



# PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO do Concelho de Sesimbra

Relatório de Diagnóstico e Proposta Preliminar de Plano  
Estratégico de Desenvolvimento Turístico

*Julho de 2009*

***Coordenação Global***

Augusto Mateus

***Coordenação Executiva***

Gonçalo Caetano

Nuno Vitorino

***Consultores***

Cristina Cabral

Eduarda Ramalho

Diogo Martins

Ana Cristina Silva

- 1. Overview**
- 2. A Cadeia de Valor e Tendências do Sector do Turismo**
  - 2.1. A Cadeia de Valor do Sector do Turismo
  - 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo
- 3. Caracterização das Tendências Sócio-Económicas Fundamentais do Concelho de Sesimbra - uma Análise de Benchmarking**
  - 3.1. Demografia e Capital Humano
  - 3.2. Nível de Vida
  - 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho
  - 3.4. Alojamento e Habitação
  - 3.5. Caracterização Sócio-Económica de Sesimbra: Análise SWOT Sintética
- 4. A Dimensão, Relevância e Posicionamento Competitivo da Actividade Turística no Concelho**
  - 4.1. Principais Indicadores de Turismo - uma Análise de Benchmarking
  - 4.2. O Desenvolvimento da Actividade Turística - Enquadramento nos Instrumentos de Ordenamento Territorial
  - 4.3. Recursos e Atracções Turísticas
  - 4.4. Os Produtos Turísticos e o seu Enquadramento no PENT
  - 4.5. Condições de Suporte da Actividade Turística
  - 4.6. Marketing Territorial e do Produto Turístico
  - 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística
- 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes**



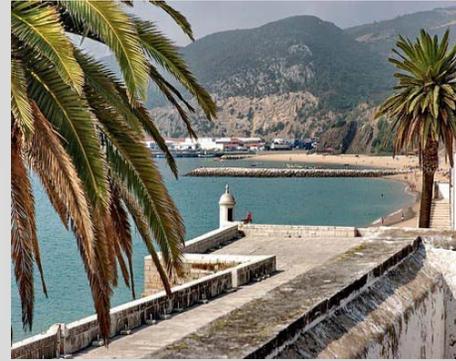
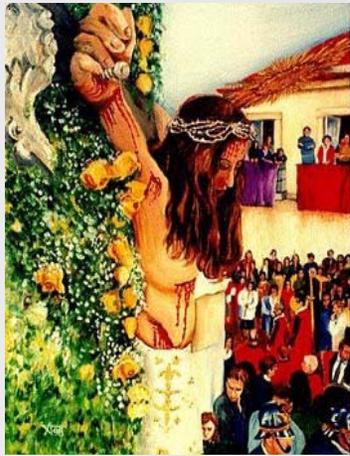
---

Augusto Mateus & Associados  
Sociedade de Consultores, Lda

# 1. OVERVIEW

# 1.

# Overview



- *Sesimbra vive entre o passado piscatório e rural, o presente de periferia de Lisboa, com forte implantação residencial e de destino turístico predominantemente nacional, muito marcado pelo produto sol e mar e por residências secundárias, e o futuro que se ambiciona influenciado por factores de competitividade distintivos, baseados numa oferta turística qualificada e focalizada na autenticidade e numa actividade económica diferenciada e mais diversificada.*
- *Sesimbra beneficia das potencialidades decorrentes da sua localização privilegiada na proximidade da capital e da maior cidade do País, que constitui também um dos ou mesmo o principal destino turístico nacional.*
- *Essas potencialidades não se têm traduzido em apropriação sustentável de valor para o concelho, fruto das condições deficientes de acessibilidade, estacionamento e infra-estruturas, agravadas pela pressão sazonal dos fluxos turísticos e pela imagem de descaracterização urbanística.*
- *Sesimbra desenvolveu uma excessiva especialização turística no produto “sol e mar”, não beneficiando expressivamente de spillovers da procura turística que se dirige a Lisboa.*

- *Sesimbra desenvolveu uma trajectória de secundarização face às dinâmicas económicas e sociais da Área Metropolitana de Lisboa, sem revelar capacidade para concretizar um percurso próprio de sucesso.*
- *Sesimbra tem sido escolhida como território de residência, permanente ou secundária, sendo conseqüentemente penalizada por uma insuficiente correspondência entre o crescimento demográfico e o crescimento da economia e do emprego.*
- *Sesimbra conserva um significativo património natural e paisagístico, marítimo e terrestre, bem como valiosos activos patrimoniais históricos.*
- *Sesimbra necessita de diversificar a oferta turística como condição para reduzir significativamente a sazonalidade, designadamente nos segmentos com maior potencial de crescimento e que melhor se adequam às suas características endógenas: turismo náutico, turismo de natureza, turismo de eventos e animação, touring paisagístico e cultural, saúde e bem-estar, apoiados complementarmente na gastronomia.*

- *O desafio fundamental consiste em oferecer produtos vincadamente diferenciados, conseguindo completar com conhecimento científico e cultura alguns dos produtos turísticos em que Sesimbra detém vantagens comparativas face a outros territórios (p.e., Turismo de Natureza e Turismo Náutico) e catapultar para outro patamar de qualidade e adequação a oferta de serviços complementares atribuindo especial importância a factores que possam garantir a sustentabilidade do desenvolvimento turístico do concelho:*
  - *Envolvimento da população e das diferentes actividades económicas*
  - *Preservação ambiental*
  - *Requalificação urbana*
  - *Preservação da identidade*
- *Sesimbra precisa de harmonizar, com sinergias positivas, a procura turística de curta/média duração, os parques naturais e florestais e a utilização de residências secundárias e a qualidade de vida dos seus cidadãos.*
- *Sesimbra deve interiorizar que o desenvolvimento qualificado do turismo não está apenas condicionado pela existência de vantagens comparativas - mas, também, de modo muito vincado, pelo sucesso de actividades pró-activas dirigidas a aumentar o conhecimento da sua existência e a respectiva notoriedade.*



Augusto Mateus & Associados  
Sociedade de Consultores, Lda

## **2. A CADEIA DE VALOR E TENDÊNCIAS DO SECTOR DO TURISMO**

### ■ Quadro Conceptual

- ▶ **Cadeia de Valor do Turismo:** conjunto de actividades de valor acrescentado que, de forma articulada, permitem que o “produto turístico” esteja disponível para o consumo.
- ▶ **Produto Turístico:** conjunto dos elementos tangíveis e intangíveis centrados numa actividade e destino específicos que, podendo ser comercializado, directa ou indirectamente, motiva as deslocações, gerando uma procura.

#### *Carácter Global da Cadeia de Valor do Turismo*

- Representando o turismo um dos conjuntos de actividades que mais contribui para as exportações mundiais, estamos perante um caso de inegável integração nos mercados internacionais, reivindicando, assim, a sua natureza um carácter global.
- A sua cadeia de valor é global, encontrando-se as suas actividades em diferentes locais do mundo. Por exemplo, é clara a coexistência de operadores turísticos nos principais países emissores (países desenvolvidos - PD) e um forte potencial de crescimento do exercício das actividades finais da cadeia de valor em países em desenvolvimento (PVD).
- Todavia, a natureza do “produto turístico” e os seus concomitantes efeitos multiplicadores nas economias locais/regionais/nacionais levam a que **qualquer estratégia de sucesso para o Turismo passe pelo aumento da componente local/regional/nacional na cadeia de valor.**

### ■ Quadro Conceptual

#### *Carácter Global da Cadeia de Valor do Turismo*

- *Neste quadro, as TIC desempenham um papel fundamental: permitem que a oferta turística dos vários países e regiões esteja acessível de forma directa aos potenciais clientes, possibilitando uma divulgação da oferta turística mais autêntica e completa, acompanhada da respectiva comercialização.*

#### *Os Elementos de Singularidade da Cadeia de Valor do Turismo*

- *A cadeia de valor do turismo comporta uma importante singularidade: não se materializa num produto físico, mas antes num conjunto vasto e articulado de serviços prestados.*
- *As actividades turísticas constituem actividades heterogéneas, intangíveis e perecíveis, com fortes interdependências entre si.*
- *A informação representa um elemento fundamental ao bom funcionamento da oferta turística, sendo crucial para a sua competitividade.*

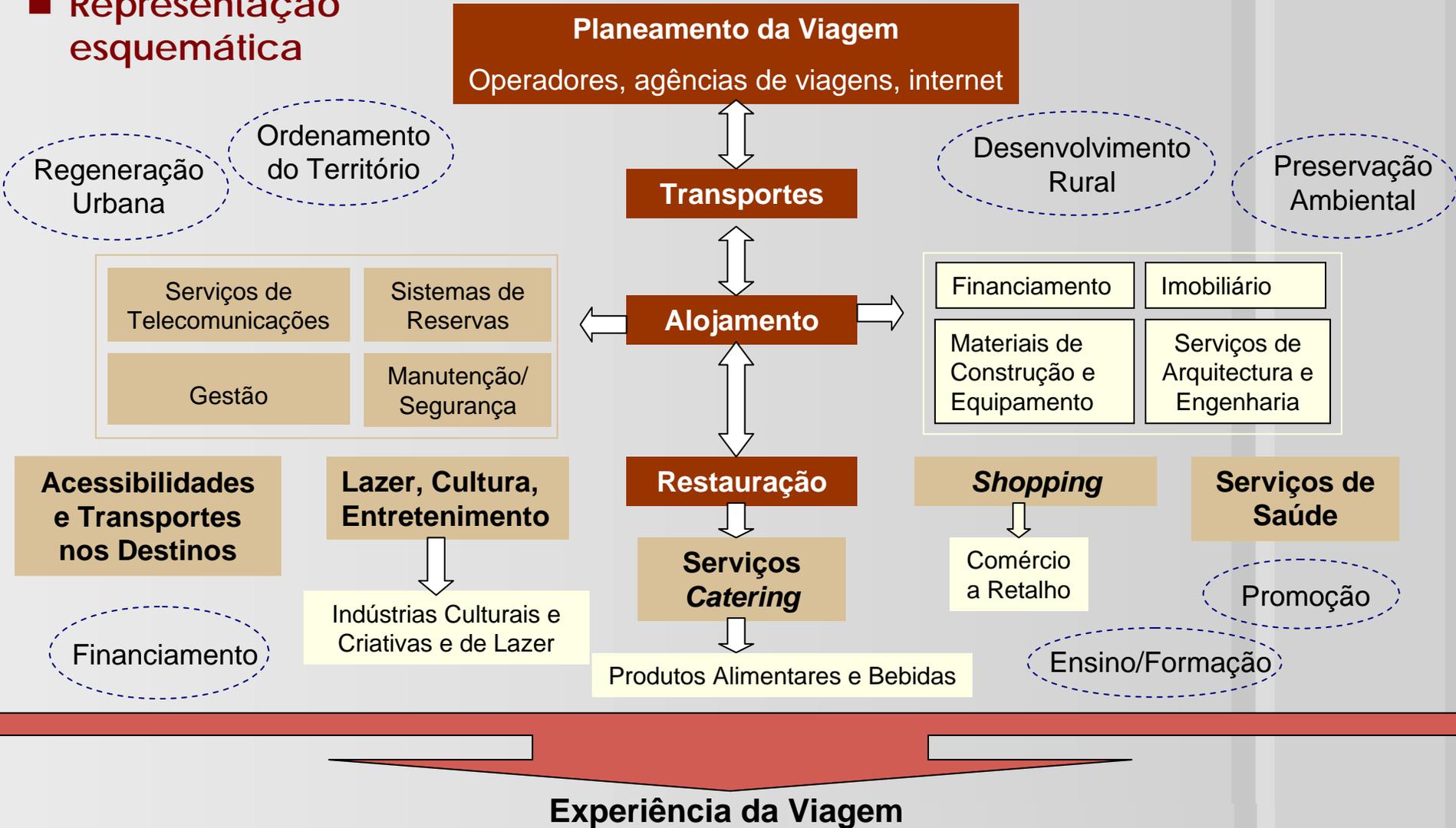
### ■ Quadro Conceptual

#### ▶ Elos da Cadeia de Valor do Turismo:

- *Actividades centrais*, isto é, actividades com um papel estruturante na cadeia de valor;
- *Actividades conexas*, isto é, actividades com uma relação ainda directa com a oferta do “produto turístico”, mas que não desempenham necessariamente um papel-chave;
- *Actividades potenciadas*, isto é, actividades com relações mais indirectas com a oferta do “produto turístico”, mas que são condição necessária para a sua existência;
- *Actividades da órbita da oferta turística*, isto é, actividades que consubstanciam áreas críticas para o desenvolvimento do turismo (áreas, de algum modo, transversais a outras cadeias de valor).

## 2.1. A Cadeia de Valor do Sector do Turismo

### Representação esquemática



### Experiência da Viagem

- Actividades Centrais
- Actividades Conexas
- Actividades Potenciadas
- Actividades na Órbita da Cadeia

### ■ Quadro Conceptual

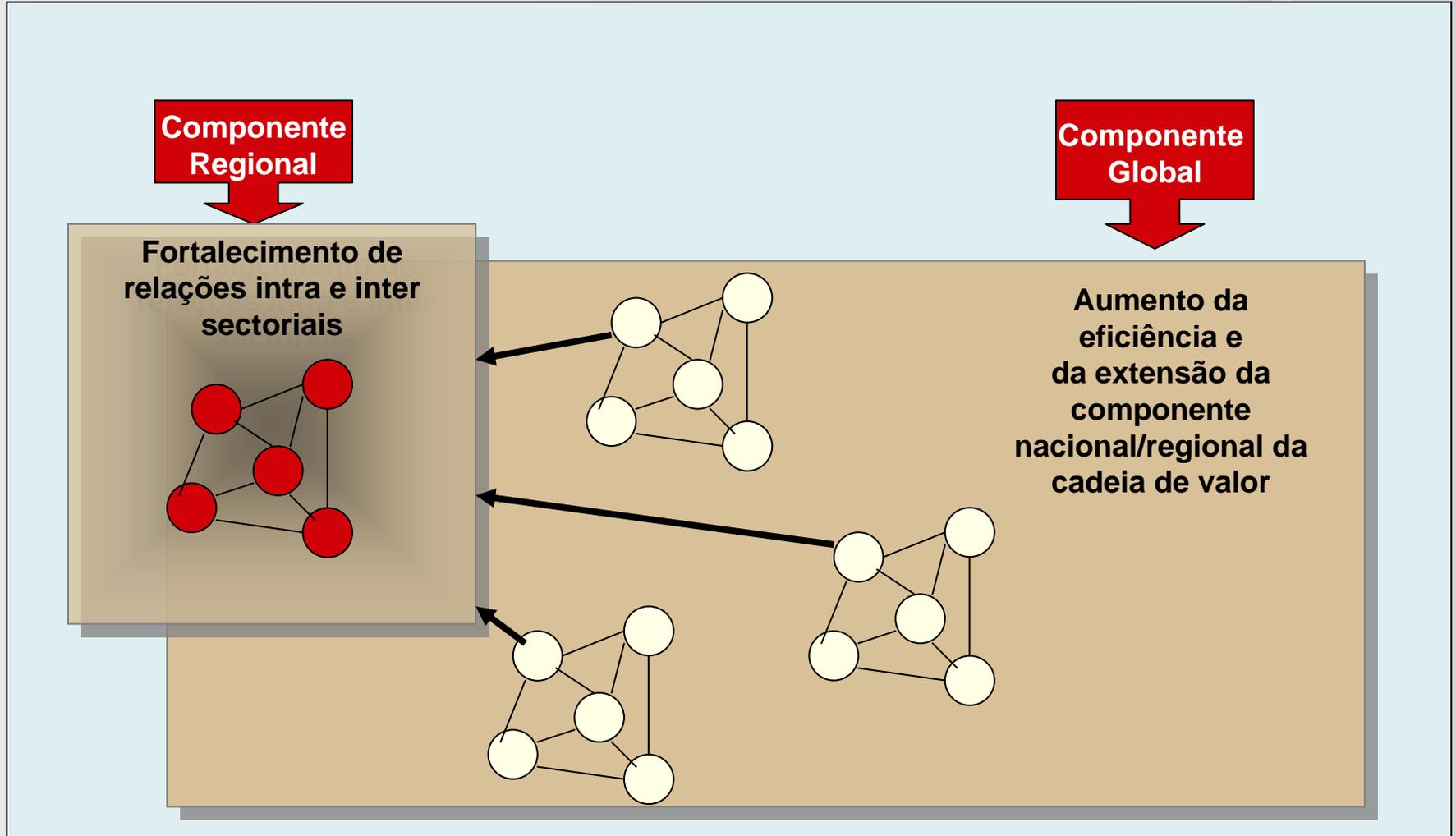
#### ► Organização em Mega-Cluster:

- *O aumento da eficiência e extensão da componente local/regional/nacional na cadeia de valor pressupõe que as interligações entre os vários actores da cadeia sejam fortes, resultando daí externalidades que superam as meras economias de aglomeração.*
- *Com efeito, a organização das diversas actividades ligadas ao “produto turístico” faz-se, naturalmente, sob a forma de Cluster.*
- *No caso concreto do Turismo, dado que estamos perante um conjunto de actividades muito distintas (restauração, alojamento, animação, protecção do património natural, histórico, cultural, etc.), que se têm de articular para proporcionar ao turista a oferta de experiências num dado destino, é mais correcto falar de Mega-Cluster.*
- *A lógica do mega-cluster também se aplica à própria arquitectura dos mosaicos de produtos turísticos existentes em cada destino.*
- *Na economia global em que nos inserimos, a ligação entre cada mega-cluster (de base local, regional ou nacional) e a cadeia de valor global faz-se, cada vez mais, sob a forma de rede.*
- *Caberá a cada mega-cluster maximizar quer a sua “componente regional”, quer a sua “componente global”.*

## 2.1. A Cadeia de Valor do Sector do Turismo

### ■ Quadro Conceptual

#### Mega-Cluster do Turismo

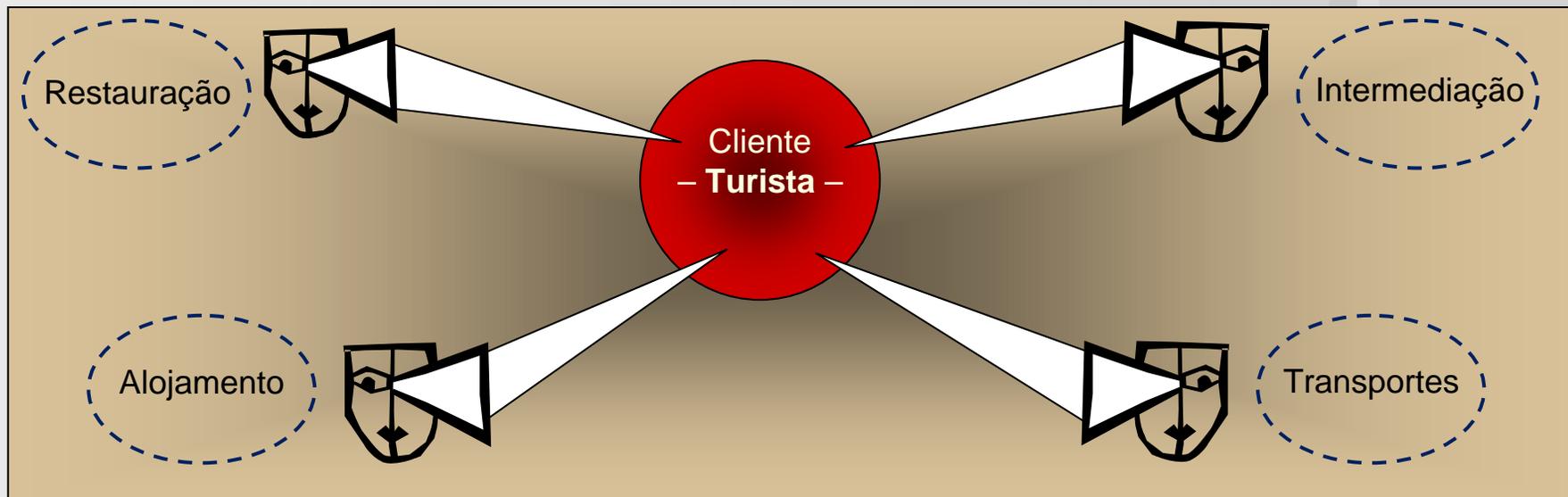


## 2.1. A Cadeia de Valor do Sector do Turismo

### ■ Quadro Conceptual

#### ▶ Cadeia de Valor Dominada pelos Clientes:

- *Não obstante o papel estruturante (e, até certo ponto, condicionador) que a intermediação exerce sobre a cadeia de valor do turismo (essencialmente no caso dos operadores turísticos), o Turismo tem crescentemente associada uma cadeia de valor “dominada pelos clientes”, exercendo estes (os turistas) o verdadeiro poder de alavancagem sobre todos os outros elos.*
- *São, pois, os turistas que definem o perfil da oferta, tornando-se cada vez mais notória esta característica (o papel da Internet neste processo já está a ser crucial).*
- *A emergência de novas motivações por parte dos turistas tem levado ao aparecimento de novos segmentos por parte da oferta.*

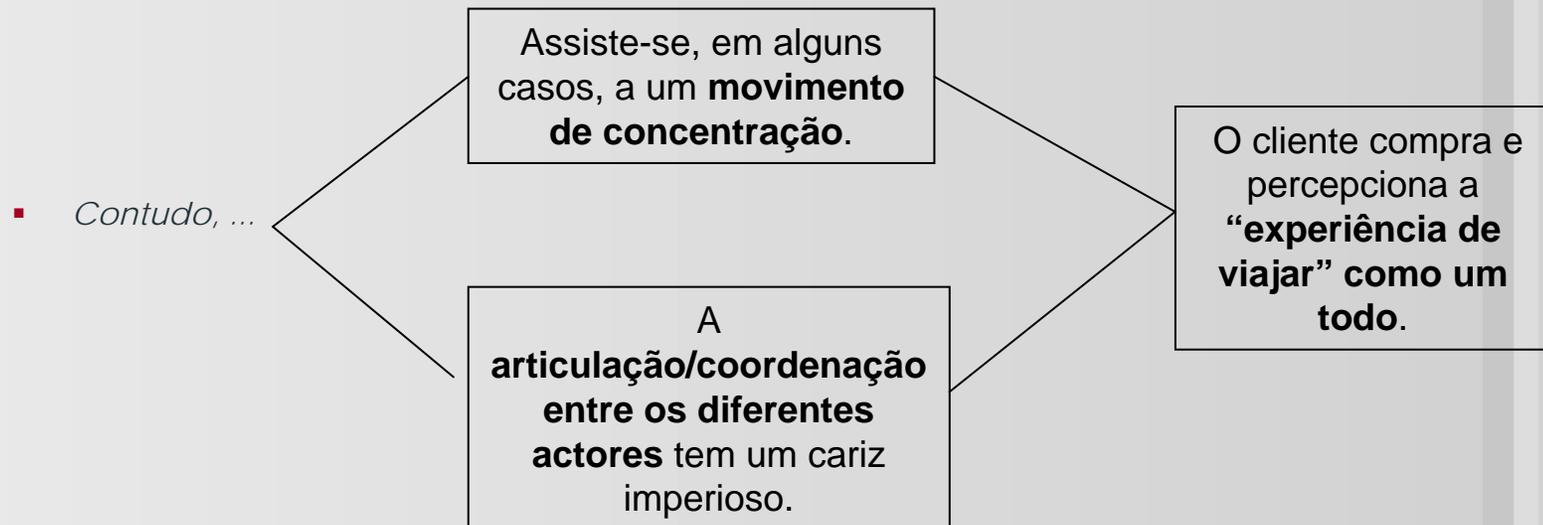


## 2.1. A Cadeia de Valor do Sector do Turismo

### ■ Quadro Conceptual

#### ▶ Cadeia de Valor Fragmentada:

- *Dada a natureza complexa e diversificada do “produto turístico”, a sua produção está necessariamente fragmentada por diversos actores.*



### ■ Do lado da Oferta:

- ✓ *Internacionalização crescente das actividades, em particular, ao nível das cadeias hoteleiras, cujo centro de decisão se situa no país da respectiva sede, levando a que as ligações com as comunidades locais onde se implantam sejam relativamente reduzidas. Prevalece, contudo, a fragmentação da oferta a este nível.*
- ✓ *Alteração da estrutura de mercado, no sentido de uma maior concentração:*
  - ✓ *Integração vertical de alguns subsectores, reflectindo-se em estratégias corporativas de alguns dos maiores players (muitos operadores turísticos estão a comprar agências de viagens, hotéis e linhas charter; várias companhias aéreas utilizam os seus voos charter para ganhar influência sobre operadores turísticos e agências de viagens);*
  - ✓ *Integração horizontal de alguns subsectores, designadamente ao nível do subsector dos operadores turísticos (atingindo-se uma forte concentração mundial), do subsector das agências de viagens (para fazer face à crescente concorrência que se faz sentir entre elas, resultante do progressivo esvaziamento do seu papel na cadeia de valor), do subsector das companhias aéreas (via alianças estratégicas) e do subsector das unidades hoteleiras (quer através de fusões e aquisições, quer de alianças de natureza diversa).*

### ■ Do lado da Oferta:

- ✓ *Novas formas de distribuição (Internet) - a facilidade de aceder a informação sobre destinos e produtos através da Internet permite uma maior comparabilidade de preços e produtos, tornando o mercado mais competitivo e transparente.*
- ✓ *O factor marca será preponderante face ao factor localização - pelo facto da oferta ser cada vez mais alargada no mesmo local, prevê-se a inversão da tendência actual em que a localização dos hotéis é factor preponderante.*
- ✓ *Redução dos custos de transporte (sobretudo aéreo) pela eliminação de intermediários e pela existência de voos charter.*

## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ Do lado da Procura - Principais Tendências:

- *Envelhecimento da população*
- *Aumento do rendimento disponível da população jovem*
- *Aumento dos níveis médios de escolaridade*
- *Menor tempo disponível para lazer por parte da população activa*
- *Preferência por períodos de férias mais curtos e mais frequentes*
- *Estabelecimentos de negócios a uma escala global*
- *Maior e mais fácil acesso a informação, ganho de importância da auto-organização*
- *Maior interesse por questões histórico-culturais*
- *Maior preocupação com a saúde, bem-estar e actividade físicos*
- *Valorização da autenticidade e da vivência de experiências*
- *Maior consciencialização dos problemas ambientais*
- *Maior acessibilidade a destinos longínquos, em virtude da redução dos custos do transporte aéreo*

- Estas tendências observadas ao nível da procura conduzem à **emergência e desenvolvimento de diversos segmentos turísticos** (em resposta a novas motivações), o que se reflecte num **leque muito mais variado em termos de oferta** do que no passado.
- Adicionalmente, esta **procura mais diversificada permite contrariar a forte sazonalidade** que tradicionalmente marcava o turismo, obtendo-se, portanto, **níveis de eficiência superiores.**

## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ Do lado da Procura - Principais Tendências:

Os **segmentos de produtos/mercados** que têm vindo a registar uma importância crescente são:

- o **turismo sénior** (impulsionado pelo envelhecimento da população; valoriza o conforto/descanso; está associado a um nível de despesa geralmente elevado e pode estar articulado com outros segmentos - turismo gastronómico e turismo de saúde);
- o **turismo de saúde** (associado à crescente preocupação com a saúde e bem-estar físico, consubstanciando-se na actividade dos SPA, das termas, etc.);
- o **turismo júnior** (muitas vezes associado ao turismo de aventura, ao eco-turismo ou ao turismo de eventos, no caso, por exemplo, dos espectáculos musicais; estará associado a um nível de despesa mais reduzido);
- o **turismo de eventos** (cujo foco são os eventos culturais - espectáculos de música, exposições de arte, etc. - ou eventos desportivos, atraindo diferentes camadas da população, de acordo com as suas preferências no que respeita ao tipo de evento);
- o **turismo de negócios** (estimulado, por um lado, pela globalização da actividade empresarial e, por outro lado, pela emergência de uma nova cultura empresarial; as viagens de turismo podem, por exemplo, fazer parte do pacote de recompensas das empresas ou constituírem um veículo privilegiado para o estabelecimento de negócios);
- o **turismo urbano, "city-breaks"** (a crescente percepção do pouco tempo para lazer leva a que os turistas prefiram viajar mais vezes ao longo do ano, mas com estadias mais curtas, o que passa pela visita a cidades, explorando o seu património histórico/cultural);
- o **turismo religioso** (associado à existência de destinos de culto, atraindo "ondas" de peregrinos e curiosos).

