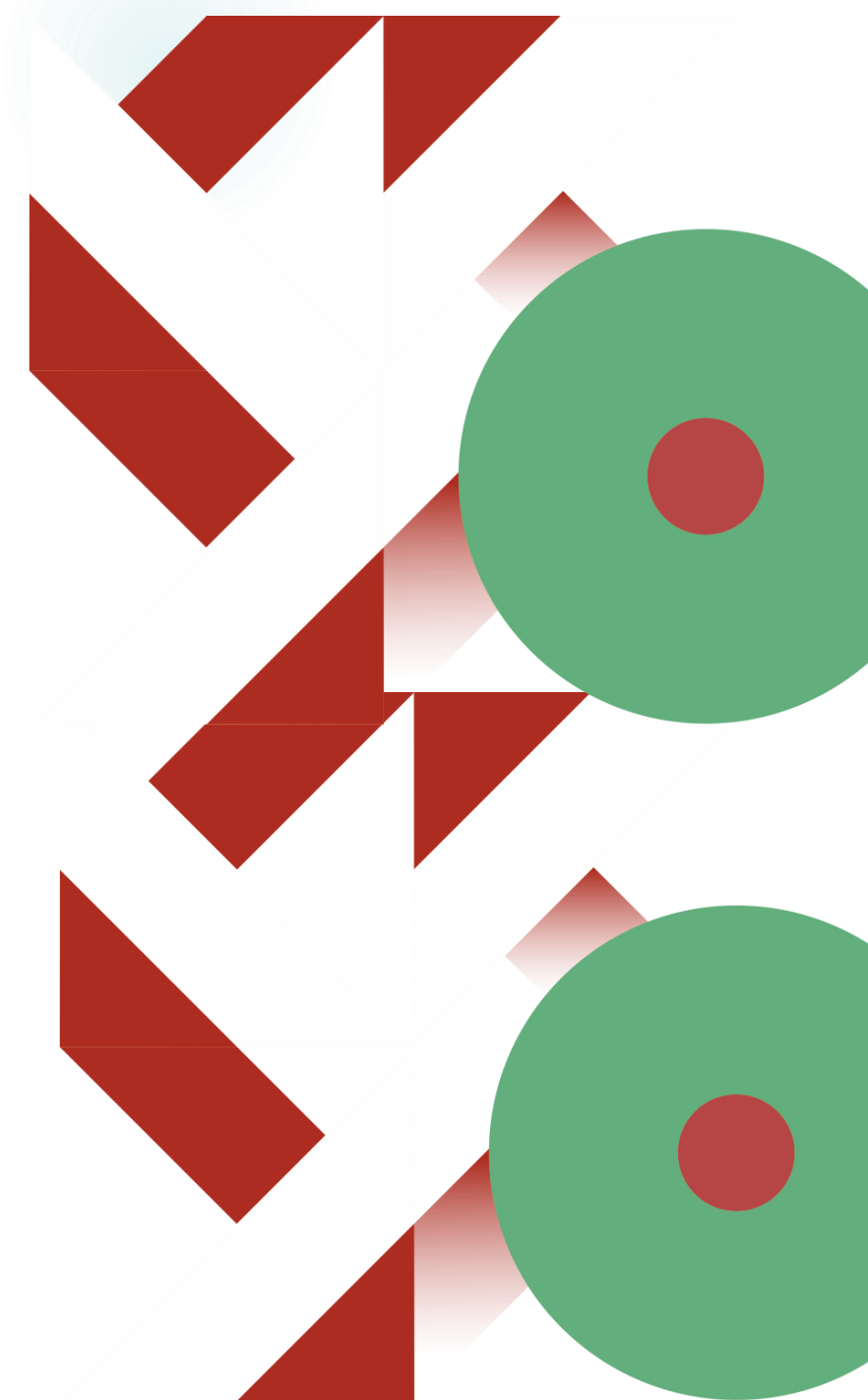


Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós



Índice

Enquadramento Metodológico

Auditoria (Diagnóstico)

Desenho do Sistema Turístico municipal, através de:

- Análise de Recursos Disponíveis (infraestruturas, superestruturas, recursos soltos, stakeholders)
- Determinação dos mercados/ produtos Turísticos (oferta e procura) e perfil do turista

Planeamento (Linhas Gerais de Orientação Estratégica)

- Visão e missão
- Objetivos gerais e específicos na ótica da oferta e na da procura (segmentos de mercado atuais e potenciais)

Desenvolvimento (Plano de Ação)

- Desenho de: programas, projetos e ações

Monitorização

- Desenvolvimento de metodologias de avaliação de: programas, projetos e ações delineadas





Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

MUNICÍPIO DE PORTO DE MÓS

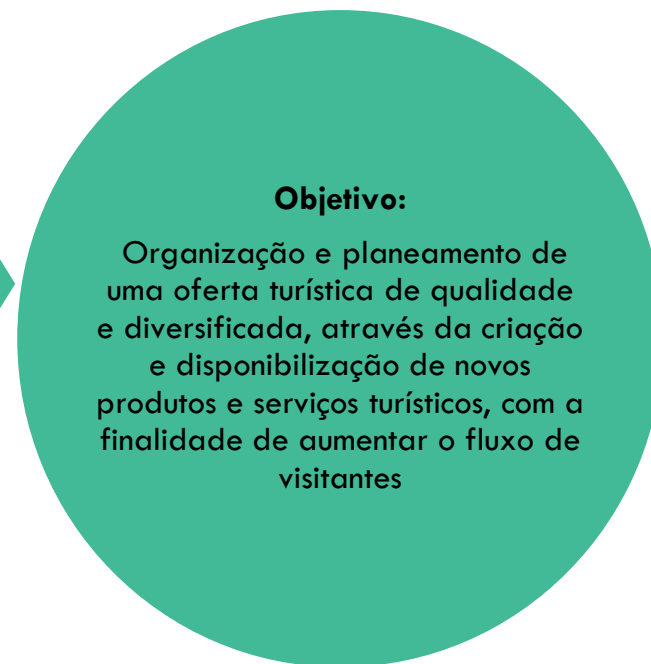
FASE 1 - AUDITORIA

FASE 2- PLANEAMENTO



Missão:

Desenvolvimento de um turismo de qualidade, sustentável que beneficie e valorize a economia local, incluindo o desenvolvimento e a melhoria de diversas infraestruturas, equipamentos e serviços



Obj ESP.1: captação de turistas

Obj ESP. 2: melhorar a experiência vivida



Momentos de Participação Pública

- Sessão de Apresentação (15 de janeiro de 2019) - 30 agentes
- Inquérito aos agentes locais (14 respostas válidas)
- Inquérito BTL (13 a 17 de março 2019) – 99 respostas válidas
- Visita técnica (26, 27 e 28 de junho 2019)
- Sessão de Participação Pública no Cineteatro de Porto de Mós (10 de julho de 2019) - 57 agentes locais



Sessão de Participação Pública no Cineteatro de Porto de Mós (10 de julho de 2019)

- 57 agentes locais



Mesa A: Património Cultural



Mesa B: Património Gastronómico



Mesa C: Património Natural



Mesa D: Património Industrial

Priorização de Produtos	Votos	
	Verdes	Amarelos
Mesa A: Património Cultural	11	27
Mesa B: Património Gastronómico	8	14
Mesa C: Património Natural	36	10
Mesa D: Património Industrial	2	10



