gdl				

Tabela 8: Hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico no concelho de Grândola

		Hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico						
		Total	Hotéis	Pensões	Outros	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação
2014	Portugal	17 301 622				14 977 807	1 952 166	371 649
	Alentejo	919 205				683 525	123 702	111 978
	Alentejo Litoral	220 539				155 862	35 926	28 751
	Grândola	90 466				82 715
2013								
2013	Portugal	15 209 605				13 301 503	1 583 954	324 148
	Alentejo	792 525				593 350	109 724	89 451
	Alentejo Litoral	192 445				137 518	29 009	25 918
	Grândola	77 736				69 686	6 495	1 555
Diferença 2014-2013								
Diferença 2014-2013	Portugal	13,75				12,60	23,25	14,65
	Alentejo	15,98				15,20	12,74	25,18
	Alentejo Litoral	14,60				13,34	23,84	10,93
	Grândola	16,38				18,70
2010								
2010	Portugal	13 537 040	9 178 195	1 406 321	2 952 524			
	Alentejo	697 477	394 176	137 513	165 788			
	Alentejo Litoral	137 564	22 945	39 882	74 737			
	Grândola	48 845	35 738			
Diferença 2014-2010								
Diferença 2014-2010	Portugal	27,81						
	Alentejo	31,79						
	Alentejo Litoral	60,32						
	Grândola	85,21						

Tabela 9: Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, por país de residência habitual, no concelho de Grândola

		Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, segundo o país de residência habitual																
		Total	UE27	UE25	UE15/EU28 (para 2014)								EUA	Europa (excluindo Portugal)	África	América	Ásia	Oceânia
					Total	Portugal	Alemanha	Espanha	França	Itália	Países Baixos	Reino Unido						
2014	Portugal	17 301 622			7 396 659	7 397 217	1 060 785	1 525 674	1 092 832			1 604 441		7 894 347	161 444	1 265 357	463 850	119 407
	Alentejo	919 205			193 484	643 147	24 613	59 528	38 710			17 229		205 514	2 194	51 675	13 451	3 224
	Alentejo Litoral	220 539			43 042	168 617	5 732	13 826	8 558			4 190		46 554	528	2 958	1 431	451
	Grândola	90 466			13 985	74 407	1 014	5 169	4 359			1 096		14 756	326	690	188	99
2013	Portugal	15 209 605	13 039 926	12 995 813	12 755 705	6 581 899	951 021	1 305 549	880 774	339 312	457 342	1 422 054	349 024					
	Alentejo	792 525	726 113	724 993	720 082	570 866	21 259	45 885	27 715	8 409	12 859	15 330	12 328					
	Alentejo Litoral	192 445	185 820	185 453	184 460	152 984	4 935	10 328	4 830	1 400	2 459	3 322	703					
	Grândola	77 736	76 111	76 066	75 893	66 012	1 124	3 788	2 219	238	359	625	228					
Diferença 2014-2013	Portugal	13,75				12,39	11,54	16,86	24,08			12,83						
	Alentejo	15,98				12,66	15,78	29,73	39,67			12,39						
	Alentejo Litoral	14,60				10,22	16,15	33,87	77,18			26,13						
	Grândola	16,38				12,72	-9,79	36,46	96,44			75,36						
2010	Portugal	13 537 040	12 112 682	12 082 202	11 910 059	6 705 460	728 784	1 375 842	574 828	365 368	351 635	1 111 197	266 248					
	Alentejo	697 477	656 439	655 636	652 701	532 832	15 935	44 969	18 014	9 009	10 195	8 995	8 689					
	Alentejo Litoral	137 564	133 948	133 801	133 346	114 740	2 454	7 950	1 704	1 194	1 750	1 584	457					
	Grândola	48 845	48 449	48 412	48 369	44 684	449	1 961	270	227	204	300	95					
Diferença 2014-2010	Portugal	27,81				10,31	45,56	10,89	90,11			44,39						
	Alentejo	31,79				20,70	54,46	32,38	114,89			91,54						
	Alentejo Litoral	60,32				46,96	133,58	73,91	402,23			164,52						
	Grândola	85,21				66,52	125,84	163,59	1514,44			265,33						

Tabela 10: Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico no concelho de Grândola

		Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, por município						
		Total	Hotéis	Pensões	Outros	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação
2014	Portugal	48 711 366				43 507 700	4 347 940	855 726
	Alentejo	1 664 296				1 216 432	214 089	233 775
	Alentejo Litoral	521 154				380 156	72 336	68 662
	Grândola	235 733				222 457
2013	Portugal	43 533 151				39 178 980	3 609 587	744 584
	Alentejo	1 416 693				1 039 392	191 706	185 595
	Alentejo Litoral	443 844				324 081	57 097	62 666
	Grândola	192 209				178 185	10 485	3 539
Diferença 2014-2013	Portugal	11,89				11,05	20,46	14,93
	Alentejo	17,48				17,03	11,68	25,96
	Alentejo Litoral	17,42				17,30	26,69	9,57
	Grândola	22,64				24,85
2010	Portugal	37 391 291	21 846 374	3 153 703	12 391 214			
	Alentejo	1 172 558	615 193	233 675	323 690			
	Alentejo Litoral	307 195	45 471	78 792	182 932			
	Grândola	110 857	89 329			
Diferença 2014-2010	Portugal	30,27						
	Alentejo	41,94						
	Alentejo Litoral	69,65						
	Grândola	112,65						

Outros - hotéis-apartamentos, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos, motéis, pousadas e estalagens.

Hotelaria - hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, apartamentos e aldeamentos turísticos.

Tabela 11: Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, por país de residência habitual, no concelho de Grândola

		Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por município, segundo o país de residência habitual																
		Total	UE27	UE25	UE15/UE28 (para 2014)								EUA	Europa (excluindo Portugal)	África	América	Ásia	Oceânia
					Total	Portugal	Alemanha	Espanha	França	Itália	Países Baixos	Reino Unido						
2014	Portugal	48 711 366			27 430 542	14 939 247	4 642 666	3 740 381	3 230 793			7 774 564		29 090 625	569 015	2 962 874	881 241	268 364
	Alentejo	1 664 296			392 816	1 126 511	49 860	112 750	87 476			37 948		415 873	7 007	91 360	17 922	5 623
	Alentejo Litoral	521 154			138 896	362 616	14 622	42 671	41 232			10 028		147 003	2 150	5 465	3 218	702
	Grândola	235 733			66 165	162 613	3 172	17 110	32 563			2 661		69 175	1 653	1 653	466	173
2013	Portugal	43 533 151	37 906 670	37 756 069	36 913 175	13 150 991	4 274 060	3 215 634	2 690 657	833 824	2 198 808	7 101 302	795 312					
	Alentejo	1 416 693	1 303 263	1 298 246	1 289 302	995 807	44 148	85 827	52 481	12 848	27 995	31 091	20 696					
	Alentejo Litoral	443 844	428 989	425 348	422 742	331 048	12 878	30 179	16 464	3 200	7 815	7 616	1 858					
	Grândola	192 209	187 171	187 067	186 557	147 019	3 944	13 042	11 290	619	1 209	1 906	882					
Diferença 2014-2013	Portugal	11,89				13,60	8,62	16,32	20,07			9,48						
	Alentejo	17,48				13,13	12,94	31,37	66,68			22,05						
	Alentejo Litoral	17,42				9,54	13,54	41,39	150,44			31,67						
	Grândola	22,64				10,61	-19,57	31,19	188,42			39,61						
2010	Portugal	37 391 291	33 778 067	33 691 946	33 089 429	13 783 084	3 279 012	3 277 782	1 619 416	869 313	1 843 369	5 494 953	576 819					
	Alentejo	1 172 558	1 108 145	1 106 635	1 101 577	897 966	26 220	74 553	27 699	13 184	19 475	18 213	13 018					
	Alentejo Litoral	307 195	298 894	298 520	297 189	252 508	5 804	20 082	3 801	2 209	4 217	4 073	804					
	Grândola	110 857	109 990	109 889	109 779	101 021	1 119	4 892	710	382	283	634	199					
Diferença 2014-2010	Portugal	30,27				8,39	41,59	14,11	99,50			41,49						
	Alentejo	41,94				25,45	90,16	51,23	215,81			108,36						
	Alentejo Litoral	69,65				43,61	151,93	112,48	984,77			146,21						
	Grândola	112,65				60,97	183,47	249,75	4486,34			319,72						

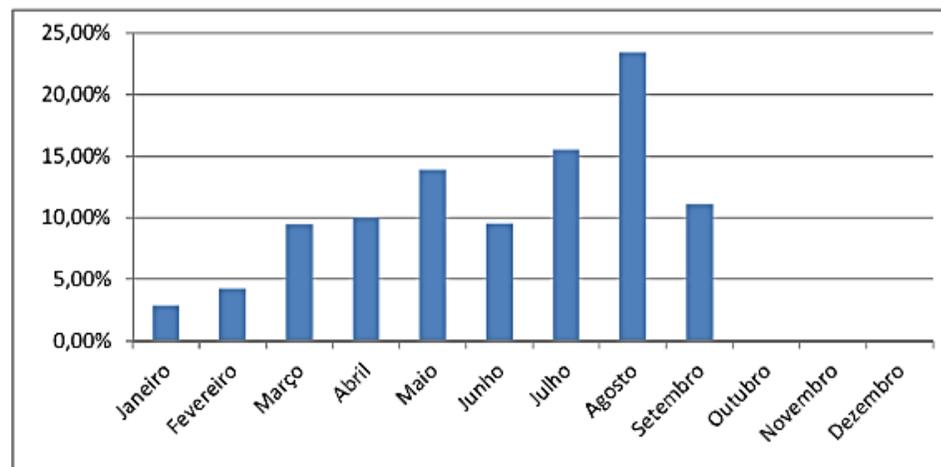
Tabela 12: Número de visitantes nos postos de turismo do concelho de Grândola e nos concelhos vizinhos (2013-2015)

Postos de Turismo	2013	2014	2015
Alcácer do Sal – Total	949	2312	4856
Grândola*	1281	372	884
Grândola – Melides*	706	1673	52
Grândola – Carvalhal*	543	787	0
Grândola – Total	2530	2832	936
Santiago do Cacém	1195	2149	1841
S. Cacém – Moinho da Quintinha	3145	3704	3718
S. Cacém – Centro Histórico	-	439	2383
Santiago do Cacém – Total	4340	6292	7942
Sines – Total	1862	3254	4592
Odemira	1413	1302	1861
Odemira - Vila Nova de Milfontes	16634	14058	19748
Odemira - Zambujeira do Mar	5709	6045	5977
Odemira – Total	23756	21405	27586
Totais	33437	36095	45912

* Os Postos de Turismo de Melides e Carvalhal, no concelho de Grândola, funcionam apenas nos meses de Julho e Agosto. O sistema de contabilização dos Postos de Turismo é automático, e, por falha informática, alguns dos meses ficaram sem qualquer indicação de número de visitantes, o que impossibilita a utilização dos resultados totais presentes para o concelho de Grândola.

Tabela 13: Número de visitantes nos postos de turismos do concelho de Grândola (2013)

Mês	N.º Visit.	%
Janeiro	37	2,89%
Fevereiro	54	4,22%
Março	121	9,45%
Abril	128	9,99%
Maiο	178	13,90%
Junho	122	9,52%
Julho	199	15,53%
Agosto	300	23,42%
Setembro	142	11,09%
Outubro	0	0,00%
Novembro	0	0,00%
Dezembro	0	0,00%
TOTAL	1281	100,00%



Nac. / Mês	%
PT	47,93%
SP	14,13%
FR	7,42%
DL	11,32%
UK	9,91%
NL	2,73%
IT	0,55%
BR	0,62%
US	0,70%
AS	0,00%
AF	0,00%
OT	4,68%
TOTAL	100,00%

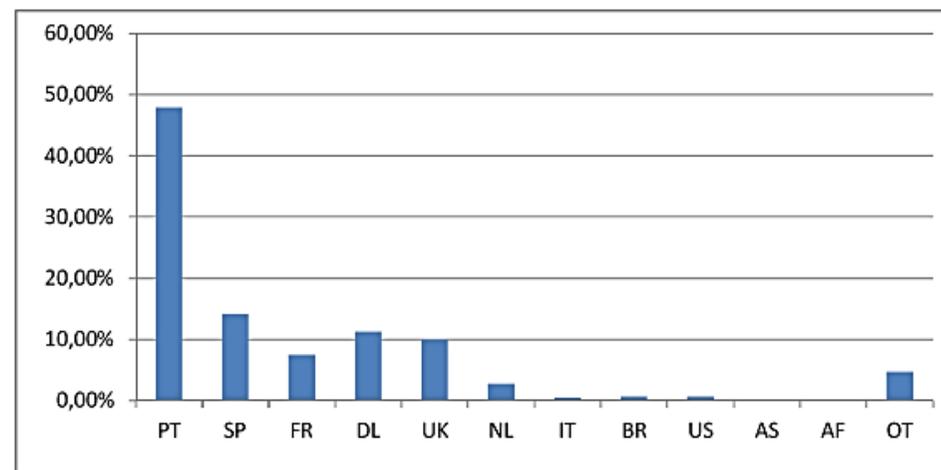
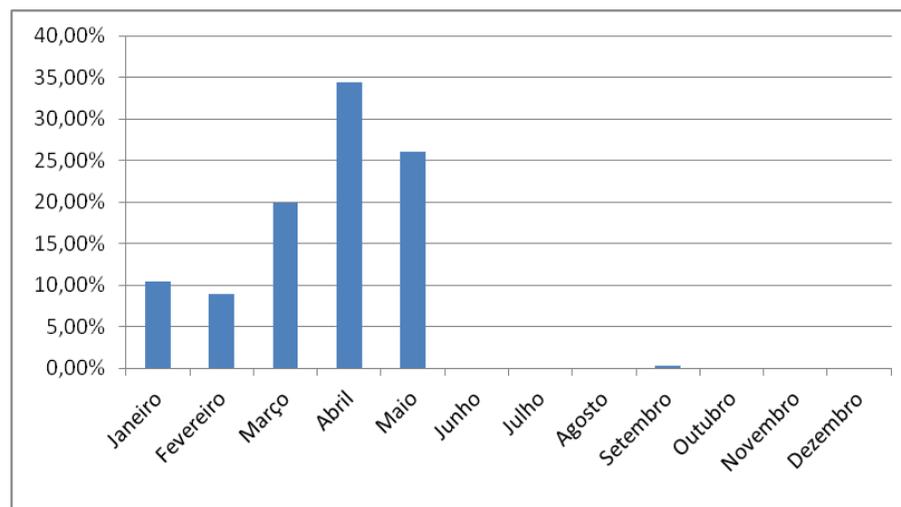


Tabela 14: Número de visitantes nos postos de turismos do concelho de Grândola (2014, de Janeiro a Maio)

Mês	N.º Visit.	%
Janeiro	39	10,48%
Fevereiro	33	8,87%
Março	74	19,89%
Abril	128	34,41%
Maio	97	26,08%
Junho	0	0,00%
Julho	0	0,00%
Agosto	0	0,00%
Setembro	1	0,27%
Outubro	0	0,00%
Novembro	0	0,00%
Dezembro	0	0,00%
TOTAL	372	100,00%



Nac. / Mês	%
PT	48,66%
SP	12,63%
FR	7,26%
DL	12,63%
UK	5,38%
NL	4,03%
IT	0,00%
BR	0,27%
US	1,61%
AS	0,00%
AF	0,00%
OT	7,53%
TOTAL	100,00%

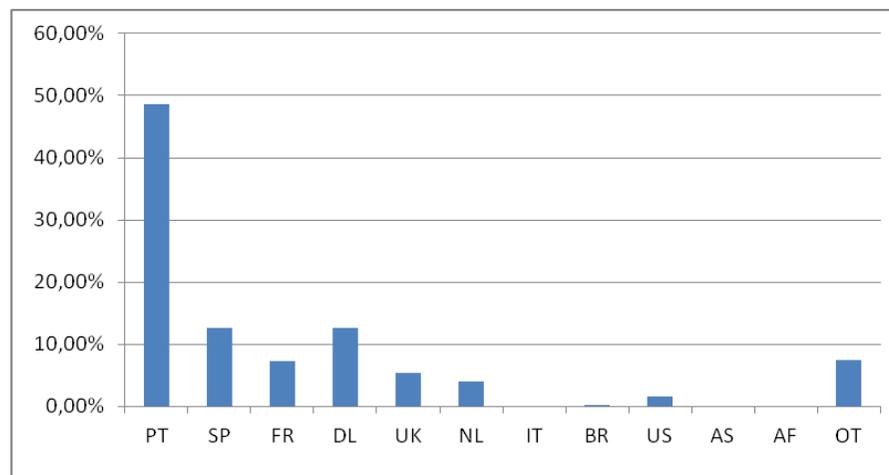


Tabela 15: Número de bilhetes vendidos nas travessias fluviais realizadas pela *AtlanticFerries* (2014-2015)

2014													
Quantidade (bilhetes)	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Viaturas	6.265	5.735	9.211	14.133	18.017	21.606	35.550	53.420	24.117	13.244	6.370	6.450	214.118
Passageiros	13.291	12.112	21.642	36.683	42.108	53.152	99.611	161.663	56.578	31.654	13.465	17.929	559.888
<i>Ferries</i>	8.319	7.238	14.349	24.991	27.624	34.037	63.027	101.039	40.203	20.834	8.701	10.692	361.054
<i>Catamaran</i>	4.972	4.874	7.293	11.692	14.484	19.115	36.584	60.624	16.375	10.820	4.764	7.237	198.834
Passes	405	360	458	493	586	704	910	909	593	466	334	376	6.594
Total	19.961	18.207	31.311	51.309	60.711	75.462	136.071	215.992	81.288	45.364	20.169	24.755	780.600

2015													
Quantidade (bilhetes)	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Viaturas	7.491	7.029	10.339	15.053	15.959	23.637	39.570	53.804	29.041	9.242	7.240	6.230	224.635
Passageiros	15.912	14.598	24.160	36.164	41.992	62.761	115.374	161.634	66.110	23.532	15.278	18.239	595.754
<i>Ferries</i>	10.589	9.821	15.277	24.254	27.457	39.298	72.493	104.658	47.080	15.427	9.340	10.477	386.171
<i>Catamaran</i>	5.323	4.777	8.883	11.910	14.535	23.463	42.881	56.976	19.030	8.105	5.938	7.762	209.583
Passes	403	354	467	491	568	708	877	849	599	460	366	410	6.552
Total	23.806	21.981	34.966	51.708	58.519	87.106	155.821	216.287	95.750	33.234	22.884	24.879	826.941

Tabela 15: Número de bilhetes vendidos nas travessias fluviais realizadas pela *AtlanticFerries* (2014-2015)

2016													
Quantidade (bilhetes)	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Viaturas	7.439	7.276	10.557	13.791	13.541	26.249	40.724						119.577
Passageiros	15.849	13.891	22.134	29.485	29.322	65.609	126.411						302.701
<i>Ferries</i>	<i>9.915</i>	<i>8.615</i>	<i>13.293</i>	<i>18.334</i>	<i>18.650</i>	<i>41.216</i>	<i>73.788</i>						<i>183.811</i>
<i>Catamaran</i>	<i>5.934</i>	<i>5.276</i>	<i>8.841</i>	<i>11.151</i>	<i>10.672</i>	<i>24.393</i>	<i>52.623</i>						<i>118.890</i>
Passes	424	399	502	505	637	754	1.017						4.238
Total	23.712	21.566	33.193	43.781	43.500	92.612	168.152	0	0	0	0	0	426.516

Nota: O conceito de bilhete significa viagens vendidas (ex: 1 título pré-comprado de 5 viagens é contabilizado 5 vezes).
No caso dos passes está apenas considerado o nº de passes vendidos.

Tabela 16: Indicadores Macro de Atividade/Operação Turística no concelho de Grândola: Proveitos, Taxa de Ocupação e Estadia Média

		Proveitos por aposento por capacidade de alojamento	Estada média nos estabelecimentos (n.º noites)				Taxa de ocupação-cama (líquida %)				
			Milhares de euros	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e turismo de habitação
2014	Portugal	4,8	2,8	2,9	2,2	2,3	42,4	45,2	29,9	20,4	
	Alentejo	3,1	1,8	1,8	1,7	2,1	26,5	30,7	18,6	19,9	
	Alentejo Litoral	3,1	2,4	2,4	2,0	2,4	23,0	23,2	20,6	24,9	
	Grândola	3,4	2,6	2,7	22,6	23,2	
2013	Portugal	4,4	2,86	2,95	2,28	2,30	39,71	42,57	26,37	18,95	
	Alentejo	2,7	1,79	1,75	1,75	2,07	24,11	27,93	17,23	17,78	
	Alentejo Litoral	2,9	2,31	2,36	1,97	2,42	21,19	21,36	17,65	24,66	
	Grândola	3,1	2,47	2,56	1,61	2,28	20,40	20,79	15,50	20,63	
Diferença (variação %) 2014-2013	Portugal	0,4 (8,3)	-0,06 (-2,1)	-0,05 (-1,7)	-0,08 (-3,6)	0,00 (0,0)	2,69 (6,3)	2,63 (5,8)	3,53 (11,8)	1,45 (7,1)	
	Alentejo	0,4 (12,9)	0,01 (0,5)	0,05 (2,8)	-0,05 (-2,9)	0,03 (1,4)	2,39 (9,0)	2,77 (9,0)	1,37 (7,4)	2,12 (10,7)	
	Alentejo Litoral	0,2 (6,5)	0,09 (3,8)	0,04 (1,7)	0,03 (1,5)	-0,02 (-0,8)	1,81 (7,9)	1,84 (7,9)	2,95 (14,3)	0,24 (1,0)	
	Grândola	0,3 (8,8)	0,13 (5,0)	0,14 (5,2)	2,20 (9,7)	2,41 (10,4)	
			Hotéis	Pensões	Outros				Hotéis	Pensões	Outros
2010	Portugal	4,4	2,8	2,4	2,2	4,2	38,7	41,4	26,7	38,8	
	Alentejo	3,3	1,7	1,6	1,7	2,0	28,3	33,4	22,9	25,2	
	Alentejo Litoral	2,7	2,2	2,0	2,0	2,4	23,0	33,0	22,1	21,7	
	Grândola	3,2	2,3	1,4	24,0	22,1	
Diferença (variação %) 2014-2010	Portugal	0,4 (8,3)	0,0 (0,0)	0,5 (17,2)	3,7 (8,7)	3,8 (91,6)	
	Alentejo	-0,2 (6,5)	0,1 (5,6)	0,2 (11,1)	-1,8 (-6,7)	-2,7 (-8,8)	
	Alentejo Litoral	0,4 (12,9)	0,2 (8,3)	0,4 (16,7)	0,0 (0,0)	-9,8 (-42,2)	
	Grândola	0,2 (5,9)	0,3 (11,5)	-1,4 (-6,2)	

Tabela 17: Indicadores Macro de Atividade/Operação Turística no concelho de Grândola: Atividade da rede caixa automático multibanco

