



AGENDA  
**21**LOCAL  
*Município de Ourique*



# AGENDA 21 LOCAL DE OURIQUE

## CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA ESTRATÉGICA TURISMO



Concelho de  
**Ourique**  
*Câmara Municipal*

ega  
Environmental Governance Advisors



## **ENTIDADE EXECUTORA**



Em colaboração com:



## ***EQUIPA TÉCNICA***

EGA:

José Guerreiro

Cristina Rebelo

Ana Viras

Patrícia Tamborino

Raquel Ribeiro

Sara Rebelo

AJS&A:

António José Sá

Ricardo Raimundo

Carlos Tavares de Lima

## ***Entidade Promotora:***



## ***Co-Financiamento:***



**ÍNDICE**

<b>LISTA DE ACRÓNIMOS .....</b>	<b>VI</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>3</b>
<b>2. ENQUADRAMENTO E IMPORTÂNCIA DA ÁREA ESTRATÉGICA .....</b>	<b>9</b>
<b>3. CARACTERIZAÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>3.1. A Marca Alentejo .....</b>	<b>15</b>
3.1.1. Caracterização do valor da marca Alentejo .....	16
3.1.2. Produtos Turísticos.....	19
3.1.2.1. Perfil do Turista por produto.....	19
<b>3.2. Caracterização do Alojamento no Alentejo .....</b>	<b>22</b>
3.2.1. Oferta.....	22
3.2.2. Procura.....	24
3.2.3. Perfil do Turista Interno .....	25
<b>3.3. O Concelho de Ourique .....</b>	<b>25</b>
<b>4. ANÁLISE FOFA .....</b>	<b>35</b>
<b>5. PROPOSTA DE VISÃO E OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS .....</b>	<b>39</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES .....</b>	<b>43</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>I</b>

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 - Fases de implementação da A21L. ....	3
Figura 2 - Número de estabelecimentos turísticos, por tipologia, entre 2001 e 2009. Fonte: Turismo de Portugal.....	22
Figura 3 - Evolução de número de camas por tipologia de estabelecimento turístico, entre 2001 e 2009, na região do Alentejo. ....	23
Figura 4 - Taxa de ocupação por tipologia de estabelecimento turístico. Fonte: Turismo de Portugal. ....	24

**ÍNDICE DE QUADROS**

Quadro 1 - Perfil básico do consumidor de viagens de Gastronomia & Vinhos. Fonte: Turismo de Portugal, 2006.....	20
Quadro 2 - Perfil do consumidor de viagens de Touring. Fonte: Turismo de Portugal, 2006. ....	21
Quadro 3 - Oferta de restauração no concelho de Ourique. Fontes: Região de Turismo Planície Dourada; Câmara Municipal de Ourique; lifecooler. ....	29



Quadro 4 - Oferta hoteleira no concelho de Ourique. Fontes: Região de Turismo Planície Dourada; lifecooler; Alentejo Online. ....30

Entidade Promotora:



Entidade Executora:



Co-Financiamento:





## LISTA DE ACRÓNIMOS

A – Auto-Estrada

A21L – Agenda 21 Local

AMBAAL – Associação de Municípios do Baixo Alentejo

ARPTA – Agência de Promoção Turística do Alentejo

ERT – Entidade Regional de Turismo

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FOFA (Análise FOFA) – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

IP – Itinerário Principal

OMT – Organização Mundial de Turismo

ORIK – Associação de Defesa do Património de Ourique

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PO INALENTEJO – Programa Operacional Regional do Alentejo

QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional

TER – Turismo em Espaço Rural

# INTRODUÇÃO

1









## 1. INTRODUÇÃO

A Agenda 21 Local (A21L) é um instrumento para a promoção de desenvolvimento sustentável a nível local. Trata-se de um plano estratégico e operativo de âmbito municipal e de carácter fortemente participado, que visa delinear estratégias e projectos prioritários para o desenvolvimento sustentável do concelho.

As fases de implementação da A21L de Ourique encontram-se representadas na Figura 1. Na primeira fase procede-se à caracterização da situação existente em termos ambientais, sociais e económicos, através de bibliografia diversa, de entrevistas a actores-chave, de entrevistas a Presidentes de Juntas de Freguesia, de realização de questionários à população, entre outros. Tendo por base a caracterização da situação existente, a Câmara Municipal em parceria com os diversos sectores da comunidade identificarão as linhas estratégicas que permitirão um maior e melhor desenvolvimento do concelho. A importância da identificação das principais áreas estratégicas determina a orientação e temas a tratar pela A21L. Segue-se a fase onde é elaborado o Plano de Acção, onde são definidas as acções a realizar e os seus intervenientes, visando pôr em prática as estratégias de desenvolvimento do Concelho. Por fim, dever-se-á monitorizar a implementação das acções e proceder à verificação dos objectivos propostos.



Figura 1 - Fases de implementação da A21L.



A Câmara Municipal de Ourique começou a construir a sua A21L em Junho de 2010. O projecto "Agenda 21 Local de Ourique" é promovido pelo Município de Ourique e obteve um co-financiamento do FEDER através do QREN e do PO INALENTEJO 2007-2013 – Contratualização AMBAAL.

No âmbito do projecto "Agenda 21 Local de Ourique" foi realizado o Diagnóstico para a Sustentabilidade do concelho de Ourique em que se procedeu ao levantamento das características ambientais, económicas e sociais do concelho e à análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) que serviu de base à identificação das áreas estratégicas a adoptar no Plano de Acção, tendo como pressupostos:

- potenciar os pontos fortes;
- eliminar os pontos fracos;
- combater as ameaças;
- aproveitar as oportunidades.

A análise elaborada sobre o desenvolvimento de Ourique, quer do ponto de vista da situação de referência, quer do ponto de vista prospectivo, apontou algumas pistas de reflexão estratégica, correspondendo a outras tantas hipóteses de trabalho.

Tendo por base os diferentes Planos Nacionais e Regionais directamente relacionados com Ourique, a informação que sustenta a caracterização do município, as entrevistas a actores-chave e aos Presidentes de Juntas de Freguesia, foram propostas **seis áreas estratégicas essenciais** onde deverá assentar toda a estratégia de desenvolvimento recomendável para Ourique:

- **Energias Alternativas;**
- **Identidade Cultural;**
- **Turismo;**
- **Produtos Tradicionais e de Agricultura Biológica;**
- **Formação Profissional;**
- **Localização Geográfica.**



Esta proposta foi apresentada, analisada e discutida no Fórum Participativo de Ourique, tendo sido aceite por todos os intervenientes.

Com a identificação das principais áreas estratégicas para o concelho de Ourique, o processo de A21L inicia uma etapa na qual será efectuada uma caracterização de cada uma das áreas estratégicas identificadas, que resultará na selecção de um conjunto de acções concretas, para cada uma das áreas estratégicas identificadas, que visem o desenvolvimento sustentável. Posteriormente, e para cada acção identificada, proceder-se-á à reunião e sistematização da informação necessária para a implementação das acções.

O presente documento constitui o relatório de “Caracterização da área estratégica – Turismo”. Este relatório foi executado pela EGA – Environmental Governance Advisors, Lda. – em colaboração com AJS&A Consultores em Planeamento, Marketing e Turismo, Lda.

O presente documento é constituído por seis capítulos. No Capítulo 2 é efectuado o enquadramento e é apresentada a importância da área estratégica em análise. No Capítulo 3 procede-se à caracterização da área estratégica, com base numa análise bibliográfica e estatística e na elaboração de entrevistas a actores-chave. No Capítulo 4 encontra-se a análise FOFA efectuada para a área estratégica em análise. No Capítulo 5 apresenta-se a proposta de visão e os objectivos estratégicos. Por último, no Capítulo 6 apresentam-se sumariamente as principais conclusões.