A análise das principais tendências no setor a nível internacional e nacional permitiram melhor diagnosticar o destino Porto de Mós

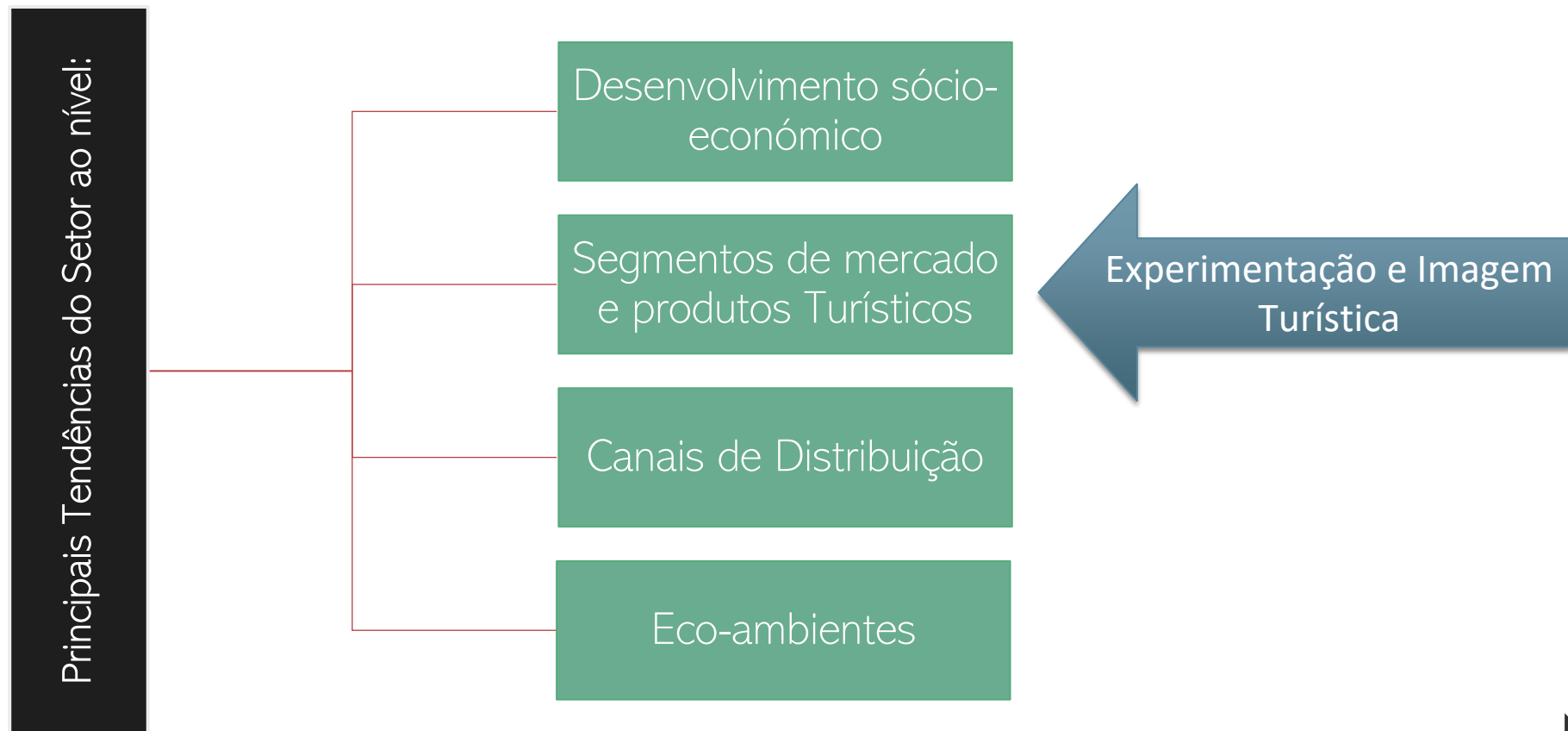


FIGURA 8: PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR

FONTE: ET 2027



A análise das principais tendências no setor a nível internacional e nacional permitiram melhor diagnosticar o destino Porto de Mós

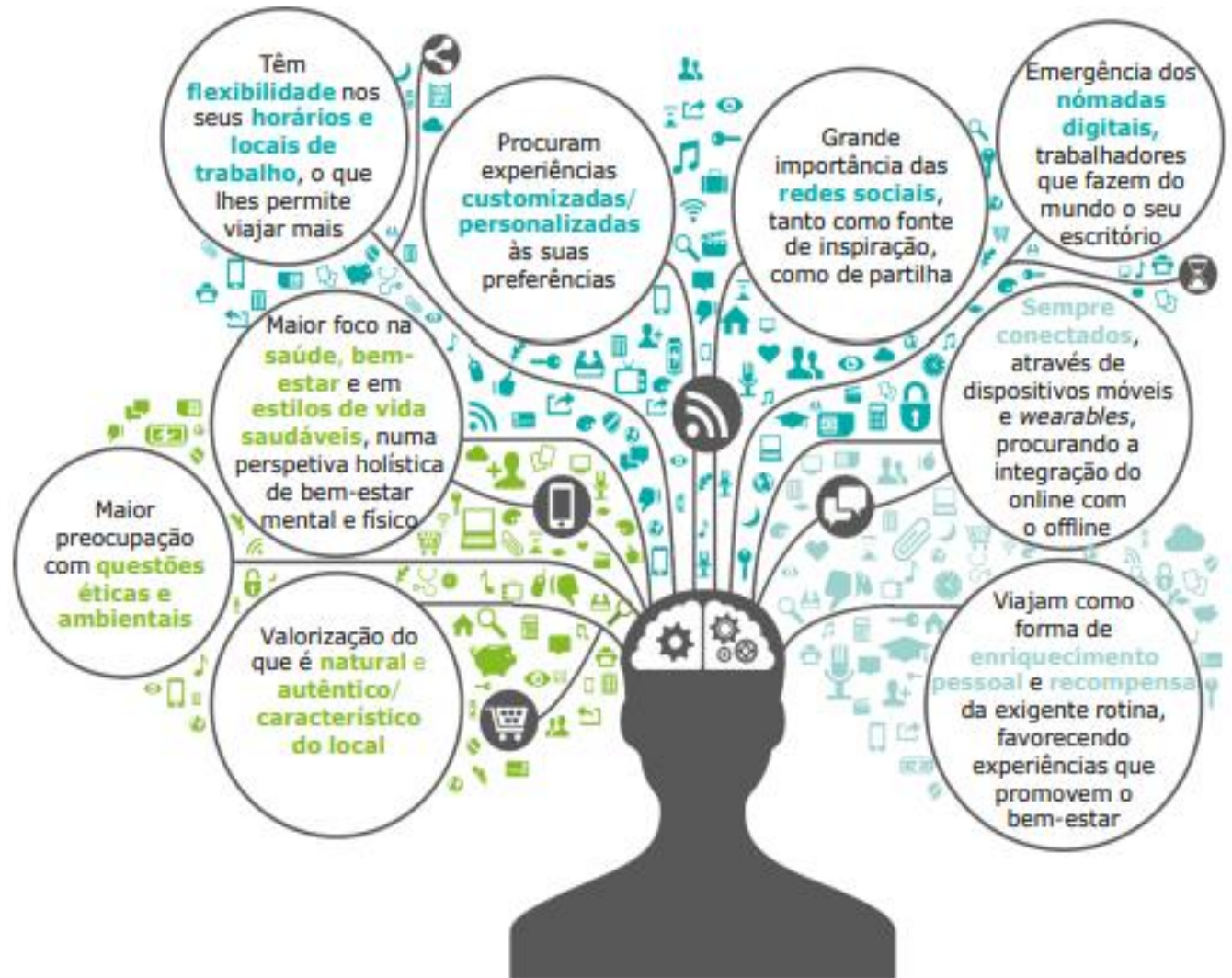
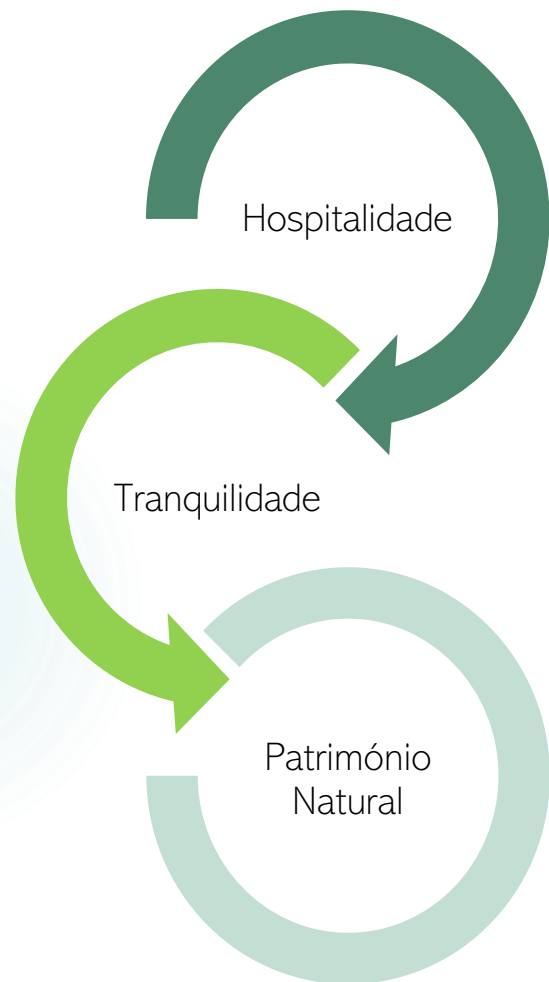