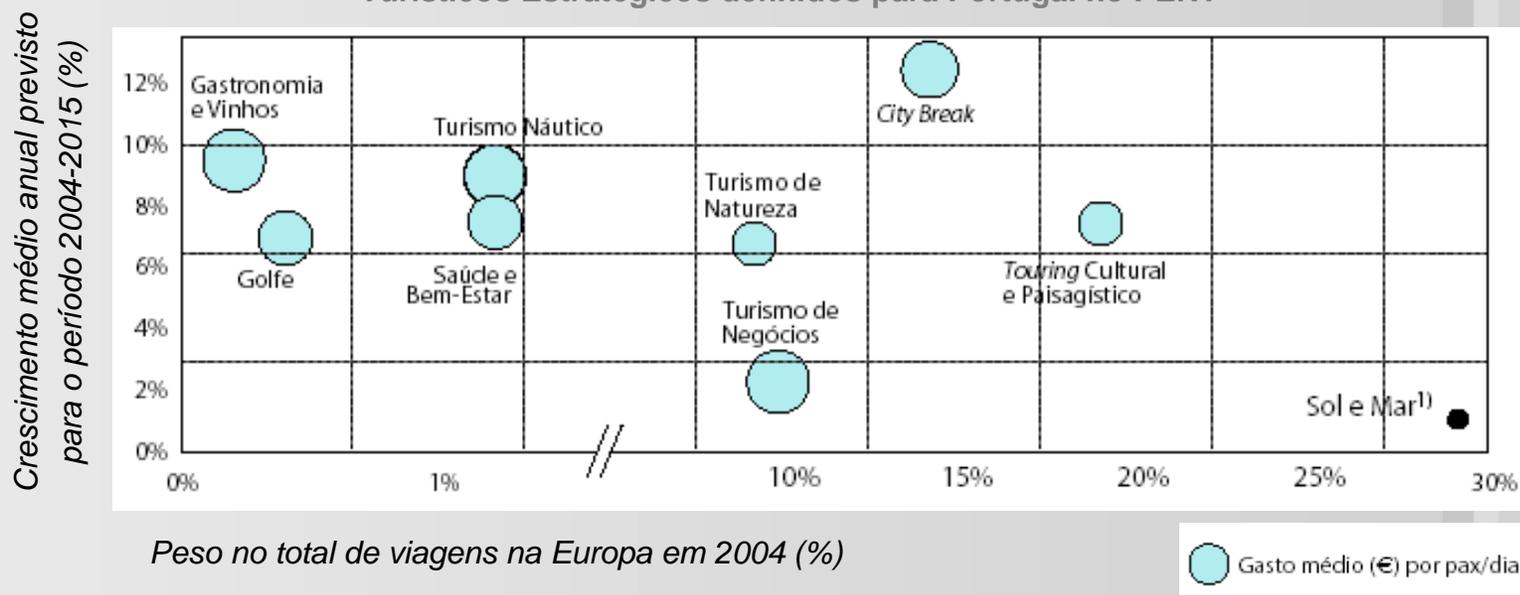
Deste modo, a **tradicional motivação para o turismo**, ou seja, o gozo de férias, privilegiando-se os segmentos sol/praias e montanha, **começou a perder importância relativa.**

Adicionalmente, o **novo perfil de procura**, com o inerente desenvolvimento de novos segmentos, **coadjuvado pelo recurso a TIC**, leva a que as viagens de turismo nem sempre sejam organizadas por uma entidade exógena ao turista, dando-se lugar à **auto-organização** (ex: turismo júnior).

## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ No Cruzamento da Oferta com a Procura - Evolução Prevista dos Principais Segmentos:

Evolução do Turismo no Mercado Europeu para os Produtos Turísticos Estratégicos definidos para Portugal no PENT



Peso no total de viagens na Europa em 2004 (%)

● Gasto médio (€) por pax/dia

Notas: Valores de gasto médio não disponíveis para o produto Sol e Mar; Prevê-se para o produto Resorts Integrados e Turismo Residencial um crescimento entre 8% e 12% ano.

Fonte: PENT, Ministério da Economia e da Inovação

## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ Relativamente aos Destinos - Principais Tendências:

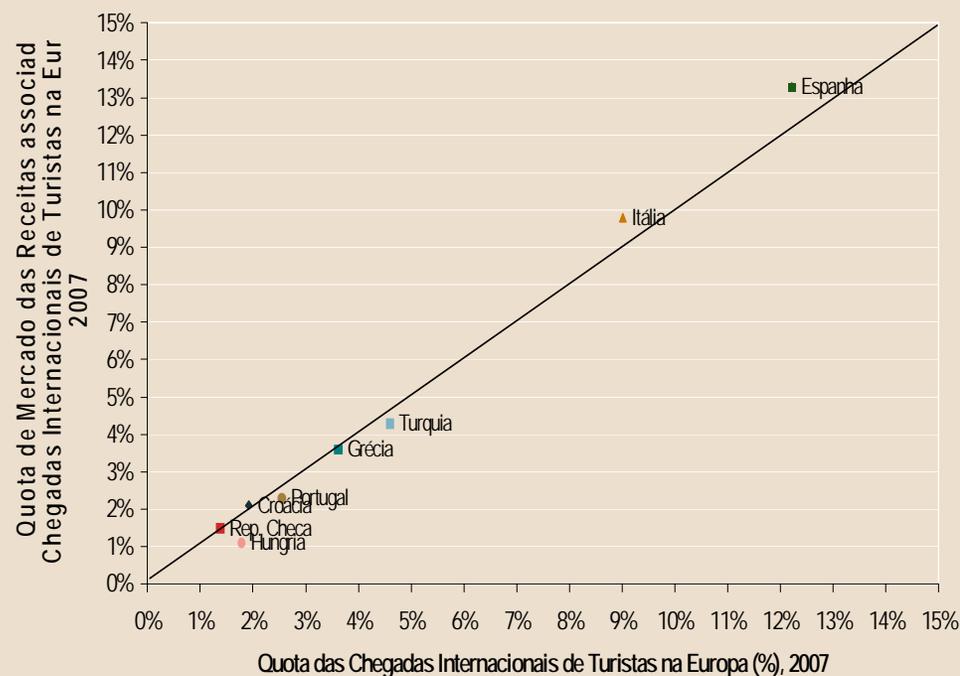
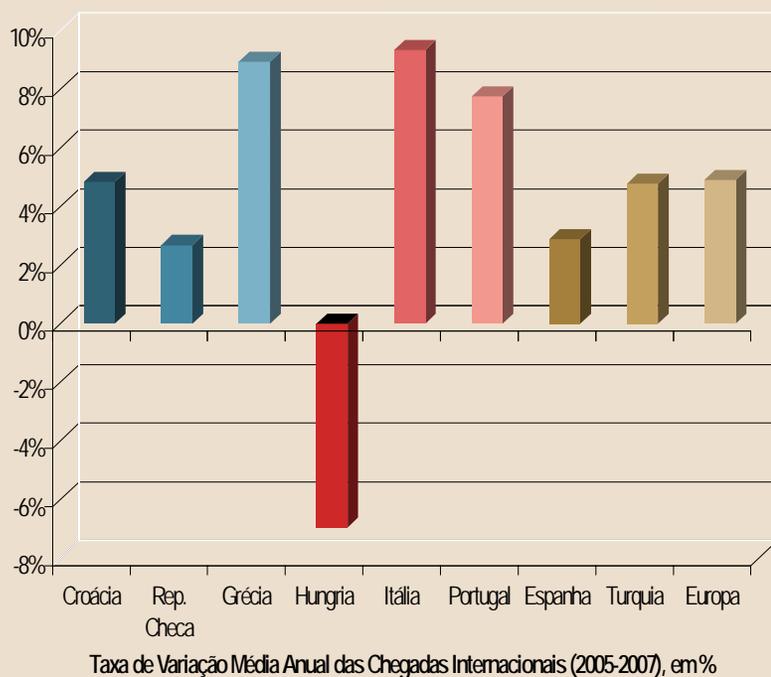
A quota de mercado dos novos destinos turísticos (Médio Oriente, Ásia/Pacífico, Europa Central e de Leste, América Central e do Sul, África Subsaariana) tem vindo a aumentar de forma sustentada ao longo dos últimos vinte anos, enquanto que regiões com maior nível de maturidade na actividade, tais como a Europa Ocidental, a Europa do Sul e Mediterrâneo, a América do Norte e as Caraíbas, tendem a revelar taxas de crescimento menos dinâmicas.

	Chegadas Internacionais de Turistas (milhões)						Taxa Crescimento das Chegadas (%)			Quota Mercado das Chegadas Internacionais de Turistas (%), 2007
	1990	1995	2000	2005	2006	2007	06/05	07/06	07/90	
<b>Mundo</b>	436	535,9	683,3	803,2	847,3	903,1	5,5	6,6	107,1	100,0
<b>Europa</b>	262,6	311,3	393,6	440,3	462,2	484,3	5,0	4,8	84,4	53,6
<b>Norte</b>	28,6	35,8	43,7	52,8	56,4	57,6	6,8	2,1	101,4	6,4
<b>Ocidental</b>	108,6	112,2	139,7	142,4	149,5	154,9	5,0	3,6	42,6	17,2
<b>Central/Leste</b>	31,5	60,6	69,4	87,8	91,5	95,6	4,2	4,5	203,5	10,6
<b>Sul/Med.</b>	93,9	102,7	140,8	157,3	164,8	176,2	4,8	6,9	87,6	19,5
<b>Ásia/Pacífico</b>	55,9	81,8	109,2	154,6	167	184,3	8,0	10,4	229,7	20,4
<b>Nordeste</b>	26,4	41,3	58,3	87,5	94,3	104,2	7,8	10,5	294,7	11,5
<b>Sudeste</b>	21,1	28,2	35,6	48,5	53,1	59,6	9,5	12,2	182,5	6,6
<b>Oceânia</b>	5,2	8,1	9,2	10,5	10,5	10,7	0,0	1,9	105,8	1,2
<b>Sul</b>	3,2	4,2	6,1	8,1	9,1	9,8	12,3	7,7	206,3	1,1
<b>América</b>	92,7	109	128,2	133,3	135,8	142,4	1,9	4,9	53,6	15,8
<b>Norte</b>	71,7	80,7	91,5	89,9	90,6	95,3	0,8	5,2	32,9	10,6
<b>Caraíbas</b>	11,4	14	17,1	18,8	19,4	19,5	3,2	0,5	71,1	2,2
<b>Central</b>	1,9	2,6	4,3	6,4	7,1	7,7	10,9	8,5	305,3	0,9
<b>Sul</b>	7,7	11,7	15,3	18,2	18,7	19,9	2,7	6,4	158,4	2,2
<b>África</b>	15,2	20,1	27,9	37,2	41,4	44,5	11,3	7,5	192,8	4,9
<b>Norte</b>	8,4	7,3	10,2	13,9	15,1	16,3	8,6	7,9	94,0	1,8
<b>Subsar</b>	6,8	12,8	17,7	23,3	26,3	28,2	12,9	7,2	314,7	3,1
<b>Méd Oriente</b>	9,6	13,7	24,4	37,8	40,9	47,6	8,2	16,4	395,8	5,3

## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ Relativamente aos Destinos - Principais Tendências:

Portugal registou uma evolução positiva entre 2005 e 2007 em matéria de chegadas internacionais de turistas. No entanto, a sua quota nas chegadas internacionais na Europa é maior do que a correspondente nas receitas de turismo na Europa, o que é indiciador de menores níveis de geração de valor acrescentado na actividade turística e de sofisticação do produto turístico em Portugal, ao contrário do que acontece em mercados tradicionalmente vistos como concorrentes do português no vector “sol e praia”, nomeadamente em Espanha, Itália e Croácia.



## 2.2. As Principais Tendências do Sector do Turismo

### ■ Relativamente aos Destinos - Principais Tendências:

- *Espera-se que o volume de chegadas internacionais atinja mais de 1,56 mil milhões em 2020, de acordo com o “Turismo 2020 Vision”, numa previsão e avaliação de longo prazo da OMT sobre o desenvolvimento do turismo ao longo dos 20 primeiros anos do novo milénio.*
- *Prevê-se que as três principais regiões receptoras de turistas venham a ser, em 2020, a Europa (717 milhões de turistas), a Ásia Oriental/Pacífico (397 milhões) e a América (282 milhões), seguidas de África, Médio Oriente e Ásia do Sul. Por outro lado, estima-se que a Ásia Oriental/Pacífico, a Ásia do Sul, o Médio Oriente e África venham a registar recordes de crescimento, com taxas médias anuais superiores a 5%, comparativamente com a média mundial de 4,1%. As regiões supostamente com maior nível de maturidade, Europa e América, poderão apresentar valores abaixo das taxas médias de crescimento mundiais.*
- *A Europa deverá manter a sua elevada quota a nível mundial no que se refere ao número de chegadas, prevendo-se, no entanto, uma queda dos 60%, registados em 1995, para 45%, em 2020. A OMT prevê ainda que, em 2010, a América venha a perder o segundo lugar para a região da Ásia Oriental/Pacífico, que irá receber 25% das chegadas mundiais em 2020, com a América a decair dos 19%, registados em 1995, para os 18%, em 2020.*

### ■ Relativamente aos Destinos - Principais Tendências:

- *Deste modo, conclui-se que o turismo deverá apresentar taxas elevadas de crescimento no futuro, quer no que concerne a mercados tradicionais, como os EUA e a Europa, onde ainda existe um grande potencial de crescimento, quer relativamente a mercados emergentes, tais como a China, a Índia e os países do Golfo Pérsico.*
- *Conclui-se, assim, que, apesar da procura turística global estar a aumentar, o número de destinos e a capacidade global estão a crescer ainda mais rapidamente. Os países em desenvolvimento, em particular, enfrentam grandes desafios. Para conservarem a sua quota de mercado, os destinos mais desenvolvidos e mais dependentes do turismo terão que responder à concorrência, aumentando a qualidade e diversificando os seus produtos e mercados alvo, de forma a ajustar a oferta turística à crescente diversidade das necessidades e expectativas dos consumidores.*

### ■ Expectativas:

- *Aumento das viagens longas (proporcionado pela redução dos custos de transporte, devido à entrada no mercado das companhias low cost e à aposta das construtoras Boeing e Airbus em aviões de grande dimensão, permitindo a obtenção de economias de escala);*
  - *Maior diversidade dos destinos turísticos (impulsionada pela capacidade de pesquisa e aquisição de serviços turísticos pelos próprios turistas);*
  - *Aumento da procura turística (dado o aumento esperado de rendimento nos países emissores, a partir de 2010, e ao aumento das motivações para viajar);*
  - *Aumento do nível de exigência por parte da procura;*
  - *Aumento do grau de concentração do mercado.*
- 
- - *A cadeia de valor tende a ficar cada vez mais integrada e dominada pelos clientes.*



Augusto Mateus & Associados  
Sociedade de Consultores, Lda

### **3. CARACTERIZAÇÃO DAS TENDÊNCIAS SÓCIO- ECONÓMICAS FUNDAMENTAIS DO CONCELHO DE SESIMBRA: UMA ANÁLISE DE BENCHMARKING**

### ■ Principais Dinâmicas

- *Apresenta, em 2007, uma população residente correspondente a cerca de 2% da população da Região de Lisboa (NUTS II).*
- *Regista um crescimento populacional claramente positivo entre 2001 e 2007, cerca de seis vezes superior à média da Região de Lisboa.*
- *Apresenta uma densidade populacional manifestamente inferior à da generalidade dos concelhos considerados (com um registo inferior, encontra-se apenas Grândola), mas ainda assim superior à média nacional.*
- *O peso dos jovens e dos idosos no total da população residente encontra-se em linha com o que se verifica na Região de Lisboa e em Portugal.*
- *Sesimbra destaca-se por evidenciar a mais elevada taxa de variação populacional no cômputo das regiões consideradas. Tal evolução deve-se, sobretudo, à componente migratória, embora também apresente uma das maiores taxas de crescimento natural (mas de magnitude muito inferior). Em contraste, surge o concelho de Lisboa, com uma queda muito acentuada da população residente devido a um saldo migratório claramente negativo.*

## 3.1. Demografia e Capital Humano

### ■ Principais Indicadores

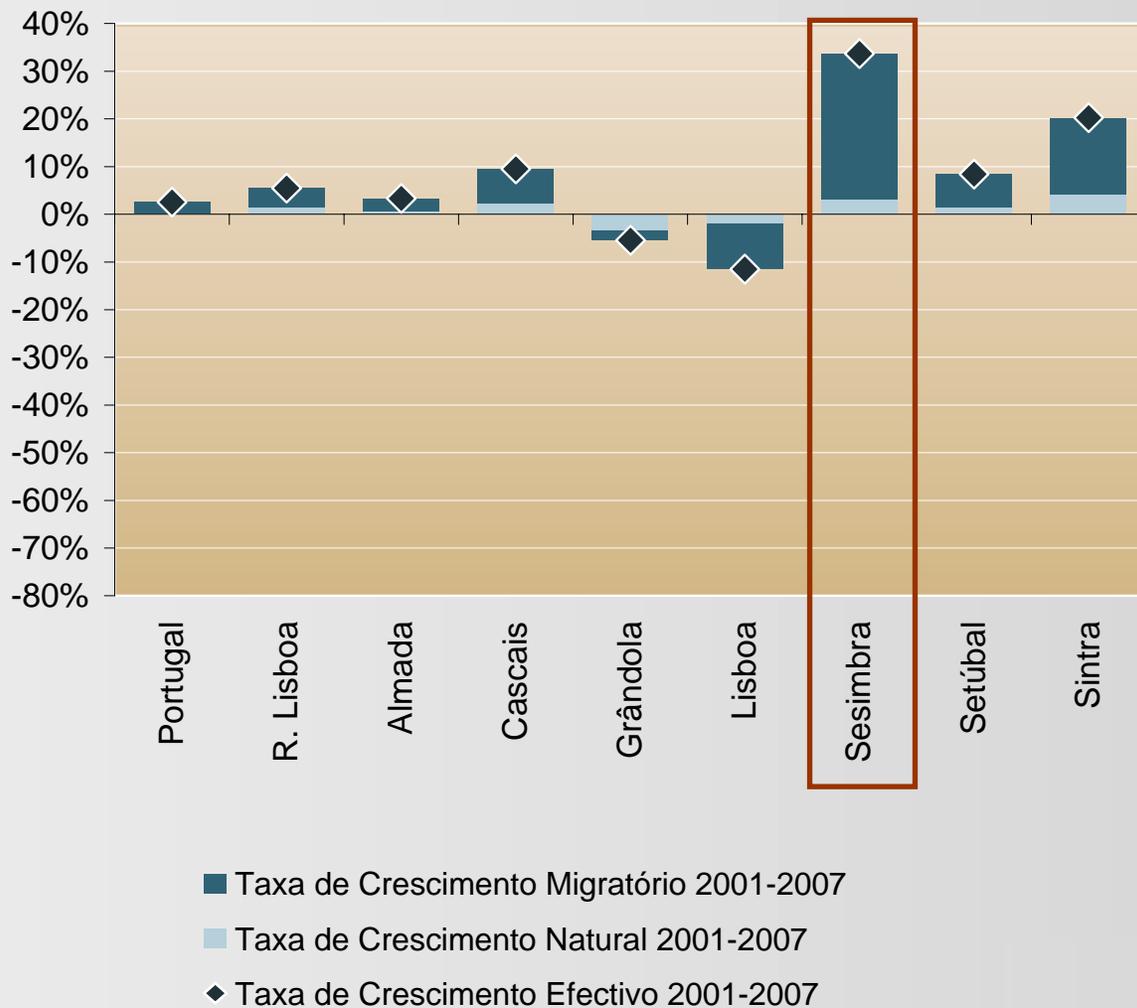
	População residente 2007	Taxa variação população 2001/2007	Densidade populacional 2007 (hab./km <sup>2</sup> )	% Jovens (0-14 anos no total 2007)	% Idosos (65 e + anos no total 2007)
SESIMBRA	50.236	33,7%	258	16%	23 %
Almada	166.148	3,3%	2.367	13%	25 %
Cascais	186.947	9,5%	1.920	14%	36 %
Grândola	14.080	-5,4%	17	12 %	40 %
Lisboa	499.700	-11,5%	5.895	16 %	21 %
Setúbal	123.564	8,5%	719	13 %	34 %
Sintra	437.471	20,3%	1.370	17 %	19 %
Região de Lisboa	2.808.414	5,5%	957	16 %	25 %
Portugal	10.617.575	2,5%	115	15 %	25 %

*Nota: Região de Lisboa (Nomenclatura Estatística das Unidades Territoriais adoptada a partir de 2002, correspondente a uma das NUTS II).*

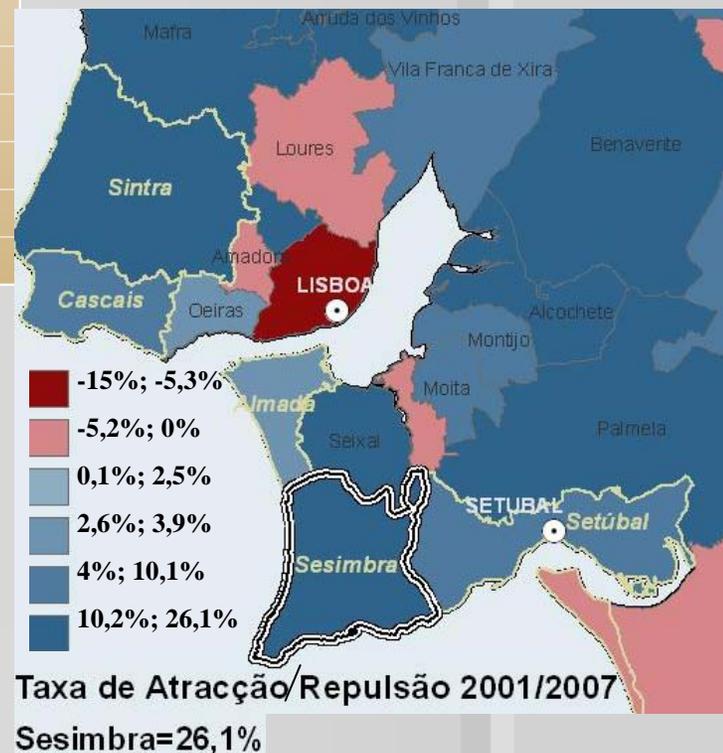
*Fonte: INE, Estatísticas demográficas; INE, Estimativas provisórias da população residente*

### 3.1. Demografia e Capital Humano

Decomposição da Taxa de Crescimento Populacional 2001-2007 (Componentes Natural e Migratória)

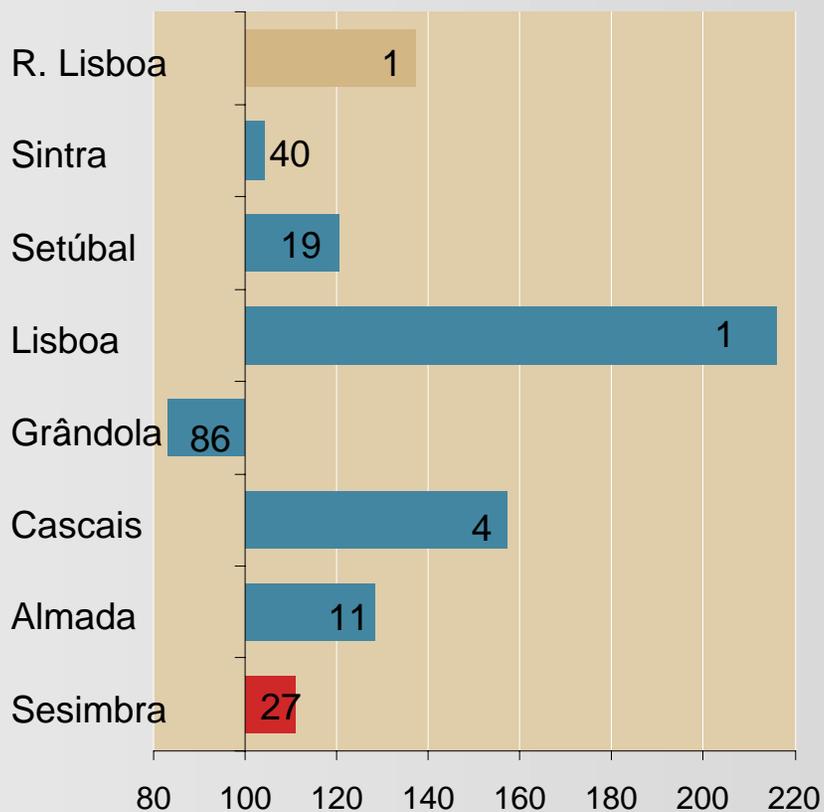


### Principais Indicadores



### Índice do Poder de Compra Concelhio

Índice do Poder de Compra Concelhio, 2005



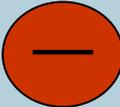
PT=100

Posição no ranking entre 308 Concelhos, 30 NUTS III e 7 NUTS II

- ✓ No que toca ao Índice do Poder de Compra, Sesimbra encontra-se acima do limiar médio nacional. No entanto, no conjunto dos concelhos em análise, a sua posição é relativamente modesta, distanciando-se bastante do concelho de Lisboa, assim como do de Cascais e, em menor grau, dos de Almada e Setúbal. Em contraponto, a sua posição é mais favorável que a de Sintra e, especialmente, de Grândola (que está abaixo do limiar médio nacional). No ranking de 308 concelhos portugueses, Sesimbra situa-se no 27º lugar, correspondendo a 11% do IPC nacional.