# ENQUADRAMENTO E IMPORTÂNCIA DA ÁREA ESTRATÉGICA

2







## 2. ENQUADRAMENTO E IMPORTÂNCIA DA ÁREA ESTRATÉGICA

O Turismo é já uma das actividades económicas com maior importância a nível mundial (cerca de 11% do Produto Mundial Bruto).

Seguindo a tendência mundial e nacional, o turismo é também uma das principais actividades emergentes do Município de Ourique, tanto em termos de emprego, como em termos de rendimento, existindo alguns projectos que poderão vir a ter impactes significativos. Através da realização do diagnóstico do concelho em fases anteriores, ficou claro que Ourique possui um mosaico multifacetado de recursos turísticos, singulares, de excepção e de autenticidade. Contudo, este potencial de desenvolvimento turístico encontra-se ainda numa fase um pouco incipiente, ao nível da oferta hoteleira e da restauração, que importa acelerar de forma sustentada e numa óptica de preservação da forte identidade cultural e paisagística do concelho.

Existe assim uma grande potencialidade de recursos a serem utilizados turisticamente, designadamente a nível Cultural e a nível Ambiental. É necessário um planeamento e organização da oferta turística em Ourique, complementado com a realização do despiste de produtos diferenciadores no contexto do Alentejo, como também de produtos com impacto socioeconómico significativo, orientando estrategicamente o seu desenvolvimento turístico para os produtos do território que dão maior garantia de afirmação.

É toda esta problemática que necessita de ser analisada, tanto mais que o turismo pode vir a ser uma das principais actividades económicas de Ourique. Constitui uma das ferramentas essenciais da promoção do município, suportado nos valores intrínsecos do território e das pessoas. Existe a necessidade de uma estratégia de marketing territorial e a integração dos valores culturais e ambientais, que transformem a ruralidade num espaço de preservação e valorização da identidade.

Para o desenvolvimento desta área estratégica do **Turismo**, deverão contribuir todas as outras cinco áreas estratégicas igualmente identificadas na fase de diagnóstico: Identidade Cultural, Produtos Tradicionais e de Agricultura Biológica, Formação Profissional, Localização Geográfica e Energias Alternativas.



Relativamente à área da **Identidade Cultural**, esta possui uma forte ligação à área do Turismo, uma vez que o desenvolvimento, a potenciação e a divulgação de todas as questões culturais, nomeadamente ao nível do património, das festas e feiras, gastronomia e identidade paisagística constituem-se um pilar fundamental de suporte a toda a actividade turística do concelho.

Do mesmo modo, os **Produtos Tradicionais e de Agricultura Biológica**, potenciados por uma “Marca Ourique” constituem-se também como uma atracção de turistas para o concelho, actuando como um catalisador do turismo.

É necessário também operacionalizar a relação da área do Turismo com a da **Formação Profissional**, uma vez que é necessária a formação de recursos na área do turismo, restauração, restauração de monumentos, entre outros. É de notar já a existência de uma acção de formação executada pelo Agrupamento Vertical de Ourique de Técnico de Turismo dirigida aos jovens. Contudo, a identificação das necessidades de formação nestas áreas poderá vir a originar a criação de escolas específicas, aumentando-se assim o leque das oportunidades de emprego e, bem assim, a fixação de jovens no município.

A área do Turismo irá aproveitar também as vantagens integradas no aproveitamento da **Localização Geográfica**, tirando partido da centralidade do território, das ligações ferroviárias e viárias ao Algarve e Lisboa, que facilitam a mobilidade para o território. A constituição de plataformas logísticas e empresariais funcionam também como um catalisador de desenvolvimento do concelho e da sua economia e, como tal, do investimento associado à actividade turística.

Finalmente, relativamente à área das **Energias Alternativas**, apesar de poder existir uma certa incompatibilidade pela ocupação dos espaços tendo que, para isso, existir uma correcta gestão e organização do território, o desenvolvimento de energias alternativas poderá contribuir para o conceito de Ecoturismo, alicerçado nos princípios do “Turismo Sustentável”. Por outro lado, poderá também existir alteração da paisagem (pela implementação das





infra-estruturas de produção de energia) e, consequentemente, afectação de um dos principais recursos potenciais do turismo.

Entidade Promotora:



Entidade Executora:



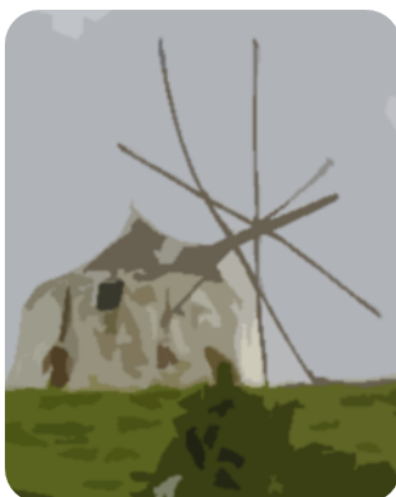
Co-Financiamento:





# CARACTERIZAÇÃO

3







### 3. CARACTERIZAÇÃO

#### 3.1. A Marca Alentejo

A estratégia a desenvolver para o concelho de Ourique deverá ser enquadrada na Região de Turismo do Alentejo, em convergência com as orientações estabelecidas no **Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT)** (Resolução de Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de Abril).

De acordo com o PENT, existem 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo de Portugal:

- Sol e Mar;
- Circuitos Turísticos (*touring*) cultural e paisagístico;
- Estadias de curta duração em cidade (*city break*);
- Turismo de negócios;
- Turismo de natureza;
- Turismo náutico (inclui os cruzeiros);
- Saúde e bem-estar;
- Golfe;
- Conjuntos turísticos (*resorts*) integrados e turismo residencial; e
- Gastronomia e vinhos.

Para a região do Alentejo, o PENT estabelece que o modelo de desenvolvimento do sector passa pelo contraste e interligação entre "(...) *um ambiente tranquilo e uma região de animação turística, com diversas actividades ao ar livre*" (Resolução de Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de Abril). Refere que o **produto chave da região** é o circuito turístico (***touring***) **cultural e paisagístico**, complementado pelo produto sol e mar. Refere que a região ainda pode desenvolver outros produtos turísticos resultantes de uma oferta maior, nomeadamente o **golfe**, a **saúde e bem-estar**, os **conjuntos turísticos (*resorts*) integrados**, o **turismo residencial** e a **gastronomia e vinhos**. Ressalva ainda que o desenvolvimento de produtos em zonas rurais (*como é o caso de Ourique*)



deverá ser implementado tendo em conta a estratégia nacional para o desenvolvimento rural, nomeadamente quanto ao **turismo em espaço rural**, ou seja, aumentar a competitividade da economia local e estimular o tecido empresarial.

A Região do Alentejo, no sector, é representada pela **Turismo do Alentejo, E.R.T.** Esta é a Entidade Regional de Turismo "(...) responsável pela gestão da Área Regional de Turismo do Alentejo, incumbindo-lhe prioritariamente a valorização turística da sua área territorial"<sup>1</sup>. Ao nível da Promoção Turística, a **ARPTA – Agência de Promoção Turística do Alentejo – Turismo do Alentejo** é a "(...) entidade responsável pela promoção turística do Alentejo em todos os mercados externos e pela informação aos turistas".<sup>2</sup>

Uma vez que não foram encontrados dados ao nível de fontes bibliográficas/estatísticas, nomeadamente no Turismo de Portugal e no INE, para caracterizar o sector do turismo ao nível concelhio de Ourique, realizou-se uma recolha dos dados mais relevantes para a região do Alentejo, que a seguir se apresentam.