FIGURA 11: PERFIL DO TURISTA 2030

Destques da avaliação dos AGENTES Locais (Inquérito Diagnóstico)



Ações a Implementar	SIM	NÃO
Preservação do Património Natural		
Preservação do Património Cultural		
Melhoria na Restauração		
Melhoria nos AL		
Aumento da capacidade Hoteleira		
Maior Oferta de Serviços Turísticos		
Animação Turística		
Recursos Humanos		
Sensibilização		
Ordenamento Espaço Turístico		
Sinalização		
Infraestruturas		
Promoção		
Dinamização Empresarial		
Parcerias		
Merchandising		
Marca		

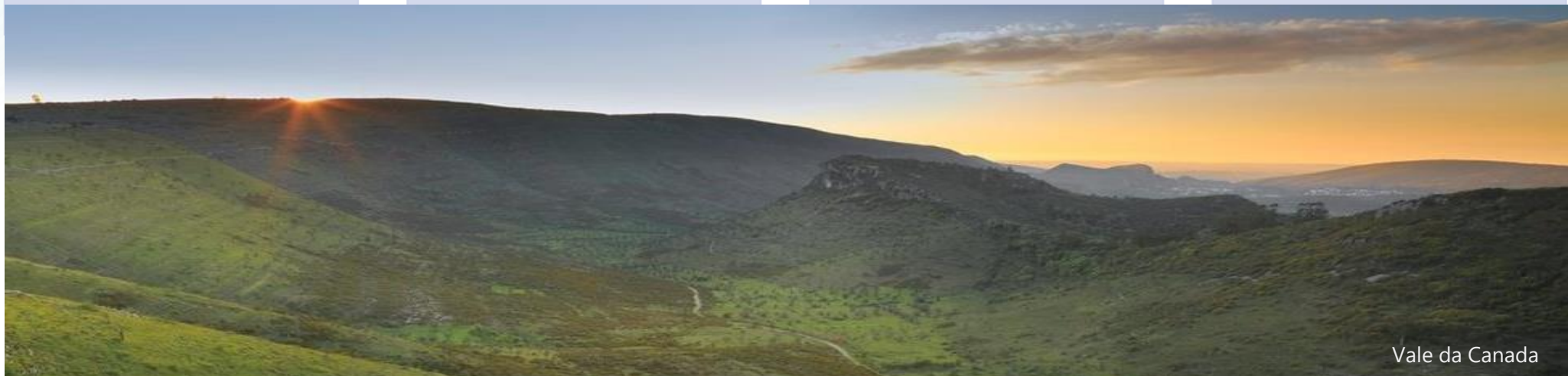
Através da análise dos dados recolhidos, torna-se possível concluir que a maior prioridade corresponde à **Preservação, Valorização e Reconhecimento dos diversos recursos existentes do Património Cultural e Natural**, bem como a Sinalização e o aumento da **Promoção Turística do território**, a nível nacional e internacional.



Destaques da avaliação dos AGENTES Locais (Inquérito Diagnóstico)

- ▶ Tendo por base a análise da “**Oferta do Destino em Vários Âmbitos**”, os agentes locais destacaram:

Património Cultural	Gastronomia e Atividades Relacionadas	Industria e Atividades	Natureza e Desporto
<ul style="list-style-type: none">•Castelo de Porto de Mós•Percurso Pedestres•CIBA•Experiências Miradouros/ Muros de Pedra Seca	<ul style="list-style-type: none">•Tasquinhas de Porto de Mós•Provas de Vinhos•Azeite	<ul style="list-style-type: none">•Calçada•Azeite•Olaria•Louça utilitária/cerâmica/cestaria	<ul style="list-style-type: none">•Percurso Pedestres•Grutas•Serra•Fórnea



Vale da Canada



Determinação dos mercados e perfil dos turistas

Dados PORDATA Disponíveis em Agosto de 2020

- ▶ Estada média nos alojamentos turísticos (total) no ano de 2017 corresponde a aproximadamente 2 noites, sendo que o turista Português detém uma estada média de aproximadamente 1 noite, e o Estrangeiro 2 noites no Município.
- ▶ Em 2018 = total de 12.525 dormidas nos alojamentos turísticos no Município.

Através da análise de dados provenientes da Câmara Municipal de Porto de Mós (**registo do nº nacionalidade de visitas ao castelo**), foi possível a determinação e análise dos mercados existentes, bem como do perfil do turista. Devem contudo considerar-se os seguintes pressupostos:



- i. O Castelo encontrou-se encerrado para obras de melhoramento de 16 de julho de 2018 a 6 de abril de 2019, aproximadamente 9 meses;
- ii. O sistema de bilheteira entrou em vigor no dia 25 de junho de 2011. Até a esta data os registos eram efetuados manualmente;
- iii. A partir da entrada em vigor do sistema de bilheteira, passaram a ser contabilizados os visitantes aos quais fosse emitido bilhete. Deixando-se de contabilizar todas as visitas que: Fossem assistir a atividades culturais ou de outra natureza; De entidades oficiais; Receções ou conferências de imprensa; Reuniões; Visitas que não querendo pagar, acabam por entrar até à zona da bilheteira.