		Terminais de caixa automático multibanco	Operações										
			Total		Consultas	das quais							
						Levantamentos				Pagamentos			
			Nacionais		Internacionais		Total		Pagamento de serviços				
		N.º	milhares	milhares de euros	milhares	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros
2014	Portugal	12701	894443	57999534	291829	413370	25401675	15893	2047815	111847	7047662	58549	4492625
	Alentejo	993	60658	3652332	20038	28376	1740040	540	70739	7998	449868	4019	296839
	Alentejo Litoral	135	8363	557111	2612	4055	254846	123	17159	1066	68170	512	42836
	Grândola	18	1322	94787	635	635	40732	16	2239	170	16104	80	11647
2013	Portugal	12963	893073	...	287725	412015	25280390	14372	1849673	121826	6802860
	Alentejo	1001	60175	...	19587	28069	1727053	495	63810	8634	433664
	Alentejo Lit'oral	134	8277	...	2534	3998	251788	108	15152	1167	65781
	Grândola	18	1329	...	416	634	40994	16	2255	190	15232
Diferença (variação %) 2014-2013	Portugal	-262 (-2.1)	1370 (0.2)	...	4104 (1.4)	1355 (0.3)	121285(0.5)	1521 (9.6)	198142 (9.7)	-9979 (-8.9)	244802(3.5)
	Alentejo	-8 (-0.8)	483 (0.8)	...	451 (2.3)	307 (1.1)	12987 (0.7)	45 (8.3)	6929 (9.8)	-636 (-8.0)	16204 (3.6)
	Alentejo Litoral	1 (0.7)	86 (1.0)	...	78 (3.0)	57 (1.4)	3058 (1.2)	15 (12.2)	2007 (11.7)	-101 (-9.5)	2389 (3.5)
	Grândola	0 (0.0)	-7 (-0.5)	...	219 (34.5)	1 (0.2)	-262 (-0.6)	0 (0.0)	-16 (-0.7)	-20 (-11.8)	872 (5.4)
2010	Portugal	14318	883354	...	280123	418618	26236254	11552	1469732	126667	6511471
	Alentejo	1085	59233	...	18929	28309	1785794	446	55077	8944	414622
	Alentejo Litoral	147	8333	...	2443	4160	267354	99	13632	1261	61257
	Grândola	23	1259	...	378	623	40406	11	1472	193	13875
Diferença (variação %) 2014-2010	Portugal	-1617(-12.7)	1370 (1.2)	...	11706 (4.0)	-5248 (-1.3)	121285(3.3)	14421(27.3)	578083(28.3)	-14820 (-13.3)	536191(7.6)
	Alentejo	-92 (-9.3)	483 (2.3)	...	1109 (5.5)	67 (0.2)	-45754(-2.6)	94 (17.4)	15662 (22.1)	-946 (-11.8)	35246 (7.8)
	Alentejo Litoral	-12 (-8.9)	30 (0.4)	...	169 (6.5)	-105 (-2.6)	-12508(-4.9)	24 (19.5)	3527 (20.6)	-195 (-18.3)	6913 (10.1)
	Grândola	-5 (-27.8)	63 (4.8)	...	257 (40.5)	12 (1.9)	326 (0.8)	5 (31.3)	767 (34.3)	-23 (-13.5)	2229 (13.8)

Tabela 17: Indicadores Macro de Atividade/Operação Turística no concelho de Grândola: Atividade da rede caixa automático multibanco

		Terminais de pagamento automático	Operações							
			Total		Pagamentos					
					Total		Nacionais		Internacionais	
N.º	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros	milhares	milhares de euros		
2014	Portugal	266283	781143	31769893	759062	30618537	718344	27639654	40718	2978883
	Alentejo	17425	45045	1726775	43257	1628860	42101	1555883	1156	72977
	Alentejo Litoral	2849	6932	266554	6681	248057	6451	230880	231	17177
	Grândola	487	1315	52914	1236	51820	1169	46294	67	5526
2013	Portugal	711542	28883730
	Alentejo	40757	1552271
	Alentejo Litoral	6215	236786
	Grândola	1186	52408
Diferença (variação %) 2014-2013	Portugal	47520 (6.2)	1734807 (5.7)
	Alentejo	2500 (5.8)	76589 (4.7)
	Alentejo Litoral	466 (7.0)	11271 (4.5)
	Grândola	50 (4.0)	-588 (-1.1)
2010	Portugal	720655	29913408
	Alentejo	43128	1602684
	Alentejo Litoral	6298	243827
	Grândola	1166	48351
Diferença (variação %) 2014-2010	Portugal	38407 (5.0)	705129 (2.3)
	Alentejo	129 (0.3)	26176 (1.6)
	Alentejo Litoral	383 (5.7)	4230 (1.7)
	Grândola	70 (5.7)	3469 (6.7)

Tabela 17: Análise dos Documentos Estratégicos do Turismo com relevante incidência em Grândola

Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Ambição, Princípios e Formas</p> <p>A ambição proposta é a de, em 2020, Portugal ser o destino mais ágil e dinâmico da Europa, o que significa, essencialmente, que se pretendem criar condições para que as receitas auferidas pelo sector privado do turismo cresçam em Portugal acima da média dos concorrentes, e fazer de Portugal um dos dez destinos mais competitivos do Mundo.</p>	
<p>Os cinco princípios mencionados são: a Pessoa, a Liberdade, a Abertura, o Conhecimento e a Colaboração. Foco nas pessoas, nos turistas, na procura, por oposição ao foco na oferta. Respeito pela liberdade de escolha das pessoas e pela liberdade de iniciativa das empresas do sector, de forma a responder às motivações da procura, por oposição à tentação de impor aos turistas aquilo que acreditamos melhor para eles. Abertura à mudança, à inovação, à criatividade e à concorrência, por oposição à vontade de proteger o sector da mudança e de adiar ou evitar as tendências de mudança. Atenção ao conhecimento, às novas oportunidades de negócio, rumo a um destino turístico inteligente, por oposição à conservação dos velhos modelos de promoção e de negócio. E colaboração multissetorial, assumindo o turismo como atividade transversal, por oposição à sua redução sectorial, que o minimiza.</p>	
<p>São cinco os princípios orientadores fundamentais que devem inspirar as políticas públicas no turismo: pessoa, liberdade, abertura, conhecimento e colaboração.</p> <p>Pessoa</p> <p>O foco central de todos os que operam no sector turístico têm de ser a pessoa – melhor dito, o turista – que viaja. Se há que atrair, cativar e fazer sonhar o turista, trazendo-o para a reserva e comercialização, então há que focar as políticas públicas, ou centrá-las, precisamente onde o turista circula, o que obriga, assim, a uma adaptação à economia digital.</p> <p>Liberdade</p> <p>Só num contexto em que os agentes se sintam livres para investir onde entendem, para arriscar o que entendem, para iniciar ou alterar a sua atividade turística como entenderem estarão criadas as condições para a existência de um turismo inovador, criativo, ágil e dinâmico. Se é a procura que comanda, há igualmente que respeitar a liberdade de escolha dos turistas.</p> <p>Abertura</p> <p>Não encarar a mudança como um problema a evitar ou adiar, como um obstáculo a eliminar ou mitigar, mas como um desafio a abraçar.</p> <p>O papel do Estado não é proteger o sector da mudança, é dar-lhe condições para se adaptar a ela.</p>	<p>São cinco os princípios orientadores fundamentais que devem inspirar as políticas públicas no turismo: pessoa, liberdade, abertura, conhecimento e colaboração.</p> <p>Pessoa</p> <p>O foco central de todos os que operam no sector turístico têm de ser a pessoa – melhor dito, o turista – que viaja. Se há que atrair, cativar e fazer sonhar o turista, trazendo-o para a reserva e comercialização, então há que focar as políticas públicas, ou centrá-las, precisamente onde o turista circula, o que obriga, assim, a uma adaptação à economia digital.</p> <p>Liberdade</p> <p>Só num contexto em que os agentes se sintam livres para investir onde entendem, para arriscar o que entendem, para iniciar ou alterar a sua atividade turística como entenderem estarão criadas as condições para a existência de um turismo inovador, criativo, ágil e dinâmico. Se é a procura que comanda, há igualmente que respeitar a liberdade de escolha dos turistas.</p> <p>Abertura</p> <p>Não encarar a mudança como um problema a evitar ou adiar, como um obstáculo a eliminar ou mitigar, mas como um desafio a abraçar.</p> <p>O papel do Estado não é proteger o sector da mudança, é dar-lhe condições para se adaptar a ela.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Conhecimento</p> <p>A dimensão e a importância crescentes do turismo no nosso País exigem que se melhore significativamente o nível de conhecimento que é produzido e colocado à disposição dos agentes do sector.</p> <p>Colaboração</p> <p>A interdependência entre múltiplos planos de atuação, à qual se junta a natureza transversal da atividade turística, conduzem à questão das parcerias e do trabalho de rede no centro do desenvolvimento do turismo português, exigindo colaborações a vários níveis. Sem esta colaboração, o turismo não logrará desempenhar a centralidade que, de facto, lhe é reconhecida pela economia.</p>	<p>Conhecimento</p> <p>A dimensão e a importância crescentes do turismo no nosso País exigem que se melhore significativamente o nível de conhecimento que é produzido e colocado à disposição dos agentes do sector.</p> <p>Colaboração</p> <p>A interdependência entre múltiplos planos de atuação, à qual se junta a natureza transversal da atividade turística, conduzem à questão das parcerias e do trabalho de rede no centro do desenvolvimento do turismo português, exigindo colaborações a vários níveis. Sem esta colaboração, o turismo não logrará desempenhar a centralidade que, de facto, lhe é reconhecida pela economia.</p>
<p>6 Formas de Expressar Uma Ambição</p> <p>Seis formas com que são expressas a ambição de qualificação (crescer mais do que a concorrência) e a competitividade (figurar no top-10 dos destinos mais competitivos a nível mundial) do nosso destino:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Um destino sustentável e de qualidade, onde crescimento turístico é compatível com a produção de benefícios para o território e as comunidades e onde o Estado, na preservação do território, deve saber cumprir o seu papel; 2. Um destino de empresas competitivas, onde um ambiente saudável para a iniciativa privada promove a concorrência e inovação na atividade turística; 3. Um destino empreendedor, facultado de todas as competências e conhecimento que lhe permita ser o país campeão do empreendedorismo turístico; 4. Um destino ligado ao Mundo, onde a conectividade e a mobilidade dos turistas são ferramentas importantes na ativação da procura; 5. Um destino gerido de forma eficaz, onde a definição clara das competências de cada agente não deve ser um entrave à iniciativa privada, à exploração de sinergias e intensificação da transversalidade do turismo; 6. Um destino que marca, cujas estratégias de promoção e comercialização devem resultar de visões técnicas e não políticas no sentido de almejar a eficiência. 	<p>6 Formas de Expressar Uma Ambição</p> <p>Seis formas com que são expressas a ambição de qualificação (crescer mais do que a concorrência) e a competitividade (figurar no top-10 dos destinos mais competitivos a nível mundial) do nosso destino:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Um destino sustentável e de qualidade, onde crescimento turístico é compatível com a produção de benefícios para o território e as comunidades e onde o Estado, na preservação do território, deve saber cumprir o seu papel; 2. Um destino de empresas competitivas, onde um ambiente saudável para a iniciativa privada promove a concorrência e inovação na atividade turística; 3. Um destino empreendedor, facultado de todas as competências e conhecimento que lhe permita ser o país campeão do empreendedorismo turístico; 4. Um destino ligado ao Mundo, onde a conectividade e a mobilidade dos turistas são ferramentas importantes na ativação da procura; 5. Um destino gerido de forma eficaz, onde a definição clara das competências de cada agente não deve ser um entrave à iniciativa privada, à exploração de sinergias e intensificação da transversalidade do turismo; 6. Um destino que marca, cujas estratégias de promoção e comercialização devem resultar de visões técnicas e não políticas no sentido de almejar a eficiência.
<p>Se queremos tornar Portugal o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa, teremos então de assegurar que Portugal é, simultaneamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Um destino sustentável e de qualidade; • Um destino de empresas competitivas; • Um destino empreendedor; • Um destino ligado ao Mundo; • Um destino gerido de forma eficaz; • Um destino que marca. 	<p>Se queremos tornar Portugal o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa, teremos então de assegurar que Portugal é, simultaneamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Um destino sustentável e de qualidade; • Um destino de empresas competitivas; • Um destino empreendedor; • Um destino ligado ao Mundo; • Um destino gerido de forma eficaz; • Um destino que marca.
<p>Um Destino Sustentável e de Qualidade</p> <p>A qualificação e sustentabilidade do destino são essenciais para a manutenção e reforço da atratividade e notoriedade de Portugal enquanto destino turístico, para a redução da sazonalidade, para a dinamização do turismo interno, para a sustentabilidade do</p>	<p>Um Destino Sustentável e de Qualidade</p> <p>A qualificação e sustentabilidade do destino são essenciais para a manutenção e reforço da atratividade e notoriedade de Portugal enquanto destino turístico, para a redução da sazonalidade, para a dinamização do turismo interno, para a sustentabilidade do</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>crescimento e para a criação de novas e inovadoras propostas de valor.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O território é o mais relevante ativo turístico; • O crescimento do turismo contribui para a valorização dos recursos territoriais mas gera desafios de sustentabilidade; • A qualidade do destino depende de uma oferta de experiências, atividades e produtos turísticos diversificados; • Não faz sentido planificar centralmente a estruturação de produtos estratégicos; • A mitigação da sazonalidade depende essencialmente da capacidade de resposta às motivações turísticas; • Transformar Portugal num destino turístico inteligente tem efeitos positivos na sustentabilidade e qualificação do destino. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar em rede na execução das estratégias já aprovadas ao invés de aprovar estratégias novas; • Criação de ambiente regulatório adequado ao surgimento de propostas sustentáveis e de qualidade; • Atualização da intervenção do Turismo de Portugal nos Instrumentos de Gestão Territorial; • Reorientação dos instrumentos de financiamento para a qualificação e sustentabilidade do destino; • Reorientação dos instrumentos de financiamento para a requalificação e inovação do alojamento; • Plano de mitigação da sazonalidade; • Portugal: Destino Turístico Inteligente; • Estruturação de rotas e itinerários experienciais; • Fórum Informal de reflexão sobre crescimento de turismo urbano. 	<p>crescimento e para a criação de novas e inovadoras propostas de valor.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O território é o mais relevante ativo turístico; • O crescimento do turismo contribui para a valorização dos recursos territoriais mas gera desafios de sustentabilidade; • A qualidade do destino depende de uma oferta de experiências, atividades e produtos turísticos diversificados; • A mitigação da sazonalidade depende essencialmente da capacidade de resposta às motivações turísticas; • Transformar Portugal num destino turístico inteligente tem efeitos positivos na sustentabilidade e qualificação do destino. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar em rede na execução das estratégias já aprovadas ao invés de aprovar estratégias novas; • Criação de ambiente regulatório adequado ao surgimento de propostas sustentáveis e de qualidade; • Reorientação dos instrumentos de financiamento para a qualificação e sustentabilidade do destino; • Reorientação dos instrumentos de financiamento para a requalificação e inovação do alojamento; • Plano de mitigação da sazonalidade; • Estruturação de rotas e itinerários experienciais.
<p>Um Destino de Empresas Competitivas</p> <p>O crescimento do turismo, como atividade económica que é, depende, sobretudo, da capacidade de as empresas portuguesas se revelarem cada vez mais competitivas face a uma concorrência que é cada vez maior, mais sofisticada e que não conhece fronteiras.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A qualificação e sustentabilidade do destino dependem de um sector privado saudável; • A liberalização das atividades económicas fortalece a competitividade do destino; • A crise económica veio acentuar fragilidades financeiras das empresas; • A melhor forma de conseguir subir preços é conseguir aumentar a procura; • A sharing economy veio para ficar; • A liberdade de iniciativa é determinante para a competitividade do sector privado do turismo. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de um ambiente empresarial, regulatório e fiscal adequado; • Monitorização permanente da competitividade do sector do turismo; • Economia da partilha ao serviço da atividade turística; 	<p>Um Destino de Empresas Competitivas</p> <p>O crescimento do turismo, como atividade económica que é, depende, sobretudo, da capacidade de as empresas portuguesas se revelarem cada vez mais competitivas face a uma concorrência que é cada vez maior, mais sofisticada e que não conhece fronteiras.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A qualificação e sustentabilidade do destino dependem de um sector privado saudável; • A liberalização das atividades económicas fortalece a competitividade do destino; • A melhor forma de conseguir subir preços é conseguir aumentar a procura; • A sharing economy veio para ficar; • A liberdade de iniciativa é determinante para a competitividade do sector privado do turismo. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de um ambiente empresarial, regulatório e fiscal adequado; • Economia da partilha ao serviço da atividade turística; • Reforçar a iniciativa privada enquanto motor da inovação, competitividade e qualificação do destino.

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<ul style="list-style-type: none"> • Reforçar a iniciativa privada enquanto motor da inovação, competitividade e qualificação do destino; • Melhorar as competências estratégicas das PME do sector do turismo. 	
<p>Um Destino Empreendedor</p> <p>A formação de recursos humanos e o conhecimento são fatores determinante para promover a valorização do património, a excelência dos serviços e dos produtos e a inovação das empresas e, simultaneamente, para constituir nova massa crítica no turismo com potencialidade para criar emprego e gerar valor acrescentado para o país.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O turismo é um importante gerador de emprego na economia; • O turismo é um sector de futuro e de novos talentos; • Os recursos humanos são um dos elementos fundamentais da afirmação competitiva do destino Portugal; • O mercado de trabalho continua a ser um desafio do ponto de vista da transição para uma nova economia; • O turismo é uma atividade intensiva em conhecimento e em informação; • Uma política concertada de educação, formação e de emprego para o turismo deve combinar conhecimento científico, conhecimento técnico e conhecimento prático. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar as Escolas de Hotelaria e Turismo no desenvolvimento peçoal e profissional dos recursos humanos ao dispor do turismo; • Portugal: país campeão no empreendedorismo no sector do turismo; • Colocar o conhecimento na agenda do turismo; • Valorizar a formação técnico-profissional em turismo. 	<p>Um Destino Empreendedor</p> <p>A formação de recursos humanos e o conhecimento são fatores determinante para promover a valorização do património, a excelência dos serviços e dos produtos e a inovação das empresas e, simultaneamente, para constituir nova massa crítica no turismo com potencialidade para criar emprego e gerar valor acrescentado para o país.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O turismo é um importante gerador de emprego na economia; • O turismo é um sector de futuro e de novos talentos; • Os recursos humanos são um dos elementos fundamentais da afirmação competitiva do destino Portugal; • O mercado de trabalho continua a ser um desafio do ponto de vista da transição para uma nova economia; • O turismo é uma atividade intensiva em conhecimento e em informação; • Uma política concertada de educação, formação e de emprego para o turismo deve combinar conhecimento científico, conhecimento técnico e conhecimento prático. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar as Escolas de Hotelaria e Turismo no desenvolvimento peçoal e profissional dos recursos humanos ao dispor do turismo; • Portugal: país campeão no empreendedorismo no sector do turismo; • Colocar o conhecimento na agenda do turismo; • Valorizar a formação técnico-profissional em turismo.
<p>Um Destino Ligado ao Mundo</p> <p>A afirmação de um destino turístico passa, em grande medida, pelo seu grau de conectividade aos mercados internacionais de viagens e turismo.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Os aeroportos nacionais são o principal ponto de entrada dos turistas; • Acessibilidade aérea deve estar suportada numa estratégia de rotas sustentáveis; • Cruzamento do transporte aéreo com a operação turística potencia a qualificação; • Facilitação de viagens é uma poderosa ferramenta de desenvolvimento económico; • A conectividade interna é uma importante dimensão que esbate as assimetrias regionais; • Promoção intermodalidade entre meios de transporte enquanto solução inovadora e inteligente <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dinamizar e consolidar as rotas aéreas e a operação turística no âmbito do protocolo assinado com a ANA – 	<p>Um Destino Ligado ao Mundo</p> <p>A afirmação de um destino turístico passa, em grande medida, pelo seu grau de conectividade aos mercados internacionais de viagens e turismo.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Os aeroportos nacionais são o principal ponto de entrada dos turistas; • Acessibilidade aérea deve estar suportada numa estratégia de rotas sustentáveis; • Cruzamento do transporte aéreo com a operação turística potencia a qualificação; • Facilitação de viagens é uma poderosa ferramenta de desenvolvimento económico; • A conectividade interna é uma importante dimensão que esbate as assimetrias regionais; • Promoção intermodalidade entre meios de transporte enquanto solução inovadora e inteligente <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dinamizar e consolidar as rotas aéreas e a operação turística no âmbito do protocolo assinado com a ANA –

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Aeroportos de Portugal, em 2015;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar o hub do aeroporto de Lisboa ao serviço do turismo; • Definição de prioridades para cada aeroporto; • Criação de um ambiente competitivo nas infraestruturas de apoio ao transporte turístico; • Dinamizar a facilitação de viagens através dos vistos turísticos; • Promover soluções inteligentes, inovadoras e sustentáveis no transporte turístico. 	<p>Aeroportos de Portugal, em 2015;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar o hub do aeroporto de Lisboa ao serviço do turismo; • Definição de prioridades para cada aeroporto; • Criação de um ambiente competitivo nas infraestruturas de apoio ao transporte turístico; • Dinamizar a facilitação de viagens através dos vistos turísticos; • Promover soluções inteligentes, inovadoras e sustentáveis no transporte turístico.
<p>Um Destino Gerido de Forma Eficaz</p> <p>Por ser uma vasta aglomeração de atividades, o turismo constitui um terreno privilegiado para a exploração das formas de cooperação, para a criação de sinergias e de práticas colaborativas na captação e satisfação das procuras.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O turismo é uma atividade transversal; • O turismo precisa sempre de uma atenção multisectorial; • Tudo é turismo mas nem tudo é do Turismo de Portugal; • O sector privado tem de estar envolvido nas (e tomar parte das) decisões; • O turista desconhece fronteiras administrativas; • Portugal não está sozinho no Mundo. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo no Conselho de Ministros; • Clarificação do quadro institucional do turismo; • Governança na área do financiamento; • Reforço de cooperação inter-regional; • Reforço de cooperação internacional. 	<p>Um Destino Gerido de Forma Eficaz</p> <p>Por ser uma vasta aglomeração de atividades, o turismo constitui um terreno privilegiado para a exploração das formas de cooperação, para a criação de sinergias e de práticas colaborativas na captação e satisfação das procuras.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O turismo é uma atividade transversal; • O turismo precisa sempre de uma atenção multisectorial; • Tudo é turismo mas nem tudo é do Turismo de Portugal; • O sector privado tem de estar envolvido nas (e tomar parte das) decisões; • O turista desconhece fronteiras administrativas; <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reforço de cooperação inter-regional; • Reforço de cooperação internacional.
<p>Um destino que marca</p> <p>Uma boa marca turística é aquela que responde às exigências competitivas do mercado, afinada na estrutura de identidade do destino e enquadrada numa plataforma de projecção no futuro, ou seja, que esteja suficientemente enraizada para perdurar no tempo, pensada para colher frutos no presente e no futuro.</p> <p>A promoção de que Portugal precisa, para que se constitua como marca forte e de valor, tem por isso de estar associada à venda. É esse o caminho que temos de reforçar.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoção e apoio à venda: presença em todo o ciclo de viagem; • Duas palavras-chave: comunicação e distribuição; • Num mercado concorrencial temos de ser mais criativos e mais exigentes; • Passar do old marketing para o new marketing; • Conhecer bem a nossa procura; • Partir da procura para a oferta. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificação do que promover e em que mercados; • Reforço de presença no digital e aposta no mobile; 	<p>Um destino que marca</p> <p>Uma boa marca turística é aquela que responde às exigências competitivas do mercado, afinada na estrutura de identidade do destino e enquadrada numa plataforma de projecção no futuro, ou seja, que esteja suficientemente enraizada para perdurar no tempo, pensada para colher frutos no presente e no futuro.</p> <p>A promoção de que Portugal precisa, para que se constitua como marca forte e de valor, tem por isso de estar associada à venda. É esse o caminho que temos de reforçar.</p> <p>OS PRESSUPOSTOS DE ACTUAÇÃO DEFINIDOS SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoção e apoio à venda: presença em todo o ciclo de viagem; • Duas palavras-chave: comunicação e distribuição; • Num mercado concorrencial temos de ser mais criativos e mais exigentes; • Passar do old marketing para o new marketing; • Conhecer bem a nossa procura; • Partir da procura para a oferta. <p>AS LINHAS DE ACTUAÇÃO SÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificação do que promover e em que mercados; • Reforço de presença no digital e aposta no mobile;

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<ul style="list-style-type: none"> • Alinhamento da estratégia de promoção nacional; • Reforço das iniciativas de trade marketing; • Utilização de produtos portugueses distintivos e autênticos como âncoras de comunicação; • Plano de dinamização do turismo interno; • Lançamento de novo modelo de representação nos mercados externos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alinhamento da estratégia de promoção nacional; • Reforço das iniciativas de trade marketing; • Utilização de produtos portugueses distintivos e autênticos como âncoras de comunicação; • Plano de dinamização do turismo interno; • Lançamento de novo modelo de representação nos mercados externos.