## 3.2. Nível de Vida

### Principais Indicadores, 2006

	Vida Social e Cultural		Rendimento	Emprego / Desemprego	Pobreza	Segurança
	Espectadores por habitante em espectáculos ao vivo (n.º esp./hab.)	Despesas correntes em actividades culturais e de desporto por habitante (em euros)	Ganho médio mensal (em euros)	Beneficiários do subsídio de desemprego face à pop. em idade activa (%)*	Peso da população beneficiária do RSI na população residente (%)*	Taxa de criminalidade (‰)
SESIMBRA	...	48,2	801,2	5,2	1,1	44,6
Almada	0,5	32,1	908,4	5,9	2,8	45,7
Cascais	0,3	69,0	1.027,5	5,9	1,9	52,3
Grândola	...	68,0	701,4	5,9	2,8	35,8
Lisboa	5,3	51,6	1.393,6	5,9	3,1	84,5
Setúbal	1,2	30,8	960,6	8,0	3,8	58,7
Sintra	0,2	19,8	1.022,5	5,6	1,5	29,7
Região de Lisboa	1,3	36,3	1.207,7	6,0	2,4	47,2
Portugal	0,8	42,8	934,0	6,6	3,6	37,8
Posicionamento do Concelho face à média da Região de Lisboa						

\* - Dados de 2007.

Fonte: INE, Anuário Estatístico 2007 (Estatísticas do Desporto, Cultura e Recreio, MTSS, Direcção Geral da Política de Justiça)

### ■ Principais Dinâmicas

- *Tal como na generalidade do país, em Sesimbra predominam as micro-empresas, apresentando as médias e grandes empresas um peso reduzido no total do tecido produtivo.*
- *O volume de negócios encontra-se significativamente concentrado. Neste domínio, no conjunto de concelhos considerado, o registo de Sesimbra é apenas suplantado por Lisboa e Setúbal.*
- *As empresas de alojamento e restauração têm uma expressividade no tecido empresarial do concelho de Sesimbra marginalmente acima da observada no total do país e na Região de Lisboa. Nesta vertente, Grândola apresenta um registo claramente distintivo.*
- *O rácio da população em idade activa no total da população em Sesimbra (66%) está em linha com o que se regista ao nível do país e da Região de Lisboa.*
- *Sesimbra evidencia uma % de licenciados ainda baixa no total de trabalhadores por conta de outrem (5%). Neste indicador, ocupa uma posição desfavorável face à média do país, da Região de Lisboa e da maioria concelhos considerados, o que denota défices ao nível das qualificações dos recursos humanos.*

#### ■ Principais Dinâmicas

- *Sesimbra apresentou, à semelhança do que se passou nos restantes concelhos considerados na análise, uma trajectória de redução da população desempregada, efectivamente registada nos centros de emprego, de 2006 para 2007 e que parecia repetir-se de 2007 para 2008 (embora de forma claramente menos vincada) se olharmos para a variação homóloga correspondente em Agosto; no fim do ano, no entanto, esta trajectória já tinha sido invertida, com o desemprego registado a crescer de 2007 para 2008, em virtude da desaceleração e recessão da actividade económica, que se perspectiva vir a agravar-se ainda mais em 2009. Associado ao carácter sazonal da actividade turística, o desemprego em destinos turísticos como Sesimbra tende a baixar nos meses de Verão e a subir na época baixa.*
- *O desemprego registado em Sesimbra, em Dezembro de 2008, revela uma presença mais significativa, em termos de graus de instrução, e comparativamente, sobretudo, com Lisboa e Cascais, dos 2.º e 3.º ciclos do ensino básico, em detrimento do ensino superior e ensino secundário completos.*
- *30% do desemprego em Sesimbra é, por outro lado, de indivíduos com idade entre 25 e 34 anos, o registo mais elevado, em Dezembro de 2008, entre os concelhos considerados, revelando, ao mesmo tempo, uma fraca expressão de indivíduos com mais de 55 anos nesta condição, à semelhança do que se verifica em Grândola, onde o desemprego tende a ser ainda mais jovem, e contrariamente aos registos de Lisboa, Almada e Cascais.*
- *O desemprego é, neste período, maioritariamente feminino em todos os concelhos analisados, com excepção de Lisboa, com Grândola, Sesimbra e Setúbal a registarem, por outro lado, os menores pesos relativos de desempregados de longa duração. A percentagem dos que procuram novo emprego, por contraposição aos que procuram emprego pela primeira vez, é esmagadoramente maioritária em todos os concelhos considerados.*

### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

#### ■ Principais Indicadores Empresariais e do Mercado de Trabalho - 2006

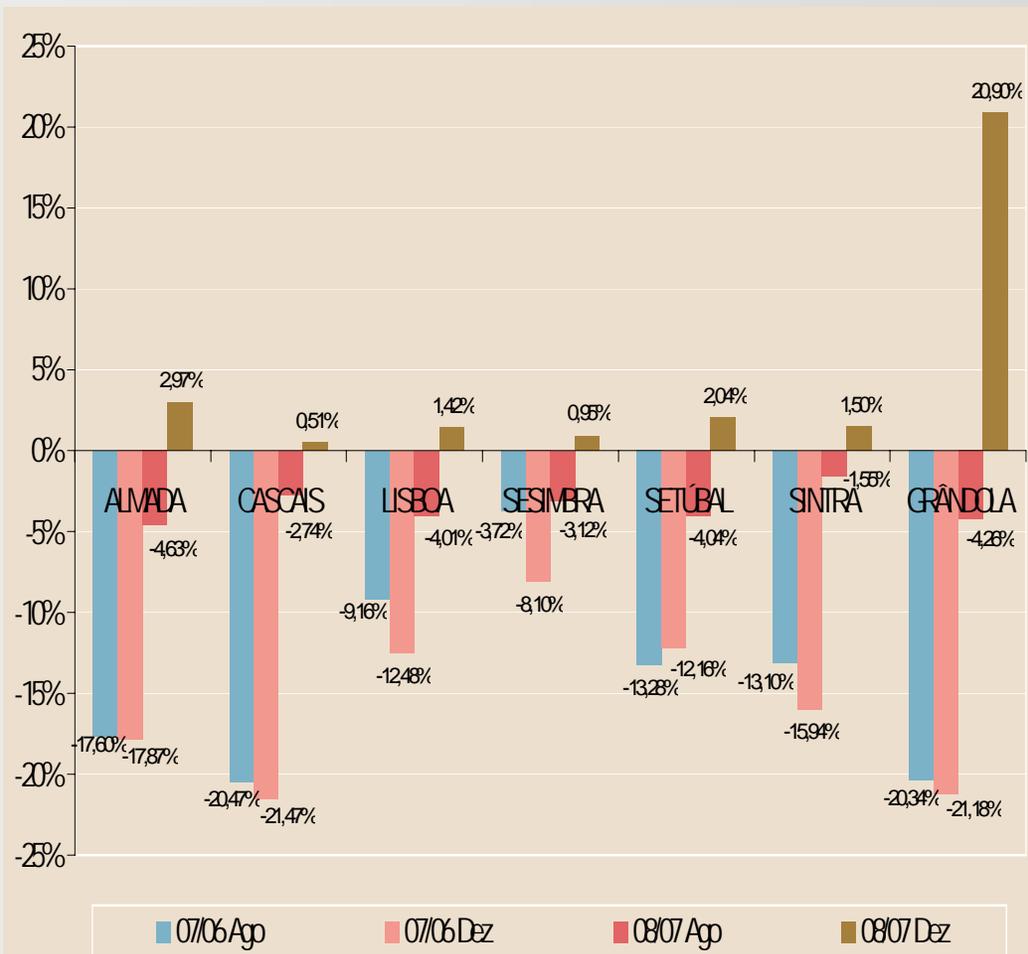
	% de empresas com mais de 50 trabalhadores	Índice de concentração do volume de negócios das 4 maiores empresas	% de empresas de alojamento e restauração no total	% de população em idade activa no total*	% de licenciados no total de trabalhadores por conta de outrem
SESIMBRA	3,3%	20%	9%	66%	5%
Almada	2,6%	12,7%	8%	66%	10%
Cascais	3,2%	16,1%	6%	67%	11%
Grândola	2,4%	15,8%	13%	62%	3%
Lisboa	5,3%	22,1%	7%	62%	21%
Setúbal	3,6%	29,2%	9%	68%	8%
Sintra	4,0%	18,8%	6%	69%	9%
R. de Lisboa	4,2%	11,5%	7%	67%	17%
Portugal	4,6%	5,6%	8%	67%	9%

\* Dados de 2007.

Fonte: INE, Sistema integrado de contas às empresas; INE, Estimativas Provisórias de População Residente; DGEEP, Quadros de Pessoal

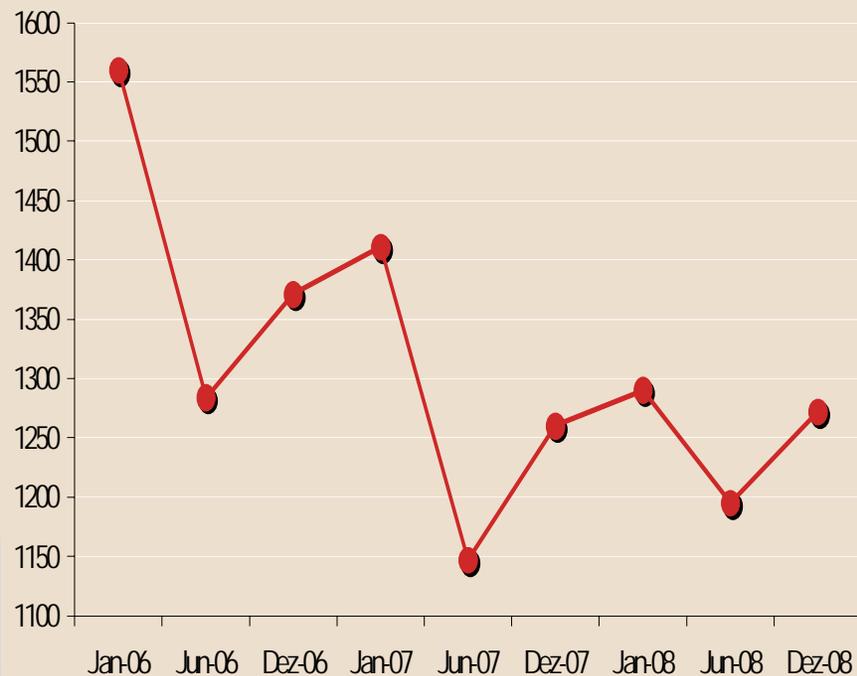
### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

Varição do Desemprego (efectivamente registado nos centros de emprego), 2006-2008, variações homólogas Agosto e Dezembro, em %



#### Principais Indicadores: Evolução e Estrutura do Desemprego

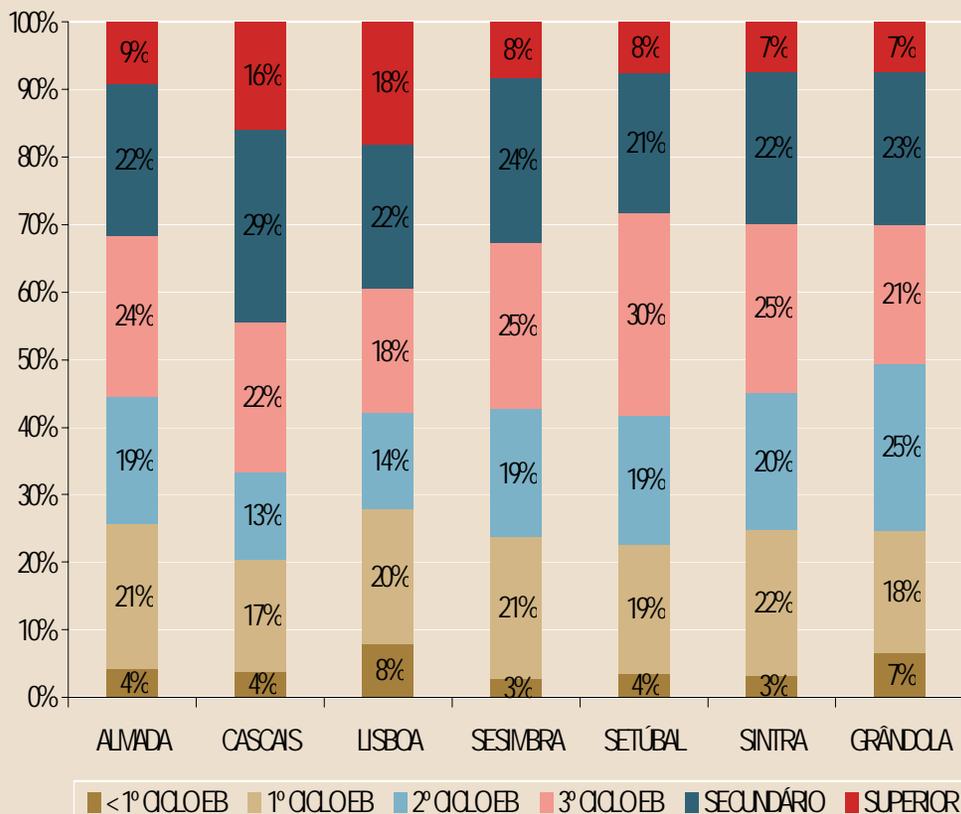
Evolução do Desemprego (efectivamente registado no centro de emprego) em Sesimbra, 2006-2008, em n.º



Fonte: Dados dos Centros de Emprego do IEFP

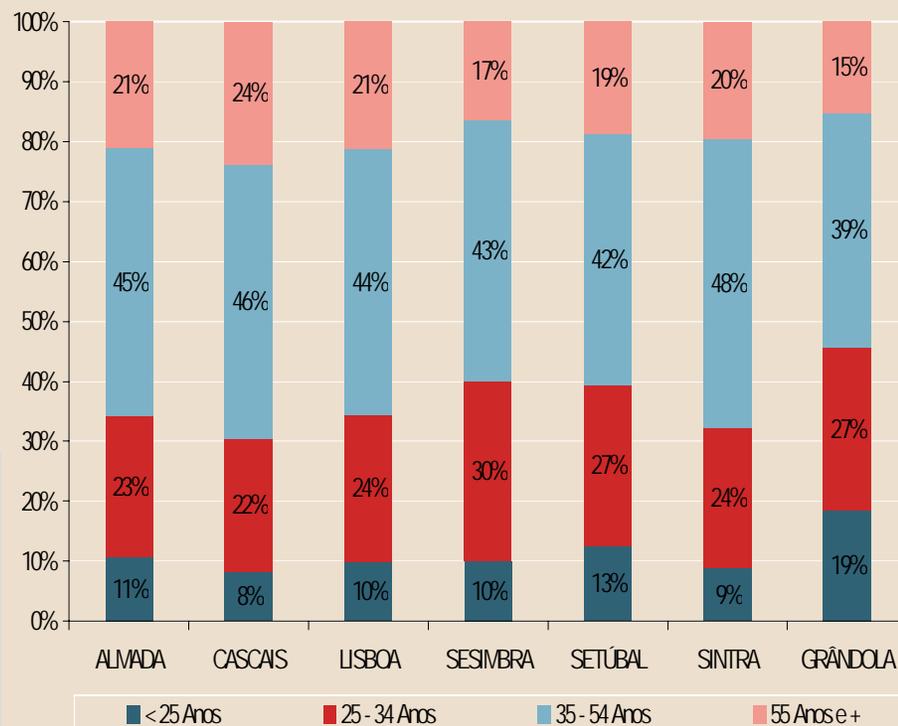
### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

Estrutura do Desemprego (efectivamente registado nos centros de emprego) por Graus de Instrução, em Dezembro de 2008, em %



### Principais Indicadores: Evolução e Estrutura do Desemprego

Estrutura do Desemprego (efectivamente registado nos centros de emprego) por Escalões Etários, em Dezembro de 2008, em %

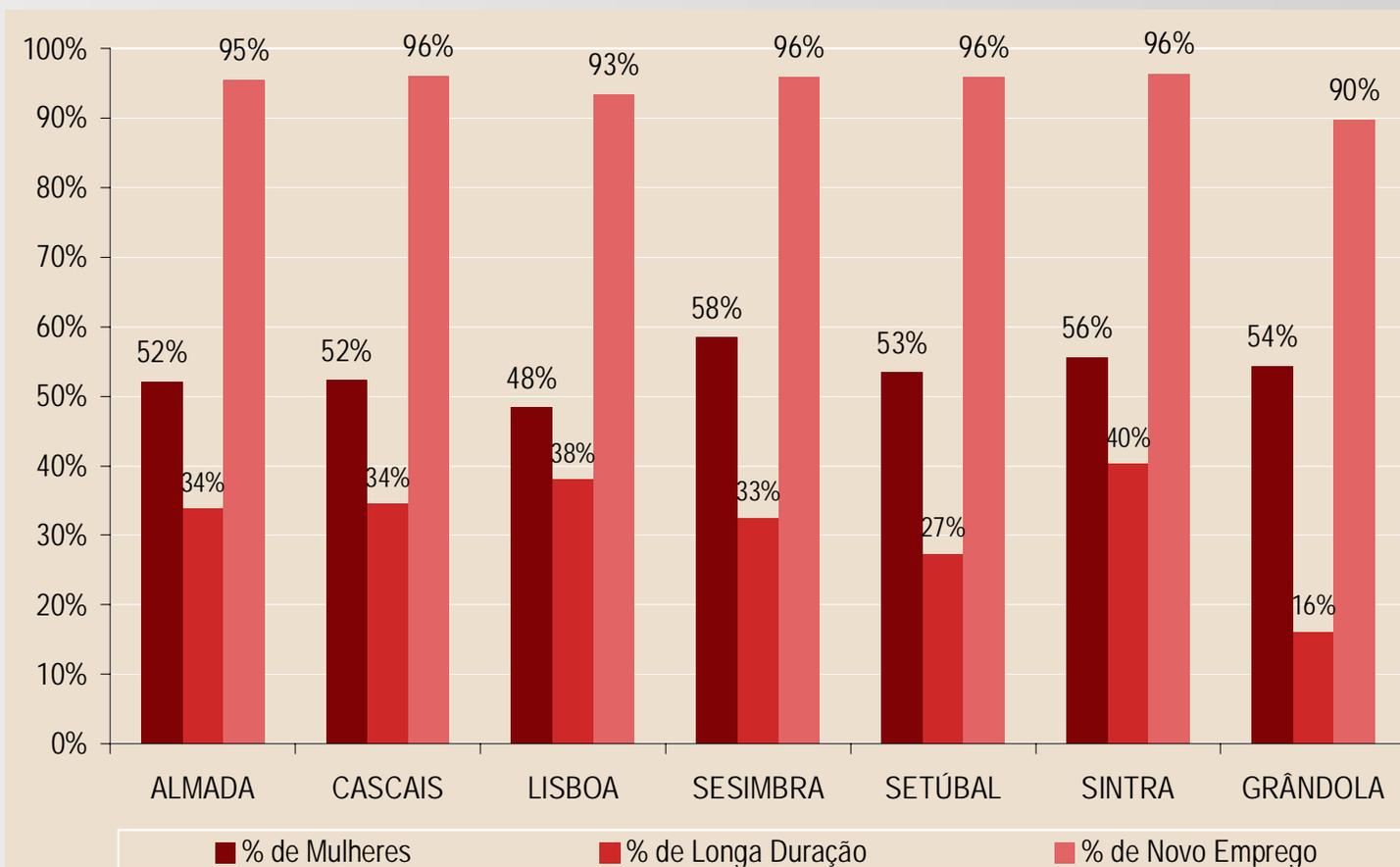


Fonte: Dados dos Centros de Emprego do IEFP

### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

#### ■ Principais Indicadores: Evolução e Estrutura do Desemprego

Estrutura do Desemprego (efectivamente registado nos centros de emprego) por Género, Duração e por Situação face à Procura de Emprego, em Dezembro de 2008, em %



Fonte: Dados dos Centros de Emprego do IEFP

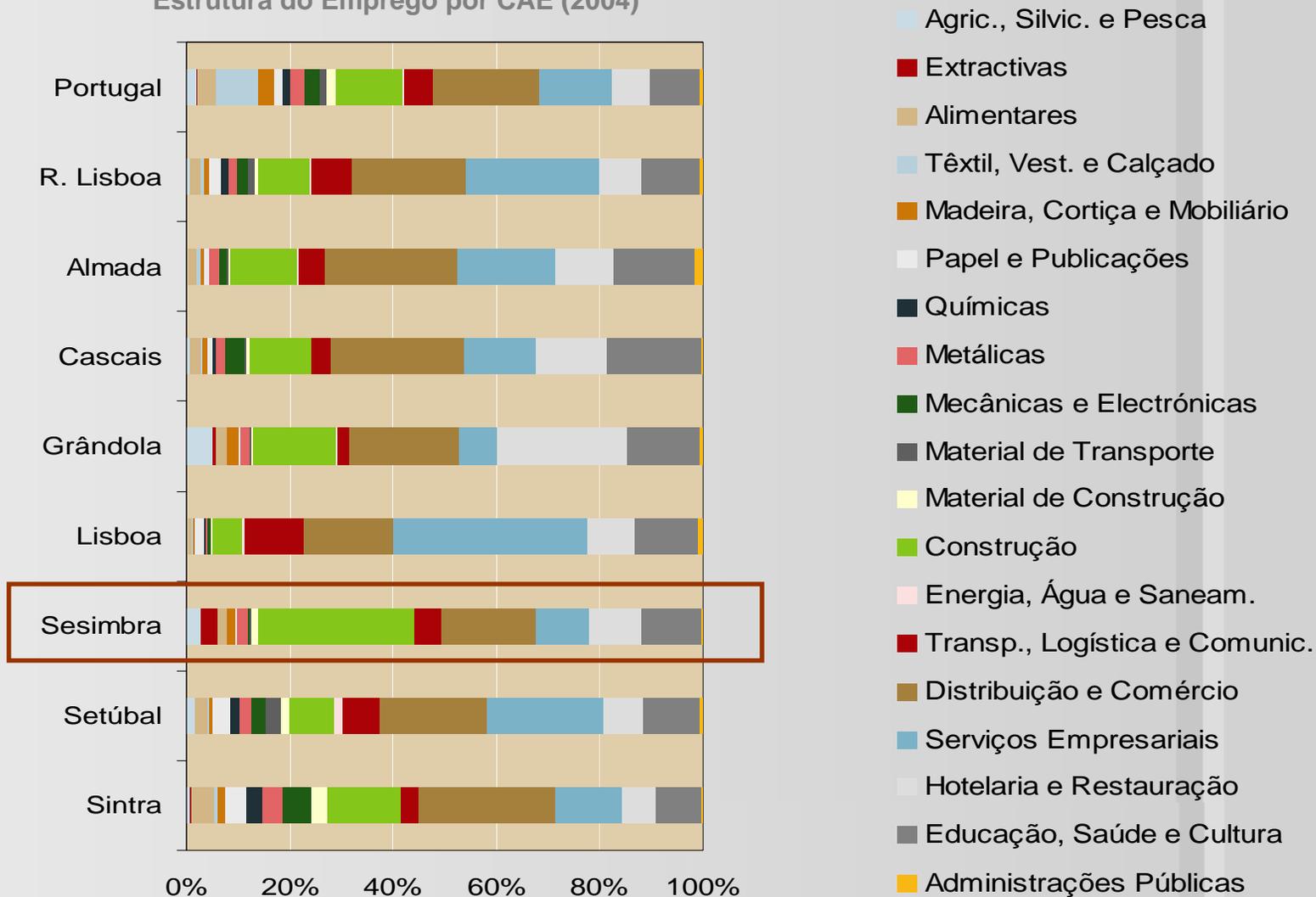
#### ■ Principais Dinâmicas

- *Ao nível da estrutura do emprego, Sesimbra destaca-se claramente no peso da actividade da construção (que ocupa 30% do emprego do concelho), sector que aparece sobre-dimensionado comparativamente com os outros concelhos considerados na análise, ao contrário do que acontece com as actividades de distribuição e comércio e dos serviços às empresas, subdimensionadas, não obstante a sua importância na estrutura de emprego concelhio. Apresenta também um peso reduzido da indústria transformadora, factor que se enquadra na estrutura económica da Região de Lisboa, mais vocacionada para o sector terciário. De realçar ainda os casos dos serviços de educação, saúde e cultura e da hotelaria e restauração, onde a % de empregados é também superior à média nacional e à média da Região de Lisboa (não obstante o seu nível de especialização no turismo não ser dos mais elevados, estando abaixo do apresentado por outros concelhos analisados como Grândola, Cascais e Almada). Apesar de apresentarem um peso reduzido na estrutura de emprego, no conjunto de concelhos considerado, é em Sesimbra que as actividades associadas à agricultura, silvicultura e pescas e indústrias extractivas assumem um papel mais relevante.*
- *Em termos de especialização produtiva, e tendo em conta a variável emprego, Sesimbra destaca-se claramente nas indústrias extractivas, salientando-se também na construção. A agricultura e pescas, a hotelaria e restauração, bem como a educação, saúde e cultura, constituem igualmente actividades onde evidencia uma especialização relativamente maior que a média do país. No que toca à actividade de hotelaria e restauração, nenhum dos concelhos considerados apresenta uma especialização inferior à média do país, sendo de destacar neste domínio o caso de Grândola.*

### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

#### ■ Estrutura do Emprego

Estrutura do Emprego por CAE (2004)



### 3.3. Tecido Empresarial e Mercado de Trabalho

#### ■ Perfil de Especialização Produtiva

Quociente de Localização do Emprego (2004)

	Sesimbra	Cascais	Lisboa	Sintra	Almada	Setúbal	Grândola	R. Lisboa
Agric., Silvíc. e Pesca	1,6	0,4	0,1	0,3	0,1	0,8	2,6	0,3
Ind. Extractivas	6,6	0,1	0,1	0,7	0,1	0,2	1,8	0,2
Alimentares	0,5	0,6	0,2	1,3	0,4	0,8	0,7	0,7
Têxteis, vest. calçado	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Madeira, Cort. e Mob.	0,5	0,3	0,1	0,4	0,2	0,2	0,7	0,3
Papel e Publicações	0,3	0,6	1,2	2,8	0,6	2,3	0,1	1,4
Químicas	0,0	0,5	0,3	1,9	0,0	1,3	0,1	1,0
Metálicas	0,7	0,6	0,1	1,3	0,6	0,8	0,6	0,6
Mec. e Electrónicas	0,2	1,4	0,2	2,0	0,6	1,0	0,0	0,8
Mat. Transporte	0,2	0,1	0,1	0,0	0,5	2,4	0,3	0,8
Mat. Construção	0,6	0,4	0,1	1,5	0,1	0,7	0,2	0,4
Construção	2,4	0,9	0,4	1,1	1,0	0,7	1,3	0,8
Ener., Água e Sanea.	0,2	0,2	1,2	0,2	0,5	3,3	0,1	0,9
Transportes	1,0	0,7	2,0	0,7	0,9	1,3	0,4	1,4
Dist. e Comércio	0,9	1,3	0,9	1,3	1,3	1,0	1,0	1,1
Serv. Emp.	0,7	1,0	2,6	0,9	1,3	1,6	0,5	1,8
Hot. e Restaur.	1,4	1,9	1,3	1,0	1,6	1,0	3,5	1,1
Edu., Saúde e Cult.	1,2	1,9	1,2	0,9	1,6	1,1	1,4	1,2