### 3.1.1. Caracterização do valor da marca Alentejo

Relativamente à caracterização das Regiões de Turismo de Portugal, foi publicado em 2009, pelo Turismo de Portugal, o "Estudo de Avaliação da Atractividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o Mercado Interno". Neste estudo, cada Destino Turístico (designado por marca-região) é considerado como sendo composto por oito variáveis: Oferta Hoteleira, Clima atmosférico, Paisagem natural, Oferta Cultural e Social, Gastronomia, População Local (simpatia), Património histórico e Paisagem urbana. Deste modo, o que diferencia cada marca-região é a importância das variáveis na satisfação das necessidades do consumidor, num determinado contexto de consumo.

<sup>1</sup> <http://www.turismodoalentejo-ert.pt/>.

<sup>2</sup> <http://www.visitalentejo.pt/vpt>.



Relativamente à atractividade da marca Alentejo,<sup>3</sup> esta apresenta um Índice de Atractividade de 62,9, situando-se este valor a meio da tabela que integra os índices de atractividade de todas as Regiões e Pólos Turísticos em Portugal. Esta atractividade é fundamentalmente explicada por seis variáveis, sendo que as mais relevantes são o Clima e a Oferta Hoteleira. Comparando a percepção de cada variável da marca Alentejo com a média nacional, seis variáveis encontram-se acima da média, sendo que apenas duas estão abaixo da média nacional, nomeadamente a Oferta Hoteleira e a Oferta Cultural e Social (Turismo de Portugal, 2009).

Relativamente à variável **Clima** esta apresentou uma avaliação, como referido, acima da média, obtendo a terceira melhor avaliação a nível nacional (relativamente às outras marcas-região), devido ao clima ameno e temperaturas médias mais elevadas. Existe uma atracção dos consumidores pela oportunidade de realizar actividades ao ar livre, passear, etc. Contudo, uma vez que as temperaturas são bastante elevadas no Verão, existe uma maior procura deste destino fora da época do Verão, nomeadamente na Primavera e Outono. A preferência do Alentejo fora da época do Verão também faz com que esteja mais relacionado a estadias mais curtas, nomeadamente de 3 a 4 noites, o que favorece o desenvolvimento do produto *short break* (Turismo de Portugal, 2009).

Em termos de **Paisagem Natural**, a avaliação da marca é também acima da média nacional. É caracterizada pelas planícies com baixa densidade populacional, pelas searas (paisagem agrícola) e pelos montes, reflectindo um elevado valor paisagístico e cénico, enquadrado num ambiente tranquilo e calmo. Contudo, apesar da percepção positiva, o tipo de paisagem agrícola (pertencente a terrenos privados onde os turistas não poderão entrar) e a falta de infra-estruturas limitam o consumo turístico e tendem a fazer com que os turistas prefiram estadias mais curtas (Turismo de Portugal, 2009).

A **Paisagem Urbana** do Alentejo também apresenta um potencial de atracção de turistas, apesar de ser menos relevante, relacionado com a existência das casas típicas e das zonas históricas. É percebida também como associada

<sup>3</sup> Esta marca Alentejo não inclui o Alentejo Litoral, que possui uma marca própria.



a actividades que poderão ser realizadas pelos turistas. Ligada a esta variável surge o **Património** (situada ligeiramente acima da média), que possui também um potencial de atracção, uma vez que o Alentejo possui uma riqueza histórica relevante, que pode ser aproveitado como fonte de actividades a oferecer aos turistas. Assim, a Paisagem Urbana aliada ao Património possuem um forte potencial de atracção pela transformação dos recursos em produtos que se traduzem na oferta de actividades para os consumidores (Turismo de Portugal, 2009).

Em relação à **Oferta Hoteleira**, esta caracteriza-se sobretudo pela presença de unidades de TER (Turismo em Espaço Rural), constituindo-se como um símbolo da atractividade da marca. Não obstante, esta variável foi avaliada abaixo da média nacional. Isto deve-se sobretudo ao facto de que, face ao nível de preço praticado, o serviço é percepcionado como deficitário, existindo a necessidade de melhorar e monitorizar a qualidade do serviço. Por outro lado, a oferta hoteleira é relevante para a promoção de actividades, sendo necessário o desenvolvimento de infra-estruturas associadas para essa promoção. Mais uma vez, o facto de existir uma reduzida oferta hoteleira associada a um reduzido número de actividades faz com que seja um destino para estadias curtas (Turismo de Portugal, 2009).

Neste seguimento, a variável da **Oferta Cultural e Social** obteve também uma avaliação abaixo da média uma vez que o Alentejo é percepcionado como tendo pouca oferta ao nível de infra-estruturas turísticas, o que faz com que, mais uma vez, sejam preferencialmente escolhidas as estadias de curta duração. A falta de infra-estruturas culturais e sociais que permitam o usufruto de actividades é um factor que reduz a atractividade do Alentejo (Turismo de Portugal, 2009).

Pelo contrário, a **Gastronomia** é avaliada positivamente, sendo visivelmente superior à média. É percepcionada como um produto e uma actividade *per se*, existindo uma ligação entre a qualidade da comida e do serviço prestado. Este aspecto está relacionado com a interacção com a População Local uma vez que, não existindo a "massificação" do turismo, ocorre uma personalização maior do serviço (Turismo de Portugal, 2009).





A **População Local** (habitantes sem ligação ao turismo e empregados da indústria hoteleira) é então outra variável avaliada positivamente, relacionando-se com a interacção dos turistas com os locais. A imagem que é percebida da população alentejana é de tranquilidade, generosidade e simpatia. Será necessário também manter e monitorizar esta variável, para que um crescimento do turismo não a afecte negativamente (Turismo de Portugal, 2009).

Em suma, o Alentejo é uma região que, dadas as suas características, neste momento, é procurada preferencialmente para estadias de curta duração. Possui um clima agradável, excepto no Verão (temperaturas muito elevadas), sendo que possui mais turistas na época fora do Verão, nomeadamente Primavera e Outono. Possui também uma paisagem natural com bastante valor paisagístico e cénico, assim como uma paisagem urbana apelativa, associada ao património histórico. A gastronomia é, sem dúvida, um ponto forte, ligada à interacção particular com a população local, associada a uma imagem de hospitalidade, generosidade e simpatia. Por outro lado, a oferta hoteleira é percebida como deficitária no que diz respeito à qualidade de serviço, existindo a necessidade de melhorar e monitorizar este aspecto. Apontado como aspecto a melhorar é, também, a pouca oferta cultural e social, ao nível de infra-estruturas que permitam o usufruto de actividades pelos turistas, o que reduz a atractividade da marca. É necessário o desenvolvimento destas infra-estruturas, também associadas à oferta hoteleira.

### 3.1.2. Produtos Turísticos

A marca Alentejo aparenta assim ter potencial para o aproveitamento dos seguintes produtos turísticos: "Gastronomia e Vinhos", "Touring Cultural e Paisagístico" e "Resorts Integrados e Turismo Residencial".

#### 3.1.2.1. Perfil do Turista por produto

De seguida apresentam-se os perfis do turista associados aos produtos turísticos definidos no PENT. De notar que estes perfis aplicam-se ao nível nacional.



No Quadro 1 sintetiza-se o perfil básico do consumidor de viagens de Gastronomia & Vinhos.

No Quadro 2 sintetiza-se o perfil do consumidor de viagens de *Touring*.