Programa Operacional Regional do Alentejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>II.B.PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO REGIONAL NO HORIZONTE 2020</p> <p>3.Renovação da Base Económica sobre os Recursos Naturais e a Excelência Ambiental e Patrimonial da Região</p> <p>Entre os domínios estratégicos dessa aposta destacam-se os seguintes:</p> <p>Afirmação de mercado (a nível interno e externo) de produtos turísticos (enoturismo, turismo cultural, turismo de natureza, turismo ativo e de aventura,...), elementos de forte heterogeneidade do Turismo do Alentejo e do Ribatejo.</p>	<p>Afirmação de mercado (a nível interno e externo) de produtos turísticos (enoturismo, turismo cultural, turismo de natureza, turismo ativo e de aventura,...), elementos de forte heterogeneidade do Turismo do Alentejo e do Ribatejo.</p>
<p>2.A.4 Prioridade de Investimento</p> <p>6.3. Conservação, proteção, promoção e desenvolvimento do património natural e cultural</p> <p>2.A.5. Objetivos específicos correspondentes à prioridade de investimento e aos resultados esperados</p> <p>6.3.1. Promover a valorização do património natural e cultural, afirmando a região como destino turístico de excelência</p> <p>Resultados que o Estado Membro pretende alcançar com o apoio da União</p> <p>Na estratégia de desenvolvimento da Região no horizonte 2020 as amenidades e o património natural e cultural constituem uma referência fundamental para a dinamização de atividades económicas, admitindo que a sua valorização terá impactos no aumento do fluxo de visitantes e de turistas, privilegiando os produtos que associem o recreio e lazer com a cultura, a qualidade paisagística e ambiental. No património natural, o Alentejo integra no seu território uma apreciável extensão de Áreas Classificadas em que se destacam os Parques Naturais de São Mamede, Sudoeste Alentejano, Vale do Guadiana, a Reserva Natural do Estuário do Sado, a Reserva Natural do Estuário do Tejo, bem como o sistema agro-pastoril do montado de sobro, com a Candidatura a Património da Humanidade em fase adiantada de organização.</p>	<p>Na estratégia de desenvolvimento da Região no horizonte 2020 as amenidades e o património natural e cultural constituem uma referência fundamental para a dinamização de atividades económicas, admitindo que a sua valorização terá impactos no aumento do fluxo de visitantes e de turistas, privilegiando os produtos que associem o recreio e lazer com a cultura, a qualidade paisagística e ambiental. No património natural, o Alentejo integra no seu território uma apreciável extensão de Áreas Classificadas em que se destacam os Parques Naturais de São Mamede, Sudoeste Alentejano, Vale do Guadiana, a Reserva Natural do Estuário do Sado, a Reserva Natural do Estuário do Tejo, bem como o sistema agro-pastoril do montado de sobro, com a Candidatura a Património da Humanidade em fase adiantada de organização.</p> <p>Estes recursos regionais podem constituir o suporte da afirmação de um território de qualidade para o turismo, apostando nos circuitos turísticos como produto dinamizador e desenvolvendo outras linhas de atuação, ao nível do turismo de natureza, turismo náutico, gastronomia e vinhos. Com interesse paisagístico, a Região dispõe de mais de 70 percursos pedestres (incluindo rotas, percursos e trilhos) que representam uma extensão superior a 300 Km.</p> <p>A visão estratégica para o turismo do Alentejo corporiza estes desígnios ao afirmar como ideia força “um destino turístico certificado ao longo de toda a cadeia de valor e reconhecido internacionalmente pela sua identidade e diferenciação das experiências oferecidas”. Neste contexto, pretende-se promover a valorização dos ativos naturais e histórico-culturais para consolidar a Região como destino turístico associado a uma oferta qualificada e ajustada às características ambientais, naturais e patrimoniais, desenvolvendo uma fileira de produtos turísticos de elevada qualidade e reforçando a atracção de novas gerações de turistas que procuram destinos com identidade. Os objetivos quantitativos do</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>As amenidades do território incluem um vasto património cultural, com destaque para o património histórico (urbano monumental), que abrange as Cidades património mundial de Évora e Elvas, o património de arte sacra; o património etnográfico e de arte popular, com exemplos expressivos no artesanato e no Cante, (também a procurar reconhecimento como Património Cultural Imaterial da Humanidade).</p> <p>Estão igualmente identificados mais de cem elementos patrimoniais arqueológicos que integram oito estações romanas de interesse internacional. Nas infraestruturas museológicas, o Alentejo tem 15 Museus integrados na Rede Portuguesa de Museus e os bens culturais abarcam 214 monumentos nacionais, 351 imóveis de interesse público e 54 imóveis de interesse municipal, classificados ao abrigo do artº 15º da Lei nº 107/2001, de 8 de setembro que classifica os bens imóveis culturais.</p> <p>Estes recursos regionais podem constituir o suporte da afirmação de um território de qualidade para o turismo, apostando nos circuitos turísticos como produto dinamizador e desenvolvendo outras linhas de atuação, ao nível do turismo de natureza, turismo náutico, gastronomia e vinhos. Com interesse paisagístico, a Região dispõe de mais de 70 percursos pedestres (incluindo rotas, percursos e trilhos) que representam uma extensão superior a 300 Km.</p> <p>As ações propostas decorrem dos Planos Regionais de Ordenamento do Território (Alentejo e Oeste e Vale do Tejo), das orientações do Plano de Ação Regional – Alentejo 2020 e dos Documentos Estratégicos do Turismo, do Património e da Cultura e visam também rentabilizar os investimentos efetuados no âmbito do QREN 2007-2013 e concorrem para a estratégia regional no sentido de incentivar o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas.</p> <p>A visão estratégica para o turismo do Alentejo corporiza estes desígnios ao afirmar como ideia força “um destino turístico certificado ao longo de toda a cadeia de valor e reconhecido internacionalmente pela sua identidade e diferenciação das experiências oferecidas”. Neste contexto, pretende-se promover a valorização dos ativos naturais e histórico-culturais para consolidar a Região como destino turístico associado a uma oferta qualificada e ajustada às características ambientais, naturais e patrimoniais, desenvolvendo uma fileira de produtos turísticos de elevada qualidade e reforçando a atracção de novas gerações de turistas que procuram destinos com identidade. Os objetivos quantitativos do documento estratégico do Turismo do Alentejo 2014-2020, apontam como metas de procura cerca de 1,9 milhões de dormidas.</p>	<p>documento estratégico do Turismo do Alentejo 2014-2020, apontam como metas de procura cerca de 1,9 milhões de dormidas.</p>
<p>2.A.6. Ações a apoiar no âmbito da prioridade de investimento</p> <p>6.3. Conservação, proteção, promoção e desenvolvimento do património cultural e natural</p> <p>2.A.6.1 Descrição do tipo e exemplos de ações a apoiar e do seu contributo esperado para os objetivos específicos correspondentes</p> <p>No âmbito do objetivo específico 6.3.1 - Promover a valorização do</p>	<ul style="list-style-type: none"> Investimentos na recuperação de bens histórico-culturais com elevado interesse turístico (monumentos, conjuntos e sítios arqueológicos), classificados ou em vias de classificação nos termos da legislação em vigor, e do Património Classificado, nomeadamente o que detém reconhecimento como Património da Humanidade; Investimentos na produção e implementação de campanhas de marketing sobre o património, permitindo maior atratividade e criação de novos públicos, nomeadamente associadas aos territórios de elevado valor cultural, natural e paisagístico; Investimentos na estruturação de novas rotas e

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>património natural e cultural, afirmando a região como destino turístico de excelência:</p> <p>A tipologia de ações resulta fundamentalmente dos documentos estratégicos regionais do património cultural e natural e do turismo que se encontram detalhados em documento anexo ao PO (Alentejo 2020 – Turismo, Património e Cultura).</p> <p>A – As tipologias de ações a apoiar são, nomeadamente, as seguintes:</p> <p>Património histórico/cultural</p> <p>As ações propostas visam a alavancagem do potencial turístico e cultural dos monumentos, a valorização e melhoria da oferta turística na área monumental, a dinamização cultural e a promoção turística de territórios de elevado valor natural, cultural e paisagístico, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investimentos na recuperação de bens histórico-culturais com elevado interesse turístico (monumentos, conjuntos e sítios arqueológicos), classificados ou em vias de classificação nos termos da legislação em vigor, e do Património Classificado, nomeadamente o que detém reconhecimento como Património da Humanidade; • Investimentos na produção e implementação de campanhas de marketing sobre o património, permitindo maior atratividade e criação de novos públicos, nomeadamente associadas aos territórios de elevado valor cultural, natural e paisagístico; • Investimentos na estruturação de novas rotas e itinerários experienciais baseados em temas âncora da identidade da Região e dos fatores distintivos, nomeadamente associados aos produtos e recursos (gastronomia e vinhos, olivoturismo...); artes e saberes (artesanato...), hábitos e culturas (cante...), integrados em estratégias de desenvolvimento do turismo (conteúdos digitais, plataformas digitais, planos de marketing específicos...) com potencial de captação de fluxos turísticos e direcionados para o reforço da visibilidade, interna e externa, da Região; • Investimentos na valorização turística e dinamização dos recursos culturais (informação e animação, condições de acolhimento, sinalização), incluindo a produção de conteúdos digitais destinados às áreas de conhecimento e divulgação, no sentido da desmaterialização dos suportes de informação e da inovação dos meios de comunicação com os públicos; • Investimentos na classificação internacional do património alentejano, no sentido da afirmação de alguns conjuntos de interesse para a humanidade e consequente constituição de âncoras para o turismo regional; • Apoio à implementação de campanhas integradas de promoção e marketing sobre o património, integradas com a estratégia de desenvolvimento turístico da Região; • Reabilitação de áreas integradas no património industrial e mineiro para fins turísticos, com vista à definição de uma rede de parques temáticos associados ao património e à exploração mineira, de pedras naturais ou recursos geológicos, nomeadamente pedreiras inativas e outras estruturas geológicas regionais; • Projetos que visem a divulgação de “boas práticas” de conservação, restauro e valorização do património cultural. <p>Património natural</p>	<p>itinerários experienciais baseados em temas âncora da identidade da Região e dos fatores distintivos, nomeadamente associados aos produtos e recursos (gastronomia e vinhos, olivoturismo...); artes e saberes (artesanato...), hábitos e culturas (cante...), integrados em estratégias de desenvolvimento do turismo (conteúdos digitais, plataformas digitais, planos de marketing específicos...) com potencial de captação de fluxos turísticos e direcionados para o reforço da visibilidade, interna e externa, da Região;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investimentos na valorização turística e dinamização dos recursos culturais (informação e animação, condições de acolhimento, sinalização), incluindo a produção de conteúdos digitais destinados às áreas de conhecimento e divulgação, no sentido da desmaterialização dos suportes de informação e da inovação dos meios de comunicação com os públicos; • Reabilitação de áreas integradas no património industrial e mineiro para fins turísticos, com vista à definição de uma rede de parques temáticos associados ao património e à exploração mineira, de pedras naturais ou recursos geológicos, nomeadamente pedreiras inativas e outras estruturas geológicas regionais. <p>A riqueza natural e paisagística da Região permite a realização de um conjunto de atividades de animação turística e poderá potenciar o turismo de natureza, nomeadamente através da contemplação e fruição do meio rural (turismo rural) e também de segmentos mais ativos, como passeios (a pé, de bicicleta ou a cavalo), de observação de aves ou de turismo equestre. Neste sentido, a estruturação da oferta pressupõe melhorar as condições de visitação dos recursos e desenvolver ofertas integradas de serviços, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ações de apoio à visitação para o aproveitamento das potencialidades associadas à fruição dos valores patrimoniais, nomeadamente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estruturação de novos caminhos, trilhos e rotas temáticas; ○ Sinalização, painéis informativos e interpretativos de valorização turística de recursos e atrações, integrados com a estratégia de promoção turística da Região; ○ Divulgação e promoção de itinerários que contribuam para qualificar os produtos turísticos (turismo natureza, turismo cinegético, gastronomia e vinhos...) e otimizar a estada do turista. • Melhoria das condições de acolhimento e de interpretação das áreas naturais com interesse turístico; • Valorização turística das albufeiras e cursos de águas interiores, numa lógica de constituição de circuitos/roteiros com ofertas diversificadas ao usufruto dos espelhos de água e cursos de água; • Programas e ações promocionais suportados nos territórios de elevado valor natural, cultural e paisagístico (áreas protegidas/classificadas com relevância turística) e direcionados para o reforço da visibilidade da Região, a criação de novos públicos e a atração de turistas (planos de marketing específicos...); • Operações valorizadoras da paisagem natural que

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>A riqueza natural e paisagística da Região permite a realização de um conjunto de atividades de animação turística e poderá potenciar o turismo de natureza, nomeadamente através da contemplação e fruição do meio rural (turismo rural) e também de segmentos mais ativos, como passeios (a pé, de bicicleta ou a cavalo), de observação de aves ou de turismo equestre. Neste sentido, a estruturação da oferta pressupõe melhorar as condições de visitação dos recursos e desenvolver ofertas integradas de serviços, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ações de apoio à visitação para o aproveitamento das potencialidades associadas à fruição dos valores patrimoniais, nomeadamente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estruturação de novos caminhos, trilhos e rotas temáticas; ○ Sinalização, painéis informativos e interpretativos de valorização turística de recursos e atrações, integrados com a estratégia de promoção turística da Região; ○ Divulgação e promoção de itinerários que contribuam para qualificar os produtos turísticos (turismo natureza, turismo cinegético, gastronomia e vinhos...) e otimizar a estada do turista. • Melhoria das condições de acolhimento e de interpretação das áreas naturais com interesse turístico; • Valorização turística das albufeiras e cursos de águas interiores, numa lógica de constituição de circuitos/roteiros com ofertas diversificadas ao usufruto dos espelhos de água e cursos de água; • Programas e ações promocionais suportados nos territórios de elevado valor natural, cultural e paisagístico (áreas protegidas/classificadas com relevância turística) e direcionados para o reforço da visibilidade da Região, a criação de novos públicos e a atração de turistas (planos de marketing específicos...); • Operações valorizadoras da paisagem natural que criem amenidades e serviços de apoio ao turista (ecopistas, passeios a pé) por exemplo, através do aproveitamento de estradas, ferrovias e caminhos menos utilizados ou desativados, permitindo ao longo desses eixos de fruição turística a instalação de pequenos equipamentos de apoio e animação turística; • Ações de valorização de zonas fluviais e recuperação do património associado; • Cartas de desporto da natureza em áreas classificadas. <p>B- Contributos esperados para o objetivo específico:</p> <p>Espera-se que estas ações de valorização do património cultural e natural com objetivos de consolidação da oferta turística, tenham um duplo efeito na base produtiva regional, traduzindo-se: (i) na melhoria da atratividade da Região (para turistas, visitantes e também através da geração de amenidades urbanas e ambientais para a fixação de residentes e profissionais qualificados) e (ii) na criação direta de oportunidades de negócios no âmbito destas temáticas (conservação da natureza, turismo ativo ou cultural, agricultura sustentável...). Esperam-se contributos positivos para o adensamento da cadeia de valor dos produtos touring cultural e paisagístico, gastronomia e vinhos, natureza, equestre, através da qualificação, valorização, certificação e promoção dos ativos naturais e</p>	<p>criem amenidades e serviços de apoio ao turista (ecopistas, passeios a pé) por exemplo, através do aproveitamento de estradas, ferrovias e caminhos menos utilizados ou desativados, permitindo ao longo desses eixos de fruição turística a instalação de pequenos equipamentos de apoio e animação turística;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ações de valorização de zonas fluviais e recuperação do património associado. <p>Espera-se que estas ações de valorização do património cultural e natural com objetivos de consolidação da oferta turística, tenham um duplo efeito na base produtiva regional, traduzindo-se: (i) na melhoria da atratividade da Região (para turistas, visitantes e também através da geração de amenidades urbanas e ambientais para a fixação de residentes e profissionais qualificados) e (ii) na criação direta de oportunidades de negócios no âmbito destas temáticas (conservação da natureza, turismo ativo ou cultural, agricultura sustentável...). Esperam-se contributos positivos para o adensamento da cadeia de valor dos produtos touring cultural e paisagístico, gastronomia e vinhos, natureza, equestre, através da qualificação, valorização, certificação e promoção dos ativos naturais e histórico-culturais.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
histórico-culturais.	
<p>ANEXO À SEÇÃO 2</p> <p>EIXO 8 PI 6.3</p> <p>ALENTEJO 2020 TURISMO, PATRIMÓNIO E CULTURA</p> <p>(DOCUMENTO SINTESE)</p> <p>O turismo industrial também pode ter uma expressão significativa através da recuperação, valorização e promoção do património arqueológico-mineiro existente na Zona: minas de S. Domingos e Aljustrel, enquadradas na Faixa Piritosa Ibérica, que podem implementar percursos/circuitos em cooperação com as restantes zonas do território (Mina de Apariz, Minas do Lousal e Canal Caveira).</p> <p>O Alentejo Litoral (cluster do mar e vocação atlântica), com um número significativo de núcleos piscatório e áreas estuarinas, lagunares, cursos de água e albufeiras que podem potenciar as atividades associadas aos produtos sol e mar e touring paisagístico e cultural; a extensa faixa marítima e os espelhos e cursos de água, permite a promoção de novos produtos turísticos associados à prática de atividades náuticas desportivas, diversificadoras da oferta atual; a parte sul desta Zona, com um significativo conjunto de valores naturais únicos, pode ser para a prática do turismo de natureza, dado que é uma unidade territorial com elevada identidade e singularidade, nacional e europeia (incluída no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina; Sítio da Rede Natura 2000); a presença de um rico património histórico-arqueológico (ruínas romanas de Tróia e de Miróbriga, núcleos urbanos e de Alcácer do Sal e Sines, entre outros); zonas balneares para a prática de turismo de recreio náutico e de um turismo de saúde e bem-estar que envolva atividades físicas e terapêuticas diversas, como, por exemplo, a talassoterapia.</p> <p>4.5 Contribuição das ações previstas no âmbito do programa para as estratégias macro-regionais e para as bacias marítimas, dependentes das necessidades da zona abrangida pelo programa identificadas pelo Estado-Membro «A implementação do PO Regional permitirá desenvolver novas atividades económicas, nomeadamente: biotecnologia marinha, investigação e exploração de novas alternativas no domínio da aquacultura; recursos minerais existentes nos fundos marinhos; turismo costeiro ou náutica de recreio, claramente identificados com o hypercluster da Economia do MAR. Estas atividades deverão contribuir para uma exploração e desenvolvimento mais sustentável do potencial do meio marinho e costeiro, contribuindo para os objetivos da Estratégia Marítima na Região Atlântica e o respetivo Plano de Ação.</p>	<p>O turismo industrial também pode ter uma expressão significativa através da recuperação, valorização e promoção do património arqueológico-mineiro existente na Zona: minas de S. Domingos e Aljustrel, enquadradas na Faixa Piritosa Ibérica, que podem implementar percursos/circuitos em cooperação com as restantes zonas do território (Mina de Apariz, Minas do Lousal e Canal Caveira).</p> <p>O Alentejo Litoral (cluster do mar e vocação atlântica), com um número significativo de núcleos piscatório e áreas estuarinas, lagunares, cursos de água e albufeiras que podem potenciar as atividades associadas aos produtos sol e mar e touring paisagístico e cultural; a extensa faixa marítima e os espelhos e cursos de água, permite a promoção de novos produtos turísticos associados à prática de atividades náuticas desportivas, diversificadoras da oferta atual; a parte sul desta Zona, com um significativo conjunto de valores naturais únicos, pode ser para a prática do turismo de natureza, dado que é uma unidade territorial com elevada identidade e singularidade, nacional e europeia (incluída no Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina; Sítio da Rede Natura 2000); a presença de um rico património histórico-arqueológico (ruínas romanas de Tróia e de Miróbriga, núcleos urbanos e de Alcácer do Sal e Sines, entre outros); zonas balneares para a prática de turismo de recreio náutico e de um turismo de saúde e bem-estar que envolva atividades físicas e terapêuticas diversas, como, por exemplo, a talassoterapia.</p>

Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014 ± 2020 Visão, Prioridades Estratégicas e Eixos de Intervenção