### ■ Principais Dinâmicas

- *Dos concelhos considerados, Sesimbra é um dos que regista um maior número de alojamentos por cada 3 pessoas residentes. Este município foi também o que apresentou maior dinamismo do n.º de alojamentos nos últimos anos, evidenciando uma variação média anual no período 2002-2007 de 2,3% (resultado também superior ao do país e ao da Região de Lisboa). De uma forma geral, as variações anuais médias registadas nos vários concelhos foram sustentadas pelo bom desempenho até 2003, registando-se, a partir daí, um abrandamento no crescimento do n.º de alojamentos, acompanhando a evolução da actividade económica global do país.*
- *Cerca de 37% dos alojamentos de Sesimbra destinam-se a um uso sazonal, o que indicia o papel de relevo assumido pela segunda residência e pelo turismo residencial neste município. Aquele resultado está claramente acima da média nacional e da média da Região de Lisboa, superando também todos os concelhos considerados nesta análise.*
- *As projecções efectuadas pela CMS/GES em 2008 apontam para uma retracção da importância relativa dos alojamentos de uso sazonal para o valor de 30% em 2007. É também efectuada uma estimativa que aponta para um maior crescimento acumulado entre 2001 e 2007 do n.º de famílias clássicas quando comparado com o n.º de alojamentos clássicos (50,2% contra 25,4%).*
- *Sesimbra apresenta valores unitários de avaliação bancária da habitação idênticos aos verificados no concelho de Almada (no caso dos apartamentos) e idênticos aos de Setúbal no caso das moradias. Neste último segmento, apresenta uma oferta mais competitiva face a todos os concelhos escolhidos para comparação, enquanto no segmento apartamentos, Setúbal e Sintra apresentam valores mais baixos. Sesimbra apresenta ainda uma forte dispersão de preços no segmento das moradias.*

### ■ Indicadores de Alojamento

	Nº de alojamentos familiares clássicos (2007)	Nº de alojamentos familiares por cada 3 pessoas residentes (2007)	Variação média anual 2002/2007 do nº de alojamentos (%)	% de alojamentos de uso sazonal (2001)
SESIMBRA	29.638	1,8	2,3	37
Almada	98.112	1,8	0,9	25
Cascais	96.679	1,6	1,2	19
Grândola	10.036	2,1	1,2	29
Lisboa	292.806	1,8	0,1	9
Setúbal	61.701	1,5	1,2	12
Sintra	178.593	1,2	0,7	11
R. de Lisboa	1.392.250	1,5	1,0	13
Portugal	5.590.370	1,6	1,3	18

Fonte: INE, Estatísticas de obras concluídas; INE, Recenseamento da população e habitação

### ■ Valores Unitários (€/m<sup>2</sup>) da Habitação

	Apartamentos			Moradias		
	Média 25% menores	Média global	Média 25% maiores	Média 25% menores	Média global	Média 25% maiores
SESIMBRA	1.047	1.308	1.725	962	1.415	1.932
Almada	1.084	1.377	1.791	1.375	1.705	2.091
Cascais	1.231	1.599	2.122	1.396	1.939	2.565
Lisboa	1.407	1.904	2.469	1.669	2.106	2.614
Setúbal	831	1.031	1.351	1.130	1.450	1.913
Sintra	939	1.177	1.516	1.223	1.544	2.044

*Nota: Os resultados estão agregados por escalões de acordo com uma ordenação crescente dos valores de avaliação bancária.*

*Fonte: INE, Anuários Estatísticos Regionais, Inquérito à Avaliação Bancária na Habitação*

## ■ SWOT Sintética - Estrutura Económica e Tecido Empresarial

### **Pontos fortes:**

- *A fraca industrialização contribui positivamente para o desenvolvimento turístico (excepção feita para as unidades extractivas existentes)*
- *Importância que o Porto de Sesimbra continua a ter enquanto porto de pesca no contexto nacional*
- *Boas condições edafo-climáticas para a agricultura e produção de produtos locais de qualidade*
- *Condições efectivas para que a **Economia do Mar** possa funcionar como motor do desenvolvimento integrado do concelho, articulando o turismo com as artes e ofícios tradicionais ligados à actividade pesqueira*
- *Potencialidades no desenvolvimento de serviços especializados às pessoas, de actividades de reabilitação de edifícios e no conjunto de serviços satélite do sector do turismo (catering, aluguer de viaturas, actividades desportivas e culturais, alojamento, comércio e restauração)*

### **Pontos fracos:**

- *Diversificação insuficiente da actividade económica (peso significativo das actividades tradicionais: construção e comércio em detrimento dos serviços avançados de apoio às empresas e às pessoas) e sazonalidade da actividade turística*
- *Extracção de inertes com fortes externalidades negativas*
- *Especiais dificuldades sociais e financeiras sentidas no sector das pescas e do comércio*
- *Comércio, serviços de proximidade e turismo prejudicados pela descaracterização urbanística da vila*
- *Tecido empresarial pouco dinâmico, escassez de recursos financeiros das microempresas e conseqüente falta de motivação para envidar esforços na qualificação (agravados pela falta de enquadramento do QREN)*
- *Fraco posicionamento em termos de acessibilidades, oferta de ALE, de um tecido empresarial dinâmico e de RH qualificados, dificultam a captação de empresas competitivas*

## ■ SWOT Sintética - Aspectos Sociais e Culturais

**Pontos fortes:**

- Hospitalidade
- Progressos realizados ao nível da programação cultural do concelho
- Diversidade das tradições culturais locais
- Dinâmica de trabalho das IPSS e movimento associativo
- Preservação da tradição da comunidade piscatória e forte capacidade (em comparação com outros portos de pesca) para a adaptação às políticas sectoriais
- Preservação da ruralidade em algumas áreas do concelho

**Pontos fracos:**

- Degradação do parque habitacional e falta de condições de habitabilidade e salubridade de alguns agregados familiares
- Dificuldades sentidas pela autarquia ao nível da oferta de habitação social (elevada procura, elevados custos dos terrenos, condições físico-morfológicas do solo)
- Dificuldades de reconversão profissional no sector da pesca
- Deficit de equipamentos, ocupação territorial dispersa e alguma falta de adesão da população, prejudicam o desenvolvimento de actividades desportivas e culturais
- Deficit de espaços verdes urbanos
- Acessibilidades intra e inter-concelhias deficitárias e inadequação da rede de transportes públicos reflectem-se negativamente na mobilidade da população e acesso a serviços diversos oferecidos nos pólos urbanos (saúde, educação, desporto e lazer)



Augusto Mateus & Associados  
Sociedade de Consultores, Lda

## **4. A DIMENSÃO, RELEVÂNCIA E POSICIONAMENTO COMPETITIVO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA NO CONCELHO**

## 4.1. Principais Indicadores de Turismo: uma Análise de Benchmarking

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

Sesimbra apresenta melhor performance relativamente à média da Região de Lisboa nos indicadores: 1 - Capacidade de alojamento na categoria hotéis e 2 - Estada média.

Dependência de um conjunto reduzido de mercados emissores

✓ O mercado nacional, inglês e alemão representam, em conjunto, cerca de 62% do total de dormidas em Portugal, valor muito próximo do verificado no concelho (65%).

Reduzidas taxas de ocupação

✓ A taxa de ocupação-cama no concelho é de apenas 39% (contra 43% no país), sendo, no caso de Sesimbra, bastante oscilante entre os meses de época alta e época baixa.

Dificuldade em contornar a sazonalidade

✓ Apesar da aposta recente em produtos destinados a inverter a forte concentração da procura nos meses de Verão, nomeadamente no mergulho e no segmento MICE e golfe, 42% do total de dormidas em Sesimbra verificam-se nos meses de Julho, Agosto e Setembro, contra 37% em Portugal.

Dificuldade em reter o turista mais tempo no território

✓ A estada média, em 2007, foi de apenas 2,5 dias no concelho, valor que se enquadra no padrão regional (2,3 dias) embora se distancie do observado no país (3 dias).

## 4.1. Principais Indicadores de Turismo: uma Análise de Benchmarking

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

	Capacidade de alojamento (nº camas/1.000 hab.)	Dormidas em estab. hoteleiros ou similares por 100 hab.	Nº estabelecimentos classificados no Turismo de Portugal I.P.	Capacidade de alojamento na categoria hotéis (% camas face ao total)	Proporção de hóspedes estrangeiros (% face ao total)	Proporção das dormidas entre os meses de Out e Jun (% face ao total)	Estada média (nº noites)	Taxa ocupação-cama (em %)
SESIMBRA	13,6	212,2	5	77,8	36,2	58,1	2,5	38,8
Almada	7,1	107,2	9	75,1	45,2	56,8	2,6	42,3
Cascais	40,2	653,6	42	62,5	69,4	62,4	3,1	45,5
Grândola	33,1	282,6	6	15,0	8,6	55,4	2,4	23,3
Lisboa	66,8	1227,0	188	78,0	66,6	69,7	2,2	50,3
Setúbal	15,8	238,9	16	61,1	34,5	68,2	1,9	41,3
Sintra	3,3	54,1	17	74,3	58,8	64,4	2,3	40,7
Região de Lisboa	17,7	309,0	306	74,3	62,2	67,8	2,3	48,0
Portugal	24,9	374,3	2.031	48,9	52,7	63,2	3,0	43,0
Posicionamento do concelho face à média da Região de Lisboa			-					

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

#### Dinâmica de Evolução (período 2003-2007, concelho de Sesimbra)

##### *Pior Performance:*

- *Capacidade de Alojamento/1000 habitantes*

##### *Melhor Performance:*

- *Proporção de Hóspedes Estrangeiros*
- *Taxa de Ocupação Bruta (embora de forma mais ténue do que o indicador anterior)*

*Nota: ambos os indicadores apresentam uma regressão em 2007*

##### *Maior Estabilidade:*

- *Sazonalidade do Turismo*
- *Duração da Estada*

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

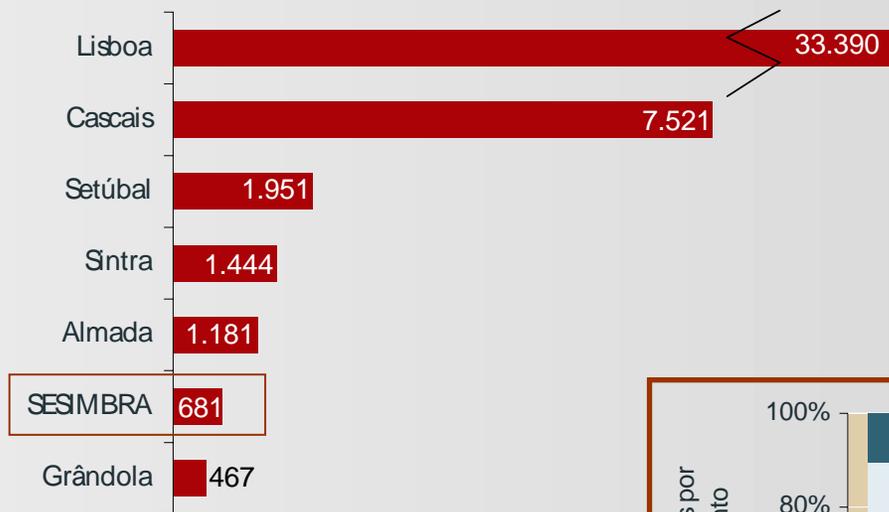
#### Benchmarking Territorial

- *Sesimbra ainda apresenta uma dimensão reduzida no sector do turismo (oferta e procura medidas em termos absolutos, não relativizadas pela população), apenas suplantada pelo concelho de Grândola, para o qual se prevê uma alteração estrutural da oferta turística (actualmente, apresenta-se pior posicionado face a Sesimbra em praticamente todos os indicadores).*
- *Sesimbra é suplantada (quando se considera os indicadores relativizados pela população) em termos de oferta turística e captação de turistas, sobretudo por concelhos da margem Norte do Tejo, consolidados de ponto de vista do produto turístico oferecido (trilogia paisagem-património histórico- programação cultural); Note-se que Sintra apresenta indicadores de oferta e procura turística subavaliados pela forte dimensão populacional de áreas urbanas como o Cacém, Queluz e Massamá, pertencentes ao concelho.*
- *Setúbal é o concelho que apresenta maiores similitudes com Sesimbra, para a maioria dos indicadores (capacidade de alojamento, dormidas, grau de internacionalização do turismo, taxa de ocupação), existindo maior diferenciação entre os dois concelhos no indicador que mede a sazonalidade do turismo (favorável a Setúbal) e na Estada média (favorável a Sesimbra).*

## 4.1. Principais Indicadores de Turismo: uma Análise de Benchmarking

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

Capacidade de Alojamento (nº camas) , 2007

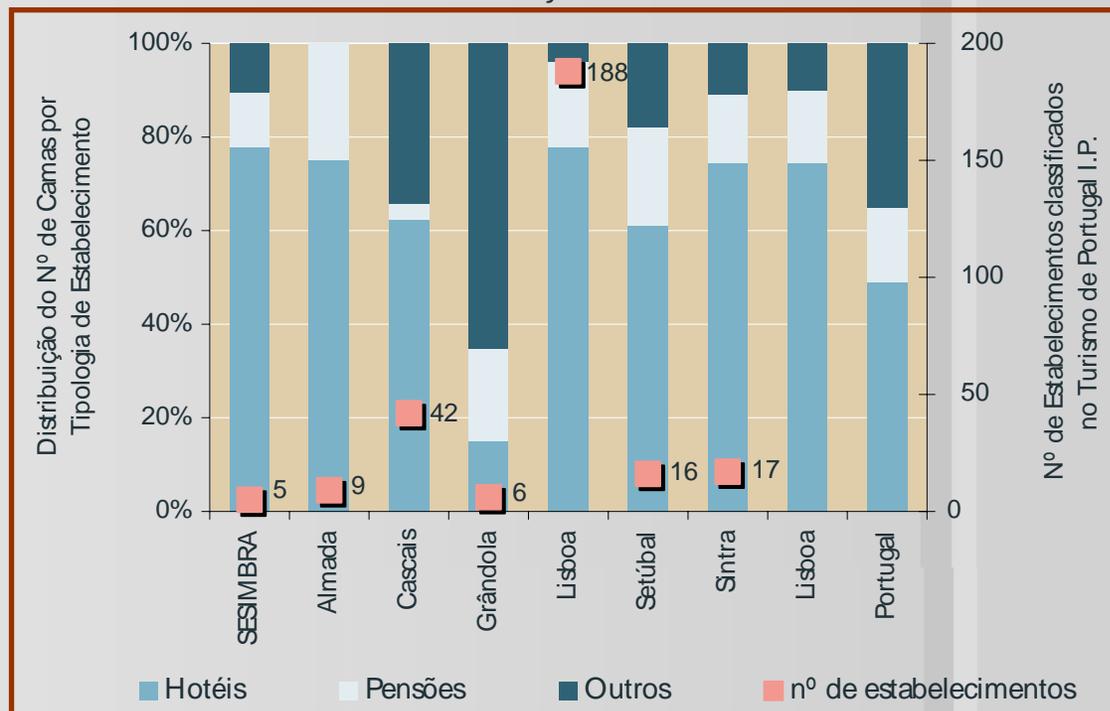


### ■ Capacidade de alojamento reduzida

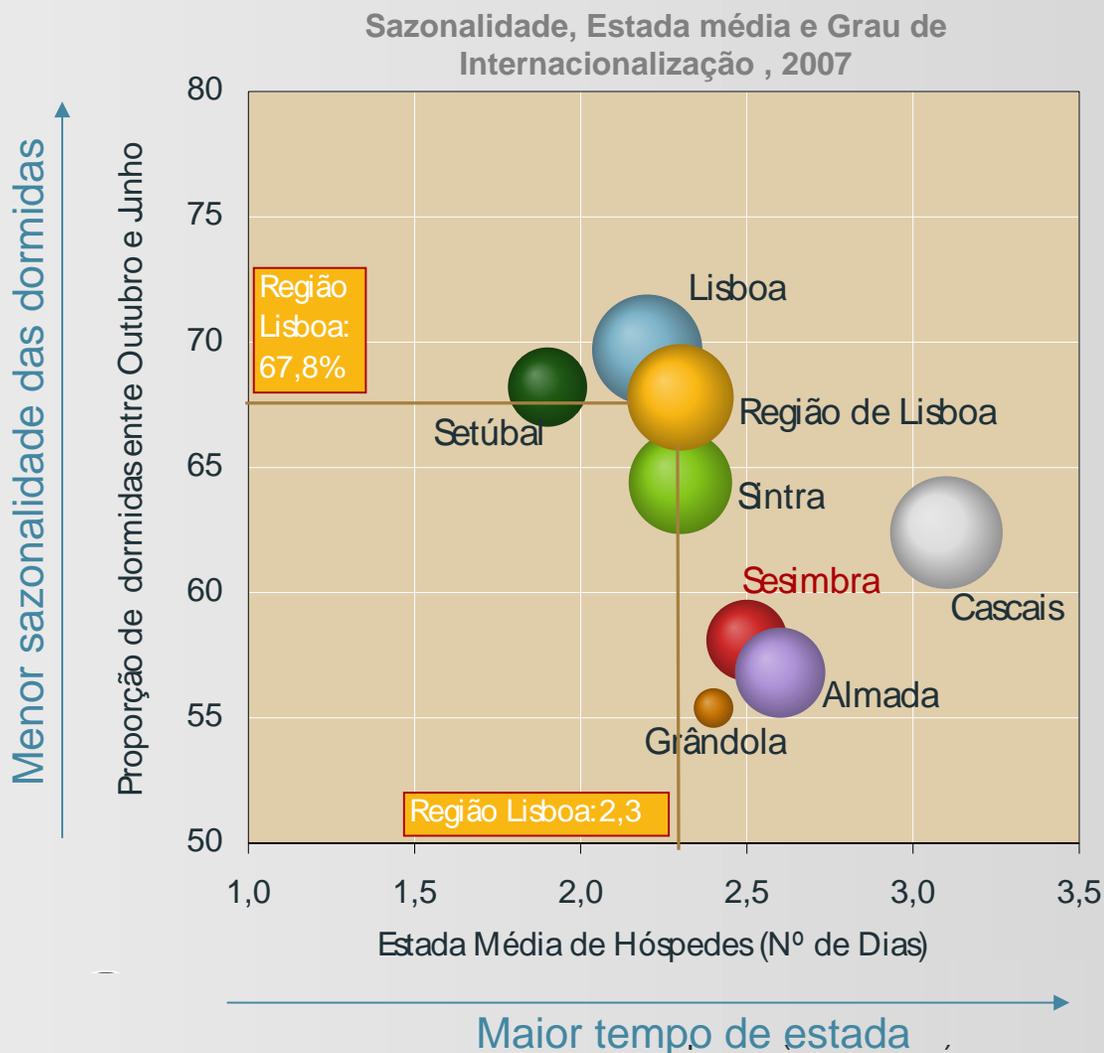
Existe um número muito reduzido de alojamentos classificados no Turismo de Portugal I.P. em Sesimbra (apenas 5 estabelecimentos), 3 dos quais na tipologia Estabelecimentos Hoteleiros. Não existem alojamentos classificados na categoria Turismo em espaço rural.

### ■ Um número significativo de alojamentos aguarda processos de licenciamento

O arrendamento particular é uma prática já antiga em Sesimbra. Este tipo de alojamentos e outros que não reúnem atributos que os permitam candidatar-se a outras categorias (p.e., turismo em espaço rural) aguardam aprovação no âmbito da tipologia "alojamento local".



### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007



■ *Progressão necessária, por ordem de prioridade:*

- 1) *Combate à sazonalidade*
- 2) *Internacionalização*
- 3) *Capacidade para prolongar o tempo de estada do turista*

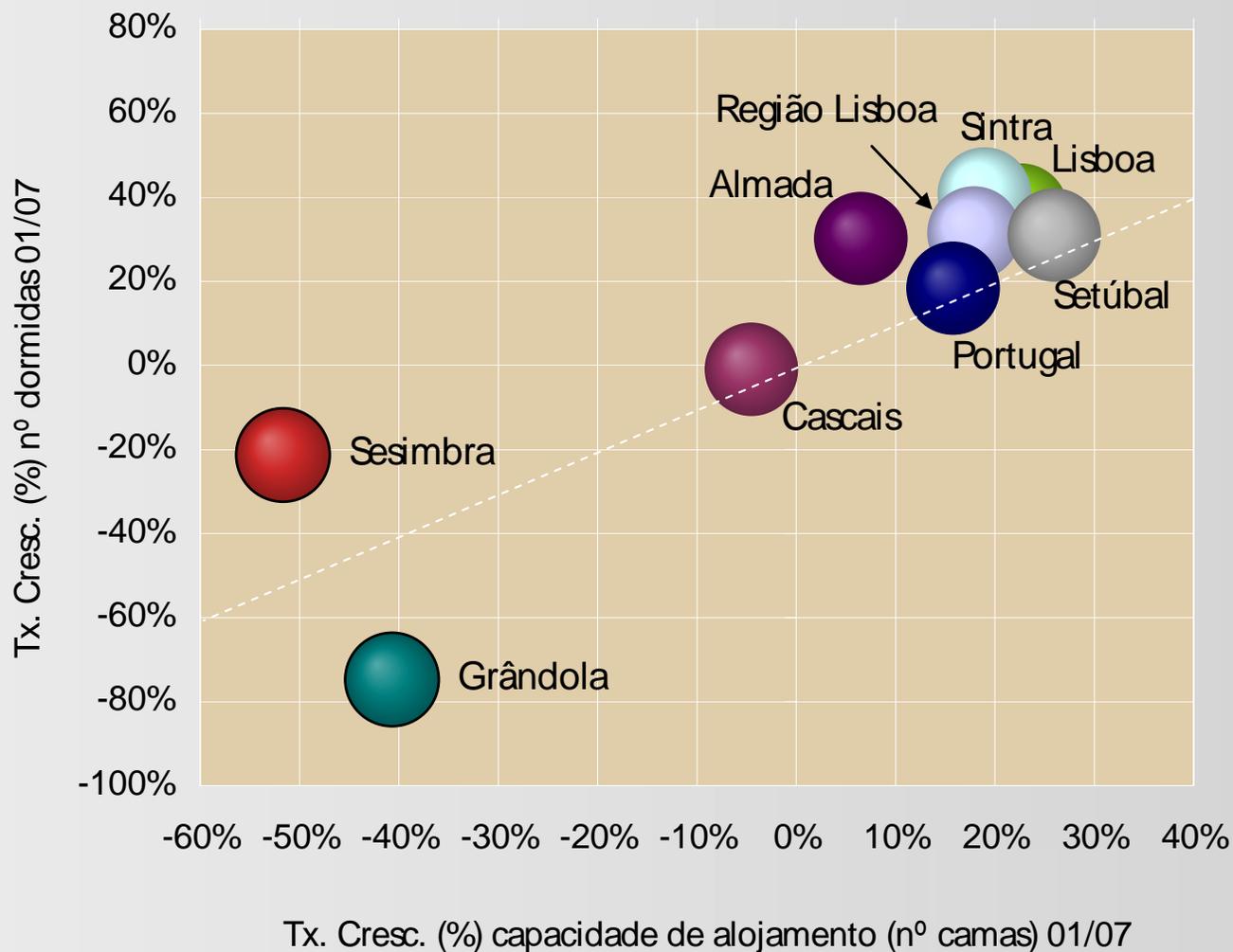


Representa Grau de Internacionalização (% dormidas de estrangeiros)

## 4.1. Principais Indicadores de Turismo: uma Análise de Benchmarking

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

Dinâmica Oferta vs Procura , 2001-2007



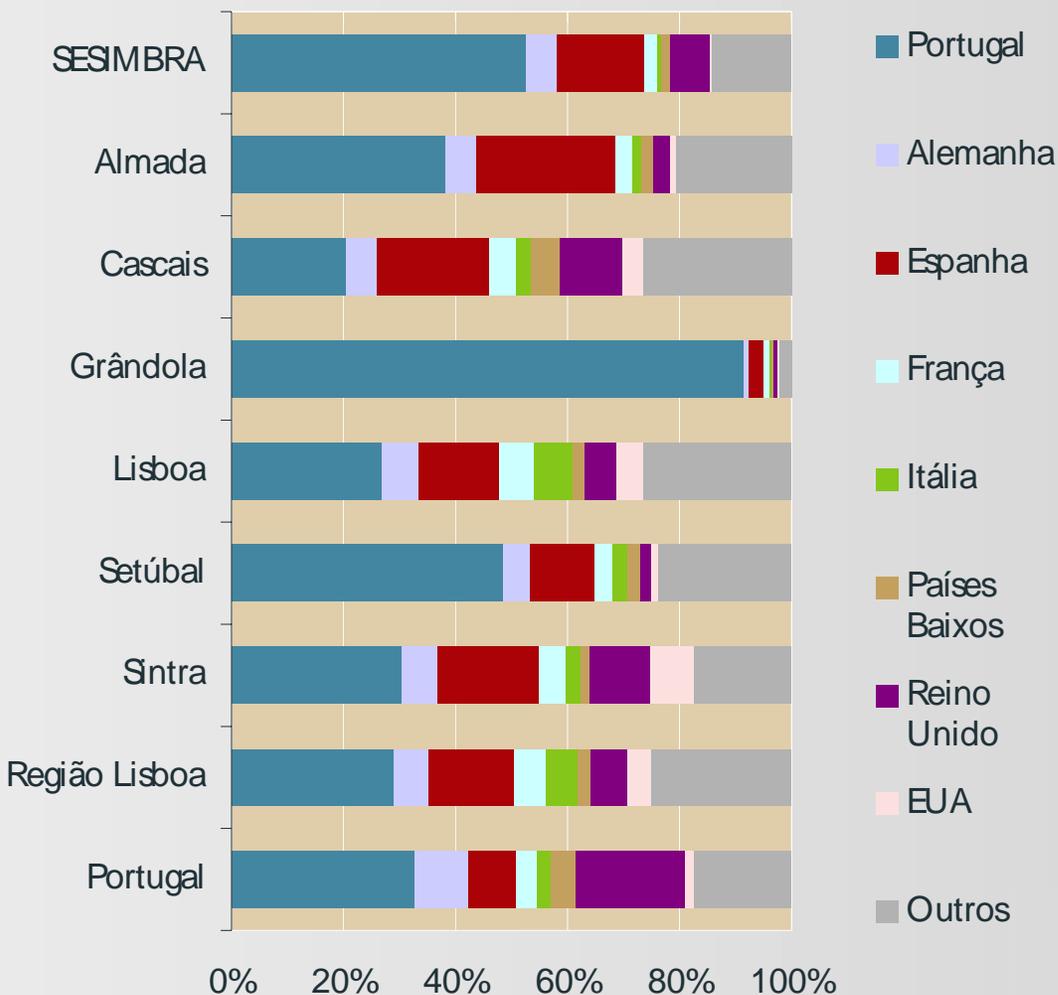
- *Dinâmica de crescimento negativo, ao nível da procura e, sobretudo, da oferta*