Determinação dos mercados e perfil dos turistas

REPRESENTATIVIDADE DAS DIVERSAS NACIONALIDADES DOS VISITANTES ENTRE 2015 A 2019

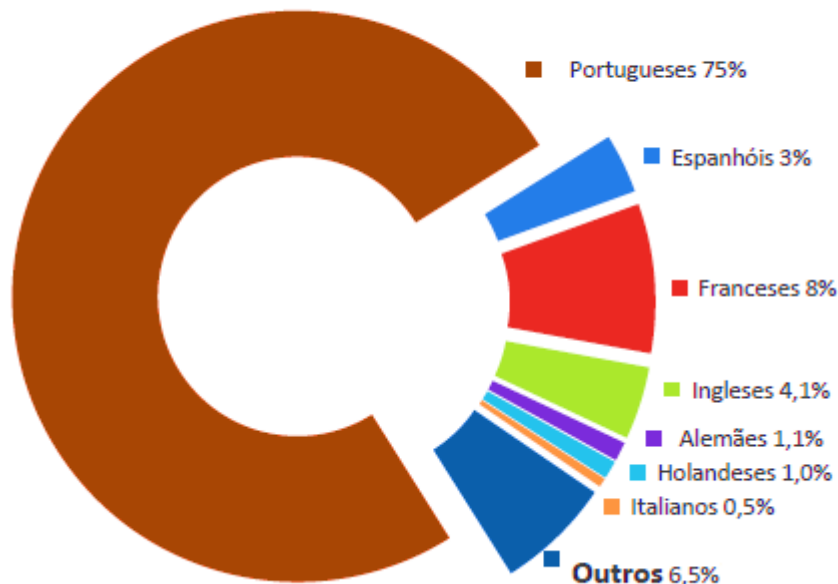


GRÁFICO 7: REPRESENTATIVIDADE DAS DIVERSAS NACIONALIDADES DOS VISITANTES ENTRE 2015-2019

FONTE: CMPM

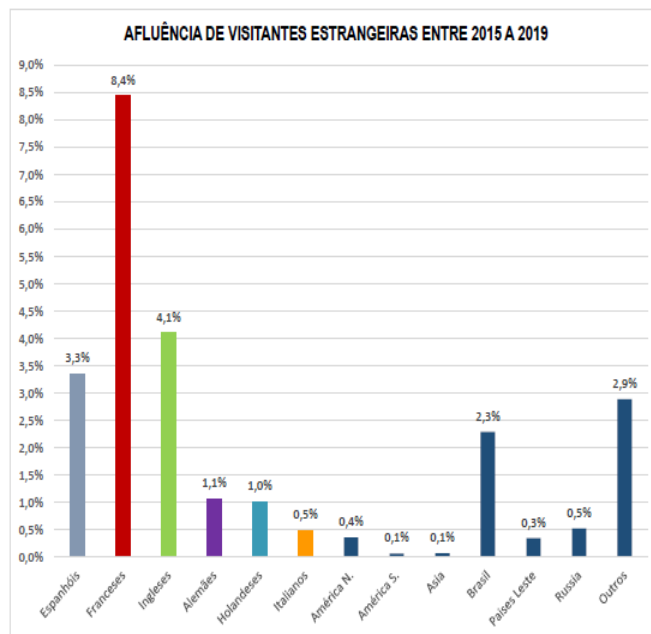


GRÁFICO 8: AFLUÊNCIA DE VISITANTES ESTRANGEIROS ENTRE 2015-2019

FONTE: CMPM

Meses de maior Afluência de Visitantes entre 2015-2019

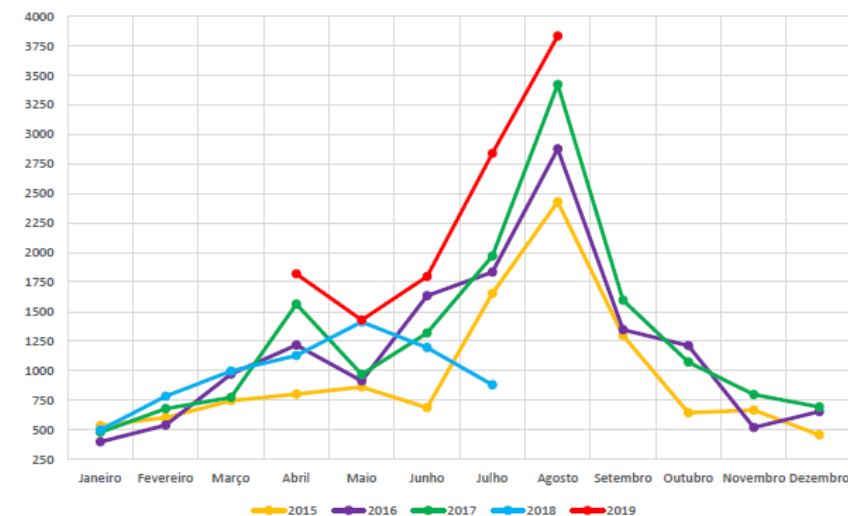


GRÁFICO 9: MESES DE MAIOR AFLUÊNCIA DE VISITANTES ENTRE 2015-2019

FONTE: CMPM

O mercado mais significativo corresponde ao Mercado Turístico Português (75%), seguido pelo Mercado Francês (8%) e pelo Mercado Inglês (4.1%), seguem-se o Mercado Espanhol (3%), Mercado Alemão (1.1%), Mercado Holandês (1.0%) e o Mercado Italiano (0.5%). Os restantes 6.5% designado por “Outros” correspondem a diversas nacionalidades, como: Estados Unidos, Brasil, Rússia, entre outras (2015-2019)



Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

MUNICÍPIO DE PORTO DE MÓS
FASE 3 – PLANO DE AÇÃO

EIXOS PRIORITÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO

EIXOS PRIORITÁRIOS

EIXOS TRANSVERSAIS

ELEMENTOS ESTRUTURANTES	DIVISÃO GEOGRÁFICA DA PROCURA/ TARGETS	DIVISÃO GEOGRÁFICA DA OFERTA/ PRODUTOS	PRODUTOS PRIORITÁRIOS
<p>Coordenação dos setores público-privados, bem como o <i>Branding</i> do Destino e a sua comunicação e distribuição</p>	<p>Identificação e análise dos mercados alvos de promoção</p>	<p>Identificação dos produtos endógenos e serviços complementares</p>	<p>Análise dos produtos existentes no município, capacitados para atrair vários mercados</p>
<p>SEGMENTOS E MOTIVAÇÕES</p>	<p>Quais os principais produtos para a promoção da região? Qual a dimensão e o potencial crescimento para cada segmento? Quais as motivações da procura para o município de Porto de Mós?</p>		
<p>CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO</p>	<p>Que ferramentas/ ações deve o destino utilizar para conseguir uma maior eficiência e eficácia da promoção do território na sua totalidade?</p>		
<p>ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA (PRODUTOS/ DESTINOS CONCORRENTES)</p>	<p>Quais os principais destinos concorrentes? Qual o seu posicionamento promocional?</p>		