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>AFIRMAR O CLUSTER DO TURISMO</p> <p>Afirmação do Turismo regional como cluster prioritário de desenvolvimento, através de políticas que 1) articulem e acrescentem valor à cadeia produtiva, 2) promovam a cultura associativa e 3) induzam a excelência de gestão em redes de</p>	<p>AFIRMAR O CLUSTER DO TURISMO</p> <p>Afirmação do Turismo regional como cluster prioritário de desenvolvimento, através de políticas que 1) articulem e acrescentem valor à cadeia produtiva, 2) promovam a cultura associativa e 3) induzam a excelência de gestão em</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>empresas que giram vantagens estratégicas comparativas e competitiva</p> <p>Modernizar e Qualificar a oferta de Alojamento Turístico, apostando na conceção e remodelação de empreendimentos que incorporem aspetos claramente diferenciadores ao nível do design/arquitetura contemporânea; tematizados, através da aposta em novos conceitos hoteleiros e de hospitalidade ligados aos ativos estratégicos do território (vinho, azeite, cortiça, planos de água); e adaptados às preferências dos mercados (famílias, seniores, multiculturalidade do viajante).</p> <p>Estimulo ao empreendedorismo qualificado no turismo, ao auto-emprego e ao emprego jovem, com maior incidência na área da animação turística e do entretenimento (focagem nos projetos empresariais que contribuam para a cadeia de valor dos produtos estratégicos do Alentejo - Natureza, Touring Cultural, Sol e Mar, Náutico, Gastronomia e Vinhos).</p> <p>Aumento e harmonização da oferta formativa (a todos os níveis) adequando o leque formativo às necessidades de conhecimento da indústria - ênfase na formação on-job.</p> <p>Lançamento de programas de formação específica em função dos produtos turísticos (ex. Birdwatching ou Cinegético), dirigidos a promotores, empresários e trabalhadores.</p> <p>Incremento da formação em áreas transversais ao setor (áreas financeira, desenvolvimento de planos de negócio e de empreendedorismo, comportamento organizacional, liderança, comercialização e vendas).</p>	<p>redes de empresas que giram vantagens estratégicas comparativas e competitiva</p> <p>Modernizar e Qualificar a oferta de Alojamento Turístico novos conceitos hoteleiros e de hospitalidade ligados aos ativos estratégicos do território (vinho, azeite, cortiça, planos de água).</p> <p>Empreendedorismo qualificado no turismo, ao auto-emprego e ao emprego jovem, com maior incidência na área da animação turística.</p> <p>Aumento e harmonização da oferta formativa.</p> <p>Lançamento de programas de formação específica em função dos produtos turísticos (ex. Birdwatching ou Cinegético).</p> <p>Incremento da formação em áreas transversais ao setor.</p>
<p>TRABALHAR PARA UMA VISÃO INTERSECTORIAL REGIONAL</p> <p>Estruturação e promoção do destino com base numa visão intersectorial, suportada num modelo de governação eficaz e participado (1)</p> <p>Promover e concretizar uma visão intersectorial regional que articule a atividade turística com as demais, nomeadamente com o ambiente/sustentabilidade, acessibilidade e transportes, saúde, agricultura e desenvolvimento rural, cultura/artes e emprego/formação.</p> <p>Implementar um Modelo de Governação eficaz que suporte o desenvolvimento do Turismo e a relação institucional com outros sectores, nas vertentes oferta e procura turística.</p>	<p>TRABALHAR PARA UMA VISÃO INTERSECTORIAL REGIONAL</p> <p>Estruturação e promoção do destino com base numa visão intersectorial, suportada num modelo de governação eficaz e participado (1)</p> <p>Promover e concretizar uma visão intersectorial regional que articule a atividade turística com as demais.</p> <p>Desenvolvimento do Turismo e a relação institucional com outros sectores, nas vertentes oferta e procura turística.</p>
<p>GERIR O DESTINO COM REFORÇO DE COMPETÊNCIAS</p> <p>Gestão do destino pela agregação de competências em áreas estruturantes, como o planeamento do território, licenciamento de atividades e monitorização do destino</p> <p>(1/3)</p>	<p>GERIR O DESTINO COM REFORÇO DE COMPETÊNCIAS</p> <p>Gestão do destino pela agregação de competências em áreas estruturantes, como o planeamento do território, licenciamento de atividades e monitorização do destino</p> <p>(1/3)</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Propor na Turismo do Alentejo, ERT um centro de novas competências ao nível da análise de intenções de investimento e do licenciamento de atividades turísticas.</p> <p>Homogeneizar a figura de licenciamento municipal do alojamento local nos 58 municípios do Alentejo.</p> <p>Aumentar e melhorar a senalética turística, especialmente dos principais recursos turísticos.</p> <p>Coordenação de horários de funcionamento das várias visitor attractions, incluindo património cultural tangível, de acordo com o perfil da procura, através da criação de um programa global com escala adequada, que sob a liderança da Turismo do Alentejo ERT, envolva Municípios, Museus, Igreja, Misericórdias e outros detentores/gestores de património.</p>	<p>Aumentar e melhorar a sinalética turística.</p> <p>Coordenação de horários de funcionamento.</p>
<p>CRIAR E PROMOVER TERRITÓRIO TURÍSTICO</p> <p>Criar e promover, em espaço rural e urbano, um território de excelência para o Turismo, incentivando corredores com oferta especializada, disponibilizando produtos rurais e agroindustriais (1)</p> <p>Implementar corredores turísticos, estruturando e equipando território para a atividade turística, por exemplo, através do aproveitamento de estradas, ferrovias e caminhos menos utilizados / desativados.</p> <p>Permitir ao longo desses eixos de fruição turística a instalação de pequenos equipamentos de apoio dinamizados por micro empresas de animação turística.</p> <p>Criação de novas plataformas logísticas rurais que abasteçam a cadeia de valor do turismo com serviços e amenidades de valor acrescentado.</p>	<p>CRIAR E PROMOVER TERRITÓRIO TURÍSTICO</p> <p>Criar e promover, em espaço rural e urbano, um território de excelência para o Turismo, incentivando corredores com oferta especializada, disponibilizando produtos rurais e agroindustriais (1)</p> <p>Implementar corredores turísticos por exemplo, através do aproveitamento de estradas, ferrovias e caminhos menos utilizados / desativados.</p> <p>Permitir ao longo desses eixos de fruição turística a instalação de pequenos equipamentos de apoio dinamizados por micro empresas de animação turística.</p> <p>Criação de novas plataformas logísticas rurais.</p>
<p>INSTITUCIONALIZAR REDES DE OFERTA NO TERRITÓRIO</p> <p>Incentivar e coordenar, numa primeira fase, os agentes a criar/integrar redes de oferta de destino ou setoriais de modo a ganharem massa crítica ao nível da gestão e visibilidade no acesso ao mercado (1)</p> <p>Estimular o desenvolvimento de ofertas integradas de pacotes de turismo, de natureza, gastronomia e vinhos, touring cultural, sol e mar, turismo náutico.</p> <p>Apoiar e incentivar no seio destes clusters de oferta, o alojamento qualificado e atividades complementares de valor, dirigidas aos segmentos de mercado dos mercados internacionais.</p>	<p>INSTITUCIONALIZAR REDES DE OFERTA NO TERRITÓRIO</p> <p>Incentivar e coordenar, numa primeira fase, os agentes a criar/integrar redes de oferta de destino ou setoriais de modo a ganharem massa crítica ao nível da gestão e visibilidade no acesso ao mercado (1)</p> <p>Desenvolvimento de ofertas integradas de pacotes de turismo, de natureza, gastronomia e vinhos, touring cultural, sol e mar, turismo náutico.</p> <p>O alojamento qualificado e atividades complementares de valor, dirigidas aos segmentos de mercado dos mercados internacionais.</p>
<p>REQUALIFICAR E CRIAR NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS</p>	<p>REQUALIFICAR E CRIAR NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Prosseguir o esforço de requalificação dos produtos turísticos (Natureza, Touring/Cultural, Náutico, Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos) e lançando outros para os quais o território demonstre apetência (Cinegético, Saúde e Bem Estar) (1/2)</p> <p>Concretizar uma aposta estratégica no Turismo de Natureza (subprodutos Caminhadas, BTT, Birdwatching e Atividades Aquáticas):</p> <p>ex: criação de roteiros de natureza em zonas de especial interesse ambiental com desenvolvimento de equipamentos de interpretação; apoiar a caça e rotas de natureza; apoiar/financiar atividades de transporte náutico/atividades de natureza por via de embarcações ambientalmente sustentáveis.</p> <p>Reabilitação das áreas industriais e sítios mineiros para fins turísticos.</p>	<p>Prosseguir o esforço de requalificação dos produtos turísticos (Natureza, Touring/Cultural, Náutico, Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos) e lançando outros para os quais o território demonstre apetência (Cinegético, Saúde e Bem Estar) (1/2)</p> <p>Turismo de Natureza: ex: criação de roteiros de natureza em zonas de especial interesse ambiental com desenvolvimento de equipamentos de interpretação; apoiar a caça e rotas de natureza; apoiar/financiar atividades de transporte náutico/atividades de natureza por via de embarcações ambientalmente sustentáveis.</p> <p>Reabilitação das áreas industriais e sítios mineiros para fins turísticos.</p>
<p>REFORÇAR A PROMOÇÃO</p> <p>Projetar um novo posicionamento do Alentejo nos mercados internacionais, alicerçado nos conceitos de promoção dirigida e integrada (1/2)</p> <p>Promoção integrada com os sectores mais relevantes da economia regional (ex. Vinho, Rochas Ornamentais, Azeite ou Cortiça).</p> <p>Integrar a oferta de produtos com reduzida expressão no Alentejo na oferta estruturada de outras regiões nacionais (ex. Golfe do Alentejo e Centro de Conferencias de Tróia na promoção e distribuição do produto Golfe e de Turismo de Negócios de Lisboa).</p>	<p>REFORÇAR A PROMOÇÃO</p> <p>Projetar um novo posicionamento do Alentejo nos mercados internacionais, alicerçado nos conceitos de promoção dirigida e integrada (1/2)</p> <p>Promoção integrada com os sectores mais relevantes da economia regional (ex. Vinho, Rochas Ornamentais, Azeite ou Cortiça).</p> <p>Integrar a oferta de produtos com reduzida expressão no Alentejo na oferta estruturada de outras regiões nacionais (ex. Golfe do Alentejo e Centro de Conferencias de Tróia na promoção e distribuição do produto Golfe e de Turismo de Negócios de Lisboa).</p>
<p>MARKETING DIGITAL (ALENTEJO 3.0)</p> <p>Centrar a comunicação digital do Destino numa lógica criativa Web 3.0 (1)</p> <p>Prosseguir o trabalho de otimização da reputação do destino nas redes sociais, fidelizando turistas e viajantes.</p> <p>Desenvolvimento de estratégias concertadas de Internet Marketing.</p> <p>Melhorar o sistema de informação turística, aproximando o consumidor do fornecedor, sobretudo através de plataformas tecnológicas.</p>	<p>MARKETING DIGITAL (ALENTEJO 3.0)</p> <p>Centrar a comunicação digital do Destino numa lógica criativa Web 3.0 (1)</p> <p>Reputação do destino nas redes sociais, fidelizando turistas e viajantes.</p> <p>Desenvolvimento de estratégias concertadas de Internet Marketing.</p> <p>Melhorar o sistema de informação turística sobretudo através de plataformas tecnológicas.</p>
<p>A implementação dos principais eixos de intervenção pressupõe uma aplicação territorial diferenciada</p> <p>Apostar no crescimento e diversificação do turismo marítimo e costeiro para o Litoral alentejano, em linha com a aposta no cluster do mar e com a vocação Atlântica do país; apoiar o</p>	<p>A implementação dos principais eixos de intervenção pressupõe uma aplicação territorial diferenciada</p> <p>Crescimento e diversificação do turismo marítimo que garanta escala competitiva internacional, assim como a redução da sazonalidade.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>desenvolvimento de oferta turística que garanta escala competitiva internacional, assim como a redução da sazonalidade.</p> <p>Implementação de corredores turísticos, que percorram todo o território Alentejano, sistematizando a oferta em torno dos ativos estratégicos do Alentejo, em articulação com as Comunidades Intermunicipais.</p>	<p>Implementação de corredores turísticos.</p>

“Alentejo Litoral 2020”

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Visão e estratégia para o Alentejo Litoral 2020</p> <p>O primeiro pilar desta estratégia é estabelecido a partir da procura externa (nacional e internacional), que se constitui como a principal alavanca e motor de desenvolvimento e crescimento da economia regional e local. Para este objetivo, contribuem um conjunto de áreas estratégicas de que a região é detentora, em diferentes fases de desenvolvimento, e que é importante robustecer, consolidar, qualificar e promover, sendo que, a primeira área fundamental de procura externa reporta-se à atividade turística (entendido no seu sentido alargado) e onde se destacam as lógicas associadas ao turismo sol/praias; turismo sénior; turismo de natureza; turismo cultural; turismo residencial; turismo de negócios/ náutico.</p> <p>Este conjunto alargado de segmentos encontra expressão na região sendo, no entanto, necessário definir um conjunto de ações que permitam construir e desenvolver produtos turísticos que afirmem o Litoral Alentejano como um pólo turístico de referência à escala nacional.</p>	<p>Lógicas associadas ao turismo sol/praias; turismo sénior; turismo de natureza; turismo cultural; turismo residencial; turismo de negócios/ náutico.</p> <p>Necessário definir um conjunto de ações que permitam construir e desenvolver produtos turísticos.</p>
<p>Eixos Estratégicos</p> <p>Eixo 1. Construção e afirmação do Produto Turístico</p> <p>O Alentejo Litoral é possuidor de uma marca forte e de um conjunto de potencialidades inequívocas ligadas ao desenvolvimento da atividade turística e à visitação. O território é detentor de um conjunto alargado de recursos de excelência, essencialmente inseridos na lógica ambiental e paisagística, que permitem afirmar novas formas, de caráter inovador e diferenciador, de turismo sustentável, como são: as atividades náuticas de mar, rios e barragens, a fruição da paisagem, da biodiversidade e dos espaços protegidos, a fruição do património cultural, o acesso a vivências e produtos agrícolas de qualidade e a um calendário de eventos que possui uma marca forte à escala nacional. Complementarmente, a região evidencia desafios associados ao desenvolvimento e consolidação do turismo de base residencial e à definição de um conjunto de apostas associadas com os produtos golfe, o enoturismo e o turismo equestre, igualmente ligados à originalidade e aos aspetos diferenciadores do território.</p> <p>A afirmação e o robustecimento da marca turística Alentejo Litoral afirma-se como um pilar central desta estratégia de desenvolvimento, procurando relacionar-se, desde logo, com a região do Alentejo, pelos fatores associados à identidade e aos valores históricos (de forma mais direta e imediata), mas também, com Lisboa, facto que introduz uma lógica de cross-selling e de proximidade, e, ainda, com a região do Algarve, considerando, desde logo, a relação existente a partir de rotas turísticas e com o Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, assente em modelos de desenvolvimento turístico de pequena escala e fortemente integrados com a matriz territorial.</p>	<p>Turismo sustentável, como são: as atividades náuticas de mar, rios e barragens, a fruição da paisagem, da biodiversidade e dos espaços protegidos, a fruição do património cultural, o acesso a vivências e produtos agrícolas de qualidade e a um calendário de eventos que possui uma marca forte à escala nacional.</p> <p>Desenvolvimento e consolidação do turismo de base residencial.</p> <p>Definição de um conjunto de apostas associadas com os produtos golfe, o enoturismo e o turismo equestre.</p>
<p>Considerando a importância associada ao desenvolvimento turístico neste território, importa perceber os desafios associados a cada um dos segmentos do turismo que se pretende promover, a saber:</p> <p>Sol/ Mar este segmento, que possui um forte potencial associado</p>	<p>Estabelecer a organização, certificação e qualificação da oferta do alojamento junto aos espaços balneares.</p> <p>Salvaguarda e proteção dos recursos naturais e a</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>às excelentes condições climáticas e ao extenso corredor de praias existentes, enfrenta desafios associados à sua qualificação, projeção e robustecimento no contexto nacional e internacional. Para o efeito, é essencial estabelecer a organização, certificação e qualificação da oferta do alojamento junto aos espaços balneares, nomeadamente atendendo a critérios de planeamento urbano e ordenamento do território que estabeleçam medidas de salvaguarda e proteção dos recursos naturais e a preservação da matriz identitária do Alentejo Litoral. Não obstante, para a lógica associada ao ordenamento e à preservação dos recursos deverão ser igualmente estabelecidos critérios que permitam definir a capacidade de carga dos diferentes setores territoriais ao longo da orla costeira, tendo em vista o desenvolvimento de estruturas de apoio, de serviços e de equipamentos associados à prática balnear de qualidade.</p>	<p>preservação da matriz identitária do Alentejo Litoral.</p> <p>Estabelecidos critérios que permitam definir a capacidade de carga dos diferentes setores territoriais ao longo da orla costeira, tendo em vista o desenvolvimento de estruturas de apoio, de serviços e de equipamentos associados à prática balnear de qualidade.</p>
<p>Natureza este domínio é possuidor de uma expressão territorial bastante premente ao longo de toda a região. A matriz de povoamento, os recursos naturais, a relação terra-rio-mar, a topografia, a rede viária, a hospitalidade, a gastronomia e a identidade local, marcam, de forma vincada, as fortes potencialidades e desafios que este segmento possui, para o desenvolvimento de modalidades outdoor como o BTT, a canoagem e o pedestrianismo. Neste contexto, existem experiências em rede e de âmbito coletivo, claramente ganhadoras, que devem ser acarinhas e contempladas no contexto dos programas e estratégias a serem desenvolvidos para o Alentejo Litoral. O foco associado à pequena escala, aos investimentos de base familiar, à relação mais imediata e próxima com os recursos endógenos e a uma matriz de proximidade turista/ visitante - residente, deverá ser privilegiada e definida como uma aposta vital para o desenvolvimento sustentado da região.</p> <p>A matriz de desenvolvimento turístico da região deverá potenciar a criação de oportunidades nos territórios, de génese rural, do interior da região. É fundamental contribuir para a criação de um modelo turístico alargado, que aproveite as oportunidades e vantagens detetadas nas áreas menos próximas da orla costeira e com maior procura, havendo, com efeito, um amplo mercado (interno e externo), associado ao turismo de natureza e a um conjunto de produtos relacionados que devem ser estruturados e organizados.</p>	<p>As fortes potencialidades e desafios que este segmento possui, para o desenvolvimento de modalidades outdoor como o BTT, a canoagem e o pedestrianismo.</p> <p>O foco associado à pequena escala, aos investimentos de base familiar, à relação mais imediata e próxima com os recursos endógenos e a uma matriz de proximidade turista/ visitante - residente, deverá ser privilegiada e definida como uma aposta vital para o desenvolvimento sustentado da região.</p> <p>Criação de oportunidades nos territórios, de génese rural, do interior da região.</p> <p>Aproveite as oportunidades e vantagens detetadas nas áreas menos próximas da orla costeira.</p> <p>Associado ao turismo de natureza e a um conjunto de produtos relacionados que devem ser estruturados e organizados.</p>
<p>Residencial o desenvolvimento turístico de qualquer território induz necessariamente alguns focos de maior pressão urbanística. A vertente norte do território do Alentejo Litoral foi, ao longo dos últimos anos, alvo de investimentos expressivos em matéria de criação de empreendimentos turísticos, direcionados para o mercado interno e externo, nomeadamente para uma procura com maior poder aquisitivo. Neste contexto, o Alentejo Litoral é hoje possuidor de um conjunto de projetos de turismo residencial, em diferentes fases de concretização, ligados a modelos urbanísticos de habitação unifamiliar, com função hoteleira e golfe associado. A atual conjuntura económica e social coloca um conjunto alargado de desafios ligados com o desenvolvimento destes empreendimentos, considerando naturalmente a quebra da procura interna e externa e a crescente concorrência exterior de outros focos da bacia do mediterrâneo.</p> <p>Neste contexto, considera-se fundamental a definição de uma estratégia integrada e concertada entre os promotores e as agências governamentais de promoção externa no sentido de proceder à divulgação destes investimentos, tendo como referencia o quadro de vantagens fiscais atualmente patentes no território nacional que poderão promover a atração e captação de novos investidores, nomeadamente turistas de terceira idade e reformados, provenientes dos países da Europa do Norte, com elevado poder aquisitivo. Neste sentido, deverão ser considerados prioritários os investimentos transversais ao desenvolvimento deste segmento, nomeadamente no que se refere à dotação de equipamentos ligados com a economia social, saúde, geriatria e bem-estar.</p>	<p>Definição de uma estratégia integrada e concertada entre os promotores e as agências governamentais de promoção externa no sentido de proceder à divulgação destes investimentos, tendo como referencia o quadro de vantagens fiscais atualmente patentes no território nacional que poderão promover a atração e captação de novos investidores, nomeadamente turistas de terceira idade e reformados, provenientes dos países da Europa do Norte, com elevado poder aquisitivo.</p> <p>Os investimentos transversais ao desenvolvimento deste segmento, nomeadamente no que se refere à dotação de equipamentos ligados com a economia social, saúde, geriatria e bem-estar.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Negócios/ Náutico o desenvolvimento turístico, de maior escala, do Alentejo Litoral tem como ponto de partida o impacte dos investimentos imobiliários realizados na península de Tróia. Esta aglomeração, de génese urbano-turística, introduziu um novo ciclo de desenvolvimento urbano e uma nova realidade a este território, fortemente marcada pela sua ampla relação com o mercado da Área Metropolitana de Lisboa (AML). Recentemente, as intervenções urbanísticas levadas a cabo, direcionaram este espaço para novos produtos ligados com o turismo de negócios, a náutica e o património cultural, ao qual se agrega a aposta transversal na componente imobiliária, hotelaria qualificada e animação. A diversificação associada a novos produtos turísticos afirma-se como um aspeto essencial e decisivo da estratégia de desenvolvimento do Alentejo Litoral, permitido a este território ganhar maior funcionalidade e relação com as regiões envolventes.</p>	<p>Recentemente, as intervenções urbanísticas levadas a cabo, direcionaram este espaço para novos produtos ligados com o turismo de negócios, a náutica e o património cultural, ao qual se agrega a aposta transversal na componente imobiliária, hotelaria qualificada e animação.</p> <p>A diversificação associada a novos produtos turísticos afirma-se como um aspeto essencial e decisivo da estratégia de desenvolvimento do Alentejo Litoral, permitido a este território ganhar maior funcionalidade e relação com as regiões envolventes.</p>
<p>A par dos aspetos identificados para os diversos segmentos turísticos constata-se que o Alentejo Litoral apresenta um conjunto de fatores favoráveis ao desenvolvimento do turismo como: a baixa densidade, o descongestionamento, a segurança, a autenticidade, a hospitalidade e a cultura gastronómica que potenciam a definição de uma marca forte e de uma imagem muito própria que induz a criação de uma identidade específica. Estes aspetos revelam, por isso, a necessidade de apostar na definição de uma estratégia de marketing e promoção, considerando a sua diferenciação e os aspetos de relação com os diferentes “territórios” em seu redor (tanto no espetro mais direcionado para a escala metropolitana, território mais “brandos” do ponto de vista urbanístico e dos território de génese rural). Esta estratégia afirma-se como a base fundamental do Alentejo Litoral, como um território que tem nos seus recursos a sua imagem fundamental, assente numa forte diferenciação e caráter distintivo.</p> <p>Um aspeto vital associado com o desenvolvimento turístico prende-se com a capacidade de promover os aspetos ligados com a animação turística, na lógica pública e privada, tendo em vista o aumento da estada média, nas unidades hoteleiras classificadas, e a promoção de atividades de permitam qualificar e dar “densidade” ao setor. A par deste aspeto retêm-se a necessidade de apostar fortemente na definição de um esquema diretor de sinalética turística, permitindo estruturar e qualificar a relação entre os diversos equipamentos, pontos de interesse, rotas e redes pré-existentes.</p> <p>A construção e estruturação do desenvolvimento turístico do Alentejo Litoral impõe, de forma decisiva, o evitar de um modelo turístico virado na sua essência para a oferta imobiliária de lazer/residência secundária, associado a uma forte sazonalidade e a uma pressão excessiva sobre os recursos naturais existentes, sobretudo, ao longo da orla costeira.</p>	<p>Apostar na definição de uma estratégia de marketing e promoção, considerando a sua diferenciação e os aspetos de relação com os diferentes “territórios” em seu redor.</p> <p>Capacidade de promover os aspetos ligados com a animação turística, na lógica pública e privada, tendo em vista o aumento da estada média, nas unidades hoteleiras classificadas, e a promoção de atividades de permitam qualificar e dar “densidade” ao setor.</p> <p>Sinalética turística, permitindo estruturar e qualificar a relação entre os diversos equipamentos, pontos de interesse, rotas e redes pré-existentes.</p>

Guia Técnico de Acessibilidade do Destino Turístico

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Restauração: <i>Nº de Estabelecimentos de Restauração recomendados por concelho, na NUT 3 Alentejo Litoral</i></p> <p>Daqui também se destaca, com maior número de estabelecimentos de restauração recomendados, o concelho de Grândola, com 14.</p> <p>O concelho de Grândola destaca-se na oferta de estabelecimentos de restauração acessíveis, se considerarmos cumulativamente o nº de estabelecimentos recomendados e condicionados existentes (num total de 19).</p> <p>Recomendados: Grândola: A Chaminé, Talha de Azeite, Sabores da Praça. Lousal: Armazém Central. Comporta: Comporta Café – Praia da Comporta, Carvalhal: Pôr-do-Sol e Ribamar.</p>	