*Evolução registada em Sesimbra e Grândola (embora, neste último caso, com a procura a reduzir-se mais que a oferta, ao contrário do que sucede em Sesimbra), que poderá ser justificada por alterações estruturais na oferta de alojamento nestes dois concelhos*

## 4.1. Principais Indicadores de Turismo: uma Análise de Benchmarking

### ■ Principais Indicadores de Turismo, 2007

Origem das Dormidas por País de Residência do Turista, 2007



- **Nível reduzido de internacionalização do turismo no concelho**

*Cerca de 53% da origem das dormidas no concelho é nacional, valor que apenas é semelhante em Setúbal e superior em Grândola*

- **Importância do mercado espanhol no concelho**

*Em comparação com o país, Sesimbra evidencia maior apetência para a captação do mercado espanhol (em comparação com o inglês e o alemão)*

## ■ O PDM - Unidades Operativas de Planeamento de Sesimbra e Áreas de Vocação Turística

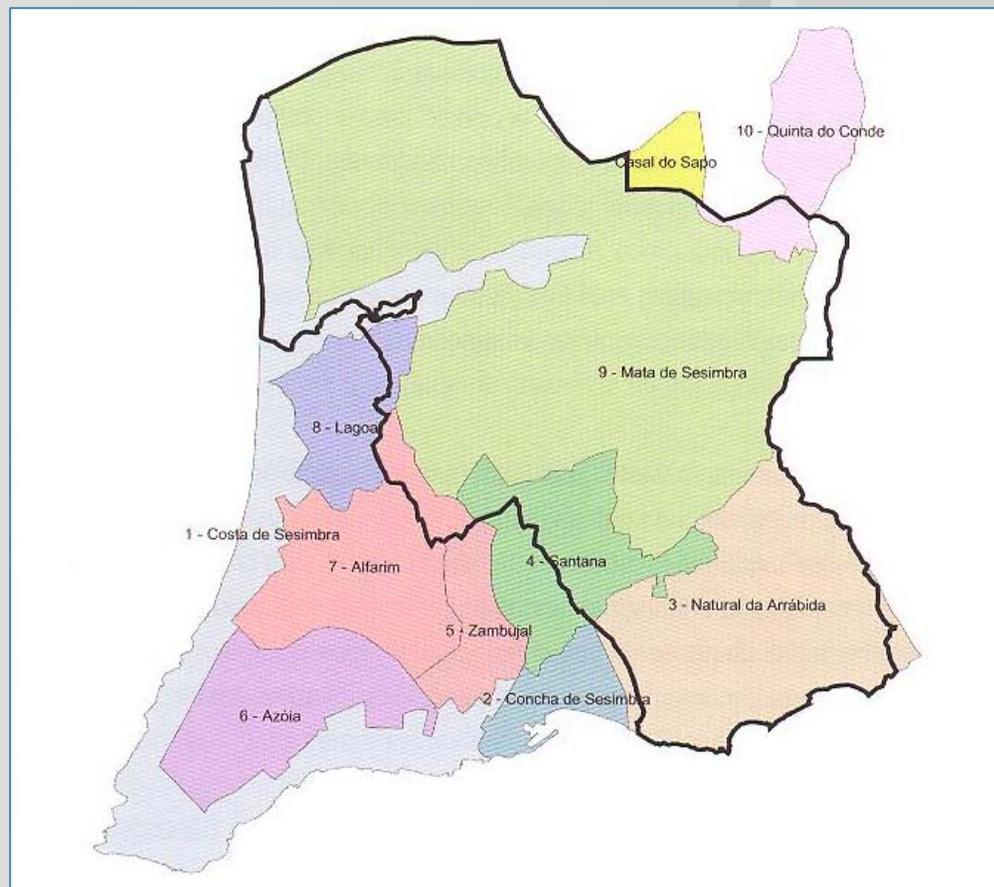
### ▶ Principais eixos de desenvolvimento turístico actual:

- *UOPS Concha de Sesimbra, acolhe a Vila de Sesimbra*
- *UOPS Lagoa, Alfarim, Azóia e Costa de Sesimbra, acolhe o eixo Lagoa-Meco-Cabo Espichel*

### ▶ Principais intenções de desenvolvimento turístico futuro:

- *UOPS Mata de Sesimbra*
- *UOPS Lagoa*
- *UOPS Alfarim*

Unidades Operativas de Planeamento de Sesimbra  
(PDM de Sesimbra 1998)



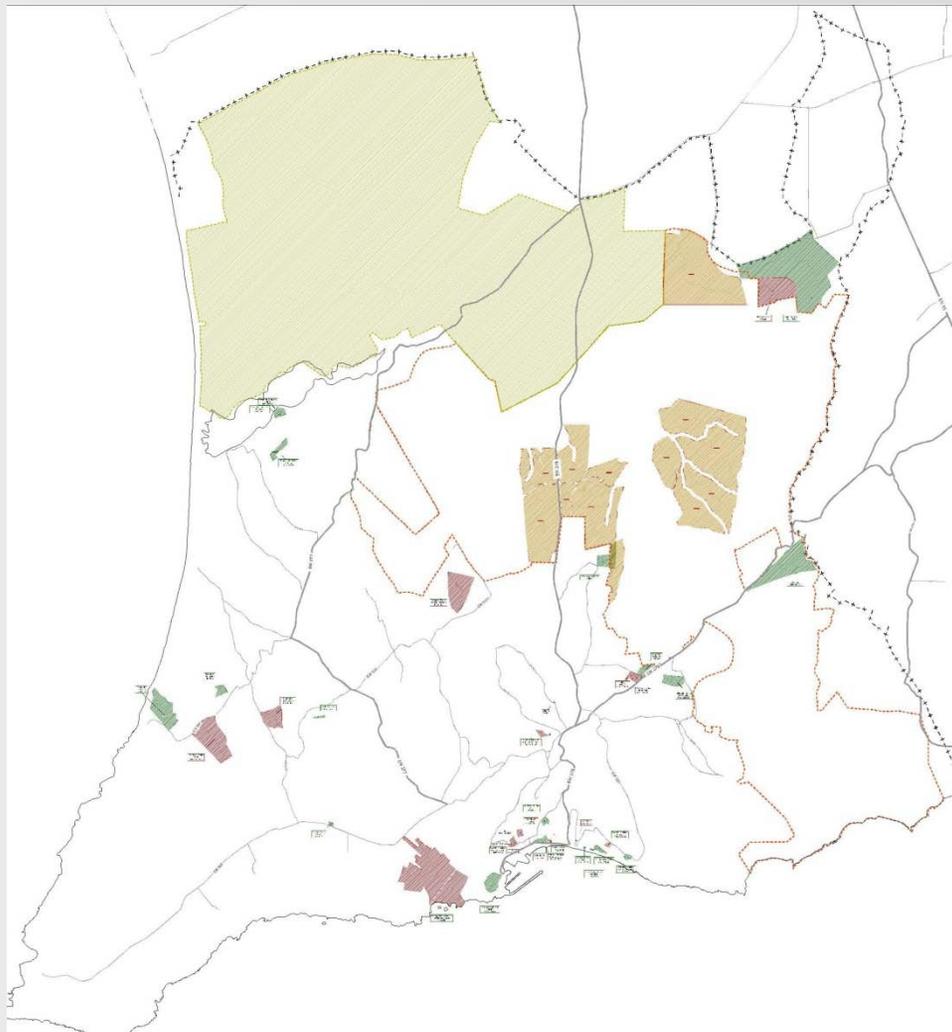
## ■ O PDM - Unidades Operativas de Planeamento de Sesimbra e Áreas de Vocação Turística (cont.)

Intenções de Investimento Turístico  
em Apreciação/em Concretização e PP *(não exaustivo)*

Tipologia	Localização	Ponto de Situação	Unidades Alojamento	
			Estab. Hoteleiro	Aparthotel/Aldeamento
Aldeamentos Turísticos (3)	Eixo Albufeira/ Alfarim/Meco	em apreciação	100	334
Aldeamentos Turísticos (1)	Mata de Sesimbra Sul	em apreciação	16	427
Apartamentos Turísticos (4)	Vila de Sesimbra	em construção		368
Outros (2)	Maçã/ Sampaio	em apreciação	17	24
<b>TOTAL</b>			<b>133</b>	<b>1.153</b>
Plano de Pormenor	Mata de Sesimbra Norte	em apreciação		3.305
Plano de Pormenor	Mata de Sesimbra Sul	em vigor		6.584

Fonte: DAPU/CM Sesimbra - Estudos para a revisão do PDM  
Nota: moradias turísticas não consideradas (excepto no caso dos P.P.)

## ■ O PDM - Unidades Operativas de Planeamento de Sesimbra e Áreas de Vocação Turística (cont.)



### Áreas de Vocação Turística

-  ALOJAMENTOS TURÍSTICOS EXISTENTES
-  ALOJAMENTOS TURÍSTICOS PROPOSTOS
-  PLANO DE PORMENOR DA ZONA SUL DA MATA DE SESIMBRA
-  ESPAÇO TURÍSTICO - PP MATA SUL
-  PLANO DE PORMENOR DA ZONA NORTE DA MATA DE SESIMBRA

### ■ O PDM - Unidades Operativas de Planeamento de Sesimbra e Áreas de Vocação Turística (cont.)

#### ► Intenções de investimento turístico e instrumentos de planeamento

*Tipologia de empreendimento turístico dominante: empreendimentos turísticos que associam unidades hoteleiras tradicionais a aldeamentos turísticos/moradas turísticas e equipamentos colectivos e desportivos (jardim de infância, piscina, ginásio, campos de ténis, campo de golfe, centro náutico, ciclovia, ...).*

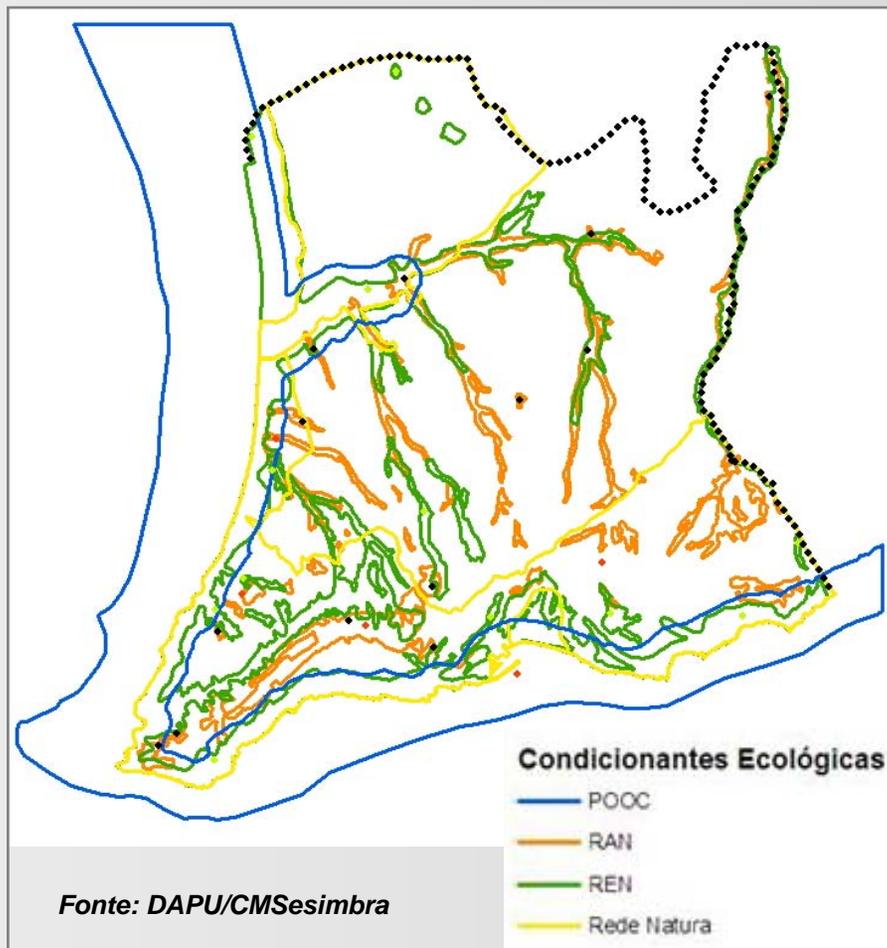
*Localizações previstas: o eixo Lagoa de Albufeira-Alfarim-Meco é o mais frequente (em nº de intenções) enquanto a Mata de Sesimbra contempla investimentos de maior envergadura.*

*Nota: A qualidade ecológica e ambiental constitui uma estratégia de diferenciação adoptada por alguns dos empreendimentos a localizar na Mata de Sesimbra Sul.*

*Instrumentos de planeamento elaborados para acolher o desenvolvimento turístico projectado para o concelho e, em especial, para a Mata de Sesimbra:*

- *Plano de Gestão Ambiental da Mata de Sesimbra*
- *Plano de Acessibilidades para o Concelho de Sesimbra*

## ■ PDM - Condicionantes Ecológicas



*Forte presença no concelho de áreas ambientalmente condicionadas aliadas às excelentes condições naturais interiores e litorais.*

*A unidade Arrábida-Espichel-Matas de Sesimbra-Lagoa de Albufeira aparece consagrada no PROT-AML como espaço fundamental de ponto de vista natural (Rede Ecológica Metropolitana).*

*Têm presença no concelho as seguintes condicionantes ecológicas:*

- ▶ Rede Natura 2000
- ▶ Rede Nacional de Áreas Protegidas (em grande parte consagrada na Rede Natura 2000)
- ▶ POOC Sintra-Sado
- ▶ RAN
- ▶ REN

## ■ PDM - Condicionantes Ecológicas (cont.)



### ► Rede Natura 2000

#### Directiva Aves

- Zona de Protecção Especial do Cabo de Espichel
- Zona de Protecção Especial Lagoa Pequena

#### Directiva Habitats

- Sítio Arrábida/Espichel
- Sítio Fernão Ferro/Lagoa de Albufeira

### ► Rede Nacional de Área Protegidas

- Parque Natural da Arrábida (20,3% do PNA está abrangido no concelho de Sesimbra)
- Paisagem Protegida da Arriba Fóssil da Caparica
- Monumentos Naturais: Jazidas da Pedra da Mua e dos Lagosteiros (integradas no PNA), Jazida da Pedreira do Avelino e Gruta do Zambujal (sítio classificado segundo antiga legislação)

### ■ Estratégia Regional Lisboa 2020 (2007)

O Turismo aparece como uma das escolhas apontadas pela Estratégia da Região de Lisboa no horizonte de 2020, quando elege a internacionalização como um dos seus principais objectivos:

*“Prestar uma atenção global e decisiva ao turismo como grande alavanca de internacionalização da região em articulação, quer com a afirmação de iniciativas e estruturas de negócios, congressos, feiras e exposições, quer para o desenvolvimento das indústrias criativas e culturais, quer com uma aposta de grande qualidade arquitectónica e ambiental no sector imobiliário”*

O 6º Programa Estruturante deste plano estratégico intitula-se **“Lisboa, Metrópole de Turismo, Património, Desporto e Cultura”** e traduz-se na concretização de objectivos-chave consagrados em 3 sub-programas:

1. *Suscitar, organizar e apoiar parcerias nos domínios da programação e da promoção culturais e turísticas.*
2. *Alargar o leque da oferta turística na Região, através do desenvolvimento de produtos inovadores destinados a diferentes segmentos de mercado (nomeadamente, o turismo residencial).*
3. *Potenciar a atractividade turística regional através da organização regular de espectáculos e eventos marcantes à escala internacional e da criação de projectos especiais com relevância mundial.*

### ■ PERLVT - Plano Estratégico da Região de Lisboa, Oeste e Vale do Tejo (1998)

O PROT AML, actualmente em revisão, incorporou a estratégia que o PERLVT tinha previsto para o horizonte 2010, constituindo um quadro de referência ainda válido e um referencial para os trabalhos de revisão em curso

#### Objectivo global

*"... fazer de Portugal uma Plataforma Atlântica da Europa, e da RLVT uma Região Euroatlântica de projecção internacional ... com a ambição de criar uma nova centralidade, numa Europa multipolar ..."*

#### Considerações específicas:

- *alerta para os " **graves problemas de desordenamento territorial e de desqualificação urbana** ... pondo em risco recursos agrícolas, património, espaços rurais e valores ambientais, exactamente aqueles que são os factores distintivos, a "mais-valia" da Região".*
- *considera "o **ambiente como factor de bem-estar e de oportunidade**, como elemento distintivo da atractividade e competitividade da Região".*
- *aponta para "a **revalorização do meio rural** ... (valorização humana, ambiental e produtiva) ... como uma das condições de impulsionamento de um novo modelo de desenvolvimento para a RLVT, uma das novas formas de criar oportunidades a partir do território e de equilíbrio das tensões metropolitanas".*

## ■ PROT-AML (Plano Regional de Ordenamento do Território da AML) (2002)

### Esquema geral do modelo territorial

*Nota: no âmbito da revisão do PROT-AML, já existem propostas de alteração ao modelo territorial*

*Sesimbra está consagrada numa localização exterior ao segundo anel da AML, como um pólo de valência turística e ambiental (Sintra e Cascais são os outros dois pólos com a mesma tipologia)*

*"... Sesimbra, com predomínio de áreas ambientalmente condicionadas, mas com potencialidades de recreio e lazer e actividades turísticas ligadas às excelentes condições naturais interiores e litorais"*

■ **Unidades territoriais** - duas das 21 unidades territoriais consagradas pertencem ao concelho

#### **Planície Interior Sul**

*(integra a Quinta do Conde)*

*"... área vocacionada para outro tipo de actividades económicas ... centralizadora das actividades económicas ligadas à Indústria, Armazenagem e Logística ..."*

#### **Arrábida/Espichel/Matas de Sesimbra**

*Conservação de valores ecológicos e patrimoniais face a pressões urbanas (Arrábida/Espichel/Matas de Sesimbra e áreas com recursos geológicos cartografados na Carta de Recursos Geológicos)*

*Estruturação/consolidação do eixo urbano Sesimbra/Santana/Lagoa de Albufeira no sentido de compatibilizar a sua função turística, recreativa e de lazer com o seu interesse paisagístico, ecológico e patrimonial*

### ■ PROT-AML (Plano Regional de Ordenamento do Território da AML) - cont.

#### ■ Estrutura Metropolitana de Protecção e Valorização Ambiental

##### *Unidade Arrábida/Espichel/Matas de Sesimbra/Lagoa de Albufeira*

*Unidade paisagística definida no âmbito da Rede Ecológica Metropolitana, como integrante da rede primária, com diversas áreas correspondentes a classificações.*

*“Consagrada como área de paisagem única com elementos extremamente diversificados, tanto de ponto de vista geológico e geomorfológico, como florístico, faunístico e paisagístico”, recomendando-se que **“as suas potencialidades para as actividades de turismo, recreio e lazer, deverão ser enquadradas pela garantia do respeito pelos valores estratégicos de protecção ambiental”**. Alerta-se em especial para as funções exercidas pela franjas desta unidade (em contacto com áreas urbanas), como a Lagoa de Albufeira e **para os factores de alteração de uso susceptíveis de pôr em causa os valores naturais em presença**.*

*Nota:*

***A Mata de Sesimbra** é definida no PROT-AML como “a única mancha integralmente florestal e contínua no seio da AML e detendo uma ocupação arbórea de elevado interesse faunístico e florístico”.*

*O Plano de Gestão Ambiental da Mata de Sesimbra define as seguintes orientações estratégicas:*

- *Conservar e melhorar os valores silvestres regionais englobados;*
- *Valorizar os espaços, habitats e comunidades naturais e semi-naturais da mata;*
- *Nuclear as funções da Mata de acordo com uma visão para a rede ecológica regional.*

## ■ POOC Sintra-Sado (2003)

- O POOC propõe 21 Unidades Operativas de Planeamento e Gestão, três das quais integram o concelho de Sesimbra.
- *As entidades competentes ainda não deram início a nenhuma UOPG, embora alguns objectivos definidos no Plano já tivessem sido alvo de acções por parte da CMS (algumas das quais anteriores à elaboração do plano). Já existem ou estão em preparação alguns planos de praia: Moinho de Baixo, Bicas, Sesimbra e Lagoa de Albufeira.*

### **UOPG 18 - Lagoa de Albufeira**

*Demolição progressiva das construções ilegais implantadas na REN e remoção progressiva das vias de acesso (não fundamentais) existentes na REN*  
*Recuperação da casa do Infantado para fins de sensibilização ambiental*  
*Elaboração de estudo de avaliação de capacidade de carga da Lagoa para mitilicultura em jangada*  
*Ordenamento da frente de praia e áreas envolventes*

### **UOPG 19 - Cabo Espichel**

*Controlo das acessibilidades e estacionamento automóvel*  
*Contenção das actividades comerciais no local*  
*Recuperação arquitectónica e reconversão do edificado para uso múltiplo, designadamente pousada e centro de apoio ou de interpretação do PNA*  
 NOTA: 1.ª fase de obras já concluída; candidatura a financ./UE para restantes fases não obteve aprovação

### **UOPG 20 - Pedreira do Cavallo**

*Articulação com o plano de recuperação da pedreira*  
*Salvaguarda das condicionantes (REN, grutas do Zambujal e do Frade)*  
*Salvaguarda da arriba a sudoeste e da ocorrência de valores florísticos excepcionais*  
*Criação de regras de ocupação turística no âmbito da reconversão da pedreira*  
 NOTA: Obj. contemplados no âmbito da exploração da pedreira e respectivo licenciamento e dos estudos de revisão do PDM (a pedreira está licenciada e possui um plano de recuperação paisagística; PP por aprovar)

Legenda:

Objectivo parcialmente atingido

Objectivo não atingido

## 4.3. Recursos e Atrações Turísticas

### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

#### *Recurso turístico (1)*

##### *Costa Atlântica Virada a Sul e Resguardada*

- *Sesimbra beneficia de uma das melhores costas atlânticas do país: virada a sul e protegida pelo Cabo Espichel que quebra os ventos dos quadrantes Norte e Noroeste, obtendo-se como resultado um mar calmo e tranquilo, navegável a maior parte do ano (excepção feita aquando da ocorrência pouco frequente de ventos de Sudoeste) e que se estende a Este até Setúbal e para Sul, até Sines.*

#### *Produtos turísticos*

- *Turismo Náutico*
- *Sol e Mar*



### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

#### *Recurso turístico (2)*

##### *Eixo Meco/Alfarim/Lagoa de Albufeira/Mata de Sesimbra*

- *Conjunto caracterizado pela trilogia Pinhal, Lagoa, Mar, com grande interesse pelos valores naturais existentes, nomeadamente, aspectos morfológicos, botânicos e paisagísticos (destaque para a paisagem de paleodunas paludificadas), integrando áreas sujeitas a classificações nacionais e internacionais: Sítios da Rede Natura 2000 Fernão Ferro/Lagoa de Albufeira e Arrábida/Espichel, ZPE da Lagoa Pequena, Área de Paisagem Protegida da Arriba Fóssil da Costa da Caparica (esta última com grande interesse geológico e paleontológico);*
- *A Lagoa de Albufeira é uma das maiores zonas húmidas da Península de Setúbal, de grande importância para a avifauna e a reprodução de peixes e bivalves, com elevado valor paisagístico, sendo formada por 2 corpos lagunares (a Lagoa Grande e a Lagoa Pequena);*
- *Praias com envolvente paisagística (dunas ou arribas de argilas húmidas, falésias), com destaque para a praia do Meco - a primeira e mais antiga das praias naturistas do país -, sendo detentora de notoriedade associada a conceitos de tolerância, liberdade e preservação da natureza.*

#### *Produtos turísticos*

- *Sol e Mar*
- *Turismo de Natureza*
- *Gastronomia e Vinhos*



*Praia da Foz e Lagoa de Albufeira*

### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

#### *Recurso turístico (3)*

##### *Parque Natural da Arrábida*

- *É constituído por 3 eixos distintos em que se destacam: 1) as Serras do Risco e Arrábida, 2) Serras de S. Luís e dos Gaiteiros e 3) Serras do Louro e de São Francisco. Exibe um exemplo raro de vegetação mediterrânea e um litoral bastante rochoso e escarpado. A sua particularidade deriva da influência atlântica sobre a tipicidade mediterrânica;*
- *A zona do Cabo Espichel, a Serra do Risco (na foto) e a Serra da Arrábida constituem, em Sesimbra, uma extensa área costeira e serrana de excelência paisagística e ecológica;*
- *Integra o Parque Marinho Prof. Luiz Saldanha, área de grande riqueza natural, onde se encontram mais de 1000 espécies de animais e plantas marinhas que ocorrem em costas abrigadas, raras na costa ocidental portuguesa.*



Serra do Risco

#### *Produtos turísticos*

- *Turismo de Natureza*
- *Turismo Náutico (sentido lato)*
- *Touring Cultural e Paisagístico*



## 4.3. Recursos e Atrações Turísticas

### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

*Recurso turístico com fortes sinergias territoriais com Setúbal e Palmela*



Fonte: Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional

## 4.3. Recursos e Atrações Turísticas

### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

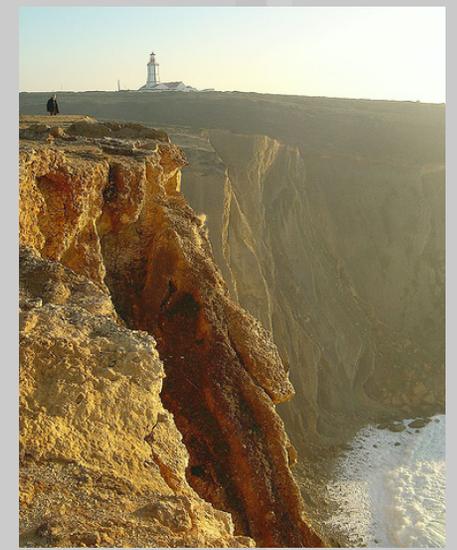
#### *Recurso turístico (4)*

##### *Cabo Espichel e Santuário de Nossa Senhora do Cabo*

- *O Santuário de Nossa Senhora do Cabo Espichel foi erguido no séc. XVIII, a partir do culto de Nossa Senhora do Cabo conhecido desde o século XIV (classificado como Imóvel de Interesse Público). Conjunto arquitectónico implantado no extremo do Cabo Espichel, exhibe um conjunto de edificações com diferentes estilos: desde o séc. XV, com a Ermida da Memória, ao século XVIII com a Igreja, duas alas de hospedarias, o aqueduto e a Casa da Água e a Casa da Ópera;*
- *Área de especial interesse paisagístico e biológico, integra o Sítio Arrábida-Espichel (Directiva Habitats) e o Parque Natural da Arrábida. É caracterizada por uma faixa litoral de falésias altas e beneficia de classificação de Zona de Protecção Especial (ZPE Cabo Espichel - faixa costeira terrestre e marítima, em que se destaca a passagem de aves migratórias e, em especial, a ocorrência do Falcão-peregrino, Águia-de-Bonelli, Bufo-real e Andorinhã-real).*