EIXOS PRIORITÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO

EIXOS PRIORITÁRIOS

MEDIDAS

<u>EIXO I:</u> ELEMENTOS ESTRUTURANTES	<u>EIXO II:</u> DIVISÃO GEOGRÁFICA DA PROCURA/ TARGETS	<u>EIXO III:</u> DIVISÃO GEOGRÁFICA DA OFERTA/ PRODUTOS	<u>EIXO IV:</u> PRODUTOS PRIORITÁRIOS
<i>Branding</i> do Destino	Mercado Local	Município de Porto de Mós	Turismo de Natureza
Coordenação/ <i>Networking</i> dos setores público- privados	Mercado Nacional	Eixo Fátima/ Nazaré/ Leiria	Turismo Industrial
Comunicação e Distribuição	Mercados Estratégicos	Eixo Serra de Aire e Candeeiros	Turismo Gastronómico
	Potenciais Mercados		Turismo Cultural

4 Eixos, 14 medidas e 51 ações



Medida 1.1

Branding do Destino

Objetivos Operacionais

- I. Criar, desenvolver e promover a Marca Porto de Mós
- II. Aumentar a visibilidade do destino de Porto de Mós
- III. Consciencializar a marca do destino turístico
- IV. Otimizar a notoriedade do destino de Porto de Mós

Ações Prioritárias

1. Analisar a imagem de Porto de Mós enquanto destino turístico
2. Criar a Marca de Destino
3. Fortalecer as relações institucionais entre os agentes locais
4. Implementar eventos de ativação da marca

Medida 1.2

Coordenação/ Networking dos setores público-privados

Objetivos Operacionais

- I. Aperfeiçoar a gestão do destino turístico
- II. Sensibilizar os agentes locais para a sua importância enquanto gestores do destino turístico
- III. Aumentar do Índice de governância do município
- IV. Melhorar os serviços prestados
- V. Estimular um espírito colaborativo entre os *stakeholders* para a adoção de uma abordagem alinhada ao nível do desenvolvimento e promoção do destino
- VI. Incentivar a criação de parcerias na oferta dos produtos turísticos;
- VII. Fomentar o investimento público e privado em projetos de interesse local.

Ações Prioritárias

1. Rede Colaborativa Local
2. Fórum Anual do Turismo
3. Incentivo ao empreendedorismo no setor do Turismo
4. Constituição de uma equipa de qualidade de restauração local
5. Harmonizar, consolidar e inovar as infraestruturas de apoio às atividades relacionadas com os produtos estratégicos

Medida 1.3

Comunicação e Distribuição

Objetivos Operacionais

- I. Determinar e desenvolver canais de distribuição adequados para os produtos turísticos
- II. Dar a conhecer ao mercado os atributos e benefícios associados à visita de Porto de Mós
- III. Promover os recursos culturais e históricos/ produtos existentes no destino de uma forma clara, eficiente e abrangente.
- IV. Aumentar as recomendações positivas feitas pelos turistas e a sua vontade de repetir a experiência
- V. Ampliar a notoriedade do destino

Ações Prioritárias

1. Desenvolver conteúdos e material promocional em meios online e offline
2. Fomentar a reputação positiva online dos turistas – *Explore Porto de Mós*
3. Promover do destino no setor profissional do Turismo: participação em iniciativas de promoção do destino
4. Fomentar o interesse de *opinion makers (influencers)*
5. Potenciar a estratégia de distribuição do destino Porto de Mós complementando a distribuição direta e a distribuição indireta
6. Implementar o “Turismo Inteligente”



Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós

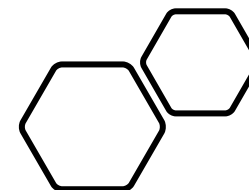
- **Eixo Prioritário I**
Elementos Estruturantes

Medidas

Medida 1.1 – Branding do Destino

Medida 1.2 – Coordenação/Networking dos setores público-privado

Medida 1.3 – Comunicação e Distribuição



Medida 1.1 – Branding do Destino

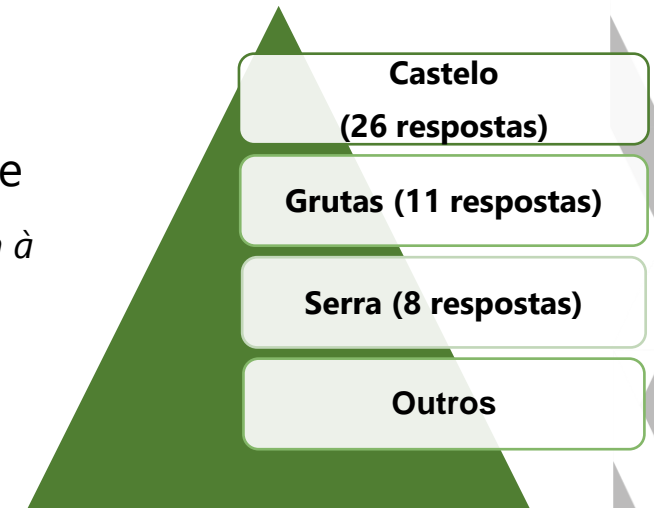
Brand Awareness

Conhecimento que os indivíduos possam fazer rapidamente neste caso de um destino, através de uma imagem, especialmente uma emoção que simbolize a territorialização do concelho

• Ação 1: Analisar a imagem de Porto de Mós enquanto destino turístico

Ponto de partida: Reconhecimento Insuficiente

- Objetivos: Análise do Posicionamento no Mercado e Aumento da notoriedade
- “Quando pensa no destino Porto de Mós, quais é que são as palavras (atrações, símbolos) que lhe vem à mente?”. (79 respostas ao inquérito realizado na BTL)
- A imagem percecionada é a imagem real embora pouco reconhecida



• Ação 2: Criação da Marca de Destino

- Objetivo: Criação de um **logótipo** tendo em consideração as Palavras-chave: Castelo, Grutas e Serra



Medida 1.1 – Branding do Destino

- **Ação 3: Fortalecer as Relações Institucionais Entre os Agentes Locais**

- Objetivo: Criação de Grupo de Agentes Locais

- **Ação 4: Implementar eventos de ativação da marca**

- Objetivos: Combate sazonalidade e aumento da atratividade
 - Eventos com várias temáticas (promoção da marca e dos produtos)
 - Aventura e Natureza
 - Feira de Artesanato e Olaria



Medida 1.2 – Coordenação/ Networking dos setores público-privados

- **Ação 1: Rede Colaborativa Local de Porto de Mós**
- Gestão + colaborativa, democratizada e cada vez mais horizontalizada permite atingir resultados mais concertados e mais eficazes, embora por vezes mais demorados
- Inicialmente a CPM deve adotar um papel de liderança partilhada e de horizontalidade que deverá ir perdendo relevância ao longo do tempo

- **Ação 2: Fórum Anual de Turismo**
- Apresentação da Rede Colaborativa Local
- Discussão entre os agentes das problemáticas turísticas do concelho
- Exposição de projetos inovadores e/ou projetos futuros, tendo como objetivo a motivação global
- Incentivo à criação de novos eventos de modo a integrar e desenvolver o sentimento de pertença de todos os agentes locais e comunidade local



Medida 1.2 – Coordenação/ Networking dos setores público-privados

- **Ação 3: Incentivo ao empreendedorismo no setor do Turismo**
- No website da CPM = desburocratização, conhecimento da legislação, + apoio ao investimento

- **Ação 4: Constituição de uma equipa de qualidade de restauração local**
- Equipa formada por Técnicos da Autarquia = Qualidade do RL
- Sugere-se que esta visita de sensibilização seja solicitada pelos proprietários dos Restaurantes (55 registados) por forma a fazerem parte do processo de garantia da qualidade e certificação municipal
- Elaboração de formas de serviço e normas de conduta

PETS2030 + = a aplicação de uma equipa semelhante para a realização de um trabalho idêntico no Alojamento Local (41 registo).