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Melides: Miramar e Mais Amar. Tróia: Azimute Aqualuz Suite Hotel Apartamentos, Restaurante Península do Aqualuz (Tróia) e Tróia Golf (Tróia).</p>	
<p>Museus e monumentos: <i>Nº de Museus e Monumentos recomendados por concelho, na NUT 3 Alentejo Litoral</i></p> <p>É em Grândola que se verificam mais recursos acessíveis (3).</p> <p>Quanto ao nº de recursos condicionados nesta NUTS, 12 no total (48% dos recursos inquiridos), o quadro seguinte dá-nos os seguintes dados – a concentração verifica-se maioritariamente no concelho de Grândola (8).</p> <p>Recomendados: Casino de Tróia, Centro de Espetáculos de Tróia, Tróia Golf.</p>	
<p>Animação Turística: Há 9 recursos condicionados que se localizam em Grândola (1). Os recursos não recomendados situam-se 6 em Grândola.</p>	
<p>Restauração: espaço livre existente por debaixo do lavatório na instalação sanitária e os ressaltos superiores a 2 cm no percurso analisado até à entrada do estabelecimento</p>	
<p>Unidades de alojamento</p> <p>Altura do bordo superior da base do duche, duchas não serem servidos por barras de apoio e as torneiras não poderem ser operadas com o punho fechado e a inclinação longitudinal da rampa ser superior a 8%</p>	<p>Unidades de alojamento</p> <p>Altura do bordo superior da base do duche, duchas não serem servidos por barras de apoio e as torneiras não poderem ser operadas com o punho fechado e a inclinação longitudinal da rampa ser superior a 8%</p>
<p>Museus e Monumentos</p> <p>Não existência de, no mínimo, 2 assentos de apoio ao visitante. Percurso do espaço público até à entrada, acesso ao edifício e percurso no interior do equipamento – existência de ressaltos com mais de 2 cm. Inclinação longitudinal da rampa superior a 8% no percurso a realizar no interior do estabelecimento</p>	<p>Museus e Monumentos</p> <p>Não existência de, no mínimo, 2 assentos de apoio ao visitante. Percurso do espaço público até à entrada, acesso ao edifício e percurso no interior do equipamento – existência de ressaltos com mais de 2 cm. Inclinação longitudinal da rampa superior a 8% no percurso a realizar no interior do estabelecimento.</p>
<p>Animação Turística</p> <p>Ausência de formação dos colaboradores no atendimento dos seus clientes com necessidades especiais</p>	

Plano Estratégico para o Turismo Cinegético no Alentejo e Ribatejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Grau de estruturação do produto</p> <p>Tem-se confiado muito na sua mera disponibilidade para atrair os caçadores, descurando-se uma gestão otimizada com base em princípios científicos.</p> <p>Salvo num número reduzido de casos, a única atividade oferecida pelas zonas de caça turística é a Caça. Em muitos casos existe uma especialização no tipo de caça, maior ou menor, o que limita a capacidade de cada ZC satisfazer ela própria diferentes tipos de caçadores. Não obstante, o estabelecimento e o fortalecimento de redes entre diferentes agentes e ZC poderão proporcionar a oferta de um produto composto por diferentes tipos de caça em diferentes territórios.</p> <p>Em alguns casos, os caçadores dispõem também de alojamento e restauração no local.</p> <p>Pelos registos existentes verifica-se que estes serviços existem em zonas geográficas muito próximas, pelo que se deverão desenvolver e fortalecer as redes e a interação entre os diferentes agentes.</p> <p>Relativamente a outras atividades complementares, apesar da oferta existente, o grau de interação entre os agentes envolvidos na oferta de Caça e os outros agentes prestadores de serviços é muito limitado, tal como o é com as entidades governamentais locais.</p> <p>Predomina um grande desconhecimento por parte dos agentes da oferta relativamente ao perfil dos potenciais caçadores, suas motivações e interesses. Torna-se necessário estudar o cliente (caçador) e as tendências de mercado, agindo sobre o produto oferecido no sentido de lhe acrescentar valor.</p> <p>As condições de gestão sanitária das espécies, incluindo o manuseamento da caça, deixam muito a desejar. Para este facto contribuem uma fiscalização e legislação deficientes, em particular no que diz respeito ao comércio e ao consumo de carne de caça. Praticamente não existem unidades de transformação e acondicionamento adequado de carne de caça, cujo mercado, sendo praticamente inexistente, tem motivado o encaminhamento das peças abatidas em Portugal para Espanha, a preços muito reduzidos, assim se perdendo Valor gerado pela Caça no território nacional.</p> <p>Estado atual do desenvolvimento do turismo cinegético no Alentejo e no Ribatejo, por concelho (Out. 2014), em Grândola:</p> <p>Caça menor: elevado</p> <p>Caça maior: moderado</p>	<p>Grau de estruturação do produto</p> <p>Estes serviços existem em zonas geográficas muito próximas, pelo que se deverão desenvolver e fortalecer as redes e a interação entre os diferentes agentes.</p>
<p>O recurso a canais de distribuição adequados é um fator-chave para o sucesso de um produto turístico.</p> <p>A análise de diagnóstico, efetuada neste relatório, permite observar que a grande maioria dos gestores das ZCT de Alentejo e Ribatejo utiliza, quase de forma exclusiva, a distribuição direta para comercializar os seus produtos.</p> <p>Apesar do recurso a estes canais de distribuição indireta ser hoje praticamente nulo no Alentejo e no Ribatejo, algumas 'infelizmente poucas' ZCT apostam já, sobretudo para o mercado externo, na oferta de alguns pacotes turísticos que integram, para além do produto Caça, alojamento, restauração, transporte e outras atividades de animação</p>	<p>Desenvolvimento sustentável deste produto passará, obrigatoriamente, pelo reforço dos canais de distribuição indireta, nomeadamente através de operadores turísticos, agências de viagens ou empresas especializadas e na criação e comercialização de pacotes integrados de turismo cinegético, em que os organismos oficiais do turismo</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>turística (por exemplo, passeios de balão, passeios todo o terreno, passeios a cavalo).</p> <p>O número de operadores turísticos nacionais e internacionais que trabalham com o produto turístico cinegético no Alentejo e no Ribatejo é muito residual.</p> <p>Considera-se que o desenvolvimento sustentável deste produto passará, obrigatoriamente, pelo reforço dos canais de distribuição indireta, nomeadamente através de operadores turísticos, agências de viagens ou empresas especializadas e na criação e comercialização de pacotes integrados de turismo cinegético, em que os organismos oficiais do turismo podem ter um papel relevante.</p> <p>A natureza e a complexidade destes serviços exigem um forte aumento da utilização de sistemas informáticos de distribuição (exemplos: Sistemas de Reservas Computadorizados ' CRS e Sistemas Globais de Distribuição' GDS), criando uma vasta rede de informação que pode ser acedida por vários intervenientes (Cunha, 2001). Estes sistemas têm tido um papel muito importante no âmbito da distribuição e promoção da atividade turística em termos gerais, permitindo uma colaboração efectiva entre os vários agentes que integram a oferta de um produto turístico adaptado às necessidades da procura e contribuindo para um aumento da respetiva satisfação. Assim sendo, um dos desafios que aqui se coloca ao desenvolvimento do turismo cinegético passa pela dinamização de sistemas globais de distribuição.</p>	<p>podem ter um papel relevante.</p> <p>Desenvolvimento do turismo cinegético passa pela dinamização de sistemas globais de distribuição.</p>
<p>Importância do turismo cinegético na estratégia de desenvolvimento dos concelhos que integram Alentejo e Ribatejo</p> <p>Grândola: Muito relevante. A atividade cinegética numa vertente integrada no Turismo Rural do nosso Concelho pode criar dinâmicas internas e diferenciadoras como produto turístico. O contributo do turismo é sobejamente reconhecido como motor para o desenvolvimento económico, em particular por poder proporcionar a diversificação da base económica das comunidades mais desfavorecidas e contribuir para a melhoria das suas condições de vida. De uma situação em que as políticas de desenvolvimento rural eram entendidas unicamente como políticas de desenvolvimento agrícola chegámos agora a um outro cenário em que o turismo e a preservação do ambiente constituem a centralidade de todas as políticas que articulam objetivos claros e concretos, nomeadamente no que respeita à fixação da população, à melhoria das condições de vida e à preservação e promoção da riqueza natural e cultural que existe nesta área.</p>	
<p>Grau de envolvimento das Autarquias que integram Alentejo e Ribatejo na dinamização do turismo cinegético</p> <p>Grândola: O Município, só por si, não tem competência legal para dinamizar o turismo cinegético ou qualquer outro tipo de turismo, atividades que são, por excelência, do foro do investimento privado, no entanto novo executivo que entrou em funções no final do ano 2013, quer implementar medidas e ações de promoção e valorização do turismo cinegético no nosso Concelho. Consideramos que potenciar o recurso “Caça” e a transformá-lo num produto turístico “consumível” no país e no estrangeiro, de preferência num sistema “em rede” que inclua restantes recursos endógenos da região, complementares e enquadráveis no Turismo de Natureza e no Ecoturismo (a paisagem, a gastronomia e os produtos regionais, o património natural e edificado, os percursos pedestres ou a simples observação da natureza, etc.) seria um enorme contributo para a valorização do concelho de Grândola e do Alentejo.</p>	
<p>Ações já desenvolvidas (passado-presente) e a desenvolver (futuro) pelas Autarquias, que integram Alentejo e Ribatejo, para o desenvolvimento do turismo cinegético</p> <p>Grândola: Numa primeira fase deste mandato autárquico, está a ser constituído o Conselho Cinegético Municipal.</p>	<p>Está a ser construído o Concelho Cinegético Municipal.</p>
<p>Relativamente à caracterização do tipo de turista cinegético que procura Alentejo e Ribatejo, importa fazer a distinção entre caçador-turista e turista-caçador. Caçador-turista é uma pessoa cuja principal motivação da viagem é caçar. Turista-caçador é uma pessoa cujo principal motivo para a viagem foi outro que não a Caça, mas poderá</p>	

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>escolher um determinado destino onde lhe seja permitido caçar um ou mais dias.</p> <p>Atualmente em Portugal o turista cinegético é caçador-turista. A principal motivação da viagem é a Caça, e raramente pratica outras atividades.</p>	
<p>Os dados recolhidos sugerem a existência de (pelo menos) dois grandes tipos (segmentos) de caçadores, o Comum e o Superior, os quais se distinguem principalmente pelo tipo de produto que procuram, pelas respetivas motivações para o exercício cinegético e pela disponibilidade financeira de cada um.</p> <p>Os clientes do tipo Comum são em geral caçadores com menor disponibilidade financeira, procuram praticar a atividade cinegética a custos controlados, viajam sozinhos ou em pequenos grupos. Dão grande valor ao “disparar” e repetem a atividade algumas vezes no ano. Procuram essencialmente Caça Menor, e o Javali em termos de Caça Maior. Estima-se que correspondam a cerca de 60 a 70% do número de praticantes.</p> <p>Os clientes de tipo Superior diferenciam-se por procurar mais conforto e mais qualidade, por estarem dispostos a pagar mais, por a sua estadia ser um pouco mais longa e praticarem a atividade cinegética mais vezes ao longo da mesma época venatória, possuírem maior disponibilidade financeira, procurem Caça Maior e Caça Menor, procurarem novas experiências e gostarem de socializar. Não condenam a Caça que utiliza animais criados em cativeiro (“caça artificial”) porque apreciam “disparar” embora prefiram a selvagem. Correspondem a 30-40% do mercado.</p>	
<p>Sistematização das principais oportunidades para o desenvolvimento do turismo cinegético no Alentejo e Ribatejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do turismo em Portugal, no Alentejo e Ribatejo • Portugal, Alentejo e Ribatejo neste particular, são destinos atrativos pelo clima, pela segurança e pela hospitalidade • Existência de outros produtos complementares à atividade cinegética já consolidados no mercado (p.e. sol e mar, cultura, património, história, gastronomia e vinhos, turismo rural) • Boa cooperação regional e transfronteiriça • Incentivos financeiros para atividades ligadas ao turismo de natureza e ao turismo rural • Aparecimento de um “novo” turista mais sensível à proteção e conhecimento do ambiente e que procura experiências únicas e enriquecedoras • Aumento do interesse pelas atividades de ar livre e desportivas e pelo turismo de aventura • Mercado nacional com potencial (desfasamento entre o número de portadores de carta de caçador e o número de licenças emitidas para caçar) • Mercado externo em crescimento e com potencial (elevado nº de caçadores internacionais que procuram vivenciar novas experiências) • Disponibilidade do SCI-LC, com excelentes contatos em mercados e instituições internacionais do setor • Procura crescente de produtos autênticos por parte de turistas cinegéticos • Massificação e saturação de alguns mercados concorrentes (p.e. Espanha) • Desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação (p.e. existência de plataformas de divulgação e comercialização do turismo cinegético a nível internacional e nacional) • Novo Quadro Comunitário de Apoio, ao nível do Programa de Desenvolvimento Rural 2014-2020, contempla incentivos para a atividade cinegética 	<p>Existência de outros produtos complementares à atividade cinegética já consolidados no mercado (p.e. sol e mar, cultura, património, história, gastronomia e vinhos, turismo rural).</p> <p>Procura crescente de produtos autênticos por parte de turistas cinegéticos.</p>
<p>Sistematização das principais ameaças ao desenvolvimento do turismo cinegético no Alentejo e Ribatejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recessão/crise económica • Migração para as cidades e emigração internacional • Desertificação do interior, incêndios • Atual legislação referente ao ordenamento cinegético do território • Atual legislação referente ao uso de armas (“Lei das Armas”) por parte de caçadores estrangeiros • Burocracia e custos associados à carta de caçador e à obtenção de licenças de caça • Desinteresse por parte dos jovens pela atividade cinegética • Redução do número de caçadores em Portugal • Imagem desfocada da Caça junto da população em geral • Desinteresse pela importância económica da Caça por parte das entidades responsáveis 	

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<ul style="list-style-type: none"> • Burocracia associada à atividade empresarial em Portugal • Escassas fontes de financiamento para a atividade cinegética • Concorrência internacional forte por parte de Espanha e Países de Leste • Existência de um nº limitado de operadores turísticos (nacionais e internacionais) que comercializam o produto Turismo Cinegético 	
<p>Sistematização das principais forças do Alentejo e Ribatejo para o desenvolvimento do turismo cinegético</p> <p>Produto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade e quantidade de espécies cinegéticas • Potencial das zonas de caça • Existência de espécies genuínas e selvagens • Autenticidade dos produtos • Riqueza de recursos turísticos disponíveis (naturais e edificados) • Riqueza gastronómica, patrimonial, cultural • Potencial dos produtos conexos (<i>birdwatching</i>; observação da fauna/flora; Alqueva como <i>Top Starlight Tourism Destination</i>) • Equipamentos de alojamento e restauração em quantidade e qualidade • Boas acessibilidades <p>Comercialização</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novas iniciativas que recorrem a novas tecnologias para comercialização <p>Promoção</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importância da experiência anterior e do <i>word-of-mouth</i> • Iniciativas de âmbito municipal e regional para promoção da Caça <p>Envolvimento da Comunidade Local</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospitalidade • Atitude globalmente positiva dos residentes face ao turismo cinegético • Pessoas e Património como parte integrante da experiência do visitante cinegético <p>Parcerias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apesar de entraves à dinamização de parcerias, <i>players</i> revelam interesse na concretização <p>Procura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitante fiel – repete frequentemente a sua experiência • Nº considerável de visitantes nacionais 	<p>Potencial das zonas de caça</p> <p>Riqueza de recursos turísticos disponíveis (naturais e edificados)</p> <p>Potencial dos produtos conexos (<i>birdwatching</i>; observação da fauna/flora)</p> <p>Equipamentos de alojamento e restauração em quantidade e qualidade</p> <p>Boas acessibilidades</p> <p>Iniciativas de âmbito municipal e regional para promoção da Caça</p> <p>Hospitalidade</p>
<p>Sistematização das principais fraquezas do Alentejo e Ribatejo para o desenvolvimento do turismo cinegético</p> <p>Produto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subaproveitamento dos recursos, tanto cinegéticos como outros complementares da atividade cinegética • Gestão cinegética pouco sustentada cientificamente • Ausência de uma oferta que integre o produto Caça com serviços de alojamento, restauração, transportes e outras atividades recreativas, culturais ou desportivas • Falta de qualificação do produto Turismo Cinegético • Doenças afetando algumas espécies cinegéticas • Valorização económica das peças abatidas (venda de carne de caça) praticamente inexistente • Inexistência de empresas de animação envolvendo o turismo cinegético • Setor em fase de profissionalização (gestão de zonas de caça com enormes fragilidades) • Nem todas as zonas de caça turísticas estão interessadas no desenvolvimento do turismo cinegético; as zonas de caça associativas não o podem fazer por impossibilidade legal • Inexistência de certificação das zonas de caça • Escassez de mão-de-obra qualificada para trabalhar no setor • Subaproveitamento do aeroporto de Beja <p>Comercialização</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de operadores turísticos, agências de viagens e outras agências especializadas (nacionais e internacionais) que comercializem produtos de turismo cinegético 	

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<ul style="list-style-type: none"> • Fraca utilização de canais de distribuição na comercialização do produto <p>Promoção</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausência de uma marca diferenciadora • Falta de estratégias concertadas entre os vários agentes (sinergias) para a promoção do produto no estrangeiro • Fraca utilização de canais de comunicação formais • Fraca utilização das novas tecnologias na promoção do produto <p>Dinamização de parcerias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixas interação e colaboração entre os agentes privados que integram a indústria turística • Muitas dificuldades em trabalhar em rede • Débeis ligações entre os agentes públicos e privados com responsabilidade no desenvolvimento do turismo cinegético <p>Procura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procura por parte dos mercados externos muito reduzida • Desconhecimento do destino por parte de importantes mercados internacionais • Procura envelhecida – o nº de jovens participantes é reduzido • Duração reduzida das estadas 	
<p>A exploração feita no nosso país do recurso Caça não permite ainda a sua conversão em Produto turístico, não só porque não existe uma verdadeira estratégia nacional para o sector, como também porque a legislação existente é orientada para o lazer individual dos caçadores e não para o reforço da nossa Economia, paradigma que é urgente inverter.</p>	
<p>1- Definição de uma Estratégia Nacional para o Sector da Caça e revisão da legislação aplicável</p> <p>1.1. Definição de uma Estratégia Nacional para o Sector da Caça</p> <p>1.2. Revisão do atual quadro jurídico-legal da Caça</p> <p>1.2.1. Revisão da “Lei das Armas”</p> <p>1.2.2. Revisão do modelo de ordenamento, gestão e exploração comercial</p> <p>2. PRODUTO</p> <p>2.1. Certificação das zonas de caça</p> <p>2.1.1 Definição de um modelo de certificação</p> <p>2.2. Controlo das doenças das espécies cinegéticas</p> <p>2.2.1. Melhoria do controlo e monitorização do combate às doenças</p> <p>2.2.2. Promoção de investigação aplicada</p> <p>2.3. Formação e qualificação dos agentes da oferta</p> <p>2.3.1 Identificação da oferta formativa relevante para o sector</p> <p>2.3.2. Identificação de conteúdos programáticos generalistas e sensibilização dos agentes de ensino e formação para a sua utilização</p> <p>2.3.3. Dinamização de workshops e seminários temáticos</p> <p>2.3.4. Estágios</p> <p>2.4. Estímulo ao investimento e ao empreendedorismo no âmbito do turismo cinegético</p> <p>2.4.1. Investimento na melhoria das ZC existentes</p> <p>2.4.2. Formação ao nível dos serviços locais de apoio ao empreendedorismo</p> <p>2.4.3. Realização de seminários sobre a Caça como atividade económica e sobre financiamento no quadro do PDR 14-20</p> <p>2.4.4. Incentivo à criação de empresas de animação que desenvolvam a sua atividade no âmbito do Turismo Cinegético</p> <p>2.4.5. Incentivo à criação de operadores turísticos especializados no produto Turismo Cinegético</p> <p>2.5. Desenvolvimento de um produto compósito e integrado</p> <p>2.5.1. Diversificação da oferta de serviços por parte das ZC</p> <p>2.5.2. Workshops para divulgação e incentivo da oferta de produtos turísticos que associem a componente cinegética a atividades complementares à Caça</p> <p>2.5.3. Ações de sensibilização dos agentes da oferta para o trabalho em rede</p> <p>2.5.4. Dinamizar uma plataforma de discussão, de desenvolvimento de produto integrado e de promoção de iniciativas conjuntas</p>	<p>Estímulo ao investimento e ao empreendedorismo no âmbito do turismo cinegético</p> <p>Investimento na melhoria das ZC existentes</p> <p>Incentivo à criação de empresas de animação que desenvolvam a sua atividade no âmbito do Turismo Cinegético</p> <p>Workshops para divulgação e incentivo da oferta de produtos turísticos que associem a componente cinegética a atividades complementares à Caça</p> <p>Articulação e cooperação de operadores locais na elaboração de pacotes turísticos que incluam a componente cinegética</p> <p>Criação de canais de comercialização especializados</p> <p>Estímulo à criação de empresas especializadas na venda de pacotes de turismo Cinegético</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>2.5.5. Articulação e cooperação de operadores locais na elaboração de pacotes turísticos que incluam a componente cinegética</p> <p>3. COMUNICAÇÃO</p> <p>3.1. Promoção do produto Turismo Cinegético</p> <p>3.1.1. Conceção e implementação de um plano de promoção do turismo cinegético de Alentejo e Ribatejo</p> <p>3.1.2. Criação de Marca e Imagem associadas ao turismo cinegético de Alentejo e Ribatejo</p> <p>3.1.3. Identificação e articulação de ações de promoção por parte dos municípios</p> <p>3.1.4. Internacionalização das feiras temáticas existentes</p> <p>3.1.5. Organização de FAM Trips para a promoção do turismo cinegético de Alentejo e Ribatejo</p> <p>3.1.6. Consolidação da estratégia de comunicação mediante a utilização do Marketing Digital da ERT Alentejo e Ribatejo</p> <p>3.1.7. Realização de um Congresso internacional sobre Turismo Cinegético</p> <p>3.1.8. Incentivos aos agentes privados relacionados com ações de promoção internacional (feiras; digital)</p> <p>3.2. Melhoria da imagem da Caça</p> <p>3.2.1. Promoção junto da população em geral e do público jovem em particular</p> <p>3.2.2. Criação de material promocional</p> <p>4. COMERCIALIZAÇÃO</p> <p>4.1. Desenvolvimento de ferramentas de venda através da Internet</p> <p>4.1.1. Website de reservas - "Book your Hunt"</p> <p>4.1.2. Capacitação dos agentes privados para a utilização da plataforma de reservas</p> <p>4.2. Criação de canais de comercialização especializados</p> <p>4.2.1. Estímulo à criação de empresas especializadas na venda de pacotes de turismo Cinegético</p> <p>4.3. Reforço do recurso a meios de comercialização direta</p> <p>4.3.1. Participação em Feiras e Exposições internacionais</p> <p>4.3.2. Reforço da participação em feiras nacionais para a afirmação da Marca a ser criada</p> <p>5. Governança</p> <p>5.1. Constituição da Rede colaborativa</p> <p>5.2. Coordenação interna no âmbito da ERT</p> <p>5.3. Integração do TC no sistema de monitorização do turismo já existentes na região</p>	

Plano Estratégico para o desenvolvimento e promoção turística do enoturismo no Alentejo e Ribatejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>O ENOTURISMO EM PORTUGAL – SÍNTESE</p> <p>Rotas do vinho, percursos e caminhos pedestres enquadrados pelos campos vinhateiros, estadas e circuitos organizados em quintas/herdades, workshops e estágios, visitas às adegas, museus e ecomuseus de vinho e realização de eventos – feiras, festivais e salões de venda.</p>	

Objetivos e Metas

Aplicabilidade na área de intervenção

OFERTA

Segundo o Turismo de Portugal, foi no período de 2000 a 2013 que mais empresas de enoturismo (78%) iniciaram a sua atividade.