#### *Produtos turísticos*

- *Touring Cultural e Paisagístico*
- *Turismo de Natureza*



## 4.3. Recursos e Atrações Turísticas

### ■ Relação Recursos Turísticos - Produtos Turísticos

#### *Recurso turístico (5)*

##### *Castelo de Sesimbra, Fortaleza de Santiago e Vila Piscatória*

- *A vila de Sesimbra exhibe a sua tipicidade associada à actividade piscatória e a um traçado urbano característico e beneficiado por uma zona ribeirinha - avenida marginal, estruturada a meio pela Fortaleza;*
- *O Castelo de Sesimbra, classificado como Monumento Nacional, edificado no séc. X pelo emirato omíada, acolheu a vila, sede de concelho, até ao séc. XVI. Conserva dois elementos essenciais de fortificação medieval: a alcáçova e a cerca muralhada vilã;*
- *Fortaleza de S. Tiago, monumento de arquitectura militar edificado no séc. XVII, no centro da baía de Sesimbra, alberga a casa do governador e dependências da guarnição, a cisterna, o paiol e a capela (Imóvel de Interesse Público). Tem uma candidatura já aprovada no âmbito do QREN, para reabilitação do imóvel para a instalação de Museu Etnográfico Marítimo e do Centro de Interpretação e Educação.*



#### *Produtos turísticos*

- *Turismo de Eventos e de Animação*
- *Touring Cultural e Paisagístico*
- *Gastronomia e Vinhos*



*Carnaval de Sesimbra - Cortejo de palhaços*

## 4.3. Recursos e Atracções Turísticas

### ■ Diagnóstico

*Recurso:* Costa Atlântica Virada a Sul e Resguardada

#### *Atracções turísticas:*

- *Actividades náuticas de lazer e desportivas (canoagem, remo, vela, pesca lúdica e desportiva de alto mar, passeios de barco - observação de mamíferos aquáticos e de fundos marinhos)*
- *Provas desportivas federadas (vela, windsurf)*
- *Mergulho recreativo e técnico*
- *Praias (Praia do Ouro, Praia da Califórnia, Praia do Ribeiro do Cavalo, ...)*

#### *Pontos fortes:*

- *A sua grande extensão e excelente enquadramento orográfico*
- *Especial apetência para segmentos desportivos que apresentam níveis crescentes de procura e/ou que movimentam meios humanos e financeiros apreciáveis (p.e., canoagem de mar; vela profissional - a costa apresenta um campo de regata muito estimulante em termos técnicos e de grande visibilidade a partir de terra)*
- *Externalidades positivas das actividades náuticas sobre o desenvolvimento de actividades associadas, em terra (comércio de aprestos marítimos, oficinas de reparação, carpintaria naval, estaleiros) e actividades de suporte (alojamento, restauração e lazer)*

#### *Pontos fracos:*

- *Carências infra-estruturais de acesso ao mar para as actividades náuticas no Porto de Sesimbra (zonas de embarque e zonas de estacionamento)*
- *Forte concorrência exercida por Cascais, Tróia, Setúbal e Sines no turismo náutico - nível infra-estrutural e condições de suporte (comércio, hotel, marinas)*

## 4.3. Recursos e Atracções Turísticas

### ■ Diagnóstico

**Recurso: Eixo Meco/Alfarim/Lagoa de Albufeira/Mata de Sesimbra**

#### **Atracções turísticas:**

- A praia naturista do Meco, praias do Moinho de Baixo, das Bicas e do Rio da Prata
- Windsurf e Kitesurf (Lagoa)
- Surf e Bodyboard (Praia das Bicas, Lagoa)
- Canoagem (Lagoa), parapente
- Observação de aves

#### **Pontos fortes:**

- Notoriedade da marca “Meco” ligada a conceitos naturista, tolerância, liberdade
- Condições privilegiadas da Lagoa para a prática de desportos náuticos não motorizados
- Beleza paisagística (praias, Lagoa, falésias, pinhal) e peculiaridade da fauna e flora propícias à contemplação da natureza
- Área propícia para a comercialização de produtos locais de reconhecida qualidade (pão, queijo, mel) e escoamento de hortofrutícolas

#### **Pontos fracos:**

- Inexistência de estratégia de desenvolvimento turístico integrada para a zona
- Pressão urbano-turística e desordenamento da Lagoa de Albufeira (margens, fundos, malha urbana e uso agrícola circundantes) e deficiências ao nível da limpeza e saneamento afectam o ecossistema e a imagem turística
- Turismo de massas funciona como antítese da recatez e paz espiritual associada ao conceito naturista e dificulta a manutenção da diferenciação (comércio de proximidade e gastronomia local)
- Falta de qualificação (comércio e serviços e imagem urbanística) do aglomerado urbano de suporte (Alfarim)
- Falta de alojamento de qualidade “low-cost” dirigido aos estratos sociais mais jovens
- Troços costeiros com arribas instáveis e falta de segurança de automobilistas e peões no acesso à praia das Bicas

### ■ Diagnóstico

*Recurso: Parque Natural da Arrábida*

#### **Atrações turísticas:**

- *Trekking, BTT, escalada, rappel*
- *Espeleologia*
- *Observação da fauna e da flora*
- *Mergulho recreativo e técnico*
- *Fotografia e Turismo aéreo*
- *Passeios TT 4x4 e Moto 4 (sujeitos a licenciamento em trilhos próprios)*

#### **Pontos fortes:**

- *Binómio Serra e Mar e riqueza de flora e fauna terrestre e marinha (a costa junto ao Cabo Espichel é especialmente atractiva para a prática do mergulho)*
- *Características morfológicas do solo e subsolo (grutas, galerias, cursos de água subterrâneos) e falésias escarpadas propícias para o desporto de natureza/ aventura*

#### **Pontos fracos:**

- *Gestão Activa do PNA em falta: fiscalização insuficiente em especial ao fim de semana (veículos TT fora de trilhos autorizados, fogareiros na mata, pisoteio, lixo, pesca ilegal, vandalização da sinalética), falta de materiais de divulgação (nomeadamente, sobre percursos pedestres, de edição limitada), inexistência de dinamização de infra-estruturas existentes (p.e., o centro de interpretação da natureza)*
- *Inexistência de alojamento para o segmento do turismo de natureza e "Backpacker" (p/ além dos p. de campismo)*
- *Tendência para algumas empresas de turismo activo operarem sem licença de animação turística*
- *Sinergias entre a beleza do PNA e o seu interesse científico e cultural (cultura do mar, nomeadamente) ainda pouco exploradas*
- *Apesar dos recentes progressos realizados, subsistem carências infra-estruturais de acesso ao mar para a actividade de mergulho no Porto de Sesimbra (zonas de embarque e zonas de estacionamento para os praticantes poderem equipar-se)*

### ■ Diagnóstico

**Recurso: Cabo Espichel e Santuário**

#### **Atracções turísticas:**

- *Celebração religiosa ligada ao Culto de Nossa Senhora do Cabo Espichel*
- *Jazidas de pegadas de dinossauros*
- *Observação de aves*

*Nota: as actividades relacionadas com o PNA desta área estão consideradas no Produto Turístico PNA*

- *Praia dos Lagosteiros, Praia da Foz*
- *Piscinas Naturais das Aguncheiras*

#### **Pontos fortes:**

- *Simbolismo ligado ao culto a Nossa Senhora do Cabo Espichel, imagem devota dos Círios de ambas as margens do Tejo*
- *Património imaterial ligado à antiga Casa da Ópera e aos Círios começa a ser explorado para dinamização cultural (Temporada de Música da Casa da Ópera do*

*Cabo Espichel e Jornadas Etnográficas e Históricas do Cabo Espichel)*

- *Santuário já beneficiou da 1ª fase de obras de beneficiação (2008) - de custo mais reduzido*
- *Interesse científico dos elementos classificados (para birdwatching, espeleologia, arqueologia, geologia, paleontologia, biologia, botânica)*

#### **Pontos fracos:**

- *Gestão activa do património em falta, dependente de parcerias público-privadas e da definição estratégica de usos*
- *Custo elevado das restantes fases de obras de beneficiação necessárias à recuperação do conjunto arquitectónico*

- *Perigosidade de aproximação às falésias*
- *Pressão exercida pela pesca e actividades desportivas motorizadas clandestinas*
- *Falta de alojamento apropriado para o segmento de turismo de natureza/científico (alojamento não urbano)*

## 4.3. Recursos e Atrações Turísticas

### ■ Diagnóstico

*Recurso:* Castelo de Sesimbra, Fortaleza de Santiago e Vila de Sesimbra

#### **Atrações turísticas:**

- *Eventos culturais da vila (concertos musicais, peças de teatro, exposições)*
- *Jornadas Medievais (no Castelo)*
- *Eventos de rua (Carnaval de Sesimbra, Reveillon, Santos Populares)*
- *Núcleo museológico do Castelo (Arqueologia) e exposições permanentes (Torre Nova e Alcáçova)*
- *Festivais gastronómicos e Feiras (ZimbraMel, realizada no Castelo, e Festival da Serra e do Mar)*
- *Congressos/reuniões de negócios*
- *Eventos desportivos: vela, corridas de aiolas e travessia da baía (natação)*

#### **Pontos fortes:**

- *Notoriedade de alguns eventos de cariz mais popular (Land Marks)*
- *Tipicidade da vila piscatória e a gastronomia*
- *Progressos assinaláveis na qualidade da programação cultural da vila e na gestão activa do património*
- *Inserção paisagística do património edificado*

#### **Pontos fracos:**

- *Dificuldades de trânsito e estacionamento na vila*
- *Número reduzido de restaurantes “de charme” e de lojas comerciais diferenciadas (design das lojas, produtos)*
- *Número ainda reduzido de eventos culturais e certames com nível elevado de diferenciação e notoriedade*
- *Potencialidade turística da actividade piscatória em terra prejudicada pela invisibilidade e desordenamento do porto*

### ■ Recursos Turísticos de Suporte/Complementares a vários Produtos Turísticos

*(não exaustivo)*

#### **Gastronomia**

- *Peixe da Costa e Marisco (Peixe Espada Preto, Espadarte, Caldeirada, Arroz de Tamboril, Açorda de Marisco)*
- *Cefalópodes*
- *Bivalves*



- *Caça (Terras do Meço)*
- *Queijo da Azóia, Pão de Azóia e Alfarim*
- *Maçã Camoesa, Pêra de Inverno, Mel*
- *Doçaria (Zimbros, Almirantes, Broas de Alfarim, Brisas do Castelo)*
- *Farinha torrada*

#### **Património Edificado**

- *Capela do Espírito Santo dos Mareantes e Hospital Quinhentista, Imóvel de Interesse Público, com fachada de estilo barroco, foi edificada no séc. XV como sede da Confraria do Espírito Santo dos Mareantes de Sesimbra. No piso superior acolhe uma colecção de arte sacra do concelho, no piso inferior encontra-se o espaço museológico do hospital (hospital quinhentista)*
- *Igreja Matriz e Capela da Misericórdia*
- *Forte de S. Teodósio, Imóvel de Interesse Público edificado no séc. XVII como complemento de defesa da baía de Sesimbra, passando, em finais do séc. XIX, e sem função militar, a acolher um farol*
- *Solares/Quintas/Palácios Rurais, destacando-se os solares de Calhariz, de Sampaio e da Quintinha (Solar de Sampaio na foto)*



### ■ Recursos Turísticos de Suporte/Complementares a vários Produtos Turísticos

*(não exaustivo)*

#### **Património Natural**

- *Gruta da Utopia e Gruta do Frade*



- *3 jazidas de Icnofósseis, todas classificadas como Monumento Natural*

*(acolhem diversos trilhos de pegadas de várias espécies de dinossauros)*



#### **Património Artístico Religioso**

- *Várias peças de diferentes épocas desde o séc. XIV, com pinturas a óleo sobre tela e tábua, esculturas e painéis azulejares*

#### **Património Arqueológico**

- *Jazida dos Pinheirinhos*
- *Lapa do Bugio e Lapa do Fumo*  
*(utilizadas como necrópoles desde o Neolítico, sendo a última classificada como Imóvel de Interesse Público)*
- *Roça do Casal do Meio* *(sepulcro edificado no séc. X a.C., Imóvel de Interesse Público)*
- *Povoado do Outeiro Redondo*  
*(povoado do III Milénio a.C.)*

#### **Património Etnológico**

- *Artes de pesca tradicionais*
- *Construção naval*
- *Forno de Cal*
- *Gesseira de Santana*
- *Moagem de Sampaio*
- *Moinho da Azóia*

### ■ Recursos Turísticos de Suporte/Complementares a vários Produtos Turísticos

#### Eventos

(não exaustivo)

##### *Eventos Culturais na Capela do Espírito Santo dos Mareantes*

- **Conversas na Capela** - palestras que acontecem mensalmente, sob diversas temáticas, a convite de oradores especialistas nas temáticas abordadas (desde a história, o urbanismo, o património, o ambiente, à cultura)
- **Concertos na Capela** - concertos intimistas interpretados por artistas dos mais variados estilos musicais

##### *Animação do Património*

- **BTT Património** - actividade que combina desporto e cultura, dinamizada pela CMS
- **Jornadas Medievais** - evento que se realiza no início do Verão no Castelo de Sesimbra em que se recria a sociedade medieval peninsular
- **Noites de Verão no Património** - evento que tem como palco o Castelo, a Fortaleza e a Capela que acolhem espectáculos culturais diversos (em especial, concertos de música)

##### *Festas e Feiras*

- **Zimbr'Arte e Zimbra Estações** - a 1.<sup>a</sup> reúne artesãos ao 4º domingo de cada mês na Fortaleza e a 2.<sup>a</sup>, de natureza sazonal, destina-se à divulgação de produtos tradicionais locais
- **ZimbraMel** - Feira do Mel da Península de Setúbal (anual), em que mel e os derivados da apicultura atraem muitos visitantes ao Castelo
- **Festivais Gastronómicos** - Semana Gastronómica Sabores de Outono, Semana Gastronómica do Peixe Espada Preto, Quinzena Gastronómica do Espadarte, Serra e Mar
- **Festas Religiosas** - em honra de Nosso Senhor Jesus das Chagas, padroeiro dos pescadores e de Nossa Senhora do Cabo Espichel

##### *Outros Eventos (Lazer e Cultura)*

- Animação de Rua (Carnaval de Sesimbra, Santos Populares, Reveillon)
- Exposição Internacional de Artes Plásticas

### ■ Quadro Conceptual

A Oferta Turística engloba tudo aquilo que o local de destino tem para oferecer aos seus turistas actuais e potenciais, sendo representada por uma gama de atracções, infra-estruturas e serviços que determinarão a preferência do visitante.

Recursos Turísticos - conjunto dos elementos naturais, construídos ou imateriais que geram uma atracção turística.

#### Atractividade Turística

*É a capacidade global de atracção dos destinos turísticos, indissociável da capacidade competitiva destes e fruto da conjugação de vários factores, que se devem abordar num espectro de grande abrangência do sistema turístico, identificando-se seis grandes domínios, a saber: (i) informação; (ii) acessibilidade (preço, comodidade e rapidez); (iii) alojamento; (iv) serviços de restauração e bebidas; (v) recursos de atracção; (vi) animação.*

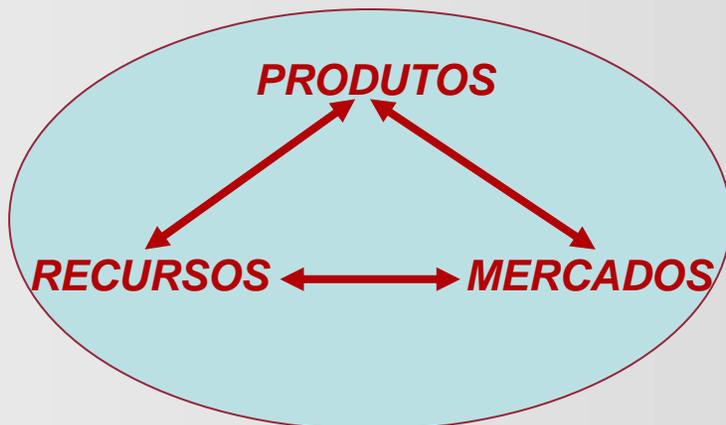
#### Produto Turístico

*Conjunto dos elementos tangíveis e intangíveis centrados numa actividade e destino específicos que, podendo ser comercializado, directa ou indirectamente, motiva as deslocações, gerando uma procura.*

*A evolução dos produtos turísticos segue, tendencialmente, uma lógica de ciclo, iniciando-se com uma fase de descoberta e lançamento, um trajecto de amadurecimento, em que adquire maiores índices de procura e de proveitos, ao qual se segue um período que conduz à sua decadência. A gestão dos produtos turísticos, nos moldes em que evoluiu nos últimos vinte anos, permite imprimir-lhes mudanças estruturais de forma a estes interiorizarem inovações capazes de renovar o interesse dos mercados pelo seu consumo.*

### ■ Quadro Conceptual

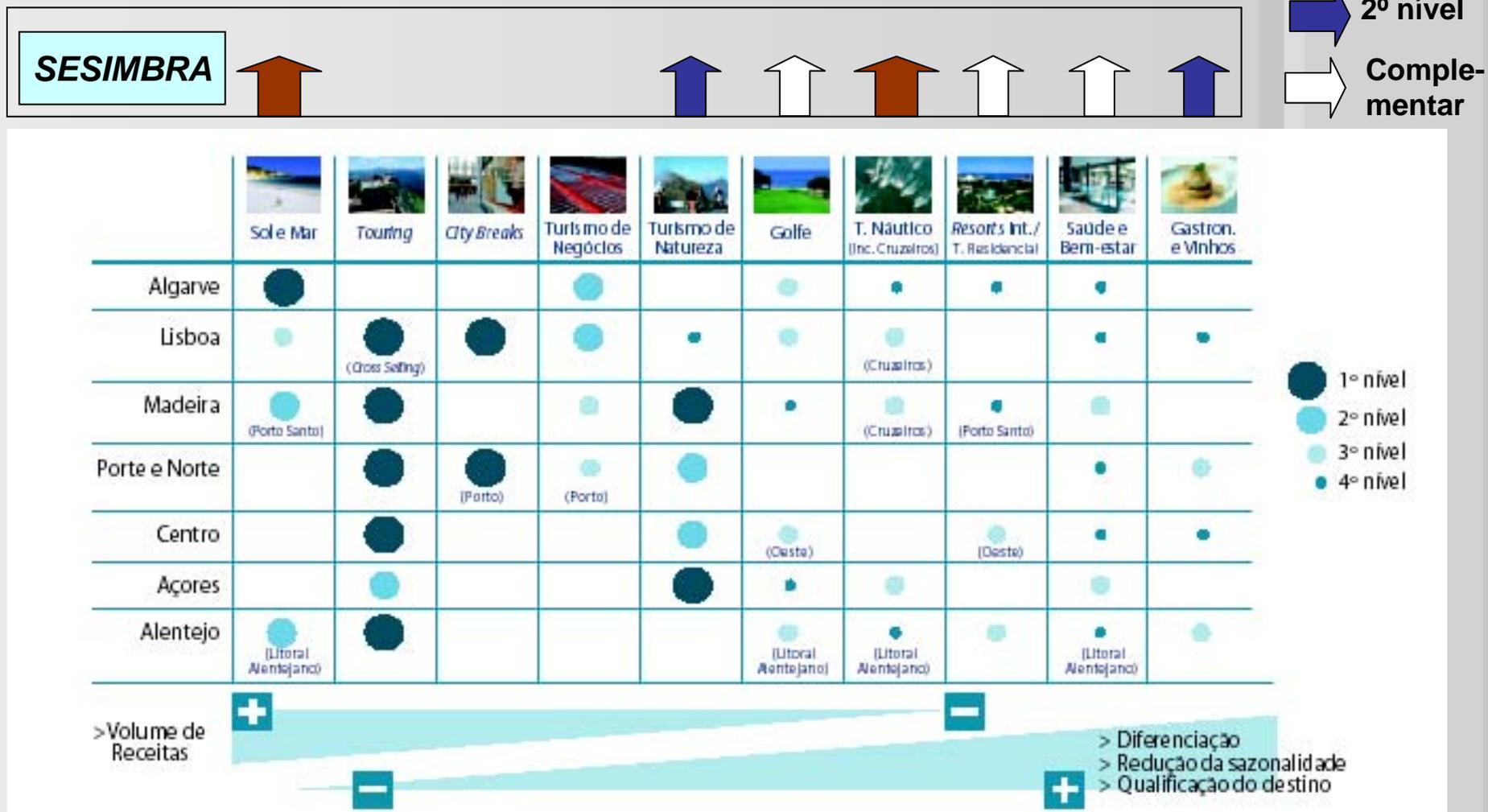
*A reorganização e reorientação da estratégia de desenvolvimento turístico de um território deverá centrar-se numa dimensão integradora da diversidade, conducente à **priorização simultânea das características diferenciadoras e traços comuns e, nessa medida, das sinergias e complementaridades possíveis**, ao nível, designadamente, da definição, promoção, marketing e comercialização das cadeias de produtos turísticos que vierem a ser desenvolvidas, de forma a que o concelho e a Região, no seu todo, possam ganhar massa crítica, escala e visibilidade enquanto destino turístico atractivo e competitivo, nos mercados doméstico e internacionais, e, dessa forma, cumprir as metas estabelecidas nos vários instrumentos de gestão territorial e de programação sectorial.*



*A base desta estratégia encontra-se, fundamentalmente, na **natureza e intensidade da articulação** que se deverá promover entre os diferentes **elos do tripé recursos-produtos-mercados**.*

## 4.4. Os Produtos Turísticos e o seu Enquadramento no PENT

### ■ Produtos Turísticos definidos no PENT



Fonte: PENT, Ministério da Economia e da Inovação

## 4.4. Os Produtos Turísticos e o seu Enquadramento no PENT

### ■ Recursos, Factores Distintivos e Conceitos/Objectivos Turísticos da Região de Lisboa, definidos no PENT

*(Não exaustivo)*

#### *RECURSOS TURÍSTICOS*

- *Cidade de Lisboa*
- *Estoril, Cascais e Sintra*
- *Museus e monumentos*
- *Campos de golfe*
- *Centros de congressos*
- *Oferta hoteleira de qualidade*
- *Praias atlânticas*
- *Porto de cruzeiros de Lisboa*
- *Parques Naturais (Sintra e Arrábida)*

#### *FACTORES DISTINTIVOS*

- *Modernidade autêntica (Belém, Centro histórico, Parque das Nações)*
- *Relação com o rio Tejo e Oceano Atlântico*
- *Riqueza histórica*
- *Diversidade*
- *Cross-selling com regiões vizinhas*

#### *CONCEITO/OBJECTIVO*

- *Grande crescimento de turistas internacionais (lazer e negócios)*
- *Montra de um Portugal moderno, autêntico, diverso e dinâmico*
- *Especialização/diversificação da oferta hoteleira de qualidade de topo (charme, design)*
- *Desenvolvimento sustentado, em termos territoriais, do turismo na região*
- *Cross-selling com os pólos Oeste, Vale do Tejo e Alentejo*

## 4.4. Os Produtos Turísticos e o seu Enquadramento no PENT

### ■ Produtos Turísticos de Sesimbra

#### Posicionamento face aos 10 Produtos do PENT + 1

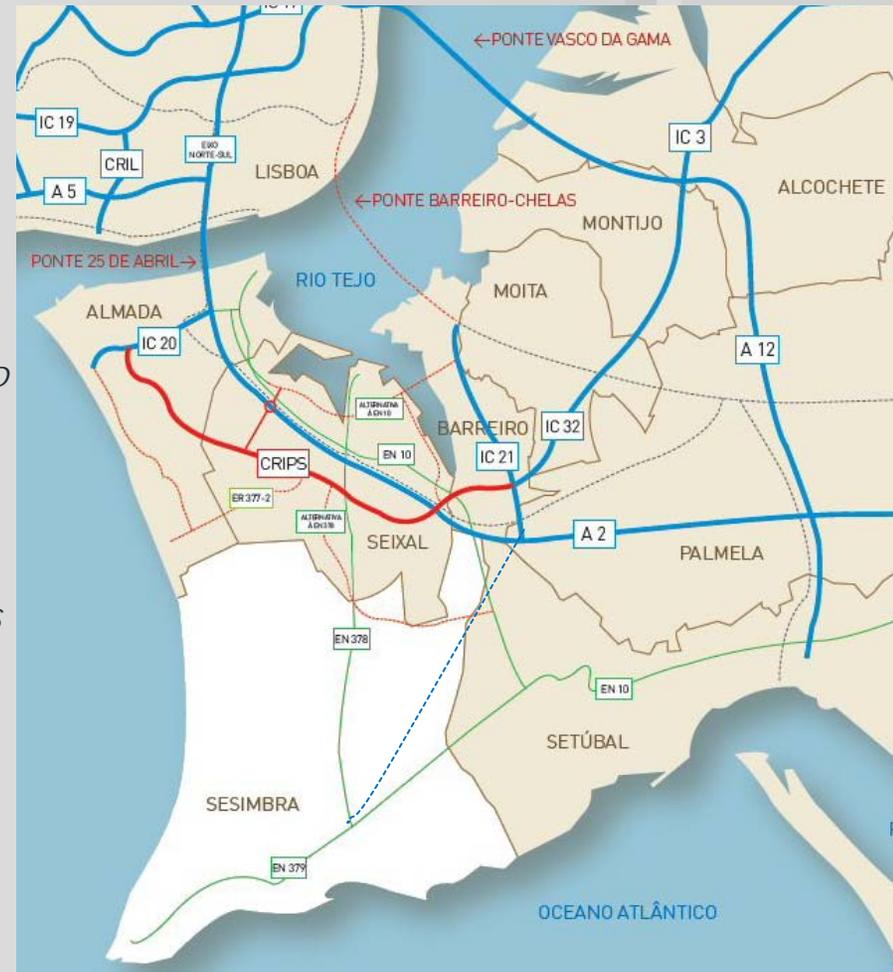
	Peso na procura turística do concelho	Grau de distintividade actual face a outros territórios nacionais	Potencial de desenvolvimento futuro	Principais concorrentes	Entraves actuais a ultrapassar
Sol e Mar	*****	**	**	Litoral Alentejano, Algarve	Acessibilidades e estacionamento
<i>Touring Cultural e Paisagístico</i>	*	**	**	Cascais, Sintra	Reabilitação e gestão activa do património
City Breaks	-	-	-	-	-
Turismo de Negócios	**	*	**	Lisboa, Porto	Acessibilidades a partir de Lisboa
Turismo de Natureza	**	***	***	Açores, Madeira, Gerês, Sintra	Infra-estruturas e capacidade competitiva empresarial
Golfe	(apenas alojamento)	-	***	Algarve, Oeste, Litoral Alentejano	Enquadramento territorial/ambiental
Turismo Náutico	***	*****	*****	Cascais, Grândola, Lagos, Portimão, Vilamoura	Infra-estruturas de acesso ao mar e estacionamento
Resorts Int./Turismo Residencial	*	**	***	Algarve, Alentejo Litoral, Oeste	Reabilitação urbana e enquadramento territorial/ambiental
Saúde e Bem-estar	*	**	***	Concelhos com termas	Reabilitação urbana, oferta não especializada nessa área
Gastronomia e Vinhos	***	***	**	Alentejo, Minho, Cascais, Sintra	Reabilitação urbana, qualificação da oferta
Turismo de Eventos e de Animação	*	**	*****	Óbidos, Sines, Península de Setúbal	Qualificação da oferta e marketing territorial