Medida 1.2 – Coordenação/ Networking dos setores público-privados

- **Ação 5: Harmonizar, consolidar e inovar as infraestruturas de apoio às atividades relacionadas com os produtos estratégicos**
 - Modernização e inovação das infraestruturas (tecnologicamente)
 - Museu Municipal
 - Rota dos Moinhos (medida 4.4, ação 2)
 - Praia Jurássica (Criação de pequeno centro de interpretação/receção)
 - Percursos Pedestres - postos de apoio (com linha SOS) (medida 4.1, ação 6)



Praia Jurássica



Medida 1.3 – Comunicação e Distribuição

- **Ação 1: Desenvolver Conteúdos e Material Promocional em Meios Online e Offline**
 - Offline: outdoors e cartazes, organização da Comunicação com agências de viagens e operadores (medida1.3 - ação 5)
 - Online: Criação de uma aplicação (APP) e Newsletter digital (comunicação periódica por email)
 - Anúncios na Rede Multibanco
 - Vídeo promocional
 - **What's on in Porto de Mós** (brochura periódica online, que remete para novidades e promoções turísticas, eventos, etc.)

A visão estratégica para o Turismo 2027 pretende afirmar Portugal como smart destination, com várias medidas interligadas com dinâmicas tecnológicas e ligadas à Internet (Turismo de Portugal, 2017).



Medida 1.3 – Comunicação e Distribuição

- **Ação 2: Fomentar a Reputação Positiva Online dos Turistas – “Explore Porto de Mós”**

- Plataforma digital interativa e apelativa (título bi-lingue)
- Idiomas dos mercados estratégicos: Português, Inglês, Espanhol e Francês
- Sugestões: de curta de longa duração, promoções/ programas tendo por base a altura do ano ou festividades (por exemplo, Dia dos Namorados), locais a visitar consoante a temática e tendo em conta os produtos que a região tem para oferecer (Turismo de Natureza, Turismo Industrial, Turismo Cultural e Turismo Gastronómico),
- O grande objetivo é que o turista possa completar na plataforma uma série de informações relacionadas com as suas **motivações** e que o *Explore Porto de Mós*, dê uma resposta **“handmade”**, ou customizada.



Medida 1.3 – Comunicação e Distribuição

- **Ação 3: Promoção do destino no setor profissional do Turismo: participação em iniciativas de promoção do destino**
 - BTL; FITUR; IBT; Bienal Turismo de Natureza (Algarve) e Observanatura (Setúbal)
- **Ação 4: Fomentar o interesse de opinion makers (influencers)**
- **Ação 5: Potenciar a Estratégia de Distribuição do Destino Porto De Mós Complementando a Distribuição Direta e a Distribuição Indireta**
 - Desenvolvimento da distribuição online através do **Explore Porto de Mós** e **What's in Porto de Mós**, além das redes sociais
 - Elaboração de um dossier para OT/ AV
 - Contacto personalizado com agentes promotores
 - Famtrips (para jornalistas e influencers)
 - Publicidade Institucional e revistas da temática



Medida 1.3 – Comunicação e Distribuição



- **Ação 6: Implementar o “Turismo Inteligente”**
- QR disponibiliza conteúdos para promover o turismo e a cultura da cidade através da sua história, pontos de interesse e da sua agenda cultural, fazendo ligação, por exemplo, à proposta de *What’s on in Porto de Mós* (medida 1.3, ação 1) e “Explore Porto de Mós” (medida 1.3, ação 2)
- Serão possíveis retirar conclusões para a Gestão do destino, como: Dados Demográficos; Interesses; Taxa de Frequência; Número de Visualizações e Visitantes; Localização Geográfica e Idioma; Sistema Operativo e Browser; Dispositivos Móveis e Fluxo.



**Medida 2.1
Mercado Local**

Objetivos Operacionais

- I. Aumentar o Índice da qualidade de vida da comunidade local
- II. Dinamizar a animação sociocultural no município
- III. Envolver a comunidade local nas atividades relacionadas com o turismo

Ações Prioritárias

1. Promover e implementar atividades de animação sociocultural/turística
2. Apoiar as atividades dinamizadas pela população local
3. Incentivar a formação dos profissionais da área do turismo

**Medida 2.2
Mercado Nacional**

Objetivos Operacionais

- I. Fomentar a atratividade local
- II. Aumentar a taxa de ocupação no município

Ações Prioritárias

1. Aumentar a imagem nacional do Turismo de Natureza ligado à Serra como meio de promoção turística
2. Diversificar atividades de visitas em curta distância
3. Ações de incentivo para quem pernoita
4. Criar pacotes turísticos multifacetados

**Medida 2.3
Mercados Estratégicos do Município**

Objetivos Operacionais

- I. Manter os mercados atuais
- II. Desenvolver ações para determinados targets/ mercados pretendidos
- III. Melhorar a qualidade do serviço turístico nas suas várias vertentes

Ações Prioritárias

1. Aumentar a taxa de procura turística
2. Desenvolver targets/ mercados de modo a ter materiais turísticos na respetiva língua

**Medida 2.4
Potenciais Mercados**

Objetivos Operacionais

- I. Diferenciar Produtos Turísticos
- II. Diversificar o público-alvo
- III. Aumentar a procura internacional
- IV. Promover e estimular a visita ao destino nos mercados com maior potencial de desenvolvimento
- V. Captar novos segmentos e nichos de mercado através do apelo a experiências e motivações específicas
- VI. Conquistar visitantes dos destinos concorrentes através do apelo à singularidade do destino, à sua proximidade e segurança
- VII. Captar visitantes para um consumo mais frequente, mais intenso por visita e mais variado.

Ações Prioritárias

1. Diversificar os produtos oferecidos no município
2. Fomentar a procura de diversos mercados existentes





Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós

- **Eixo Prioritário II**
Divisão Geográfica da Procura e Targets

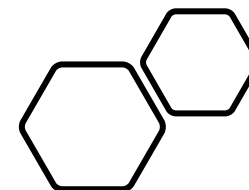
Medidas

Medida 2.1 – Mercado Local

Medida 2.2 – Mercado Nacional

Medida 2.3 – Mercados Estratégicos do Município

Medida 2.4 – Potenciais Mercados



Medida 2.1 – Mercado Local



- **Ação 1: Promover e implementar de atividades de animação sociocultural/turística**
- Objetivo: reforço do sentido de pertença e promoção do território
- Atividades quinzenais
- **Porto de Mós ao Ar Livre** (piqueniques com animação de artistas locais e atividades desportivas, realizados por exemplo na Lagoa do Arrimal)

- **Ação 2: Apoiar as Atividades Dinamizadas pela População Local**
- Pastor por 1 Dia
- Apicultor por 1 Dia
- Visitas Guiadas com degustação (azeite e queijos)

- **Ação 3: Incentivar a formação dos profissionais da área do turismo**



Medida 2.2 – Mercado Nacional

- **Ação 1: Aumentar a Imagem Nacional do Turismo de Natureza ligado à Serra**
- Através da comunicação online e offline destinada ao público interno (redes sociais, plataformas do município e imprensa escrita)