**Quadro 1 - Perfil básico do consumidor de viagens de Gastronomia & Vinhos. Fonte: Turismo de Portugal, 2006.**

Âmbito	Os Consumidores Europeus	
Perfil sócio-demográfico	Quem são?	
	Adultos entre 35 e 60 anos Elevado poder de compra	> Maioritariamente homens > Elevado nível sócio-cultural
Hábitos de informação	Através de que meio se informam?	
	Clubes sociais de vinhos e gastronomia Imprensa especializada	> Recomendação de amigos e/ou familiares > Internet
Hábitos de compra	Onde compram?	
	Portais de internet especializados Agencias de viagens especializada	
	Que tipo de alojamento compram?	
	Hotéis <i>boutique</i> Hotéis de 3 a 5 estrelas	> Alojamentos rurais de luxo ou de charme
	Em que período do ano compram?	
	Viajam durante todo o ano, mas com maior frequência na Primavera e Outono	
	Quem compra?	
	Casais	> Grupos reduzidos
	Quantos dias de estada compram?	
	Entre 3 e 7 dias	
	Quantas vezes no ano compram?	
	1 vez ao ano	> Clientes 'entusiastas' viajam 3 a 5 vezes por ano
Hábitos de uso	Que actividades realizam?	
	Degustações Compra de produtos típicos Visitas a museus e exposições Relaxar e desfrutar as paisagens Actividades de Saúde & Bem-Estar	> Provas de pratos > Visitas a atracções turísticas > Assistir a espectáculos > Passeios



Quadro 2 - Perfil do consumidor de viagens de Touring. Fonte: Turismo de Portugal, 2006.

Âmbito	Consumidores europeus
<b>Perfil socio-demográfico</b>	<p><b>Quem são?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Casais sem filhos</li> <li>&gt; <i>Empty nesters</i></li> <li>&gt; Reformados</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Nível de formação médio/médio-elevado</li> <li>&gt; Nível socio-económico médio/médio-elevado</li> </ul>
<b>Hábitos de informação</b>	<p><b>Através de que meio se informam?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Revistas de viagens</li> <li>&gt; Brochuras/catálogos</li> <li>&gt; Recomendações de familiares e amigos</li> <li>&gt; Internet</li> </ul>
<b>Hábitos de compra</b>	<p><b>O que compram?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Destinos distantes: tours ou circuitos organizados (<i>packages</i>)</li> <li>&gt; Destinos próximos: alojamento e serviços avulso</li> </ul> <p><b>Onde compram?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Agências de viagens</li> <li>&gt; Internet</li> </ul> <p><b>Quando compram?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <i>Low cost travel</i>: reservas de última</li> <li>&gt; <i>High cost travel</i>: meses de antecedência</li> <li>&gt; Viagens no período de férias escolares: 6 meses de antecedência</li> </ul> <p><b>Que tipo de alojamento compram?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Hotéis de 3 a 5 estrelas</li> <li>&gt; Pousadas</li> <li>&gt; Alojamentos privados e íntimo</li> <li>&gt; Apartamentos</li> </ul> <p><b>Quando viajam?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Em geral, as viagens de <i>touring</i> realizam-se durante todo o ano, embora persista uma maior concentração nos períodos de férias tradicionais</li> </ul> <p><b>Como viajam?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Casais</li> <li>&gt; Família</li> <li>&gt; Grupos reduzidos de amigos</li> </ul> <p><b>Qual é a duração média da viagem?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Destinos continentais: entre 3 dias e 2 semanas</li> <li>&gt; Viagens <i>long haul</i>: entre 3 e 5 semanas</li> </ul>



Relativamente ao produto “Resorts Integrados e Turismo Residencial” o turista possui um perfil idêntico ao dos turistas dos Resorts não Integrados (quer próximo do mar, quer no contexto rural). Relativamente à faixa etária, os grupos que registam um procura ligeiramente superior aos restantes são aqueles com idades compreendidas entre 25 e 35 anos e com mais de 55 anos. No que diz respeito às nacionalidades, a Alemanha e Inglaterra são os principais mercados emissores (Turismo de Portugal, 2006).

### 3.2. Caracterização do Alojamento no Alentejo

Para efeitos de análise, recorreram-se aos dados disponibilizados pelo Turismo de Portugal, que incidem fundamentalmente na NUT II, ou seja, estes referem-se a toda a região do Alentejo.

Desta forma, considerou-se que o comportamento esperado para o concelho deverá ser obtido a partir da análise destes, devendo, numa fase posterior de análise serem realizados os devidos estudos, com grau de detalhe mais aprofundado.

#### 3.2.1. Oferta

A Figura 2 demonstra a evolução entre 2001 e 2009, da oferta turística, na região do Alentejo.

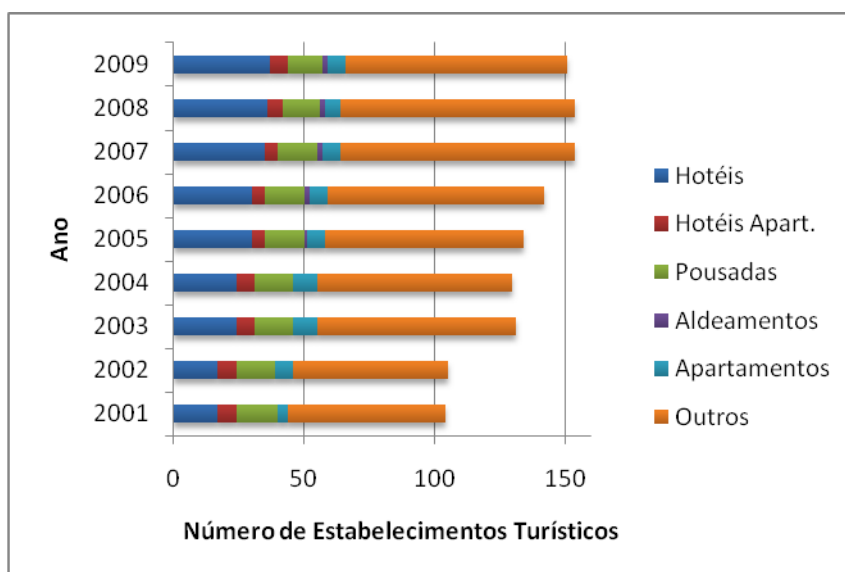
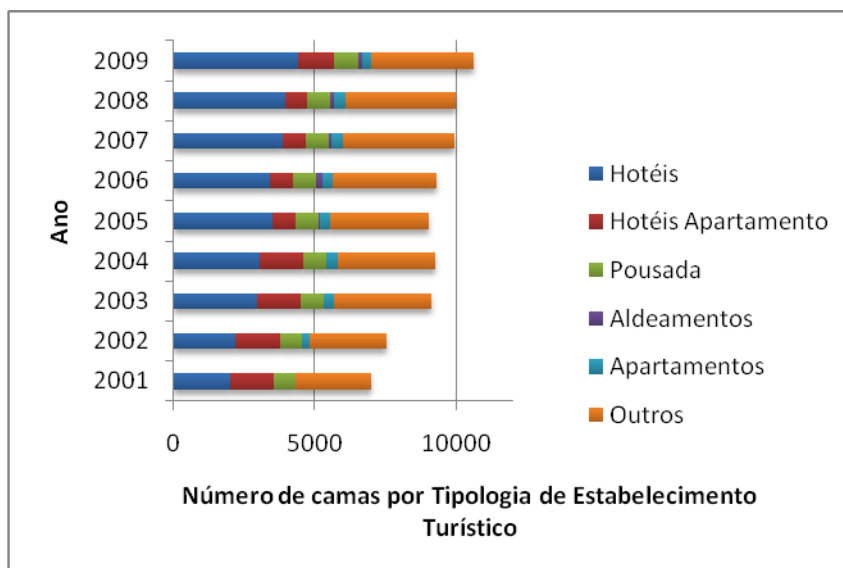


Figura 2 - Número de estabelecimentos turísticos, por tipologia, entre 2001 e 2009. Fonte: Turismo de Portugal.



É possível verificar uma tendência de crescimento ao nível da oferta turística, sendo a tipologia de hotéis aquela que apresenta maior crescimento.