## 4.5. Condições de Suporte da Actividade Turística

### ■ Acessibilidades - Enquadramento Macro

#### Melhoria prevista das acessibilidades internas, nacionais e internacionais à Península de Setúbal

- **3ª travessia do Tejo (Chelas-Barreiro)**
- **Ligação ferroviária em Alta Velocidade Lisboa/Madrid**
- **Novo Aeroporto de Lisboa em Alcochete**
- **Conclusão da CRIPS - Circular Interna da Península de Setúbal que viabiliza a interligação dos concelhos do Arco Ribeirinho Sul, prolongando o eixo já existente da IC32 (Montijo-Coima) até à Trafaria => alternativa à A2 com redução do tempo de viagem (perfil de auto-estrada)**
- **Circular Fogueteiro-Coima (em proposta) - terá como função a colecta de tráfego dos concelhos de Seixal e Sesimbra e permitirá ligar o concelho à CRIPS e A2 (nó das Laranjeiras (IC32/CRIPS) - Marco do Grilo - nó EN10 - IP7/A2)**
- **Prolongamento do IC21 (em proposta) - assegurará a ligação de Sesimbra (concelho) ao nó de Coima**



## 4.5. Condições de Suporte da Actividade Turística

### ■ Acessibilidades Internas

#### ▶ Plano de Acessibilidades para o Concelho de Sesimbra

*Problemas actualmente existentes:*

■ *Acessos à Vila de Sesimbra e à Costa Ocidental*

*EN378 - ligação entre o Sul do concelho e os concelhos do Arco Ribeirinho Sul saturada e desqualificada em especial nos troços Fogueteiro-Marco do Grilo e Carrasqueira-Vila*

■ *Ligação do concelho à A2*

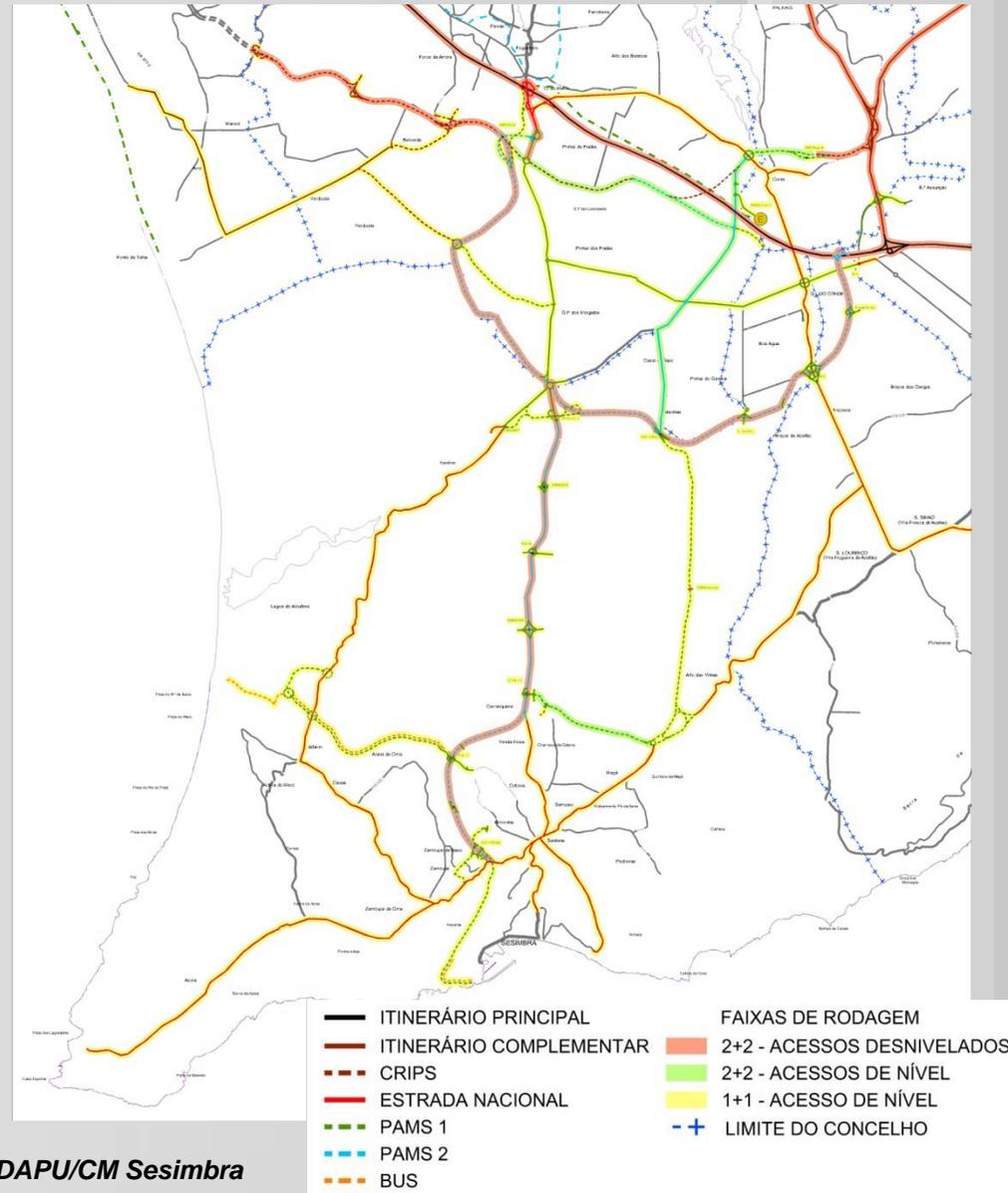
*Melhorias previstas (não exaustivo):*

■ *Variante a Sesimbra (Variante à EN378 entre a Carrasqueira e o Porto de Abrigo + Variante à EN379 entre a Carrasqueira e o Alto das Vinhas)*

■ *Variante à Lagoa de Albufeira (entre Almoinha e Lagoa-Meco)*

■ *Melhoria da rede capilar de acesso às praias da Costa Ocidental*

Esquema da Rede Viária no Concelho de Sesimbra



Fonte: DAPU/CM Sesimbra

### ■ Alojamento e Restauração

*(não exaustivo)*

#### **Hotelaria de qualidade**

- 3 unidades hoteleiras de qualidade superior e dimensão relevante, com condições para o Turismo de Negócios, uma das quais vocacionada especificamente para o segmento Bem-estar
- 2/3 unidades hoteleiras de cariz mais familiar no eixo Meco/Alfarim/Lagoa de Albufeira/Mata de Sesimbra - segmento ainda pouco representativo (\*)
- 2/3 quintas rurais no sopé da Serra da Arrábida que ambicionam a classificação na categoria turismo em espaço rural (\*)

*(\*) - Unidades em funcionamento independentemente da sua situação em matéria de licenciamento*

#### **Alojamento low-cost**

*(de tipologia jovem)*

- 2 parques de campismo de três estrelas (restantes de categoria inferior)
- Nas zonas limítrofes do concelho, Bungalows do Parque do Alambre (PNA)- não estão em funcionamento

#### **Restauração**

- 5/6 restaurantes de qualidade gastronómica superior na Vila de Sesimbra e nas proximidades
- 6/7 restaurantes de qualidade gastronómica superior no Meco

## 4.5. Condições de Suporte da Actividade Turística

### ■ Alojamento - Estabelecimentos Licenciados

#### Alojamentos Turísticos Licenciados

Tipologia	Localização	Notas	N.º de Camas
Estabelecimentos Hoteleiros (3)	Vila	3 Hotéis 4*	700
Apartamentos Turísticos (1)	Vila		72
Estabelecimento Hoteleiro (1)	Azóia	Estalagem	72
Alojamento Local (3)	Quintola de Santana	Casa de Campo	10
	Vila	Residencial	50
	Alto das Vinhas	Estalagem	44
<b>TOTAL</b>			<b>948</b>
Parques de Campismo (5)	Meco (2), Vila, Maçã, Cotovia	2 parques 3*	

*Nota: os 3 parques de campismo existentes na zona da Lagoa de Albufeira não estão licenciados.*

*Fonte: DAPU/CM Sesimbra*

### ■ Outros Equipamentos e Infra-estruturas de Interesse para Uso Turístico

*(não exaustivo)*

#### **Para Acolhimento de Eventos**

- *Capela do Espírito Santo dos Mareantes, palco de diversas iniciativas culturais (espectáculos musicais, palestras, ...)*
- *Cineteatro João Mota: auditório polivalente com 280 lugares, recuperado em 2007 (local do antigo Cinema), com boas infra-estruturas físicas e técnicas para receber espectáculos diversos (música, dança, teatro, cinema, conferências, workshops, exposições, ...)*
- *Trilogia Castelo de Sesimbra/Fortaleza de Santiago/Cabo Espichel e Santuário*



#### **Núcleos Museológicos**

- *Núcleo de Arqueologia de Sesimbra - museu localizado no Castelo desde 2006 com exposição permanente*
- *Núcleo Museológico da Capela do Espírito Santo dos Mareantes*

*Nota: conceito de Museu Municipal poli-nucleado*

#### **Para Apoio a Actividades Desportivas**

- *Sede e Marina do Clube Naval de Sesimbra*



#### **Divulgação de Informação Turística**

- *Posto de Turismo de Sesimbra, localizado junto à Fortaleza, disponibiliza informação turística diversa e folhetos informativos temáticos*
- *Posto de Turismo da Praia do Moinho de Baixo, Meco, em funcionamento entre Junho e Setembro*

### ■ Marketing Territorial

#### ▶ Eventos com maior impacte:

*Marketing territorial (no sentido de darem a conhecer Sesimbra):*

- *Participação na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL)*
- *Realização de concursos de Gastronomia da Costa Azul*
- *Sensibilização para questões de carácter ambiental como a recolha de lixo sub-aquático*

*Land Mark:*

- *Carnaval de Sesimbra*
- *Réveillon*

*Outros:*

- *Festas Religiosas de Nosso Senhor Jesus das Chagas*

#### ▶ Marcas/Slogans:

- *Marca MECO (consolidada)*
- *Marca Sesimbra Diving (embrionária)*
- *Slogan (adoptado pelo TuriFórum): "Sesimbra, Um Mar de Emoções ... Todo o Ano"*

#### ▶ Divulgação:

- *Em termos gerais, existe alguma falta de dinâmica na captação do mercado turístico, não obstante as acções levadas a cabo pela Câmara e TuriFórum, sendo necessário actuar ainda ao nível dos materiais de divulgação (para o turista/operadores) e na estruturação da oferta turística (estratégia)*

### ■ Suportes e Canais de Divulgação

- ▶ **Divulgação de informação turística:** *informação em formato papel (brochuras) ou digital ainda insuficiente e disponibilização de informação turística através da internet acessível (de forma mais completa e estruturada) através do site da Câmara Municipal (informação turística de carácter global) ou através dos sites de alguns operadores turísticos.*
  - *A informação disponibilizada através dos **sites tem um carácter essencialmente informativo**, sem ferramenta de vending.*
  - *Os pacotes turísticos comercializados pelos operadores estão muito presos **aos eventos de calendário** (Carnaval, Páscoa, Reveillon, Fins de semana prolongados), embora o Golfe e o Produto MI (Meetings and Incentives) já sejam comercializados.*
  - *Existem iniciativas pioneiras de concepção, com objectivo de comercialização, de “**pacotes turísticos assemblados**” centrados na actividade do mergulho ou do turismo activo: p.e., através da marca Sesimbra Diving: alojamento + mergulho + transfer.*
- ▶ **TuriFórum:** *movimento de intervenção cívica - participação activa (reflexão/propostas de resolução de problemas/concretização de projectos) que integra empresários do sector do turismo (hotelaria, restauração, turismo rural, turismo de habitação, actividades marítimo-turísticas e turismo de aventura), associações de comerciantes e a própria autarquia, constituindo para o concelho uma mais valia importante ao nível da capacidade de divulgação estruturada da oferta turística.*
  - *Tem como projecto futuro a concepção de um portal com vendas “on-line” com a oferta turística do concelho - **plataforma de vending inter-serviços**.*

### ■ Suportes e Canais de Divulgação

#### *Brochuras*

- *Dossier turístico do TuriFórum (com representação dos parceiros e respectiva oferta turística): para operadores*
- *Folhetos informativos temáticos divulgados no posto de turismo (grátis): para o turista*
- *Sesimbr'Acontece (Brochura da CM, divulgação de eventos)*

*Nota: Nova Brochura da Região de Turismo de Lisboa muito genérica*

#### *Presença em feiras no mercado nacional e espanhol*

- *BTL-Portugal*
- *Ovibeja-Portugal (público alvo: Alentejo, Extremadura)*
- *Expo Galicia (público-alvo Norte de Portugal e Galiza)*
- *FITUR-Espanha (participação em estudo para 2010)*

#### *Filmes e apresentações promocionais, internet*

- *Filme promocional da oferta do concelho e PowerPoint elaborados no âmbito do FAM TOUR 2006 (TuriFórum)*
- *Filme genérico de Sesimbra lançado na BTL 2009*
- *Sites dos operadores locais*
- *Site <http://visit.sesimbra.pt/>: conteúdos informativos (com link a partir do site da câmara)*

#### *Eventos integrados de divulgação da oferta turística in-loco*

- *FAM TOUR 2006, para operadores gerais (Portugal e Raia Espanhola), apresentação in-loco dos recursos turísticos diferenciadores, a repetir possivelmente em 2010*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### OPORTUNIDADES:

- Tornar-se um caso de estudo em Portugal de um território que consegue operacionalizar o equilíbrio entre a preservação dos recursos naturais e o seu usufruto/exploração económica (pela utilização de boas práticas/incorporação de actividades ligadas ao conhecimento científico e à cultura)
- Conhecimento científico (geologia, arqueologia, biologia)
- Cultura do mar, ruralidade histórica
- Apostar na Economia do Mar como motor de desenvolvimento do concelho, baseada em dois pilares: o turismo e a pesca, devidamente articulados
- Posicionar Sesimbra no cluster turístico de mar (actividades náuticas e mergulho)
- Apostar nas sinergias com Palmela e Setúbal para criar massa crítica ao nível do turismo de natureza, touring cultural e paisagístico - aproveitando a continuidade territorial do PNA e do seu património arquitectónico, militar, religioso e civil - e do turismo rural (quintas e palácios rurais)
- Elevação do patamar de diferenciação, notoriedade e qualidade da agenda cultural e de eventos do concelho, em articulação com Palmela e Setúbal, como forma de contrariar a dependência da Península de Setúbal face a Lisboa nesta área
- Requalificação e desenvolvimento do comércio de proximidade e restauração (diferenciação dos produtos, melhoria da qualidade do serviço e design de interiores, vitrinismo) na vila de Sesimbra (em especial na Marginal) e no eixo Meco/Alfarim, com enfoque no escoamento de produtos locais de qualidade e no trato pessoal, como forma de reforçar e reposicionar a autenticidade de Sesimbra e a qualidade da oferta de serviços (o segmento de procura associado à 2.ª habitação é propício ao desenvolvimento desta estratégia)

### *OPORTUNIDADES (cont.):*

- *Desenvolvimento de marcas locais (p.e., Peixe de Sesimbra) e Certificação: de produtos do mar, de produtos da terra, de serviços de restauração e comércio e da gestão de património histórico-cultural*
- *Capitalizar a marca “Meco”, muito associada ao conceito alternativo e natural, tanto pela via de produção de eventos, como pela via de oferta de produtos naturais e saudáveis (em mercados e lojas especializadas) com enfoque na diferenciação*
- *Reabilitação e dinamização de edificações degradadas ou desprovidas de uso, frequentemente ligadas à Cultura do Mar, para criar uma rede de alojamento integrada na natureza, adaptada ao turismo de natureza/turismo científico, e locais de interpretação do património natural/cultural ou de divulgação científica*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### AMEAÇAS:

- *Descaracterização, associada à perda de importância da actividade piscatória, à indiferenciação do comércio, restauração e alojamento (a autenticidade é um dos trunfos que pode diferenciar Sesimbra de territórios concorrentes)*
- *Falta de diversificação e dinamismo da actividade económica*
- *Tendência de despovoamento da Vila de Sesimbra (em contraste com o forte crescimento populacional da freguesia de Quinta do Conde) e desequilíbrio regional interno em termos de desenvolvimento turístico*
- *Pressão dos fluxos sazonais turísticos, pressão construtiva e especulação imobiliária*
- *Propriedade de alguns recursos patrimoniais com uma lógica contrária ao investimento*
- *Tamanho reduzido do porto de Sesimbra dificulta a conciliação de interesses entre a actividade piscatória e actividades turísticas ligadas ao mar (ambas com um papel fulcral no desenvolvimento sustentável do concelho)*
- *Forte concorrência de destinos com oferta mais diversificada (componente histórico-cultural: Cascais, Sintra), com menor densidade construtiva/melhores infra-estruturas hoteleiras e de apoio à realização de actividades turísticas (turismo de natureza e turismo náutico) e capacidade de marketing: Comporta/Tróia, Costa Vicentina*
- *Menor enquadramento do concelho no QREN*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### PONTOS FORTES:

- *Existência de recursos turísticos fortes, em especial os ligados a áreas protegidas (geologia/flora e fauna terrestre/marinha) e ao binómio paisagem/património*
- *Conjugação Serra e Mar*
- *Costa atlântica virada a sul e resguardada*
- *Praias*
- *Tranquilidade da paisagem rural e do horizonte marítimo*
- *Autenticidade da vila de Sesimbra associada à actividade piscatória*
- *Elevada qualidade do pescado e tradição da comunidade piscatória preservada*
- *Gastronomia*
- *Notoriedade da marca Mecos e do Carnaval de Sesimbra, enquanto Land Marks*
- *Grande progresso efectuado nos últimos anos ao nível da programação cultural com nível de diferenciação e qualidade e da investigação arqueológica, factores importantes para a gestão activa do património, para a animação turística e enriquecimento dos produtos turísticos*
- *Tendência crescente (a incentivar) para a captação de fluxos de turistas/visitantes interessados em actividades que contribuem para a redução da sazonalidade do turismo: p.e., Produtos MI (Meetings & Incentives), Golfe (ligação da hotelaria local com os campos regionais de golfe), Actividades Náuticas e Mergulho*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### *PONTOS FORTES (cont.):*

- *Proximidade de importantes vias de acesso rodoviário, do novo aeroporto de Lisboa e da capital*
- *Qualidade reconhecida de algumas unidades hoteleiras e de restauração*
- *Horários alargados praticados pelos postos de turismo e pelas lojas de comércio de rua*
- *Cooperação institucional entre a CMS e os diferentes actores locais do sector (individuais ou organizados), destacando-se o papel activo do TuriFórum*
- *Sensibilidade da população residente e das instituições locais e regionais para eleger o Turismo como um factor de desenvolvimento importante*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### PONTOS FRACOS:

- *Principal recurso turístico (sol e praia) de natureza sazonal, desencorajador da iniciativa empresarial (forte oscilação temporal de receitas) e originador de forte pressão sobre acessibilidades e infra-estruturas*
- *Restantes produtos turísticos, não-sazonais e associados a um padrão diferenciado de turismo, ainda pouco desenvolvidos (escassez de infra-estruturas e sub-valorização de recursos) - p.e., turismo náutico, mergulho, espeleologia, turismo de eventos*
- *Insuficiente aproveitamento turístico de factores que consagram a genuinidade de Sesimbra (cultura do mar, ruralidade histórica)*
- *O concelho não possui monumentalidade patrimonial histórica edificada ou um marco cultural associado a uma personalidade que, por si só, possa constituir um produto turístico (embora a dinamização do património através de eventos possa constituir uma atracção turística)*
- *Imagem associada ao turismo de Sesimbra (pobre e pouco competitiva)*
- *Acessibilidades rodoviárias externas e internas, inadequação visual dos acessos a Sesimbra na zona de Fernão Ferro, entrada da vila, falta de estacionamento e desordenamento urbanístico penalizadores da qualidade da imagem turística de Sesimbra - factores de desincentivo de uma procura qualificada, agravados pela pressão turística sazonal e especulação imobiliária*
- *Hipoteca de terrenos nobres da frente ribeirinha da vila e de usos turísticos alternativos por parte do modelo de apartamentos turísticos, com impactes negativos sobre a paisagem e imagem turística da vila*
- *Carência de alojamentos e infra-estruturas adaptados aos segmentos de turismo de natureza e científico*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### PONTOS FRACOS (cont.):

- *Insuficiências ao nível da limpeza (bermas das estradas, pinhais) e saneamento com “manchas” graves nos recursos turísticos ligados à preservação da natureza*
- *Inexistência de uma gestão activa efectiva por parte do PNA:  
1 - Fiscalização de condutas/actividades impróprias, em especial ao fim de semana  
2 - Sinalética turística deficiente (escassez/falta de renovação de painéis informativos sobre a fauna e flora locais, bem como da morfologia e geologia do concelho, em pontos de paragem e contemplação da paisagem e deficiente sinalização de percursos pedestres) e falta de material de divulgação do PNA  
3 - Falta de dinamização das infra-estruturas existentes (p.e., Parque do Alambre, nos limites do concelho)*
- *Relação hostil da população local relativamente ao Parque Natural da Arrábida (pela cultura da proibição/negação associada à gestão de áreas protegidas)*
- *Número minoritário de estabelecimentos de comércio, restauração e hotelaria apresenta padrões de diferenciação superiores (qualidade do serviço, design) e recursos humanos qualificados*
- *Escassez de recursos financeiros dos micro operadores turísticos locais, fraca receptividade a propostas de qualificação (dos estabelecimentos e serviços prestados) e falta de espírito de cooperação*
- *Fraqueza do marketing da oferta turística de Sesimbra: oferta de produtos turísticos ainda não estruturada (aproveitamento turístico dos recursos ainda é fraco, p.e., no caso do Parque Natural da Arrábida, existindo falta de sinergias entre os diferentes recursos turísticos), não se apresentando no mercado com propostas vendáveis capazes de motivar operadores turísticos*
- *Falta de articulação com os territórios vizinhos na exploração de sinergias ao nível da estruturação da oferta turística*

## 4.7. Análise SWOT do Desenvolvimento da Actividade Turística

### DESAFIOS ESTRATÉGICOS:

- *Estruturação, organização e planificação da oferta de produtos turísticos e qualificação da oferta (composição de pacotes turísticos vendáveis explorando as sinergias entre os diferentes recursos turísticos e elaboração de percursos temáticos)*
- *Aposta forte no desenvolvimento de novos segmentos de mercado mais qualificados e exigentes, dispostos a disponibilizar meios financeiros mais avultados e associados a um turismo não sazonal*
- *Combinar o interesse científico e didáctico da extensa área costeira e serrana de Sesimbra sujeita a classificação (geologia, arqueologia, biologia)*
- *Necessidade de maior abertura do PNA à comunidade, com reflexos positivos na imagem do mesmo*
- *Apostar em projectos turísticos de maior dimensão que visem promover o turismo residencial diferenciado e de excelência, nos planos doméstico e, sobretudo, internacional, no concelho de Sesimbra, através, designadamente, de uma sua concretização progressiva e sustentável*
- *Privilegiar, nas opções de investimento e decisões de licenciamento, certos segmentos turísticos e tipologias de alojamento que possam contribuir para:*
  - *a preservação da paisagem e do património natural e cultural*
  - *a focalização da oferta turística em segmentos efectivamente diferenciadores*
  - *a produção de efeitos de arrastamento sobre o desenvolvimento de actividades económicas do concelho*
  - *a exploração de sinergias entre diferentes segmentos turísticos*



Augusto Mateus & Associados  
Sociedade de Consultores, Lda

## **5. VECTORES DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO E PROJECTOS ESTRUTURANTES**

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Visão Estratégica

*Vila de Sesimbra moderna e sofisticada, valorizadora das suas fortes raízes históricas e culturais*

✓ *Upgrade de um velho destino turístico*

✓ *Reabilitação urbana, espaço público qualificado*

*Modelo de vila que cruza modernidade e tradição, em oposição à vivência dos resorts*

✓ *Cidade atractiva como instrumento anti-sazonal*

✓ *Comprometimento activo do concelho com o PNA*

*“Apropriação” do Parque Natural da Arrábida, desde Azeitão*

✓ *Apropriação do PNA por parte dos sesimbenses*

✓ *Dinamização e criação de interesse na estadia, em torno, fundamentalmente, do binómio mar/PNA*

*Elevação do padrão de oferta turística: conhecimento, cultura e inovação*

✓ *Criação de produtos turísticos inovadores em torno dos recursos-pérola*

✓ *Oferta de serviços com elevado padrão profissional*



+ *Sofisticação*  
+ *Bom gosto*



+ *Ordenamento*  
+ *Requalificação comercial*



+ *Usufruto do passeio público*



+ *1/2 Eventos de âmbito nacional/internacional*



+ *Criação de valor*



- *Massificação*  
- *Sazonalidade*  
+ *Investimento qualificado por parte dos operadores turísticos*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

Reforçar a sua localização excêntrica na Península de Setúbal, “dificultando” a ligação a Almada e fazendo a ligação a Lisboa pelo PNA e por Azeitão