Quadro 35 – Produtores da Rota de Vinho da Costa Alentejana

Setúbal		
Unidade	Município	Serviços
Quinta Breijinho da Costa	Grândola	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Soberanas	Alcácer do Sal	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Pego da Moura	Grândola	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Monteira	Alcácer do Sal	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Companhia Agrícola da Barrosinha	Grândola	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Herdade do Cebolal	Santiago do Cacém	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Herdade da Comporta	Alcácer do Sal	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Herdade do Portocarro	Alcácer do Sal	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
A Serenada	Grândola	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷
Beja		
Unidade	Município	Serviços
Adega dos Nascedios	Odemira	🍷 🍷 🍷 🍷 🍷

LEGENDA:

- 🍷 - visita às vinhas
- 🍷 - visita às caves/adega
- 🍷 - visitas com marcação prévia
- 🍷 - visitas sem marcação prévia
- 🍷 - com serviço de restauração sem marcação prévia
- 🍷 - com serviço de restauração com marcação prévia
- 🍷 - com alojamento

Figura 54 – Produtores de vinho da Costa Alentejana

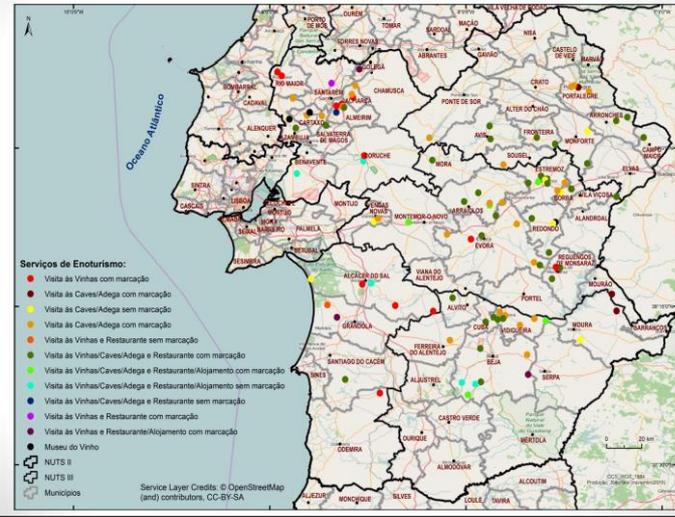


Fonte: APVCA

Objetivos e Metas

Aplicabilidade na área de intervenção

Serviços de enoturismo na AI



O papel das CVR's, dos Municípios, das Comunidades Intermunicipais e, em paralelo, da Associação dos Municípios Portugueses do Vinho (AMPV), é fundamental para resolver os seguintes **três problemas** capitais para a valorização do enoturismo no Alentejo e Ribatejo:

i) **acessibilidades;**

ii) **sinalética;**

iii) **informação privilegiada em espaço público e em espaço de propriedade privada.**

Considerando que as **propriedades** se encontram de forma **dispersa** pela vasta região do Alentejo e Ribatejo, a aposta nas **acessibilidades** é fundamental.

Ampliar a oferta turística complementar ao nível do **alojamento, restauração e animação**, enquanto elementos determinantes para a consagração do enoturismo.

Definir uma **estratégia de comunicação, de gestão de imagem e de marketing**, que dê notoriedade ao Alentejo e Ribatejo, como referência mundial ao nível na qualidade do produto enológico, projetando ao mesmo tempo o **território como de elevada qualidade** para se assumir um dos mais importantes destinos de enoturismo do mundo.

Afirmção do **Alentejo e Ribatejo como destino enoturístico** - a introdução de **valores da estética, da paisagem e da sustentabilidade ambiental, económica e social**, são também de capital importância para o processo.

Elementos geradores de atenção turística - as dinâmicas estéticas das vinhas, uma arquitetura de autor das adegas, restaurantes, etc. ou a introdução de instalações artísticas em espaço vitivinícolas, centradas em modelos de arquitetura paisagística que criam espaços de exposição artística, com maior pendor para a escultura.

Deve ainda fazer-se emergir uma estratégia de **vinculação turística** entre o

As **propriedades** se encontram de forma dispersa pela vasta região do Alentejo e Ribatejo, a **aposta nas acessibilidades** é fundamental.

Ampliar a oferta turística complementar ao nível do **alojamento, restauração e animação**, enquanto elementos determinantes para a consagração do enoturismo.

Definir uma **estratégia de comunicação, de gestão de imagem e de marketing** projetando ao mesmo tempo o **território como de elevada qualidade** para se assumir um dos mais importantes destinos de enoturismo do mundo.

Introdução de **valores da estética, da paisagem e da sustentabilidade ambiental, económica e social**.

Elementos geradores de atenção turística - dinâmicas estéticas das vinhas, uma arquitetura de autor das adegas, restaurantes, etc. ou a introdução de instalações artísticas em espaço vitivinícolas, centradas em modelos de arquitetura paisagística que criam espaços de exposição artística, com maior pendor para a escultura.

Vinculação turística entre **o vinho e o turismo**.

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>vinho e o turismo, onde se valorize as comunidades, as culturas e os produtos locais garantindo um conjunto de outras propostas ao nível da promoção, divulgação e uso dos artefactos, técnicas, produtos agrícolas regionais e valores gastronómicos locais, ligados à cultura e às tradições locais.</p> <p>CRIAÇÃO DE REDES DE SPOTS E INTRODUÇÃO DE CENTRAIS DE RESERVA E DE INFORMAÇÃO</p> <p>Existência de um conjunto de spots, nos quais existe claramente uma maior concentração de oferta, funcionando estas áreas como núcleos estruturantes da oferta e das rotas a desenvolver, designadamente:</p> <p>Estremoz</p> <p>Montemor-o-Novo/Arraiolos/Évora/Redondo/Borba/Mourão</p> <p>Reguengos de Monsaraz</p> <p>Vidigueira/Beja</p> <p>Tejo: Salvaterra de Magos/Almeirim/Alpiarça</p> <p>Azambuja/Cartaxo/Santarém</p> <p>Alcácer do Sal/Comporta/Grândola/Santiago do Cacém/Sines/Odemira</p>	<p>CRIAÇÃO DE REDES DE SPOTS E INTRODUÇÃO DE CENTRAIS DE RESERVA E DE INFORMAÇÃO</p> <p>Conjunto de spots, nos quais existe claramente uma maior concentração de oferta</p> <p>Alcácer do Sal/Comporta/Grândola/Santiago do Cacém/Sines/Odemira</p>
<p>DETERMINAÇÃO DE ROTAS GERAIS E ROTAS TEMÁTICAS</p> <p>As rotas do vinho são uma ferramenta de divulgação fundamental dos territórios produtivos e suas características, das unidades de produção vitivinícola, dos produtores e das suas unidades empresariais, das unidades de enoturismo, enquanto espaço de intervenção e consumo turístico.</p> <p>Novo conceito, Novo design de rota e novo quadro de orientação sinalética rodoviária.</p> <p>A remarcação das rotas é urgente e deve reforçar o conceito de visitação e uso do enoturismo, pelo que deve apresentar uma dinâmica complementar de identificação de rota, que inclua, para lá da condição da rota do vinho, também a identificação das rotas do enoturismo, envolvendo e identificando em rota, as unidades de enoturismo, os espaços de visitação, as adegas e as vinhas, os museus do vinho, da vinha e da agricultura, os wine-hotels, as wine-shops e a restauração que estrutura o seu negócio, através de propostas enogastron�micas.</p> <p>Necessário estabelecer fatores de articulação com outras rotas existentes (quintas, cavalos e touros, solares e casas apalaçadas, arte e cultura, entre outras).</p> <p>Criação de um modelo nacional e único de rota dos vinhos, com uma variabilidade de itinerários temáticos de caráter regional (Portugal Wine Best Experiences)</p> <p>Face às características intr�secas de cada da região, sugere-se o</p>	<p>DETERMINAÇÃO DE ROTAS GERAIS E ROTAS TEMÁTICAS</p> <p>Remarcação das rotas é urgente.</p> <p>Estabelecer fatores de articulação com outras rotas existentes.</p> <p>Criação de um modelo nacional e único de rota dos vinhos.</p> <p>Face às características intr�secas de cada da região, sugere-se o desenvolvimento de um conjunto de itinerários temáticos.</p> <p>A criação de uma rota associada ao vinho e ao património industrial.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>desenvolvimento de um conjunto de itinerários temáticos alicerçados num conceito transversal alavancado em torno dos valores tradicionais e seculares da cada região, estruturando em torno do seguinte portfólio de oferta: vinho de talha; vinho e tapas regionais; vinho e artesanato (integrando vários espaços e ofícios associados ao artesanato regional); vinho e cultura (integrando atrações culturais)</p> <p>Recomenda-se a criação de uma rota associada ao vinho e ao património industrial, sobretudo no quadro da musealização de espaços e equipamentos agrícolas de vocação vitivinícola.</p>	
<p>QUALIFICAÇÃO ESTÉTICA E APARÊNCIA GERAL DAS UNIDADES</p> <p>A arquitetura de autor tem vindo a garantir, num conjunto considerável de casos de sucesso, a promoção de uma estética valorizada das adegas.</p> <p>No domínio da aparência geral das unidades, sugere-se o desenvolvimento de uma matriz de staging e imagem, integrando um conjunto de variáveis e elementos transversais a todas as unidades, garantindo-se, por esta via, níveis de serviço e identidade comuns.</p> <p>O design e decoração de interiores das unidades ecoturísticas (adegas, restaurantes, wine-shops), é também vital para o processo de valorização das unidades enoturísticas, ampliando a qualidade do acolhimento.</p> <p>A criação de espaços criativos para residências artísticas, bem como a criação de espaços de exposição de obras de arte, quer numa componente de galeria de arte pública, quer numa componente de land art, são fatores, também eles só por si, geradores de potencial atratividade turística.</p> <p>Em Associação às dinâmicas da arquitetura paisagística, o processo do embelezamento dos campos vitivinícolas, com a introdução de espécies de floricultura e com a introdução de linhas geométricas no processo de preparação das vinhas, assume um papel de particular destaque no âmbito da qualificação turística.</p> <p>Reforçar a ideia de ser necessário apostar na melhoria das vias de circulação privadas dentro das propriedades.</p>	<p>QUALIFICAÇÃO ESTÉTICA E APARÊNCIA GERAL DAS UNIDADES</p> <p>A arquitetura de autor.</p> <p>No domínio da aparência geral das unidades, sugere-se o desenvolvimento de uma matriz de staging e imagem.</p> <p>A criação de espaços criativos para residências artísticas.</p> <p>Em Associação às dinâmicas da arquitetura paisagística, o processo do embelezamento dos campos vitivinícolas, com a introdução de espécies de floricultura e com a introdução de linhas geométricas no processo de preparação das vinhas, assume um papel de particular destaque no âmbito da qualificação turística.</p> <p>Reforçar a ideia de ser necessário apostar na melhoria das vias de circulação privadas dentro das propriedades.</p>
<p>FACILIDADES DE ALOJAMENTO</p> <p>Do ponto de vista estratégico importa considerar a necessidade e a possibilidade de estabelecer uma rede própria e tematizada de alojamento.</p> <p>A aposta no alojamento deve centrar-se em unidades de pequena dimensão, de carácter familiar e sempre numa perspetiva de multiproducto, associando o vinho à pesca, à caça e à arte equestre, de modo a multiplicar a tipologia de oferta associada ao alojamento turístico.</p> <p>ATIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA</p>	<p>FACILIDADES DE ALOJAMENTO</p> <p>Estabelecer uma rede própria e tematizada de alojamento.</p> <p>A aposta no alojamento deve centrar-se em unidades de pequena dimensão, de carácter familiar e sempre numa perspetiva de multiproducto.</p> <p>ATIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Uma vertente de animação em projeto de atividades de suporte agrário, correlacionadas com os vários momentos da atividade vitivinícola e que vão desde o passeio pedestre no interior das vinhas, à possibilidade de se fazerem percursos em bicicleta ou a cavalo, até a um conjunto de iniciativas do foro agrário e de relação direta com o vinho, designadamente: a poda, a enxertia, a vindima, a pisa, o trabalho no lagar, entre outras atividades.</p> <p>Uma segunda vertente, associada ainda o sistema vitivinícola e centrada em processo de formação, integrando grupos em workshop, nas áreas da enologia e das provas de vinho, na produção alimentar de receitas que envolvam o uso do vinho, ou até, em práticas alternativas no quadro da saúde e bem-estar, através do consumo do vinho e seus derivados, para fins terapêuticos em componente de wellness/spa centers.</p> <p>Uma terceira vertente de animação, em que se incorporam práticas de animação complementares ao setor vitivinícola, nomeadamente: caça, pesca, balonismo, equitação, etc.</p>	<p>Uma vertente de animação em projeto de atividades de suporte agrário, correlacionadas com os vários momentos da atividade vitivinícola e que vão desde o passeio pedestre no interior das vinhas, à possibilidade de se fazerem percursos em bicicleta ou a cavalo, até a um conjunto de iniciativas do foro agrário e de relação direta com o vinho, designadamente: a poda, a enxertia, a vindima, a pisa, o trabalho no lagar, entre outras atividades.</p> <p>Uma segunda vertente, associada ainda o sistema vitivinícola e centrada em processo de formação, integrando grupos em workshop, nas áreas da enologia e das provas de vinho, na produção alimentar de receitas que envolvam o uso do vinho, ou até, em práticas alternativas no quadro da saúde e bem-estar, através do consumo do vinho e seus derivados, para fins terapêuticos em componente de wellness/spa centers.</p> <p>Uma terceira vertente de animação, em que se incorporam práticas de animação complementares ao setor vitivinícola, nomeadamente: caça, pesca, balonismo, equitação, etc.</p>

Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Diagnóstico de mercado</p> <p>Perfil da procura nacional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Famílias com filhos menores de idade • Estada de curta duração • Nível de rendimento médio/médio-alto • Época do ano de maior procura: Verão e férias escolares • Prática de atividades equestres não é a motivação principal • Não têm conhecimento do cavalo nem das atividades equestres 	
<p>Diagnóstico de mercado</p> <p>Perfil da procura internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mulheres entre os 25 e os 50 anos • Estada média entre 4 e 6 dias • Nível de rendimento médio-alto e alto • Época do ano de maior procura: regular ao longo de todo o ano • Prática de atividades equestres é a motivação principal • Conhecem o cavalo, sabem montar e já possuem um nível técnico avançado 	
<p>Vetores de desenvolvimento turístico</p>	<p>Crescer em quantidade e valor</p> <p>Aumentar o número de turistas com a motivação</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Crescer em quantidade e valor</p> <p>Aumentar o número de turistas com a motivação equestre</p> <p>Promover o cross-selling de outros produtos e serviços locais</p> <p>Qualificar a experiência do turista</p> <p>Assegurar a coerência entre a promoção do destino e a realidade</p> <p>Consolidar a atratividade do destino perante os mercados emissores</p> <p>Aumentar a notoriedade do destino</p> <p>Posicionar o Alentejo e Ribatejo como destino de Turismo Equestre</p> <p>Desenvolver iniciativas de promoção e desenvolvimento de conteúdos</p>	<p>equestre.</p> <p>Promover o cross-selling de outros produtos e serviços locais.</p> <p>Qualificar a experiência do turista</p> <p>Assegurar a coerência entre a promoção do destino e a realidade.</p> <p>Consolidar a atratividade do destino perante os mercados emissores.</p> <p>Aumentar a notoriedade do destino</p> <p>Posicionar o Alentejo e Ribatejo como destino de Turismo Equestre.</p> <p>Desenvolver iniciativas de promoção e desenvolvimento de conteúdos.</p>
<p>Programa Estratégico de Estruturação e Promoção do Produto:</p> <p>Ação 1: Selo de qualidade</p> <p>Criação de um selo de qualidade que regule as infraestruturas e serviços do setor, garantindo os padrões de qualidade nacionais e internacionais.</p> <p>Desenvolver um selo de qualidade;</p> <p>Desenvolver a imagem do selo turístico.</p> <p>Ação 2: Marca</p> <p>Desenvolvimento e promoção de uma marca associada ao Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo que permita dar a conhecer as valências da região para a prática de atividades desta natureza.</p> <p>Desenvolver e lançar a marca Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo.</p> <p>Ação 3: Plataforma/Grupo de Trabalho</p> <p>Avaliar a criação de uma Plataforma/ Grupo de Trabalho, que funcionará em rede e que será responsável pela consolidação da oferta do setor. Será ainda criada uma plataforma online que permita agregar e organizar todas as componentes da cadeia de valor do Turismo Equestre.</p> <p>Constituir a Plataforma/ Grupo de Trabalho que, numa primeira fase, deverá ser liderada pela ERT do Alentejo e Ribatejo;</p> <p>Estruturar uma plataforma online que permita sistematizar e dar a</p>	<p>Ação 5: Rotas equestres</p> <p>Estruturação e definição de rotas equestres no Alentejo e Ribatejo que poderão ter um ou mais dias de duração e apresentar diferentes modelos (rotas em estrela, em pétala ou borboleta e em linha ou circular) com diferentes níveis de dificuldade.</p> <p>Estruturar e definir rotas equestres.</p> <p>Criar rotas equestres como atividade complementar ao turismo de Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos, Touring Cultural e Paisagístico.</p> <p>Desenvolver sinalética de apoio às rotas equestres.</p> <p>Ação 6: Estágios</p> <p>Criação de estágios para cavaleiros profissionais e amadores para diversas faixas etárias e diferentes motivações (profissional/ lazer). Numa ótica de tour operação, devem ser contemplados os estágios nos pacotes turísticos TER.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>conhecer a oferta disponível na região.</p> <p>Ação 4: Guia</p> <p>Estruturação e desenvolvimento de um guia turístico equestre que compile a informação acerca do setor turístico no Alentejo e Ribatejo, contemplando também as infraestruturas, rotas, eventos e serviços complementares equestres.</p> <p>Desenvolvimento de um guia turístico equestre que permita não só promover o Turismo Equestre mas sim a região do Alentejo e Ribatejo e as suas valências.</p> <p>Ação 5: Rotas equestres</p> <p>Estruturação e definição de rotas equestres no Alentejo e Ribatejo que poderão ter um ou mais dias de duração e apresentar diferentes modelos (rotas em estrela, em pétala ou borboleta e em linha ou circular) com diferentes níveis de dificuldade.</p> <p>Estruturar e definir rotas equestres;</p> <p>Criar rotas equestres como atividade complementar ao turismo de Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos, Touring Cultural e Paisagístico;</p> <p>Desenvolver sinalética de apoio às rotas equestres.</p> <p>Ação 6: Estágios</p> <p>Criação de estágios para cavaleiros profissionais e amadores para diversas faixas etárias e diferentes motivações (profissional/ lazer). Numa ótica de tour operação, devem ser contemplados os estágios nos pacotes turísticos TER.</p> <p>Estágios de curta duração com diferentes níveis de aprendizagem e motivações;</p> <p>Estágios profissionais para as equipas federadas portuguesas e internacionais;</p> <p>Estabelecer parcerias com centros hípicas e escolas superiores e profissionais.</p> <p>Ação 7: Pacotes turísticos TER</p> <p>Criação de pacotes turísticos de estadia nas unidades de alojamento em meio rural com a possibilidade de prática de atividades equestres. Estes pacotes deverão contemplar rotas equestres.</p> <p>Desenvolver pacotes turísticos equestres de permanência em unidades de alojamento TER;</p> <p>Desenvolvimento de pacotes turísticos equestres direcionados ao mercado internacional;</p> <p>Desenvolvimento de um plano de promoção para tour operadores e turistas;</p> <p>Mobilização de tour operadores para venda e comercialização de pacotes turísticos equestres;</p> <p>Estímulo à especialização dos agentes da oferta do Turismo Equestre.</p>	<p>Estágios de curta duração com diferentes níveis de aprendizagem e motivações.</p> <p>Estágios profissionais para as equipas federadas portuguesas e internacionais.</p> <p>Estabelecer parcerias com centros hípicas e escolas superiores e profissionais.</p> <p>Ação 7: Pacotes turísticos TER</p> <p>Criação de pacotes turísticos de estadia nas unidades de alojamento em meio rural com a possibilidade de prática de atividades equestres. Estes pacotes deverão contemplar rotas equestres.</p> <p>Desenvolver pacotes turísticos equestres de permanência em unidades de alojamento TER.</p> <p>Desenvolvimento de pacotes turísticos equestres direcionados ao mercado internacional.</p> <p>Desenvolvimento de um plano de promoção para tour operadores e turistas.</p> <p>Mobilização de tour operadores para venda e comercialização de pacotes turísticos equestres.</p> <p>Estímulo à especialização dos agentes da oferta do Turismo Equestre.</p> <p>Ação 8: Feiras e eventos</p> <p>Promoção de forma mais estruturada e exaustiva das feiras equestres existentes e desenvolvimento de novas iniciativas que potenciem a afluência de turistas e profissionais.</p> <p>Promover de forma mais estruturada e exaustiva as principais feiras e eventos atualmente desenvolvidas no Alentejo e no Ribatejo.</p> <p>Relançamento do “Atlântico Tour” na Comporta.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Ação 8: Feiras e eventos</p> <p>Promoção de forma mais estruturada e exaustiva das feiras equestres existentes e desenvolvimento de novas iniciativas que potenciem a afluência de turistas e profissionais.</p> <p>Promover de forma mais estruturada e exaustiva as principais feiras e eventos atualmente desenvolvidas no Alentejo e no Ribatejo;</p> <p>Promoção da Feira Nacional do Cavalo e da Feira Internacional do Cavalo Lusitano</p> <p>Organizar novos eventos: evento anual na Companhia das Lezírias “mês do criado”, jogos equestres nacionais, evento no Picadeiro Real de Belém (Lisboa), relançamento do “Atlântico Tour” na Comporta.</p> <p>Ação 9: Sensibilização e formação</p> <p>Criação de programas de sensibilização para a população residente no território, bem como programas de formação para agentes do setor turístico e profissionais do setor equestre para a temática do Turismo Equestre e os seus benefícios para a região.</p> <p>Criar programas de sensibilização da população residente no território, dando-lhes a conhecer o impacto que o Turismo Equestre representa na região e na economia local;</p> <p>Desenvolver programas de formação para agentes do setor turístico e profissionais do setor equestre;</p> <p>Realização de uma missão técnica (exemplo na Andaluzia) para análise das melhores práticas.</p>	