Por análise da Figura 3 observa-se que o número de camas em aldeamentos é significativamente reduzido, tendo aumentado a capacidade hoteleira na tipologia "Hotéis".



**Figura 3 - Evolução de número de camas por tipologia de estabelecimento turístico, entre 2001 e 2009, na região do Alentejo.**

**Fonte: Turismo de Portugal.**

Com a tendência crescente, tanto de número de estabelecimentos turísticos como de número de camas, verifica-se um aumento da concorrência ao nível da indústria do turismo, na região, existindo uma reduzida oferta ao nível de aldeamentos.

De acordo com o estudo do Turismo de Portugal referente à ocupação por cama acumulada para o ano de 2010, calcula-se esta seja de cerca de 36,7%, sendo maioritariamente atribuída a estadias de turistas Nacionais (27%), com Estrangeiros responsáveis por 9,7% da ocupação. Os fins-de-semana verificam taxas de ocupação mais elevadas, sendo os meses de maior procura Fevereiro a Junho e Setembro a Novembro.

Relativamente aos proveitos de aposentos (alojamentos), no Alentejo, estes perfazem cerca de 66% do total de proveitos ("receita total" do sector do turismo no Alentejo), no ano de 2010. Cerca de 76% do total de dormidas são atribuídas a turistas residentes em Portugal. Verifica-se, desta forma, que a





oferta turística deverá atender ao peso do mercado interno no sector, para esta região.

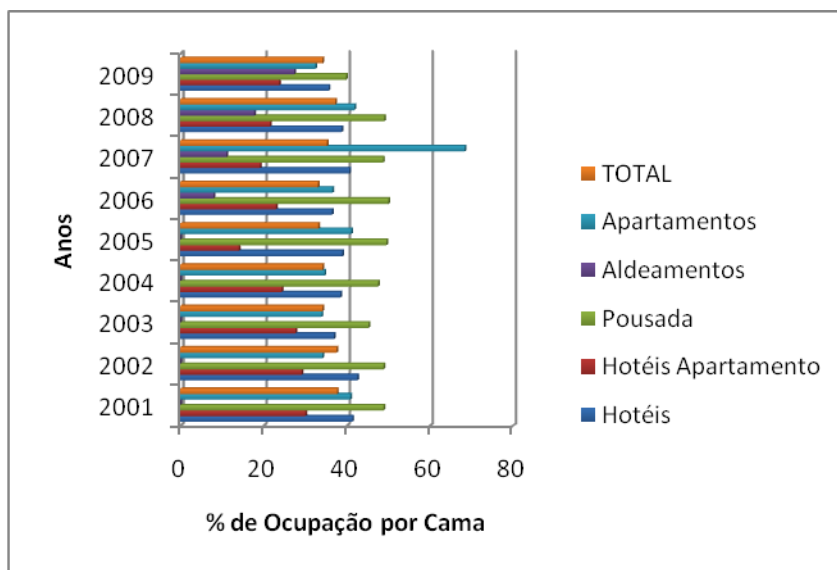


Figura 4 - Taxa de ocupação por tipologia de estabelecimento turístico. Fonte: Turismo de Portugal.

A Figura 4 demonstra a reduzida taxa de ocupação, sendo geralmente inferior a 50%, tendo uma tendência decrescente ao longo dos últimos anos.

Contudo, o produto Pousada e Hotéis são aqueles que apresentam taxas de ocupação superiores. A tipologia de "Hotéis" foi, ao longo do período analisado, a responsável por maior número de dormidas.

### 3.2.2. Procura

Ao longo do período analisado, atribuí-se, ao mercado interno, o maior número de dormidas.

Num estudo realizado em 2009, o Turismo de Portugal revela que cerca de 20,8% da região de Lisboa, 15,7% da região do Algarve, 14,5% da região do Alentejo, 8,1% da região Centro e 3,8% dos turistas da região Norte seleccionam o Alentejo como destino pelo motivo Lazer, Recreio e Férias. Os residentes da Região Autónoma dos Açores e da Madeira apresentam valores de cerca de 2%, não sendo representativo.

Deve-se atender ainda à significativa quota de viagens decorrentes de "visita a familiares e amigos" contudo, estas são responsáveis por reduzidos números de dormidas.



Entre 2004 e 2010, o mercado emissor Espanhol foi responsável por maior número de dormidas no Alentejo. Atendendo ao indicador referente ao número de dormidas, verifica-se que a região Alentejo tem como principais mercados emissores: Alemanha, França, Reino Unido e Holanda.

### 3.2.3. Perfil do Turista Interno

O turista residente em Portugal é, geralmente, indivíduo entre os 25 e os 44 anos (33% dos turistas), cerca de 48% do total possui emprego e cerca de 37% apresentam ensino secundário e superior.

Cerca de 65% dos turistas que se deslocaram por motivo de “lazer, recreio e férias” possuem menos de 45 anos. Estes representam quase 60% da população residente.

### 3.3. O Concelho de Ourique

Para além de se localizar na região do Alentejo, Ourique encontra-se enquadrado na Região de Turismo Planície Dourada. Neste contexto, foram desenvolvidos alguns roteiros, que promovem e divulgam o património cultural da região, divididos por quatro áreas: Campo Branco, Terras do Pão e do Vinho, Margem esquerda do Guadiana e Beja – Rainha da Planície. Ourique, assim como Aljustrel, Almodôvar e Castro Verde estão integrados no roteiro do Campo Branco. Relativamente a este roteiro, pode-se ler que “ (...) *outro local que merece uma visita é Messejana (...) A partir daqui rumamos para o concelho de Ourique onde não pode faltar uma visita ao Castro da Cola. Este povoado, predominantemente do período islâmico encontra-se perto do rio Mira e junto a ele podemos ainda apreciar a ermida da Sra. da Cola onde em Setembro se realiza uma tradicional romaria. Para os mais interessados pelo tema, sugerimos ainda que sigam o circuito arqueológico da Cola ao longo do qual encontramos inúmeros vestígios de épocas pré-históricas. (...) [D]o Castro da Cola partimos para o concelho de Almodôvar até à aldeia de Santa Clara-a-Nova, já à beira da Serra do Caldeirão (...)*”.<sup>4</sup> Verifica-se, neste excerto, alguns aspectos patrimoniais a que é conferida importância no concelho.

<sup>4</sup> [http://www.rt-planiciedourada.pt/\\_\\_\\_apresentacao/\\_\\_\\_apresentacao.html](http://www.rt-planiciedourada.pt/___apresentacao/___apresentacao.html).



A análise da atractividade do concelho de Ourique pode ser efectuada na perspectiva que foi utilizada para a região do Alentejo, embora para o concelho não tenham sido encontrados dados bibliográficos.

Um dos aspectos mais relevantes prende-se com a boa localização do concelho de Ourique, possuindo ligações directas ferroviárias e rodoviárias a Lisboa e ao Algarve, permitindo bons acessos aos turistas. Contudo, a rede de estradas e de transportes municipais são apontadas como deficientes, sendo que terão que ser um ponto a melhorar para desenvolver a actividade turística (*ver área estratégica da Localização Geográfica*).

Em termos de clima, as condições são idênticas às descritas anteriormente, ou seja, é ameno e agradável, contudo, no Verão, as temperaturas são bastante elevadas, o que poderá fazer com que os turistas prefiram estadias de curta duração e, preferencialmente, escolham períodos fora da época de Verão.

Ao nível do património natural, Ourique apresenta um património com um elevado valor paisagístico e cénico, caracterizado por uma harmonia entre as planícies e a serra. A paisagem é também tipicamente caracterizada pelo montado. É de realçar aqui a necessidade do município criar as melhores condições para aderir e cooperar com a Entidade Regional de Turismo – Turismo do Alentejo na candidatura do montado a Património da Humanidade.