### Esquema de Ordenamento Turístico da Vila de Sesimbra

Novo cartão de visita:  
Acesso ao Concelho e à Vila via PNA e Azeitão

3ª linha - Comunicação e Mobilidade Nascente-Poente

2ª linha - Malha central de ruelas pedonais:

restaurantes, bares, comércio, com 2/3 focos principais de atracção

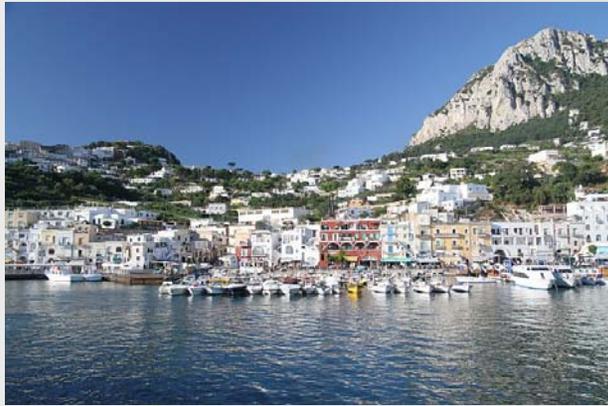
Sistema de parques de estacionamento subterrâneos exteriores ao centro

1ª linha de Hotelaria, Comércio e Restauração “Sofisticados”

Passeio público sem carros tipo “Calçada”

MAR

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes



### Modelo Capri (Itália)

▪ *Destino turístico secular, possui um porto (tal como Sesimbra) e uma história milenar, localiza-se numa ilha com cerca de 1.000 ha e 13.000 habitantes (7.000 dos quais residentes em Capri)*



▪ *Destino turístico consolidado (claramente mais que Sesimbra) associado ao produto mar (essencialmente, náutica de recreio e desportiva) - Capri acolhe cerca de meio milhão de dormidas/ano com predomínio do turismo interno (50% das dormidas), com uma oferta hoteleira vasta (9 hotéis de 5 estrelas, 18 de 4 estrelas, 15 hotéis de 3 estrelas)*

- ✓ *Aposta no cruzamento virtuoso entre modernidade/sofisticação e tradição*
- ✓ *Aposta no binómio serra e mar (Monte Solaro) e na envolvente natural*
- ✓ *Aposta na economia do mar*
- ✓ *Forte presença do mercado doméstico*



Semelhanças



Contrastes

- *Destino turístico consolidado com segmento-alvo elitista*
- *Não se localiza no contexto de uma área metropolitana*
- *Forte exploração hoteleira*

Importância assumida pelo Turismo de 2.<sup>a</sup> habitação em Sesimbra



## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

*Na definição dos objectivos e vectores estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Sesimbra e na identificação de alguns dos correspondentes projectos estruturantes e complementares, partiu-se da análise SWOT apresentada anteriormente, o que vem facilitar o enfoque nas áreas de desenvolvimento prioritárias.*

### *Objectivos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Sesimbra*

- O1. Focalização do plano de comunicação nos produtos turísticos “core” de Sesimbra direccionado para o upgrade da imagem turística do concelho*
- O2. Elevação da qualidade do serviço turístico oferecido*
- O3. Reconhecimento de Sesimbra como destino turístico qualificado e diferenciado, que combina virtuosamente sofisticação e tradição*
- O4. Afirmção progressiva da vila de Sesimbra como pólo atractivo e requalificado para viver e visitar*
- O5. Criação de valor a partir dos elementos naturais de maior valia e relevo do concelho (PNA, Meco, Lagoa de Albufeira, Mata de Sesimbra)*
- O6. Apropriação de uma parte importante do PNA por parte de Sesimbra (desde Azeitão)*

### *Vectores Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Sesimbra*

*V1. Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar, motor de desenvolvimento do concelho*

*V2. Ordenamento, Reabilitação Urbana e Regeneração Económica e Social da Vila de Sesimbra*

*V3. Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio*

*V4. Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito "Turismo Sustentável" no Território de Sesimbra*

*V5. Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Espaço de Coerência entre Objectivos e Vectores Estratégicos

(Objectivo  
Transversal)

**O1.**



**V1.**

**O2.**



**V2.**

**O3.**



**V3.**

**O4.**



**O5.**



**V4.**

**O6.**



**V5.**

*Incidência directa*



*Incidência mais indirecta*



## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

*Definem-se, em seguida, de forma, para já, tentativa e meramente indicativa (pretendendo constituir somente uma base para futura discussão e validação envolvendo os diferentes actores locais), para cada um dos vectores, um conjunto de projectos, estruturantes e complementares, para os quais se estabelece uma relação projecto-recurso turístico através da seguinte legenda:*

*(R<sub>i</sub>) - Recurso Turístico i (i=1...5)*

*(RT) - Projecto Transversal*

RECURSO 1	COSTA ATLÂNTICA VIRADA A SUL E RESGUARDADA
RECURSO 2	EIXO MECO/ALFARIM/LAGOA DE ALBUFEIRA/MATA DE SESIMBRA
RECURSO 3	PARQUE NATURAL DA ARRÁBIDA (INTEGRA O PARQUE MARINHO PROF. LUÍZ SALDANHA)
RECURSO 4	CABO ESPICHEL E SANTUÁRIO DE NOSSA SENHORA DO CABO
RECURSO 5	CASTELO DE SESIMBRA, FORTALEZA DE SANTIAGO E VILA PISCATÓRIA

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Forças/Fraquezas

- Existência de um número reduzido de produtos turísticos num patamar razoavelmente avançado de maturação (Sol e Mar e Gastronomia).
- Oferta muito pulverizada de actividades turísticas - programação e articulação deficitárias, embora com alguns progressos verificados.
- Operadores turísticos com dimensão e presença reduzidas, dificultando a articulação de uma estratégia de desenvolvimento turístico.
- Destino turístico de reduzida afirmação qualitativa, verificando-se uma falta de cultura turística "agressiva" e estratégia de desenvolvimento turístico "focalizada" explicada, em parte, por um esforço repartido pela dispersão de iniciativas e falta de cooperação dos operadores turísticos.

### Oportunidades

- Actual conjuntura económica poderá incentivar o consumo de produtos turísticos junto dos turistas-alvo não habituais da região, por passarem a privilegiar o diferente numa óptica de proximidade geográfica, em detrimento de destinos mais longínquos.
- Aproveitamento da notoriedade de Sesimbra, relacionada com a marca Mecó e com a marca (embrionária) Sesimbra Diving.



**Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar** 111

### *Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar*



*Partindo do aproveitamento dos recursos existentes, deverão conjugar-se esforços através da formação de massa crítica a favor da **concepção de produtos turísticos consolidados e de excelência**, estruturando-se a sua oferta.*

***Construção de novos produtos e renovação dos actuais**, de forma a criar rotas, programas, cadeias de produtos, que entrecruzem recursos e actividades, proporcionando diversidade e autenticidade aos turistas, tornando a sua estadia mais demorada e agradável, seleccionando alguns dos produtos mais reconhecidos, usando-os como ícones para a atractividade turística.*

*O reforço da notoriedade do concelho enquanto destino turístico passa pela elaboração de um plano de marketing e de uma estratégia de comunicação bem estruturados e pela definição de um veículo de informação eficaz - um site de internet - para comercializar o destino "Sesimbra" que apresente os seus produtos turísticos vendáveis, logo que sejam criadas as condições de suporte necessárias à estruturação da oferta: produtos turísticos bem definidos, operadores a trabalhar de forma articulada.*

### *Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar (cont.)*



*De igual forma, enquadra-se, a este nível, a definição de um logótipo para o desenvolvimento do merchandising, no quadro de uma **estratégia efectiva de marketing e de identificação do targeting turístico**: Portugal e Estrangeiro. O plano de marketing (e respectivos produtos turísticos alvo) têm que ser desenvolvidos, no caso de Sesimbra, de forma diferenciada para os dois tipos de targeting definidos, potenciando a atractividade de Sesimbra. Havendo elementos comuns que têm a ver com o enquadramento cénico e paisagístico do PNA e da proximidade ao mar, com a qualidade da gastronomia e com a notoriedade dos eventos a desenvolver, o certo é que há produtos turísticos que exercerão maior atractividade sobre o mercado doméstico, como o turismo náutico e o turismo de natureza, e outros que porventura atrairão mais os turistas internacionais, como o produto golfe, associado a resorts integrados, de excelência.*

*Este vector implica a **interligação activa com as instituições que organizam, promovem e desenvolvem produtos turísticos nos concelhos de Palmela e Setúbal e na Área Turística de Lisboa.***

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### *Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar (cont.)*

#### **Projectos Estruturantes**

*Na área da concepção e estruturação de produtos turísticos:*

- ✓ *Concepção de produtos turísticos integrados e vendáveis (RT) tendo como base características diferenciadoras do concelho face a outros (natureza/aventura, náutica/mergulho, ...) - criação de sinergias (i) entre os vários recursos/produtos turísticos e (ii) com os concelhos de Palmela e Setúbal para os recursos turísticos comuns*

*Exemplos: concepção de produtos com base no imaginário colectivo proporcionado pelos 3 Castelos (Sesimbra, Setúbal, Palmela), programação cultural partilhada, projecto regional ligado à cultura Campaniforme*

- ✓ *Realização de 2 eventos de âmbito nacional/internacional (RT), com periodicidade anual, como parte integrante do Marketing Activo da Região, do Destino Turístico e dos Produtos Turísticos (upgrade de um evento já existente, apostando numa melhor divulgação e concepção de um novo evento, p.e. "Encontro do Turismo Sustentável")*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### *Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

*Na área do marketing de produtos turísticos:*

- ✓ *Concepção e implementação de um plano de promoção e comunicação (RT)*
  - *Definição de símbolos e logótipos conducentes à realização da gama de merchandising atractivo, moderno e com design (nomeadamente para os 2 eventos de maior dimensão a propor)*
  - *Criação de outdoors a colocar em mercados-alvo, exigindo um estudo de marketing sobre slogans mais eficazes*
  - *Políticas de promoção diferenciadas para turistas nacionais e estrangeiros, com reforço da ligação aos correspondentes grandes operadores de turismo*
  - *Melhoria do site de divulgação turística de Sesimbra <http://visit.sesimbra.pt> (RT) em sintonia com a Área Turística de Lisboa*

*Complementar a informação sobre as atracções turísticas e as principais actividades que podem ser realizadas com uma plataforma de comunicação e de venda de pacotes turísticos com contacto dos respectivos dinamizadores, inserindo também informação sobre o nome e itinerário dos percursos pedestres existentes no concelho. A programação/agendamento são elementos fundamentais para demonstrar efectivo dinamismo (colocação da agenda de eventos do concelho)*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### *Vector Estratégico 1: Concepção, Desenvolvimento, Estruturação e Marketing de Produtos Turísticos, muito centrados na Economia do Mar (cont.)*

#### **Projectos Complementares**

- ✓ *Melhoria dos elementos informativos colocados à disposição do turista (RT)*

*p.e. Tradução do Sesimb'Acontece para inglês*

- ✓ *Plano de marketing específico para a divulgação do PNA (R3), sendo necessário identificar o PNA com Sesimbra (Serra da Arrábida versus PNA)*

- ✓ *Disponibilização no site do ICNB dos PDF dos percursos pedestres no PNA dinamizados por esta instituição (R3)*

- ✓ *Melhoria de sinalética rodoviária turística (RT)*

*Definição dos principais pontos de interesse turístico do concelho e colocação/substituição dos respectivos painéis informativos quando necessário*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Fraquezas

- *Acessibilidades rodoviárias externas e internas, inadequação visual dos acessos a Sesimbra na zona de Fernão Ferro, entrada na vila, falta de estacionamento e desordenamento urbanístico penalizadores da qualidade da imagem turística de Sesimbra - factores de desincentivo de uma procura qualificada, agravados pela pressão turística sazonal e especulação imobiliária.*
- *Falta de sofisticação do comércio, restauração e bares (em geral).*

### Forças

- *Autenticidade da vila de Sesimbra e existência de uma avenida marginal constituem condições de base que reforçam a aposta na requalificação urbana da vila.*



***Vector Estratégico 2: Ordenamento, Reabilitação Urbana e Regeneração Económica e Social da Vila de Sesimbra***

### *Vector Estratégico 2: Ordenamento, Reabilitação Urbana e Regeneração Económica e Social da Vila de Sesimbra*



*A reabilitação urbana da vila de Sesimbra é uma prioridade estratégica no quadro do desenvolvimento económico e social do concelho, e, em particular, constitui uma condição de base para o desenvolvimento turístico na região. É fundamental a mudança para um modelo urbano, que cruze modernidade, sofisticação, bom gosto e tradição, capaz de afirmar a competitividade de Sesimbra através do equilíbrio entre a densidade urbana e a sua inserção natural privilegiada, focando a sua atenção na **melhoria da qualidade e usufruto do espaço público**, no descongestionamento, na qualificação da restauração e do pequeno comércio e na preservação dos valores ambientais.*

### *Vector Estratégico 2: Ordenamento, Reabilitação Urbana e Regeneração Económica e Social da Vila de Sesimbra (cont.)*

#### **Projectos Estruturantes**

- ✓ *Plano de reabilitação urbana da vila de Sesimbra (RT)*
- ✓ *Plano de requalificação comercial da vila de Sesimbra (RT)*

#### **Projectos Complementares**

- ✓ *Fixação e captação de população - Vila de Sesimbra (RT)*
  - *Programa Municipal específico para o efeito (incentivos/facilitação, programas de arrendamento)*
  - *Habitação a custos controlados*
- ✓ *Qualificação da oferta de restauração (R2 e R5) - Redefinição da arquitectura de alguns restaurantes existentes, com enfoque no design e no conforto*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Fraquezas

- *Algum património edificado e arqueológico encontra-se em mau estado ou apresenta-se subaproveitado.*
- *Insuficiente infra-estruturação para a prática de actividades desportivas.*

### Forças

- *Existência de imóveis com interesse arquitectónico potencialmente adaptáveis a TER ou a pequenas instalações hoteleiras ou passíveis de serem dinamizados para a realização de eventos culturais.*



***Vector Estratégico 3: Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio***

### *Vector Estratégico 3: Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio*



*A qualidade das estruturas de acolhimento, de restauração, de lazer, de saúde, ou de outros serviços de apoio ao turista, tem que ser incrementada, de forma a se tornar reconhecível e a constituir um vector adicional de atractividade do concelho.*

*Estabelecer condições para o desenvolvimento e fixação de actividades de apoio ao turismo, **como forma de promoção do empreendedorismo no sector**, poderá exercer um efeito de alavancagem no desenvolvimento da actividade.*

*A **reabilitação e beneficiação do património** edificado, arqueológico e de áreas de grande valor natural, **articuladas com o seu usufruto sustentável**, são também necessários.*

### *Vector Estratégico 3: Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio (cont.)*

#### **Projectos Estruturantes**

##### **✓ Melhoria das condições para a prática do turismo náutico, pesca desportiva e do mergulho (R1 e R3)**

- Parque Natural Subaquático (afundamento de estátua, de navio de guerra, ...)
- Bóias nos spots de mergulho
- Agilizar a saída ao mar por parte dos centros de mergulho (APSS já tem vindo a concretizar)
- Pontão de 40m para as marítimo-turísticas em frente ao Hotel do Mar

##### **No eixo Cabo Espichel:**

##### **✓ Reabilitação/dinamização do Santuário do Cabo Espichel (R4)**

##### **✓ Casa da Ópera (R4)**

*Reconstrução da antiga Casa da Ópera localizada no Santuário do Cabo Espichel, para a realização de concertos (música, ópera)*

### *Vector Estratégico 3: Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

*No eixo Lagoa de Albufeira e Meço:*

- ✓ *Lagoa de Albufeira - assegurar a sua sustentabilidade ecológica e criação de condições para a visitação (R2)*
  - *Desassoreamento da lagoa (estudo de incidência ambiental - extrac o por parte dos areiros)*
  - *Incentivo e upgrade da actividade de Miticultura*
  - *Plano de reconversão da área urbana da Lagoa*
  - *Marginal pedestre (frente oceânica - Lagoa Pequena)*
  - *Centro de interpreta o do ambiente e da natureza (Casa do Infantado)*
  - *Pontos de Apoio (cafés e restaurantes)*
- ✓ *Requalifica o da praia do Meço (praia do Moinho de Baixo) (R2)*

*candidatura j  aprovada no  mbito do QREN - Valoriza o do Litoral*

- *Saneamento e recupera o das dunas*
- *Ciclovia*
- *Passeio pedonal*
- *Parque de actividades (merendas, parque infantil, ...)*
- *Infraestrutura o para a prática de parapente*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### *Vector Estratégico 3: Criação, Reabilitação e Aproveitamento de Infra-estruturas e Desenvolvimento de Serviços de Apoio (cont.)*

#### **Projectos Complementares**

- ✓ *Requalificação e valorização para fins turísticos do património arqueológico e etnográfico (RT)*
- ✓ *Promover o desenvolvimento de duas/três novas unidades de turismo em espaço rural no eixo Meco/Alfarim/Lagoa de Albufeira/Mata de Sesimbra (R2)*
- ✓ *Estimular a reabilitação/dinamização de algumas quintas rurais (Quinta do Perú, Quinta do Calhariz, Quinta de San Payo) - incentivo ao TER ou à dinamização de actividades culturais (R4 e R5)*
- ✓ *Qualificação do espaço urbano e comercial de Alfarim, enquanto principal centro urbano de suporte ao Meco, Lagoa de Albufeira e Mata de Sesimbra (R2)*
- ✓ *Mercado de produtos biológicos de Sesimbra (na localização do actual mercado e em Alfarim, por exemplo) (R2/R5)*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Fraquezas

- *Insuficiente infra-estruturação do PNA para a visitação e realização de actividades desportivas e de lazer.*
- *Insuficiência de alojamento vocacionado para a tipologia turismo de natureza/aventura (unidades de pequena dimensão, acolhedoras e integradas na paisagem).*
- *Pressão dos fluxos sazonais turísticos e pressão construtiva.*
- *Insuficiências ao nível da limpeza (bermas das estradas, pinhais) e saneamento com “manchas” graves nos recursos turísticos ligados à preservação da natureza.*

### Forças

- *Disponibilidade de edificações com enquadramento natural privilegiado para reabilitação/reconversão de uso para efeitos de alojamento ou locais de interpretação do património natural/cultural.*
- *Existência de uma grande extensão de áreas naturais e manchas florestais.*



***Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra***

### *Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra*



*Por um lado, o PNA constitui actualmente um potencial muito forte na área do turismo de natureza, existindo, no entanto, um **longo caminho a percorrer para que, para além de recurso turístico, se possa considerar produto turístico.** A falta de dinamização do PNA por parte da entidade competente, em conjunto com a falta de apropriação do PNA por parte de Sesimbra, têm contribuído para que este forte recurso não tenha gerado o valor que lhe é devido. **Uma adequada infra-estruturação do PNA e estratégia de marketing, apoiada pela população, que associe Sesimbra ao PNA, são elementos essenciais para a sua dinamização.***

### *Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra (cont.)*



*É de importância estratégica, por outro lado, para um território como Sesimbra que beneficia de extensas áreas naturais, **apostar seriamente num tipo de turismo que integre e, simultaneamente, compatibilize as dimensões ambientais, culturais e sociais com o desenvolvimento económico nestes espaços**, sendo a tarefa particularmente desafiante no caso das áreas protegidas.*

*Neste contexto, deverá ser feita também uma **aposta efectiva, requalificando e valorizando as Matas de Sesimbra, enquanto produtos turísticos complementares do concelho, orientados, sobretudo, para turistas internacionais, no produto golfe, associado aos resorts integrados sustentáveis com unidades de saúde e bem estar, de excelência nos planos internacional e doméstico.***

### *Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra (cont.)*

#### **Projectos Estruturantes**

##### *Infra-estruturação do PNA para a Visitação e para o Desenvolvimento de outras Actividades Sustentáveis Geradoras de Valor*

- ✓ ***Desenvolvimento e divulgação de Percursos da Natureza (R3)***
  - *Caminhos de Santiago*
  - *Caminhos do Cabo*
  - *Visitas Organizadas a grutas*
  - *Visitação das “Pistas de Dinossauros”*
  - *Visitação de sítios arqueológicos*
  - *Visitação de sítios de interesse geológico (Praia da Foz, Alto da Califórnia, Gesseira, ...)*
- ✓ ***Contribuir activamente para a redefinição por parte do ICNB do modelo de gestão do PNA (de forma, por exemplo, a contornar os dias de fecho do Centro de Interpretação do PNA, a falta de fiscalização ao fim de semana e a inexistência de informação no site do ICNB sobre os percursos pedestres da responsabilidade desta entidade - poderia constar um pdf com cada percurso) (R3)***

### *Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

##### *Infra-estruturação do PNA para a Visitação e para o Desenvolvimento de outras Actividades Sustentáveis Geradoras de Valor (cont.)*

- ✓ *Reabilitação/reconversão de uso de edificações integrantes do PNA para turismo de natureza e centros de interpretação (R3)*
  - *p.e. Edifício da Roca no Cabo Espichel, antigos calhaus que podem ser reabilitados e vocacionados para a divulgação da cultura do mar, ...*

##### *Requalificação e Valorização das Matas de Sesimbra*

- *Planos de Pormenor e Plano de Gestão Ambiental da Mata de Sesimbra irão servir de base ao desenvolvimento de projectos turísticos ambientalmente sustentáveis para esta área sensível que se pretende simultaneamente proteger e valorizar*

### *Vector Estratégico 4: Dinamização e Aplicação Activa/Virtuosa do Conceito “Turismo Sustentável” no Território de Sesimbra (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

##### *Requalificação e Valorização das Matas de Sesimbra (cont.)*

- *Enquadra-se, neste projecto, a criação de resorts integrados sustentáveis, com golfe e unidades de SPA (R2)*
- *A este nível, serão estabelecidos compromissos com os promotores empresariais em matéria de infra-estruturação de áreas naturais para a sua visitação e fruição, de utilização de fornecedores locais, de consumo de energia, de reutilização de águas, e, inclusivamente, de fim da exploração de inertes*

## 5. Vectores de Desenvolvimento Estratégico e Projectos Estruturantes

### Fraquezas

- *Insuficiência de produtos turísticos com grau de sofisticação elevado do ponto de vista de incorporação de conhecimento/cultura/ inovação na sua concepção e estruturação.*
- *Peso elevado de recursos humanos indiferenciados, sem qualificação ou com qualificações desajustadas, no concelho e peso reduzido de licenciados, facto que se repercute negativamente na qualidade do serviço turístico prestado.*

### Forças

- *Existência de recursos turísticos relevantes - em especial os ligados a áreas protegidas (geologia/flora e fauna terrestre/marinha) e ao binómio paisagem/património - e de competências endógenas com forte potencial de valorização.*
- *Existência de estruturas de formação, universidades e institutos politécnicos nas proximidades do concelho.*



***Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação***

### *Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação*



*A crescente sofisticação e grau de exigência dos consumidores propiciam a oportunidade de qualificação e diferenciação pela excelência dos produtos turísticos com maior potencial do concelho, associados às condições excelentes para a realização de turismo náutico e de turismo de natureza e aventura. A elevação do patamar de qualidade e diferenciação, com **repercussão ao nível da imagem turística do concelho**, proporcionará uma nova dinâmica e interesse do Concelho do ponto de vista turístico.*

### *Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes*

#### *✓ Qualificação do Potencial Humano e das Competências de Gestão Turística (RT)*

*O desenvolvimento de actividades novas e diferenciadas no concelho só é possível com a fixação e desenvolvimento de competências úteis e apropriadas para o efeito.*

*Desta forma, terá que se verificar em simultâneo:*

- o desenvolvimento das competências adaptadas aos que já estão no território e que sentem dificuldades nos sectores tradicionais (em prioridade) - aposta no sector primário especializado em produtos regionais: pesca, horto-fruticultura, vitivinicultura, silvo-pastorícia*
- o desenvolvimento de novas competências na população activa existente (p.e., protecção ambiental, piscicultura em viveiros), incentivando-se a alternância sazonal de actividades económicas*
- a preparação dos mais jovens para o desenvolvimento de actividades sustentáveis, associadas à promoção e visitação de Sesimbra*
- a fixação de pessoas portadoras de novas competências e de uma nova cultura mais orientada para a mudança e inovação*

### *Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

- ✓ *Qualificação do Potencial Humano e das Competências de Gestão Turística (cont.)*
  - *Promoção de programas de visitação e conhecimento do concelho e da sua história nas escolas do ensino básico e secundário*
  - *Inclusão de actividades fomentadoras de cultura empreendedora nas escolas do ensino básico e secundário*
  - *Realização de protocolos de colaboração com Escolas do INFT, com Universidades, Politécnicos e outros estabelecimentos de ensino e de investigação, para **fomentar o reforço de competências** (níveis III e IV do CEDEFOP/FSE) nas áreas de actividade necessárias ao desenvolvimento do turismo*
  - *Promoção de acções de formação nas áreas da restauração e hotelaria*
  - *Garantir a existência de **qualificações locais na área do turismo e da preservação do ambiente** (ainda que em acumulação com outras actividades económicas, para fazer face à sazonalidade do emprego no sector do turismo): promoção de acções de formação de guia de natureza, monitores desportivos (desportos de aventura, vela, remo), agentes locais de defesa ambiental e patrimonial, ...*
  - *Realização de acções de formação ao nível da **reconfiguração das actividades tradicionais** (agricultura, floresta e pesca) => **produtos mais competitivos e harmoniosa articulação da actividade turística com as actividades económicas tradicionais**, assegurando a preservação das riquezas naturais*

### *Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação (cont.)*

#### *Projectos Estruturantes (cont.)*

- ✓ *Estímulo ao desenvolvimento de projectos de I&D aplicados ao turismo e à cultura, a concretizar por estabelecimentos de ensino superior e centros de investigação da Área Metropolitana de Lisboa (RT)*

#### *Projectos Complementares*

- ✓ *Criação de eventos culturais com base em reconstituições históricas (R4 e R5) tendo como palco edifícios com interesse arquitectónico (Santuário do Cabo Espichel, Castelo, Fortaleza, Quinta do Perú, Quinta do Calhariz, Quinta de San Payo) e algumas aldeias do concelho que conservam, da melhor forma, a traça rural - de preferência em articulação com Setúbal e Palmela. Exemplo: **Recriação da Batalha do Cabo Espichel (1180)***

### *Vector Estratégico 5: Sofisticação da Oferta Turística pela Aposta no Conhecimento, Cultura e Inovação (cont.)*

#### *Projectos Complementares*

- ✓ *Casa da Ópera (R4)*, projecto dedicado à realização de concertos (música, ópera)
- ✓ *Roça do Casal do Meio - "Aldeia da Idade do Bronze" (RT)*
- ✓ *Arqueologia subaquática (R1 e R3)*
- ✓ *Boas práticas de mergulho no PNA (R1 e R3)*
- ✓ *Prémio científico de Sesimbra (R1 e R3)*
- ✓ *Criação de residências temporárias para criação artística e cultural (R4 e R5)*