Plano para o Desenvolvimento do Turismo Náutico no Alentejo e Ribatejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Eixos Territoriais:</p> <p>Foz do Rio Sado e Península de Tróia: Marina de Tróia e Foz do Sado: Náutica recreativa e turística (vela de cruzeiro, vela ligeira, passeios em embarcações clássicas, observação de roazes, remo e canoagem).</p> <p>Potenciais Âmbitos Estratégicos de Desenvolvimento:</p> <p>Alterações estratégicas na aplicação do modelo de exploração e no modelo de negócio da Marina - (modelo de parcerias com o Norte da Europa e oferta de produtos de animação turística complementar à náutica recreativa e turística)</p> <p>Internacionalização da Marina, por via da captação de eventos internacionais na área da náutica desportiva.</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades náuticas de largo espectro numa dinâmica turística (motonáutica, vela ligeira, escola de vela).</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades de animação turística</p>	<p>Eixos Territoriais:</p> <p>Foz do Rio Sado e Península de Tróia: Marina de Tróia e Foz do Sado: Náutica recreativa e turística (vela de cruzeiro, vela ligeira, passeios em embarcações clássicas, observação de roazes, remo e canoagem).</p> <p>Potenciais Âmbitos Estratégicos de Desenvolvimento:</p> <p>Alterações estratégicas na aplicação do modelo de exploração e no modelo de negócio da Marina - (modelo de parcerias com o Norte da Europa e oferta de produtos de animação turística complementar à náutica recreativa e turística).</p> <p>Internacionalização da Marina, por via da captação de eventos internacionais na área da náutica desportiva.</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades náuticas de largo espectro numa dinâmica turística (motonáutica, vela ligeira, escola de vela).</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>complementares à náutica de recreio, turística e desportiva.</p> <p>Modelo articulado e integrado de desenvolvimento lúdico-desportivo para a península de Setúbal e Arrábida, que garanta a articulação entre empresários locais e a gestão da marina, na medida em que o seu benefício global para a atratividade da região poderá ser significativo, considerando a fauna, a flora (ex: birdwatching, observação de roazes) e o património cultural da região (ex: cultura avieira, produção do arroz, produção de sal), nomeadamente no contexto da Reserva Natural do Estuário do Sado.</p> <p>Criação de rede de suporte (infraestruturas e equipamentos) à náutica de recreio</p> <p>Investimentos prioritários a realizar: zona de seco, grua e rampa para tirar e colocar embarcações na água.</p> <p>Produto:</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades náuticas de largo espectro numa dinâmica turística (motonáutica, canoagem, windsurf, kitesurf, vela ligeira).</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades de animação turística complementares à náutica de recreio, turística e desportiva.</p> <p>Sediar em Tróia um Centro Desportivo de Alto Rendimento para a Vela Ligeira.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Infraestruturas e equipamentos:</p> <p>Criação de rede de suporte (infraestruturas e equipamentos) à náutica de recreio ' Investimentos prioritários a realizar: zona de seco, grua e rampa para tirar, colocar embarcações na água, estaleiro e posto de abastecimento.</p> <p>Criação de um clube naval em Tróia com Escola de Vela.</p> <p>Eventos:</p> <p>Calendarização de uma paleta de eventos associados à náutica de recreio com particular incidência nas regatas de vela de cruzeiros, vela ligeira e vela de embarcações tradicionais. A organização de eventos de carácter desportivo com dimensão de uso do espelho de água da Foz do Sado pode contemplar também provas de natação em mar aberto e triatlo.</p>	<p>Ampliação da rede de oferta de atividades de animação turística complementares à náutica de recreio, turística e desportiva.</p> <p>Modelo articulado e integrado de desenvolvimento lúdico-desportivo para a península de Setúbal e Arrábida, que garanta a articulação entre empresários locais e a gestão da marina, na medida em que o seu benefício global para a atratividade da região poderá ser significativo, considerando a fauna, a flora (ex: birdwatching, observação de roazes) e o património cultural da região (ex: cultura avieira, produção do arroz, produção de sal), nomeadamente no contexto da Reserva Natural do Estuário do Sado.</p> <p>Criação de rede de suporte (infraestruturas e equipamentos) à náutica de recreio</p> <p>Investimentos prioritários a realizar: zona de seco, grua e rampa para tirar e colocar embarcações na água.</p> <p>Produto:</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades náuticas de largo espectro numa dinâmica turística (motonáutica, canoagem, windsurf, kitesurf, vela ligeira).</p> <p>Ampliação da rede de oferta de atividades de animação turística complementares à náutica de recreio, turística e desportiva.</p> <p>Sediar em Tróia um Centro Desportivo de Alto Rendimento para a Vela Ligeira.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Infraestruturas e equipamentos:</p> <p>Criação de rede de suporte (infraestruturas e equipamentos) à náutica de recreio ' Investimentos prioritários a realizar: zona de seco, grua e rampa para tirar, colocar embarcações na água, estaleiro e posto de abastecimento.</p> <p>Criação de um clube naval em Tróia com Escola de Vela.</p> <p>Eventos:</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Candidatura para 2018 de uma prova do campeonato do Mundo de Iron-Man que envolva a Foz do Sado, a Península de Tróia e a Serra da Arrábida.</p> <p>Candidatura para 2010 de uma prova internacional de vela em organização com a ISAF - International Sailing Federation e em parceria com a Sonae Turismo.</p> <p>Criação de infraestruturas que configurem Tróia como porta de entrada para as atividades náuticas no Rio Sado, integrando um centro de divulgação, informação e reserva de atividades marítimo-turísticas.</p> <p>II – RECOMENDAÇÕES</p> <p>Aplicação de um modelo de exploração e modelo de negócio estratégico para a Marina - (modelo de parcerias com o Norte da Europa e oferta de produtos de animação turística complementar à náutica recreativa e turística).</p> <p>Internacionalização da Marina, por via da captação de eventos internacionais na área da náutica desportiva.</p> <p>Modelo articulado e integrado de desenvolvimento lúdico-desportivo para a península de Setúbal e Arrábida, que garanta a articulação entre empresários locais e a gestão da marina, na medida em que o seu benefício global para a atratividade da região poderá ser significativo, considerando a fauna, a flora (ex: birdwatching, observação de roazes) e o património cultural da região (ex: cultura avieira, produção do arroz, produção de sal), nomeadamente no contexto da Reserva Natural do Estuário do Sado.</p> <p>Praias de Grândola: Comporta, Carvalhal, Aberta Nova e Lagoa de Melides: Náutica desportiva (surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva, birdwatching).</p> <p>Potenciais Âmbitos Estratégicos de Desenvolvimento:</p> <p>Introdução de um modelo de Base/Centro Náutica, que viabilize a criação de estruturas de divulgação e de operacionalização turística, através do processo de equipar as praias com recursos para o desenvolvimento de práticas de animação marítimo-turística, enquadrada nos subsistemas de concessão balnear, atendendo às especificidades e às potencialidades de cada praia (escolas, aluguer de pranchas, canoas seat-on-top).</p> <p>Considerar a otimização do potencial existente, criando e desenvolvendo estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Infraestruturação, recuperação ou manutenção de uma rede de espaços de sociabilidade e de lazer que contemple WC, restauração, parques de</p>	<p>Calendarização de uma paleta de eventos associados à náutica de recreio com particular incidência nas regatas de vela de cruzeiros, vela ligeira e vela de embarcações tradicionais. A organização de eventos de carácter desportivo com dimensão de uso do espelho de água da Foz do Sado pode contemplar também provas de natação em mar aberto e triatlo.</p> <p>Candidatura para 2018 de uma prova do campeonato do Mundo de Iron-Man que envolva a Foz do Sado, a Península de Tróia e a Serra da Arrábida.</p> <p>Candidatura para 2010 de uma prova internacional de vela em organização com a ISAF - International Sailing Federation e em parceria com a Sonae Turismo.</p> <p>Criação de infraestruturas que configurem Tróia como porta de entrada para as atividades náuticas no Rio Sado, integrando um centro de divulgação, informação e reserva de atividades marítimo-turísticas.</p> <p>II – RECOMENDAÇÕES</p> <p>Aplicação de um modelo de exploração e modelo de negócio estratégico para a Marina - (modelo de parcerias com o Norte da Europa e oferta de produtos de animação turística complementar à náutica recreativa e turística).</p> <p>Internacionalização da Marina, por via da captação de eventos internacionais na área da náutica desportiva.</p> <p>Modelo articulado e integrado de desenvolvimento lúdico-desportivo para a península de Setúbal e Arrábida, que garanta a articulação entre empresários locais e a gestão da marina, na medida em que o seu benefício global para a atratividade da região poderá ser significativo, considerando a fauna, a flora (ex: birdwatching, observação de roazes) e o património cultural da região (ex: cultura avieira, produção do arroz, produção de sal), nomeadamente no contexto da Reserva Natural do Estuário do Sado.</p> <p>Praias de Grândola: Comporta, Carvalhal, Aberta Nova e Lagoa de Melides: Náutica desportiva (surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva, birdwatching).</p> <p>Potenciais Âmbitos Estratégicos de Desenvolvimento:</p> <p>Introdução de um modelo de Base/Centro Náutica, que viabilize a criação de estruturas de divulgação e de operacionalização turística, através do processo de</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>merendas, balneários, playgrounds para crianças, área desportiva, entre outros.</p> <p>Criação de corredores cicláveis de ligação entre a Tróia, Comporta, Alcácer do Sal, Melides.</p> <p>Criação de uma under umbrella brand (sob a marca Alentejo) que agregue os produtos característicos do eixo Sado- Sines e das suas dinâmicas socioeconómicas e culturais, a desenvolver no contexto do futuro plano de marketing e comunicação.</p> <p>Iniciativas tendentes à promoção e apoio do desenvolvimento de alojamento local qualificado e tematizado.</p> <p>A Pesca Desportiva assume-se igualmente neste território como um produto a potencializar, sendo importante o desenvolvimento de infraestruturas de apoio.</p> <p>Criação de uma rede de oferta de atividades de animação turística complementares às atividades náuticas.</p> <p>Articulação entre os empresários locais, as associações de desenvolvimento local, cultura e recreio, e a autarquia.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Criação de rotas pedestres e de BTT entre Tróia e Melides.</p> <p>Criação, mapeamento e balizagem de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p> <p>Produto:</p> <p>Estruturação e desenvolvimento de produtos associados aos desportos de onda e de deslize.</p> <p>Criação de uma rede de oferta de atividades de animação turística complementares às atividades náuticas.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Criação de rotas pedestres e de BTT entre Tróia e Melides.</p> <p>Criação de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p>	<p>equipar as praias com recursos para o desenvolvimento de práticas de animação marítimo-turística, enquadrada nos subsistemas de concessão balnear, atendendo às especificidades e às potencialidades de cada praia (escolas, aluguer de pranchas, canoas seat-on-top).</p> <p>Considerar a otimização do potencial existente, criando e desenvolvendo estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Infraestruturação, recuperação ou manutenção de uma rede de espaços de sociabilidade e de lazer que contemple WC, restauração, parques de merendas, balneários, playgrounds para crianças, área desportiva, entre outros.</p> <p>Criação de corredores cicláveis de ligação entre a Tróia, Comporta, Alcácer do Sal, Melides.</p> <p>Criação de uma under umbrella brand (sob a marca Alentejo) que agregue os produtos característicos do eixo Sado- Sines e das suas dinâmicas socioeconómicas e culturais, a desenvolver no contexto do futuro plano de marketing e comunicação.</p> <p>Iniciativas tendentes à promoção e apoio do desenvolvimento de alojamento local qualificado e tematizado.</p> <p>A Pesca Desportiva assume-se igualmente neste território como um produto a potencializar, sendo importante o desenvolvimento de infraestruturas de apoio.</p> <p>Criação de uma rede de oferta de atividades de animação turística complementares às atividades náuticas.</p> <p>Articulação entre os empresários locais, as associações de desenvolvimento local, cultura e recreio, e a autarquia.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Criação de rotas pedestres e de BTT entre Tróia e Melides.</p> <p>Criação, mapeamento e balizagem de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Infraestruturas e equipamentos:</p> <p>Criação de equipamentos suscetíveis de viabilizar as práticas de animação marítimo-turísticas.</p> <p>Criação de corredores cicláveis de ligação entre a Tróia, Comporta, Alcácer do Sal, Melides.</p> <p>Criação e desenvolvimento de infraestruturas de apoio às atividades associadas à pesca desportiva.</p> <p>Mapeamento e balizagem de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p> <p>Considerar a otimização do potencial existente, criando e desenvolvendo estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Infraestruturação, recuperação ou manutenção de uma rede de espaços de sociabilidade e de lazer que contemple WC, restauração, parques de merendas, balneários, playgrounds para crianças, área desportiva, entre outros.</p> <p>Criar e desenvolver estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Eventos:</p> <p>Provas nacionais e internacionais de pesca desportiva.</p>	<p>Produto:</p> <p>Estruturação e desenvolvimento de produtos associados aos desportos de onda e de deslize.</p> <p>Criação de uma rede de oferta de atividades de animação turística complementares às atividades náuticas.</p> <p>Criação de condições para a operacionalização de circuitos e rotas de turismo náutico.</p> <p>Criação de rotas pedestres e de BTT entre Tróia e Melides.</p> <p>Criação de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p> <p>Infraestruturas e equipamentos:</p> <p>Criação de equipamentos suscetíveis de viabilizar as práticas de animação marítimo-turísticas.</p> <p>Criação de corredores cicláveis de ligação entre a Tróia, Comporta, Alcácer do Sal, Melides.</p> <p>Criação e desenvolvimento de infraestruturas de apoio às atividades associadas à pesca desportiva.</p> <p>Mapeamento e balizagem de pontos de pesca desportiva, turística e recreativa.</p> <p>Considerar a otimização do potencial existente, criando e desenvolvendo estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p>
<p>II – RECOMENDAÇÕES</p> <p>Introdução de um modelo de Base Náutica, que viabilize a criação de estruturas de divulgação e de operacionalização turística, através do processo de equipagem das praias com recursos para o desenvolvimento de práticas de animação marítimo-turística, enquadrado nos subsistemas de concessão balnear, atendendo às especificidades e às potencialidades de cada praia (escolas, aluguer de pranchas, canoas seat-on-top).</p> <p>Criação de uma under umbrella brand (sob a marca Alentejo) que agregue os produtos característicos do eixo Sado-Sines e das suas dinâmicas socioeconómicas e culturais, a desenvolver no contexto do futuro plano de marketing e comunicação.</p>	<p>Considerar a otimização do potencial existente, criando e desenvolvendo estruturas e equipamentos essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Infraestruturação, recuperação ou manutenção de uma rede de espaços de sociabilidade e de lazer que contemple WC, restauração, parques de merendas, balneários, playgrounds para crianças, área desportiva, entre outros.</p> <p>Criar e desenvolver estruturas e equipamentos</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Iniciativas tendentes à promoção e apoio do desenvolvimento de alojamento local qualificado e tematizado.</p> <p>Articulação entre os empresários locais, as associações de desenvolvimento local, cultura e recreio, e a autarquia.</p> <p>Estruturação de um sistema eficaz de recolha periódica dos resíduos sólidos e desenvolvimento de campanhas de sensibilização dirigidas aos utilizadores deste espaço.</p>	<p>essenciais de apoio às atividades náuticas, nomeadamente balneários e estações de apoio para os praticantes de desportos de onda e de aluguer de equipamentos para prática recreativa e desportiva.</p> <p>Eventos:</p> <p>Provas nacionais e internacionais de pesca desportiva.</p> <p>II – RECOMENDAÇÕES</p> <p>Introdução de um modelo de Base Náutica, que viabilize a criação de estruturas de divulgação e de operacionalização turística, através do processo de equipagem das praias com recursos para o desenvolvimento de práticas de animação marítimo-turística, enquadrado nos subsistemas de concessão balnear, atendendo às especificidades e às potencialidades de cada praia (escolas, aluguer de pranchas, canoas seat-on-top).</p> <p>Criação de uma under umbrella brand (sob a marca Alentejo) que agregue os produtos característicos do eixo Sado-Sines e das suas dinâmicas socioeconómicas e culturais, a desenvolver no contexto do futuro plano de marketing e comunicação.</p> <p>Iniciativas tendentes à promoção e apoio do desenvolvimento de alojamento local qualificado e tematizado.</p> <p>Articulação entre os empresários locais, as associações de desenvolvimento local, cultura e recreio, e a autarquia.</p> <p>Estruturação de um sistema eficaz de recolha periódica dos resíduos sólidos e desenvolvimento de campanhas de sensibilização dirigidas aos utilizadores deste espaço.</p>
<p>Produtos Âncora:</p> <p>Marina de Tróia: vela de cruzeiro, passeios em embarcações clássicas. Foz do Sado: vela ligeira, passeios em embarcações clássicas, observação de roazes, remo e canoagem.</p> <p>Comporta e Carvalhal: surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva, birdwatching. Aberta Nova e Lagoa de Melides. Surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva.</p>	<p>Produtos Âncora:</p> <p>Marina de Tróia: vela de cruzeiro, passeios em embarcações clássicas. Foz do Sado: vela ligeira, passeios em embarcações clássicas, observação de roazes, remo e canoagem.</p> <p>Comporta e Carvalhal: surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva, birdwatching. Aberta Nova e Lagoa de Melides. Surf, windsurf, kitesurf, pesca desportiva.</p>