Outro aspecto relevante para o potencial turístico do concelho é a existência de duas albufeiras, a Albufeira de Santa Clara e Albufeira do Monte da Rocha que elevam o valor paisagístico e cénico e contribuem para a imagem de tranquilidade e agradabilidade de Ourique. Este património promove as actividades ao ar livre, os passeios pedestres, entre outras actividades.

O património histórico e cultural de Ourique, nomeadamente, as igrejas, o castelo de Ourique, o circuito arqueológico de Castro da Cola, os moinhos de Conceição e a Torre do Relógio de Ourique possui um forte potencial, podendo actuar como catalisador da actividade turística. São aqui de salientar os trabalhos desenvolvidos pela ORIK – Associação de Defesa do Património de Ourique. Estes são de grande valia, contribuindo fortemente para o potencial de Turismo Cultural do concelho. Ressalva-se a potencialidade da concepção de guias turísticos especializados no património e cultura de Ourique, complementando o Turismo Cultural com o “Turismo de Acompanhamento”,





nomeadamente no que diz respeito ao património imaterial do concelho (*ver área estratégica da Identidade Cultural*).

Contudo, é de referenciar que algumas das estruturas patrimoniais estão um pouco degradadas, sendo necessária uma aposta na restauração deste património. Por outro lado, algumas estruturas pertencem a entidades privadas o que não permite, por enquanto, a sua visita.

Existe uma forte tradição cultural e etnográfica em cantigas e lendas regionais, feiras e festas tradicionais com projecção nacional. As feiras e festas tradicionais poderão atrair um número cada vez maior de turistas a Ourique, uma vez que se poderão ser consideradas como “actividades” de que os turistas podem usufruir na sua estadia. Integrado no património cultural de Ourique está também o artesanato, desenvolvido por alguns artesãos do concelho, nomeadamente ao nível de trabalhos em pedra, trabalhos em cortiça, pintura de louça, azulejo e mobiliário alentejano. Para a promoção turística do artesanato poderá contribuir o desenvolvimento de esquemas de fidelização do turista (consiste nomeadamente na oferta de uma peça após um conjunto de visitas pagas a monumentos/museus do concelho). Aponta-se também a relevância da criação de centros de interpretação turística, de Lojas de Aldeia e de *Touristic Road Parks* (em nós estratégicos das principais vias de transporte do concelho), de forma a criar melhores alternativas de comercialização (*ver área estratégica da Identidade Cultural*).

Aliado a este património é de relevar a paisagem urbana existente, caracterizada pelas casas e pelos espaços, típicos do Alentejo, também com um forte potencial de atracção de turistas, nomeadamente se associada à promoção de actividades para usufruto dos consumidores.

A Gastronomia, típica do Alentejo, assim como os produtos tradicionais são, sem dúvida, um dos pontos fortes mais relevantes e com mais potencial do concelho para atrair os turistas. Marca original da região é o Porco de Raça Alentejana, que ganha uma importância elevada anualmente em Ourique. O Porco Alentejano é também, o produto que mais marca a gastronomia local. Mas existem outras especialidades, também muito típicas, como: Ensopado de Borrego, Cabrito na Púcara, Migas, Cozido de Grão, Sopa de Tomate, Açorda Alentejana, Gaspacho, entre outros. Produtos tradicionais da região de



natureza agro-alimentar são também outra das marcas do concelho, que ganha expressão com: queijo de cabra e ovelha, enchidos diversos, pão alentejano e azeite (*ver área estratégica dos Produtos Tradicionais e de Agricultura Biológica*).

Ao nível da oferta de restauração, existem diversos restaurantes em Ourique, a maioria integrando na sua ementa a gastronomia típica alentejana. No Quadro 3 apresenta-se uma listagem dos restaurantes existentes no concelho (dados possíveis de serem recolhidos). No entanto, a oferta de restauração é percepcionada como reduzida e o serviço prestado percepcionado como fraco.

No que diz respeito à Oferta Hoteleira, esta é percepcionada como sendo reduzida, em termos de alojamento. Este é um ponto a melhorar, no sentido de um aumento do número de alojamentos, enquadrado numa oferta turística de qualidade organizada e estruturada.

No Quadro 4, apresenta-se uma listagem dos alojamentos existentes no concelho (dados possíveis de serem recolhidos).

Por outro lado, no que diz respeito à oferta cultural e social existem alguns equipamentos já construídos (como sejam o Cine-Teatro e o Pavilhão Multiusos) e a realização de actividades desportivas e eventos, ou seja, meios de animação recreativa, desportiva e cultural que poderão permitir actividades complementares ao turismo. Um ponto a ressaltar é a existência da caça no concelho, nomeadamente de zonas de caça turística que poderão ser aproveitadas no desenvolvimento de um turismo cinegético, aliado nomeadamente ao produto *Touring Cultural* e Paisagístico. No entanto, dever-se-á potenciar ainda o desenvolvimento de uma maior diversidade de oferta cultural e social que permita o usufruto de actividades direccionadas para o turista.

Como suporte de todo este potencial turístico de Ourique está um aspecto a que é atribuída bastante relevância, que é a interacção com a população local. Como referido para a caracterização da marca Alentejo, um dos aspectos que contribui também para a actividade turística é a imagem de tranquilidade e simpatia transmitida pela população Ouriquense (tanto a população no geral como os empregados da actividade hoteleira).



Quadro 3 - Oferta de restauração no concelho de Ourique. Fontes: Região de Turismo Planície Dourada; Câmara Municipal de Ourique; lifecooler.

Nome	Tipo de Gastronomia	Localização
<b>Adega do Monte Velho</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante "Castro da Cola"</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante "O Lobo"</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>A Merendinha</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante Boa Viagem</b>	gastronomia típica alentejana	Aldeia de Palheiros - Ourique
<b>Casa da Comida</b>	pizzeria gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante Cinco Chaminés</b>	gastronomia típica alentejana	Santana da Serra - Ourique
<b>Restaurante Mundial</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante Nefama</b>	gastronomia típica alentejana	Aldeia dos Palheiros - Ourique
<b>Restaurante Snack-Bar "O Crata"</b>	gastronomia típica alentejana	Garvão - Ourique
<b>O Escondidinho – Snack Bar</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Restaurante Palma</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>S. Silvestre</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Vargas</b>	gastronomia típica alentejana	Santana da Serra
<b>Lojinha da Comida</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique
<b>Churrasqueira Raposo</b>	gastronomia típica alentejana	Ourique



**Quadro 4 - Oferta hoteleira no concelho de Ourique. Fontes: Região de Turismo Planície Dourada; lifecooler; Alentejo Online.**

Nome	Tipo
Alentejo Luminoso	Alojamento Local
Casa do Campo	Alojamento Local
Hotel Romba	Hotéis
Monte da Crimeia	Turismo Rural
Monte Portela Nova	Alojamento Local
Parque de Campismo do Serro da Bica	Parques de Campismo – Caravanismo
Hospedaria/Residencial S. Lourenço	Alojamento Local
Casa de Hóspedes Ouriquense	Alojamento Local
O Lobo	Alojamento Particular
Vale da Cegonha	Alojamento Local
Residência/Residencial Marinel	Alojamento Local
Maria Nunes	Pousada
Residencial Mundial	Alojamento Local



Para além das carências ao nível do alojamento do concelho, podem também ser apontadas lacunas ao nível da existência de recursos qualificados para a actividade. Deste modo, terá que existir também uma aposta forte na formação profissional, com o desenvolvimento de novos cursos e novas entidades formadoras, para além dos já existentes (*ver área estratégica da Formação Profissional*).