- **Ação 2: Diversificar Atividades de Visitas em Curta Distância**
- Realizar atividades e consumir bens durante um dia (75% do mercado do concelho é nacional)

- **Ação 3: Ações de Incentivo para Quem Pernoita**
- Pacotes que fornecem descontos na entrada em monumentos/ restaurantes/ olarias/workshops,
- Disponíveis em **What's on Porto de Mós**

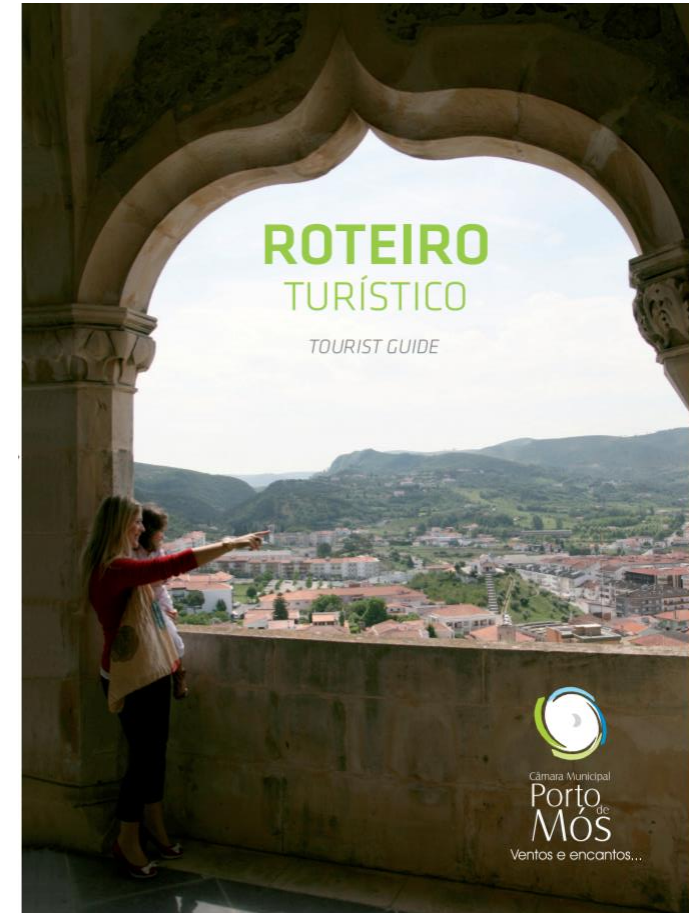
- **Ação 4: Criar de pacotes turísticos multifacetados**
- Experiência multifacetada, organizada e estruturada (ex: combinação entre Turismo Gastronómico e Turismo Cultural)
- All Family



Medida 2.3 – Mercados Estratégicos

- **Ação 1: Aumentar a Taxa de Procura Turística**
- Materiais turísticos em diversas línguas
- Estudo prévio das preferências gerais dos ME
- Parcerias com AV
- Participação em feiras e exposições

- **Ação 2: Desenvolver targets/ mercados de modo a ter materiais turísticos na respetiva língua**
- Destaca-se a brochura online bi-lingue do município



Medida 2.4 – Potenciais Mercados

- **Ação 1: Diversificar os Produtos Oferecidos no Município**
- Diversificação com experiências únicas, por exemplo: passeio de jipe para visitar as pedreiras e a calçada ou um roteiro pelas lendas e mitos locais
- **Ação 2: Fomentar a Procura de Diversos Mercados Existentes**
- Procurando promover nos mercados potenciais identificados: **Alemão** (ITB-Berlim), **Holandês** (Vakantiebeurs) e **Italiano** (BIT Milan) e ainda Tour Natur – Düsseldorf (feira de Turismo Natureza)



Lagoa do Arrimal

Medida 3.1

Município de Porto de Mós

Objetivos Operacionais

- I. Melhorar e aumentar a oferta turística no município
- II. Desenvolver um turismo acessível
- III. Aumentar a atratividade
- IV. Otimizar a complementaridade de produtos

Ações Prioritárias

1. Requalificar e implementar a sinalética turística
2. Melhorar a informação e qualidade de serviço turístico
3. Adaptar o serviço às diversas tipologias de turistas
4. Criar um programa de acessibilidade e mobilidade sustentável

Medida 3.2

Eixo Porto de Mós/ Fátima/ Nazaré/ Leiria

Objetivos Operacionais

- I. Afirmar o posicionamento do município no eixo
- II. Aumentar a notoriedade conjunta

Ações Prioritárias

1. Recuperar e promover uma gestão articulada dos Caminhos de Fátima
2. Triangulação dos Produtos Turísticos Interrelacionados entre os Vários Destinos

Medida 3.3

Eixo Serra de Aire e Candeeiros

Objetivos Operacionais

- I. Aumentar e desenvolver a notoriedade do produto
- II. Otimizar a promoção para o Turismo de Natureza

Ações Prioritárias

1. Promover em revistas e fóruns de Turismo de Natureza
2. Melhorar toda a sinalética
3. Promover a Serra como ideal para desportos de adrenalina
4. Otimizar a promoção ligada à vertente geológica, flora e fauna: GeoParque de Porto de Mós





Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós

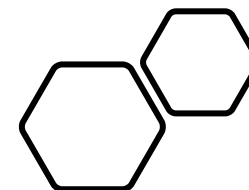
- **Eixo Prioritário III**
Divisão Geográfica da Oferta/Produtos

Medidas

Medida 3.1 – Município de Porto de Mós

Medida 3.2 – Eixo Porto de Mós/ Fátima/ Nazaré/ Leiria

Medida 3.3 – Eixo Serra de Aire e Candeeiros



Medida 3.1 – Município de Porto de Mós

- **Ação 1: Requalificar e Implementar Sinalética Turística**
 - Levantamento e inventariação geográfica dos locais de interesse
 - Auditoria da sinalética existente
 - Colocação de sinalética coerente e moderna
- **Ação 2: Melhorar a Informação e Qualidade de Serviço Turístico**
- **Ação 3: Adaptar o Serviço às Diversas Tipologias de Turistas**
 - Adaptando cada vez mais a experiência a cada turista
 - Introdução de áudio-guias (várias temáticas disponíveis)
- **Ação 4: Criar um Programa de Acessibilidade e Mobilidade Sustentável**
 - Rede de bicicletas/trotinetes elétricas
 - Disponibilização de informação em Braile
 - Maior eliminação de barreiras arquitetónicas



Medida 3.2 – Eixo Porto de Mós/ Fátima/ Nazaré/ Leiria

- **Ação 1: Recuperar e Promover uma Gestão Articulada dos Caminhos de Fátima**
- Diagnóstico cuidado da qualidade dos percursos: sinalética, orientação e segurança
- Melhoria dos serviços de apoio aos peregrinos
- **Ação 2: Triangulação dos Produtos Turísticos Interrelacionados entre os Vários Destinos**
- Promoção conjunta como territórios do Turismo do Centro
- Roteiros e Pacotes Turísticos Interligados e Complementares
- Turismo Sol e Mar/Religioso /Cultural