Plano Operacional Estratégico para o Turismo Sol e Mar no Alentejo Litoral

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>20 Objetivos Estratégicos</p> <p>Afirmar o Alentejo Litoral como um destino turístico reconhecido, com uma imagem e características de produto identificáveis e suportadas numa procura com dimensão economicamente sustentável.</p> <p>Conhecer o perfil do turista que visita atualmente o Alentejo Litoral, identificando igualmente as razões associadas à não-procura ou à sua menor expressão.</p> <p>Melhorar os níveis de conhecimento mútuo e de uma frutuosa operacionalidade conjunta entre os vários agentes da oferta turística em presentes no Alentejo Litoral.</p> <p>Idealizar uma estrutura de oferta turística que seja igualmente útil no convite à visitação e aos serviços a ela associados.</p> <p>Construir uma oferta de turismo “Sol e Mar” ecologicamente responsável e estruturada de forma alternativa ao modelo massificado.</p> <p>Conceber uma oferta turística comprometida com os valores de ética, responsabilidade social e sustentabilidade, que seja, designadamente capaz de respeitar o Ambiente Natural; a Cultura e os Modos de Vida das populações residentes e tornar-se acessível ao maior número possível de turistas e visitantes.</p> <p>Conceber uma oferta turística que reconheça e respeite a característica dual do território do Alentejo Litoral, identificada no contraste entre um segmento litoral a Norte com características arenosas e de largos horizontes com um outro, a Sul, que se apresenta entrecortado, agreste, de arribas vigorosas de aspeto selvagem.</p> <p>Reconhecer e aproveitar as virtudes de um modelo de oferta turística ancorado em grandes resorts, designadamente no segmento Norte do território, sem prejuízo de, também neste subsetor, se identificar a vantagem de uma oferta turística ambiental e culturalmente sustentável e integrada com o território interior.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Norte, designadamente o rio Sado e a Península e cidade de Setúbal.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Sul, designadamente os concelhos do Barlavento Algarvio na sua</p>	<p>20 Objetivos Estratégicos</p> <p>Afirmar o Alentejo Litoral como um destino turístico reconhecido, com uma imagem e características de produto identificáveis e suportadas numa procura com dimensão economicamente sustentável.</p> <p>Idealizar uma estrutura de oferta turística que seja igualmente útil no convite à visitação e aos serviços a ela associados.</p> <p>Construir uma oferta de turismo “Sol e Mar” ecologicamente responsável e estruturada de forma alternativa ao modelo massificado.</p> <p>Conceber uma oferta turística comprometida com os valores de ética, responsabilidade social e sustentabilidade, que seja, designadamente capaz de respeitar o Ambiente Natural; a Cultura e os Modos de Vida das populações residentes e tornar-se acessível ao maior número possível de turistas e visitantes.</p> <p>Conceber uma oferta turística que reconheça e respeite a característica dual do território do Alentejo Litoral, identificada no contraste entre um segmento litoral a Norte com características arenosas e de largos horizontes com um outro, a Sul, que se apresenta entrecortado, agreste, de arribas vigorosas de aspeto selvagem.</p> <p>Reconhecer e aproveitar as virtudes de um modelo de oferta turística ancorado em grandes resorts, designadamente no segmento Norte do território, sem prejuízo de, também neste subsetor, se identificar a vantagem de uma oferta turística ambiental e culturalmente sustentável e integrada com o território interior.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Norte, designadamente o rio Sado e a Península e cidade de Setúbal.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Sul, designadamente os concelhos do Barlavento Algarvio na sua relação com o litoral Vicentino.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que beneficie dos mecanismos de proximidade ao aeroporto de Lisboa ou, melhor ainda, de um aeroporto internacional de maior proximidade, se este vier a ser reconsiderado.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>relação com o litoral Vicentino.</p> <p>Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que beneficie dos mecanismos de proximidade ao aeroporto de Lisboa ou, melhor ainda, de um aeroporto internacional de maior proximidade, se este vier a ser reconsiderado.</p> <p>Modelar uma estratégia de concessão, vigilância e equipamento das praias que seja baseada numa lógica de viabilidade económica, nos casos em que tal seja possível, e, nos demais casos, no acautelar por parte das Autarquias de condições mínimas de informação, acessibilidade, segurança e higiene.</p> <p>Robustecer, sobretudo no segmento Sul do território, uma oferta turística de base “eco-rural”, sustentada em percursos na Natureza com recurso a formas suaves de mobilidade e complementados com momentos de contacto com as comunidades locais, identificados com a sua História e Cultura e materializados no consumo de bens e serviços associados ao produto «Gastronomia e Vinhos» e ao artesanato.</p> <p>Promover a integração do produto turístico mobilizável no Alentejo Litoral com as referências de produto que caracterizam a imagem da Região, no seu conjunto, numa lógica de integração multiproduto mas também de âmbito territorial.</p> <p>Aproveitar a atratividade e os mecanismos de oferta turística associados aos rios com maior caudal, navegabilidade e expressão paisagística, designadamente o Sado e o Mira.</p> <p>Promover mecanismos de apoio à inovação e ao empreendedorismo, tendo em vista, nomeadamente, o estímulo a uma presença forte e bem-sucedida da população local na estrutura de oferta turística da sub-região.</p> <p>Desenhar uma política de organização e/ou apoio à realização de eventos que permita consolidar a imagem turística da sub-região e dinamizar a sua procura, sobretudo em “época baixa”.</p> <p>Promover a concertação dos múltiplos agentes envolvidos na promoção e organização de eventos e animação turística, de modo a consubstanciar uma calendarização atrativa e equilibrada temporal e territorialmente.</p> <p>Conceber uma política de comunicação da oferta turística que seja útil às diversas realidades presentes na sub-região, no quadro das dimensões dos fluxos atuais e expectáveis e das características da procura desejável.</p> <p>Identificar, valorizar e utilizar personalidades, fatos ou espaços cuja imagem e visibilidade acrescentem valor simbólico e que, por isso, possam funcionar como mecanismos identitários utilizados na</p>	<p>Modelar uma estratégia de concessão, vigilância e equipamento das praias que seja baseada numa lógica de viabilidade económica, nos casos em que tal seja possível, e, nos demais casos, no acautelar por parte das Autarquias de condições mínimas de informação, acessibilidade, segurança e higiene.</p> <p>Robustecer, sobretudo no segmento Sul do território, uma oferta turística de base “eco-rural”, sustentada em percursos na Natureza com recurso a formas suaves de mobilidade e complementados com momentos de contacto com as comunidades locais, identificados com a sua História e Cultura e materializados no consumo de bens e serviços associados ao produto «Gastronomia e Vinhos» e ao artesanato.</p> <p>Aproveitar a atratividade e os mecanismos de oferta turística associados aos rios com maior caudal, navegabilidade e expressão paisagística, designadamente o Sado e o Mira.</p> <p>Promover mecanismos de apoio à inovação e ao empreendedorismo, tendo em vista, nomeadamente, o estímulo a uma presença forte e bem-sucedida da população local na estrutura de oferta turística da sub-região.</p> <p>Desenhar uma política de organização e/ou apoio à realização de eventos que permita consolidar a imagem turística da sub-região e dinamizar a sua procura, sobretudo em “época baixa”.</p> <p>Promover a concertação dos múltiplos agentes envolvidos na promoção e organização de eventos e animação turística, de modo a consubstanciar uma calendarização atrativa e equilibrada temporal e territorialmente.</p> <p>Identificar, valorizar e utilizar personalidades, fatos ou espaços cuja imagem e visibilidade acrescentem valor simbólico e que, por isso, possam funcionar como mecanismos identitários utilizados na promoção turística.</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
promoção turística.	
<p>EIXOS DE INTERVENÇÃO</p> <p>Ética, responsabilidade social e governança</p> <p>Formação e sensibilização ambiental, patrimonial e turística</p> <p>Ações de formação e sensibilização das comunidades escolares dinamização de ações de sensibilização ambiental, valorização patrimonial e ética turística com as escolas dos concelhos do Alentejo Litoral.</p> <p>Educação e sensibilização ambiental, patrimonial turística da população residente e dos utilizadores das praias (por exemplo através de atividades de voluntariado encetadas pelas escolas dos cinco concelhos do Alentejo Litoral.</p> <p>Dinamização de uma cultura de responsabilidade social nas organizações e empresas</p> <p>Dinamizar uma cultura de responsabilidade social nas empresas relacionada com a acessibilidade e a oferta de «Turismo para Todos», relevando, igualmente, o potencial de mercado desta opção.</p> <p>Ações de formação e sensibilização de empresas e organizações locais, designadamente através do “Licenciamento Verde” de empresas de animação turística, incluindo contrapartidas de valorização ambiental das praias (ex.: ações de limpeza por escolas de surf, empresas marítimo-turísticas).</p> <p>Ações de estreitamento relacional com a população residente, tendo em vista, nomeadamente, a valorização do ambiente natural e do património enquanto recurso civilizacional mas também da oferta turística (por ex. ações de voluntariado social e/ou de preço bonificado por boas práticas ambientais).</p> <p>Implementação do Conceito de “Praia Acessível”</p> <p>Criar condições de acessibilidade das 26 praias do Alentejo Litoral classificadas com o águas balneares às pessoas com mobilidade condicionada de modo a afirmar este território como Destino Turístico Acessível.</p> <p>Sensibilizar todas as pessoas, em especial as que intervenham como agentes e utentes das praias, para a problemática das pessoas com mobilidade condicionada.</p>	<p>EIXOS DE INTERVENÇÃO</p> <p>Implementação do Conceito de “Praia Acessível”</p> <p>Criar condições de acessibilidade das 26 praias do Alentejo Litoral classificadas com o águas balneares às pessoas com mobilidade condicionada de modo a afirmar este território como Destino Turístico Acessível.</p> <p>Qualificação e sustentabilidade do território</p> <p>Regulação da acessibilidade e dotação de acessos e parqueamentos de apoio às praias</p> <p>Condicionamento por método tarifário do acesso em viatura própria às 26 praias classificadas como águas balneares.</p> <p>Implementação de infra-estruturas promotoras da deslocação em modos suaves e ecológicos de transporte (ex.: ciclovias; passadiços, etc.). (deve também ser estudada a viabilidade de um comboio de praia entre o cais do ferry e a praia do Carvalhal da Comporta)</p> <p>Criação de parques de estacionamento devidamente infra-estruturados para proporcionar melhores condições de receção do fluxo de turismo balnear e prevenir a degradação ambiental e paisagística.</p> <p>Criação de uma Rede “Excellence” de oferta para campistas e caravanistas</p> <p>Upgrade dos equipamentos campistas existentes e programação de novos equipamentos.</p> <p>Criação de uma rede densa e qualificada de áreas de serviço para autocaravanas (trecho Comporta-Zambujeira do Mar)</p> <p>Melhoria da sinalética turística</p> <p>Definição de uma estratégia e dos meios operacionais para melhorar a eficácia da sinalética turística no Alentejo Litoral.</p> <p>Empresas, negócios e produtos turísticos</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Incrementação dos indicadores conducentes a obtenção de galardões de destino turístico de excelência</p> <p>Levar a cabo ações focadas na obtenção do galardão multicritério “Quality Coast”.</p> <p>Levar a cabo ações focadas na avaliação de excelência implícita na classificação “Cultural Heritage Management” (informação turística; capacidade de conservação; serviços turísticos oferecidos; valor percebido)</p> <p>Qualificação e sustentabilidade do território</p> <p>Adequação das capacidades de carga às procuras locais turísticas</p> <p>Desenvolver um estudo sobre as capacidades de carga física e social dos principais locais de atracção turística do Alentejo Litoral.</p> <p>Regulação da acessibilidade e dotação de acessos e parqueamentos de apoio às praias</p> <p>Condicionamento por método tarifário do acesso em viatura própria às 26 praias classificadas como águas balneares.</p> <p>Implementação de infra-estruturas promotoras da deslocação em modos suaves e ecológicos de transporte (ex.: ciclovias; passadiços, etc.). (deve também ser estudada a viabilidade de um comboio de praia entre o cais do ferry e a praia do Carvalhal da Comporta)</p> <p>Criação de parques de estacionamento devidamente infra-estruturados para proporcionar melhores condições de receção do fluxo de turismo balnear e prevenir a degradação ambiental e paisagística.</p> <p>Criação de uma Rede “Excellence” de oferta para campistas e caravanistas</p> <p>Upgrade dos equipamentos campistas existentes e programação de novos equipamentos.</p> <p>Criação de uma rede densa e qualificada de áreas de serviço para autocaravanas (trecho Comporta-Zambujeira do Mar)</p> <p>Criação de um Portal Único de Informação e Reserva Campista e Caravanista.</p> <p>Melhoria da sinalética turística</p>	<p>Dinamização dos produtos turísticos associados à fruição da Natureza e à convivência com a ruralidade</p> <p>Preparar guias práticos com recomendações de experiências gastronómicas e associadas à produção de vinhos, identificando restaurantes, adegas e outros espaços que as praticam</p> <p>Preparar guias práticos com recomendações de artesanato local associadas a oficinas e/ou lojas que as praticam e disponibilizam</p> <p>Dinamizar o conhecimento sobre as práticas de birdwatching existentes e potenciais na região, criando articulação entre os vários agentes em presença</p> <p>Dinamizar o conhecimento sobre o potencial existente em relação a produtos turísticos de «nicho» baseados em recursos endógenos.</p> <p>Interpretação do produto turístico Sol e Mar de forma integrada com as atividades náuticas, marítimas e fluviais</p> <p>Explorar as diversas oportunidades em presença relacionadas com o turismo náutico, tanto na hipótese Atlântica como na dimensão fluvial (navegabilidade do rio Sado e do seu estuário, navegabilidade do rio Mira e da sua foz, em Vila Nova de Milfontes).</p> <p>Incremento do envolvimento da população residente na oferta turística e, mais genericamente, no reconhecimento dos seus benefícios</p> <p>Promover a inovação e o empreendedorismo de base local, incentivando as famílias para constituírem pequenas empresas tendo em vista a divulgação integrada dos sistemas de produção, dos produtos e dos hábitos culturais</p> <p>Promoção de produtos turísticos tendentes ao equilíbrio da forte sazonalidade da procura que atualmente se verifica, sobretudo no segmento litoral Norte</p> <p>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta integrada do produto golfe, designadamente junto de mercados de procura que valorizem a interação com os demais produtos de base territorial</p> <p>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta do produto «Turismo de Negócios», aproveitando a qualidade ambiental e cultural no quadro da proximidade à</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Definição de uma estratégia e dos meios operacionais para melhorar a eficácia da sinalética turística no Alentejo Litoral.</p> <p>Empresas, negócios e produtos turísticos</p> <p>Dinamização dos produtos turísticos associados à fruição da Natureza e à convivência com a ruralidade</p> <p>Preparar guias práticos com recomendações de experiências gastronómicas e associadas à produção de vinhos, identificando restaurantes, adegas e outros espaços que as praticam.</p> <p>Preparar guias práticos com recomendações de artesanato local associadas a oficinas e/ou lojas que as praticam e disponibilizam.</p> <p>Dinamizar o conhecimento sobre as práticas de birdwatching existentes e potenciais na região, criando articulação entre os vários agentes em presença.</p> <p>Dinamizar o conhecimento sobre o potencial existente em relação a produtos turísticos de «nicho» baseados em recursos endógenos.</p> <p>Interpretação do produto turístico Sol e Mar de forma integrada com as atividades náuticas, marítimas e fluviais</p> <p>Explorar as diversas oportunidades em presença relacionadas com o turismo náutico, tanto na hipótese Atlântica como na dimensão fluvial (navegabilidade do rio Sado e do seu estuário, navegabilidade do rio Mira e da sua foz, em Vila Nova de Milfontes).</p> <p>Incremento do envolvimento da população residente na oferta turística e, mais genericamente, no reconhecimento dos seus benefícios</p> <p>Promover a inovação e o empreendedorismo de base local, incentivando as famílias para constituírem pequenas empresas tendo em vista a divulgação integrada dos sistemas de produção, dos produtos e dos hábitos culturais.</p> <p>Promoção de produtos turísticos tendentes ao equilíbrio da forte sazonalidade da procura que atualmente se verifica, sobretudo no segmento litoral Norte</p> <p>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta integrada do produto golfe, designadamente junto de mercados de procura que valorizem a interação com os demais produtos de base</p>	<p>Área Metropolitana e Aeroporto Internacional de Lisboa</p> <p>Eventos e animação turística</p> <p>Valorização da imagem universal de Vasco da Gama e dos Descobrimentos</p> <p>Recriação de uma Nau (designada Nau Vasco da Gama), que poderá funcionar como um polo formativo e cultural itinerante acerca dos Descobrimentos, a fundear em diversos pontos da costa alentejana (Sines, Tróia, Vila Nova de Milfontes, Alcácer do Sal).</p> <p>Valorização dos eventos desportivos de grande projeção internacional</p> <p>Eventos náuticos de vela e remo (Estuário/Rio Sado; Tróia, Sines, Porto Covo, Vila Nova de Mil Fontes/RioMira). Realce para o evento Grandes Veleiros Sines2017 (no âmbito da Canada 150 - Tall Ships Regatta2017)</p> <p>Provas internacionais de desportos de praia. Ex:Ultimate Frisbee, futebol; voleibol; futevoley; póloequestre; etc. (Tróia; Comporta; Lagoa de Santo André;Vila Nova de Mil Fontes).</p> <p>Eventos de Atletismo: Alentejo Beach Ultramarathon;Alentejo Iron Man; corridas de orientação; triatlots (sector Sines -Tróia).</p> <p>Evento Equestre (Herdade da Comporta).</p> <p>Provas internacionais de Golfe (Eixo Comporta/Tróia).</p> <p>Centro de Estágios de Futebol e Rugby (Tróia).</p> <p>Dinamização e/ou renovação de eventos culturais e artísticos diversificadores da oferta turística e promotores da imagem do destino</p> <p>Valorização internacional do Festival Trojan Horse was a Unicorn (Tróia).</p> <p>Festival internacional de Cinema Turístico (Tróia);</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>territorial.</p> <p>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta do produto «Turismo de Negócios», aproveitando a qualidade ambiental e cultural no quadro da proximidade à Área Metropolitana e Aeroporto Internacional de Lisboa.</p> <p>Eventos e animação turística</p> <p>Valorização da imagem universal de Vasco da Gama e dos Descobrimentos</p> <p>Feira dos Descobrimentos, posicionando-se como um dos principais eventos do género em Portugal (local: Sines), a realizar na época “média” (Maio-Junho; Setembro-Outubro).</p> <p>Evento gastronómico associado “à cozinha do mundo” (replicação do conceito do festival “Músicas do Mundo” mas adaptado à gastronomia “Sabores do Mundo” evocando a gastronomia dos locais de passagem das expedições de Vasco da Gama.</p> <p>Recriação de uma Nau (designada Nau Vasco da Gama), que poderá funcionar como um polo formativo e cultural itinerante acerca dos Descobrimentos, a fundear em diversos pontos da costa alentejana (Sines, Tróia, Vila Nova de Milfontes, Alcácer do Sal).</p> <p>Valorização dos eventos desportivos de grande projeção internacional</p> <p>Eventos náuticos de vela e remo (Estuário/Rio Sado; Tróia, Sines, Porto Covo, Vila Nova de Mil Fontes/Rio Mira). Realce para o evento Grandes Veleiros Sines2017 (no âmbito da Canada 150 - Tall Ships Regatta2017)</p> <p>Provas internacionais de desportos de praia. Ex:Ultimate Frisbee, futebol; voleibol; futevoley; póloequestre; etc. (Tróia; Comporta; Lagoa de Santo André;Vila Nova de Mil Fontes).</p> <p>Eventos de Atletismo: Alentejo Beach Ultramarathon;Alentejo Iron Man; corridas de orientação; triatlos (sector Sines -Tróia).</p> <p>Evento Equestre (Herdade da Comporta).</p> <p>Provas internacionais de Golfe (Eixo Comporta/Tróia).</p> <p>Centro de Estágios de Futebol e Rugby (Tróia).</p>	<p>Festivais Internacionais de Design e de Moda (Tróia).</p> <p>Feira internacional de Turismo Natureza (Herdade da Comporta).</p> <p>Realização de Festival anual de fotografia sobre o Litoral Alentejano: “Pescadores de Imagens”</p> <p>Promoção da “Festa Azul” na Passagem de Ano (Tróia/Setúbal- Estuário do Sado).</p> <p>Feiras temática alusiva ao património do período Romano - Feira Romana (Tróia, Alcácer do Sal e Miróbriga).</p> <p>Valorização do sector MICE</p> <p>Congressos internacionais com figuras singulares (Tróia).</p> <p>Eventos Corporate (Tróia/Comporta).</p> <p>Promoção da concertação interinstitucional da agenda de eventos</p> <p>Produção de uma agenda de Eventos do AlentejoLitoral (ERT funcionando como “bridging institution”</p>

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Dinamização e/ou renovação de eventos culturais e artísticos diversificadores da oferta turística e promotores da imagem do destino</p> <p>Valorização internacional do Festival Trojan Horse was a Unicorn (Tróia).</p> <p>Festival internacional de Cinema Turístico (Tróia);</p> <p>Festivais Internacionais de Design e de Moda (Tróia).</p> <p>Feira internacional de Turismo Natureza (Herdade da Comporta).</p> <p>Realização de Festival anual de fotografia sobre o Litoral Alentejano: "Pescadores de Imagens"</p> <p>Promoção da "Festa Azul" na Passagem de Ano (Tróia/Setúbal-Estuário do Sado).</p> <p>Feiras temática alusiva ao património do período Romano - Feira Romana (Tróia, Alcácer do Sal e Miróbriga).</p> <p>Valorização do sector MICE</p> <p>Congressos internacionais com figuras singulares (Tróia).</p> <p>Eventos Corporate (Tróia/Comporta).</p> <p>Promoção da concertação interinstitucional da agenda de eventos</p> <p>Produção de uma agenda de Eventos do AlentejoLitoral (ERT funcionando como "bridging institution"</p> <p>EIXO V - Comunicação e Imagem</p> <p>Implementação de processos de avaliação da Comunicação e Imagem do destino turístico</p> <p>Reconhecimento e avaliação das estratégias de comunicação e imagem em prática no destino turístico Alentejo litoral</p> <p>Reconhecimento e avaliação das estratégias de comunicação e imagem em prática em destinos turísticos concorrentes do Alentejo Litoral ou considerados como seus similares</p>	

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>Monitorização da nova estratégia de comunicação e imagem a implementar no destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Adequação da estrutura organizacional da Comunicação e Imagem</p> <p>Identificação e operacionalização da estrutura organizacional responsável pela gestão dos processos de comunicação e imagem em prática no destino turístico Alentejo Litoral Comunicação e imagem</p> <p>Definição de estratégias eficazes de Comunicação e Imagem</p> <p>Identificação das linhas estratégicas para a produção de uma imagem tendente à comunicação do destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Identificação de personalidades, factos ou espaços cuja imagem e visibilidade possam acrescentem valor simbólico e que, por isso, tenham a capacidade de funcionar como mecanismos identitários utilizados na promoção turística</p> <p>Comunicação e Imagem: dimensão operacional</p> <p>Identificação de uma linha gráfica a utilizar nos processos de comunicação e imagem do destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Identificação de oportunidades de co-financiamento para campanhas ou outras atividades de promoção do destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Identificação dos meios e dos canais a utilizar nos processos de comunicação do destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Operacionalização de práticas regulares de relacionamento comunicacional com os media setoriais do turismo e outros, à escala nacional e internacional</p> <p>Operacionalização de visitas educacionais e recreativas destinadas a públicos-alvo, nacionais e internacionais, com capacidade para elevar a notoriedade do destino turístico Alentejo Litoral</p> <p>Atividades de voluntariado procurando o envolvimento das comunidades locais</p>	

Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Touring Cultural e Paisagístico no Alentejo e Ribatejo

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<p>ROTA VICENTINA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminho Histórico • Trilho dos Pescadores <p>ROTA DA ARTE CONTEMPORÂNEA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 1 - Rota da arquitetura • Rota 2 - Rota da arquitetura • Rota 3 - Rota da arquitetura • Rota 4 - Rota da pintura/escultura <p>ROTA VIAJAR COM OS ESCRITORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota das Casas dos Escritores • Rota dos Presencistas <p>ROTEIROS DA LIBERDADE E DA DEMOCRACIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rotas da Liberdade: Grândola (Roteiro Republicano) • Rota do Liberalismo e das Guerras Liberais <p>ROTAS GASTRONÓMICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota dos Sabores dos Ganhões Açorda Açorda da Aceifa Açorda de Beldroegas Açorda de Tomate Açorda de Batatas Açorda de Alho Migas Gaspacho • Rota dos Sabores Conventuais • Rota dos Sabores Tradicionais (Produtos de Denominação de Origem Protegida) <p>ROTA DO MONTADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grândola (Paisagem de Montado) <p>ROTA DOS MINEIROS, MINÉRIOS E MINERAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grândola (Mina da Caveira e do Lousal) <p>ROTA DA FOTOGRAFIA E DAS PAISAGENS CÉNICAS</p> <p>ROTA DO SAGRADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 1. Megalitismo. • Rota 2. Cultos Romanos: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Alentejo Litoral - Miróbriga (Santiago do Cacém), Cripta Arqueológica do Castelo (Alcácer do Sal), Tróia (Grândola). 	<p>ROTA DA ARTE CONTEMPORÂNEA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 1 - Rota da arquitetura <p>ROTEIROS DA LIBERDADE E DA DEMOCRACIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rotas da Liberdade: Grândola (Roteiro Republicano) <p>ROTAS GASTRONÓMICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota dos Sabores dos Ganhões Açorda Açorda da Aceifa Açorda de Beldroegas Açorda de Tomate Açorda de Batatas Açorda de Alho Migas Gaspacho <p>ROTA DO MONTADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grândola (Paisagem de Montado) <p>ROTA DOS MINEIROS, MINÉRIOS E MINERAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grândola (Mina da Caveira e do Lousal) <p>ROTA DA FOTOGRAFIA E DAS PAISAGENS CÉNICAS</p> <p>ROTA DO SAGRADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 1. Megalitismo. • Rota 2. Cultos Romanos: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Alentejo Litoral - Miróbriga (Santiago do Cacém), Cripta Arqueológica do Castelo (Alcácer do Sal), Tróia (Grândola). <p>ROTA DAS VIAGENS COM ESTÓRIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 4 Lendas do Litoral • Rota 15 Os ranchos migratórios/os ratinhos “vão cantando e voltam chorando) Lezíria do Tejo e Vale do Sado. <p>ROTA DOS ARTESÃOS OU DAS ARTES E DOS OFÍCIOS TRADICIONAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota do Sal, das Salinas e dos Salineiros Grândola - tanques de salga e porto romano de Cetóbriga • Rota dos Avieiros e da cultura Avieira

Objetivos e Metas	Aplicabilidade na área de intervenção
<ul style="list-style-type: none"> • Rota 5. Mendicante. • Rota 6. Contra-Reforma: Maneirismo, Barroco <p>ROTA DAS VIAGENS COM ESTÓRIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota 4 Lendas do Litoral: A lenda da Fundação de Santiago do Cacém; Lenda da princesa bizantina (Santiago do Cacém); a Jangada de S. Torpes (Sines); A Lenda de Nossa Senhora da Queimada (Ilha do Pessegueiro - Sines). • Rota 15 Os ranchos migratórios/os ratinhos “vão cantando e voltam chorando) Lezíria do Tejo e Vale do Sado. <p>ROTA DO CONTRABANDO</p> <p>ROTA DOS ARTESÃOS OU DAS ARTES E DOS OFÍCIOS TRADICIONAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rota do Sal, das Salinas e dos Salineiros Grândola - tanques de salga e porto romano de Cetóbriga • Rota dos Avieiros e da cultura Avieira • Rota dos Oleiros e das Olarias. • Rotas do Fio e do Tear <p>ROTA DO AZULEJO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rota dos Oleiros e das Olarias. • Rotas do Fio e do Tear • Artesanato ligado à cortiça <p>ROTA DOS MOINHOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moinhos de água localizados nas linhas de água ou de vento em pontos relativamente elevados, são motivo para passeios pedestres. Alguns encontram-se em avançado estado de degradação, mas poderia constituir-se como uma boa oportunidade de recuperação. <p>ROTA DAS ANTIGAS ESCOLAS PRIMÁRIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • O número de antigas escolas primárias existentes em espaço rural, poderão ser uma boa oportunidade de conhecer esses locais. E poderá levar à sua recuperação para fins turísticos (residenciais, espaços museológicos, centros de divulgação científica ligada à biologia, entre outros) <p>ROTA DA ÁGUA</p> <ul style="list-style-type: none"> • A existência de cursos de água, como a Ribeira de Grândola, Melides, Vala Real e Rio Sado permitem cruzar o concelho desde o interior até ao litoral, permitindo usufruir da variedade de paisagem que caracteriza o concelho de Grândola. <p>ROTA DAS ROMARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • A existência de algumas romarias (Nª Srª Penha, Nª Senhora do Rosário de Tróia, Nª Senhora da Saúde e da Azinheira dos Barros) no concelho poderão permitir conhecer o património religioso existente.

O espaço dedicado aos objetivos/metasp é constituído por um resumo do plano no que respeita aos seus objetivos. No entanto, em alguns casos também se encontra um resumo da caracterização da situação existente, que foi objeto de diagnóstico nos respetivos planos. Assinalou-se a negrito, em ambos os campos, o que foi considerado como mais relevante, documento a documento.

No campo Aplicabilidade na Área de Intervenção consta o que se definiu como mais aplicável ao concelho de Grândola (sublinhado a azul). Consta igualmente o que é referido no plano em causa para o concelho de Grândola (encontra-se sublinhado a verde) e as sugestões da equipa do PDM (encontra-se sublinhado a laranja).