O modelo de desenvolvimento de curto prazo na região de Ourique poderá passar pelo equilíbrio entre um ambiente tranquilo e uma região *playground*, com diversas actividades ao ar livre, aproveitando-se o produto “*Touring Cultural e Paisagístico*” e os *short-breaks*. Adicionalmente, os produtos “*Gastronomia e Vinhos*” e “*Resorts Integrados e Turismo Residencial*”, com o desenvolvimento de dois grandes projectos – Campanador e Monte da Rocha, poderão constituir diversidade da oferta, existindo potencial no concelho para o seu desenvolvimento.

Relativamente a estes dois projectos, é importante salientar:

- o complexo turístico do Monte da Rocha, na Quinta da Arrábida, será dirigido a segmentos de mercado exigentes e criará cerca de 1.600 postos de trabalho directos, para além das potenciais externalidades no aumento da população residente e na recuperação económica a médio e longo prazo;
- o Monte Campanador, promete cerca de 200 posto de trabalho directos.

Por outro lado, a OMT – Organização Mundial de Turismo reconhece que o “*Ecoturismo*” encerra em si mesmo os princípios do “*Turismo Sustentável*”, podendo (e devendo) ser associado ao “*Turismo Cultural*”. Sabendo-se que se está a tratar de Ourique – território de grande valor e riqueza “*cultural – ambiental*”, embora associado a fragilidades não desprezíveis – torna-se imprescindível estruturar a oferta turística e procurar os segmentos de mercado mais adequados a este conceito.



# ANÁLISE FOFA

4









#### 4. ANÁLISE FOFA

Tendo sido efectuada uma breve caracterização do sector do turismo para o Alentejo e para o concelho de Ourique, importa agora analisar esta área estratégica identificando as suas principais forças e fraquezas, bem como as principais oportunidades e ameaças do contexto em que a área estratégica e o concelho de Ourique se encontram. Esta análise de forças, oportunidades, fraquezas e ameaças (análise FOFA) permitirá sustentar a definição dos principais objectivos e medidas que permitam potenciar o desenvolvimento da actividade turística de Ourique.

Desta forma, apresenta-se de seguida o quadro respeitante à análise FOFA para a área estratégica do Turismo no concelho de Ourique.

PONTOS FORTES   FORÇAS	PONTOS FRACOS   FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Património natural de elevado valor cénico e paisagístico;</li><li>• Dicotomia planície – serra;</li><li>• Presença do ecossistema Montado e das Albufeiras do Monte da Rocha e de Santa Clara;</li><li>• Gastronomia e produtos tradicionais, nomeadamente o porco alentejano;</li><li>• Boa localização geográfica e boas acessibilidades;</li><li>• Património histórico e cultural;</li><li>• Paisagem urbana (casas e espaços típicos);</li><li>• Imagem de simpatia e tranquilidade da população local;</li><li>• Existência de um Posto de Turismo na Câmara Municipal de Ourique;</li><li>• Diversidade de atractivos turísticos, articuladas e/ou articuláveis a diversos produtos turísticos;</li><li>• Manifestação de duas grandes intenções de investimento em empreendimentos multifuncionais e associados à residência secundária e ao golfe (Campanador e Monte da Rocha);</li><li>• Existência de diversos meios de animação recreativa, desportiva e cultural;</li><li>• Clima ameno e agradável.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reduzida oferta hoteleira e de restauração;</li><li>• Oferta turística não estruturada;</li><li>• Deficiente rede de transportes e estradas municipais;</li><li>• Percepção de fraco serviço de restauração;</li><li>• Falta de recursos humanos qualificados;</li><li>• Degradação e/ou impossibilidade de visitação de estruturas patrimoniais;</li><li>• Temperaturas muito elevadas no Verão.</li></ul>



## OPORTUNIDADES

- Possibilidade de candidatura do montado a Património da Humanidade;
- Cooperação com a Entidade Regional de Turismo – Turismo do Alentejo;
- Cooperação com a Agência de Promoção Turística do Alentejo – ARPTA para divulgação do município;
- Potencial para actividades ao ar livre;
- Potencial para o desenvolvimento de diversos produtos turísticos, nomeadamente *Touring Cultural e Paisagístico*, *Gastronomia e Vinhos e Resorts Integrados* e *Turismo Residencial*;
- Potencial para o desenvolvimento do ecoturismo e turismo cinegético;
- Potencial para o desenvolvimento de Turismo Rural;
- Potencial para o desenvolvimento de *short-breaks*;
- Potencial de desenvolvimento de diversos produtos turísticos, de turismos novos/alternativos;
- Potencial de desenvolvimento de actividades direccionadas para o usufruto do turista;
- Proximidade de grandes mercados emissores;
- Crescimento do segmento *short-breaks*;
- Crescimento da procura de actividades de ar livre e dos circuitos urbanos e culturais e temáticos;
- Crescimento do segmento natureza e paisagem;
- Crescimento do segmento turismo em espaço rural;
- Melhoria das acessibilidades (A2, IP1, IP2);
- Benefícios decorrentes da experiência já desenvolvida no campo do *marketing* e promoção do turismo, sobretudo ao nível das regiões de turismo, das comissões municipais de turismo e das empresas.

## AMEAÇAS

- Concorrência dos mercados adjacentes;
- Parcial incompatibilidade com outras áreas estratégicas (Energias Alternativas);
- Desertificação das áreas rurais;
- Crise financeira.

# PROPOSTA DE VISÃO E OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

5







## 5. PROPOSTA DE VISÃO E OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

O desenvolvimento do turismo como uma das principais actividades económicas do concelho de Ourique e, bem assim, a afirmação da “Marca Ourique” enquanto destino turístico necessita de um correcto planeamento e estruturação da actividade turística.

O enquadramento do turismo no contexto do desenvolvimento de Ourique deverá ser realizado, como também deverão ser estudados os mercados mais consentâneos com a estruturação pretendida para a oferta e introduzidas formas inovadores de promoção nesses mercados.

O planeamento em causa incluirá a concepção dos instrumentos habitualmente consignados neste domínio, com destaque para a fixação de uma estratégia geral de desenvolvimento, estruturação da oferta, *marketing*, promoção, animação, investimentos, sistemas de informação a adoptar, entre outros.

Deste modo, os objectivos estratégicos estabelecidos para esta área são:

- Contribuir para um processo de desenvolvimento harmonioso do município de Ourique, fundamentando as opções inerentes a uma estratégia equilibrada e programática;
- Conceber o conjunto de projectos sectoriais específicos que materializem as oportunidades detectadas, visando a eventual elaboração de um painel de prioridades de investimento, com indicação das entidades responsáveis pela sua execução;
- Sensibilizar o sector privado para as oportunidades de investimento detectadas, através da ênfase a dar ao mercado na condução do estudo, compatibilizando a estruturação da oferta com a procura potencial, através da elaboração de uma tripla matriz de pertinência: produtos/públicos-alvo, produtos/locais e locais/públicos-alvo;
- Desenvolver Ourique enquanto Núcleo Turístico, de forma efectiva e equilibrada, ambiental, paisagística e economicamente sustentável;
- Aproveitar todo o potencial patrimonial da sua sede de concelho, aldeias e montes, da sua cultura e produtos de excelência, bem como da



envolvente das albufeiras, designadamente do Monte da Rocha, sem receio de um desenvolvimento turístico efectivo, que obviamente também deverá ser, a vários níveis e domínios, sustentado;

- Aumentar a articulação turística entre o concelho e o Algarve.

Em suma: Ourique precisa de desenvolver, ordenar e amadurecer a sua oferta turística regional em função de um conjunto de âncoras estruturantes, territoriais e sectoriais, e explorando um conjunto de produtos fundamentalmente sustentados nos turismos cultural e urbano, de natureza e paisagem, *touring*, rural e activo, incluindo golfe e caça, consumidos quer na modalidade de *short-breaks* quer, principalmente, na modalidade de turismo residencial, de forma a afirmar a actividade turística como um dos pilares mais fortes da base económica Ouriquense e a projectar no exterior o destino turístico 'Ourique'.

## CONSIDERAÇÕES

6









## 6. CONSIDERAÇÕES

O Turismo é uma das principais actividades emergentes de Ourique, sendo que poderá vir mesmo a ser uma das principais actividades económicas do concelho, quer em termos de emprego, quer em termos de rendimento, seguindo a tendência mundial e nacional.

Enquadrado na Região de Turismo do Alentejo, Ourique partilha a singularidade e potencial turístico das terras alentejanas. Desta forma, são vários os recursos que Ourique possui que, integrados e geridos de uma forma estruturada, contribuem para o potencial turístico do concelho. Um dos aspectos mais relevantes é a boa localização, com bons acessos e ligações ferroviárias e rodoviárias directas a Lisboa e ao Algarve. É de notar, no entanto, que a rede de estradas municipais é apontada como deficiente, necessitando de melhorias de modo a permitir uma melhor mobilidade no município. O clima é ameno e agradável, embora com temperaturas muito elevadas no Verão. Possui um património natural de elevado valor paisagístico e cénico, caracterizado por uma harmoniosa integração entre as planícies, a serra, o montado e as albufeiras. O património histórico e cultural aliado à paisagem urbana (com as casas típicas) são aspectos que contribuem para este potencial, como atracção de turistas para o concelho. Contudo, algumas estruturas patrimoniais encontram-se em estado de degradação ou não é possível a sua visita. A gastronomia típica alentejana é um dos aspectos com maior potencial, associada à interacção com a população local, que detém uma imagem de simpatia que atrai os turistas.

Ao nível da oferta hoteleira, tal como para o Alentejo, esta aparenta ser reduzida em termos de alojamento. A oferta de restauração, igualmente, é percepcionada como reduzida em termos de restaurantes e fraca em termos de qualidade do serviço prestado. Outra carência identificada é a falta de recursos humanos qualificados para a actividade.

Por outro lado, ao nível da oferta cultural e social, existem no concelho diversos meios de animação recreativa, desportiva e cultural que poderão permitir actividades complementares ao turismo. Ourique possui assim potencial para o desenvolvimento de actividades direccionadas para o usufruto



do turista, existindo a oportunidade para o aumento da atractividade do concelho.

É necessário um planeamento e organização da oferta turística em Ourique, numa óptica de sustentabilidade e de preservação da forte identidade cultural e paisagística do concelho. Este planeamento integrará uma série de acções a desenvolver, nomeadamente a concepção de uma estratégia geral de desenvolvimento, uma estruturação da oferta e dos produtos turísticos, *marketing*, promoção, investimento, sistemas de informação a conceber, entre outros. Releva-se o facto de que, todo este planeamento e implementação, deverá ser efectuado em cooperação com a ERT do Alentejo e a Agência de Promoção Turística do Alentejo, de forma a integrar e valorizar o Turismo de Ourique no Turismo do Alentejo.

Deste modo, os objectivos estratégicos a alcançar, no seio desta área estratégica serão:

- Contribuir para um processo de desenvolvimento harmonioso do município de Ourique, fundamentando as opções inerentes a uma estratégia equilibrada e programática;
- Conceber o conjunto de projectos sectoriais específicos que materializem as oportunidades detectadas, visando a eventual elaboração de um painel de prioridades de investimento, com indicação das entidades responsáveis pela sua execução;
- Sensibilizar o sector privado para as oportunidades de investimento detectadas, através da ênfase a dar ao mercado na condução do estudo, compatibilizando a estruturação da oferta com a procura potencial, através da elaboração de uma tripla matriz de pertinência: produtos/públicos-alvo, produtos/locais e locais/públicos-alvo;
- Desenvolver Ourique enquanto Núcleo Turístico, de forma efectiva e equilibrada, ambiental, paisagística e economicamente sustentável;
- Aproveitar todo o potencial patrimonial da sua sede de concelho, aldeias e montes, da sua cultura e produtos de excelência, bem como da envolvente das albufeiras, designadamente do Monte da Rocha, sem



receio de um desenvolvimento turístico efectivo, que obviamente também deverá ser, a vários níveis e domínios, sustentado;

- Aumentar a articulação turística entre concelho e o Algarve.

Em suma, Ourique precisa de desenvolver, organizar e amadurecer a sua oferta turística, que poderá passar pelo equilíbrio entre um ambiente tranquilo e uma região *playground*, com diversas actividades ao ar livre, aproveitando-se o produto “*Touring Cultural e Paisagístico*” e os *short-breaks*, podendo ser incluídas actividades de golfe e caça. Do mesmo, existe também potencial para o desenvolvimento dos produtos “*Resorts Integrados e Turismo Residencial*” e “*Gastronomia e Vinhos*”, incluindo também o Turismo em Espaço Rural e Ecoturismo.

É na elaboração do Plano de Acção, a desenvolver na próxima fase da A21L, que irão ser estabelecidas as acções e medidas a implementar para alcançar o desenvolvimento desta área estratégica e, bem assim, *afirmar a actividade turística como um dos pilares mais fortes da base económica Ouriquense e projectar no exterior o destino turístico 'Ourique'*.





## BIBLIOGRAFIA

Resolução de Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de Abril, que aprova os objectivos e principais linhas de desenvolvimento do Plano Estratégico Nacional de Turismo.

Turismo de Portugal. "Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por países de residência. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por Tipologias. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por países de residência. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por Tipologias. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Camas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por NUTS II e por Tipologias. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Sondagem aos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por NUTS II e por Tipologias. 2004-2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Estudo de Avaliação da Atractividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o Mercado Interno". Brandia Central. 2009. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/destinos/destinostur%C3%ADsticos/Anexos/Alentejo.pdf>.

Turismo de Portugal. "Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por NUTS II e por Tipologias. 2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>



Turismo de Portugal. "Ocupação-Quarto das Áreas Regionais de Turismo e Pólos de Desenvolvimento Turístico em 2009". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por países de residência e por meses. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por Tipologias e por meses. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por países de residência e por meses. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e apartamentos Turísticos, por Tipologias e por meses. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Turismo em Números. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Taxa de ocupação – cama, em empreendimentos turísticos. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

Turismo de Portugal. "Sondagem aos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por Tipologias e por meses. 2010". Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/>

10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal: Gastronomia e Vinhos. Estudo realizado por THR (Asesores en Turismo Hoteleria y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal.2006. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/destinos/produtotur%C3%ADsticos/Documents/GASTRONOMIA%20E%20VINHOS.pdf>

10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal: *Touring* Cultural e Paisagístico. Estudo realizado por THR (Asesores en Turismo Hoteleria y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal.2006. Disponível em:



<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/destinos/produtostur%C3%ADsticos/Documents/TOURING%20CULTURAL.pdf>

10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal: Resorts Integrados e Turismo Residencial. Estudo realizado por THR (Asesores en Turismo Hoteleria y Recreación, S.A.). Turismo de Portugal.2006. Disponível em:

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/destinos/produtostur%C3%ADsticos/Documents/RESORTS%20INTEGRADOS.pdf>

### ***Páginas de Internet***

Alentejo Online- Allentejo: <http://www.allentejo.com/>

ARPTA – Agência de Promoção Turística do Alentejo: <http://www.visitalentejo.pt/vpt>

Câmara Municipal de Ourique: <http://www.cm-ourique.pt/>

lifecooler: <http://www.lifecooler.com/edicoes/lifecooler/index.asp>

lifecooler: Canal Alentejo: <http://www.lifecooler.com/canalalentejo/>

Região de Turismo Planície Dourada: <http://www.rt-planiciedourada.pt/apresentacao/apresentacao.html>.

Turismo do Alentejo, E.R.T: <http://www.turismodoalentejo-ert.pt/> .