Medida 3.3 – Eixo Serra de Aire e Candeeiros

- **Ação 1: Promover em Revistas e Fóruns de Turismo De Natureza**
 - Parceria com, por exemplo a Borealis (Agência de viagens especializada em experiências de Turismo Natureza)
 - Desenvolvimento de um Centro de BTT (apesar da existência destas infraestruturas em Batalha e Alcanena pertencentes também ao Parque Nacional da Serra de Aire e Candeeiros)
- Promoção do desenvolvimento da atividade de Orientação (tal como proposto na Carta de Desporto de Natureza em 2004)

- **Ação 2: Melhoria de Toda a Sinalética**
 - Inventariação dos recursos e do potencial turístico
 - Avaliação das condições para a prática desportiva e de acesso
 - Criação de Postos de Auxílio
 - Colocação e manutenção de Painéis informativos



Medida 3.3 – Eixo Serra de Aire e Candeeiros



- **Ação 3: Promover a Serra Como Ideal para Desportos de Adrenalina**
- **Ação 4: Otimizar a Promoção Ligada à Vertente Geológica, Flora e Fauna – “GeoParque” de Porto de Mós**
- Apesar de já estar inserido numa área protegida - Parque Natural da Serras de Aire e Candeeiros.
- Estudo sobre a utilização da denominação “GeoParque”
- Rotas pedestres acompanhadas por um geólogo



EIXO IV: PRODUTOS PRIORITÁRIOS

Medida 4.1: Turismo de Natureza

Objetivos Operacionais

- I. Salvar os recursos naturais existentes no município
- II. Aumentar a Promoção das diversas tipologias de Turismo no Destino
- III. Melhorar e diversificar os serviços existentes

Ações Prioritárias

1. Manutenção de diversos locais com importância geológica e natural no município
2. Requalificar e Unificar os percursos pedestres
3. Dinamizar e Promover atividades diferenciadoras
4. Incentivar à ligação com a restauração e alojamento local
5. Criar Postos SOS nos diversos percursos existentes
6. Nature Porto de Mós
7. Incentivar a coesão das empresas de Animação Turística
8. Promover Ações De Sensibilização Sobre A Carta De Desporto da Natureza do PNSAC

Medida 4.2 Turismo Industrial

Objetivos Operacionais

- I. Aumentar a variedade de produtos turísticos existentes no município
- II. Fornecer um produto diferenciador ao destino

Ações Prioritárias

1. Aproximar a comunidade industrial e o setor do turismo
2. Promover o turismo industrial como um fator diferenciador do município

Medida 4.3 Turismo Gastronómico

Objetivos Operacionais

- I. Aumentar o reconhecimento de produtos gastronómicos locais
- II. Promover uma identidade gastronómica local

Ações Prioritárias

1. Divulgar o património gastronómico do município
2. Promover do bolo típico de Porto de Mós
3. Aumentar a promoção e desenvolvimento de várias iniciativas gastronómicas no município

Medida 4.4 Turismo Cultural

Objetivos Operacionais

- I. Diferenciar e consolidar o produto
- II. Aumentar da qualidade e desenvolvimento do produto
- III. Aumentar a cobertura de distribuição
- IV. Ampliar o nível de consumo

Ações Prioritárias

1. Promover e distribuir o produto
2. Melhorar as infraestruturas e requalificação de locais de interesse
3. Desenvolver uma rota temática





Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós

- **Eixo Prioritário IV**
Produtos Prioritários

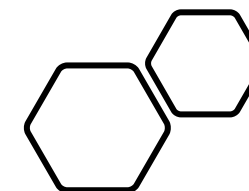
Medidas

Medida 4.1 – Turismo Natureza

Medida 4.2 – Turismo Industrial

Medida 4.3 – Turismo Gastronómico

Medida 4.4 – Turismo Cultural



PRIORIZAÇÃO DOS PRODUTOS



Turismo de Natureza

- Diversidade na oferta
- Promoção
- Requalificação de certas zonas
- Sinalética



Turismo Cultural

- Requalificação de locais
- Promoção e comunicação do produto
- Sinalética



Turismo Gastronómico

- Promoção e comunicação do produto
- Eventos promocionais
- Diversidade na oferta



Turismo Industrial

- Incidência nos Canais de Distribuição
- Experiências inovadoras

Pressupostos:

Tendo em consideração os Produtos Turísticos e o seu estado perante O CICLO DE VIDA DO PRODUTO:

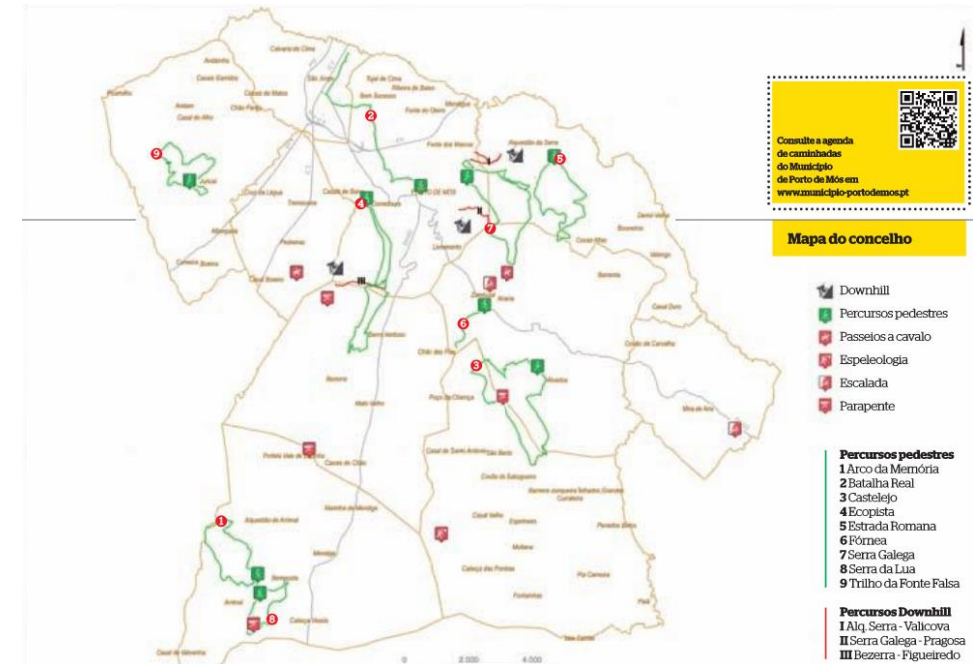
- o **Turismo de Natureza** encontra-se na fase da Maturidade;
- o **Turismo Industrial** e o **Turismo Gastronómico** encontram-se na fase de Lançamento, porém é necessário salientar que apesar de se encontrarem na mesma fase, estão em patamares diferentes;
- e, por fim, o **Turismo Cultural**, está estabelecido na fase de Crescimento.



Medida 4.1 – Turismo Natureza

- **Ação 1: Manutenção de Diversos Locais com Importância Geológica e Natural no Município**

- GeoTurismo
- Inventariação geográfica dos recursos
- Sinalética/Painéis Informativos
- Praia Jurássica (interpretação e itinerário)
- Fórnea



- **Ação 2: Requalificar e Unificar os Percursos Pedestres (9 Percursos marcados)**

- Gestão e manutenção dos percursos (em algumas publicações as denominações são diferentes)
- Implementação de sinalética e painéis informativos
- Percursos pedestres que passem em aldeias
- QR Code que conduzirá o visitante à Plataforma Explore Porto de Mós.



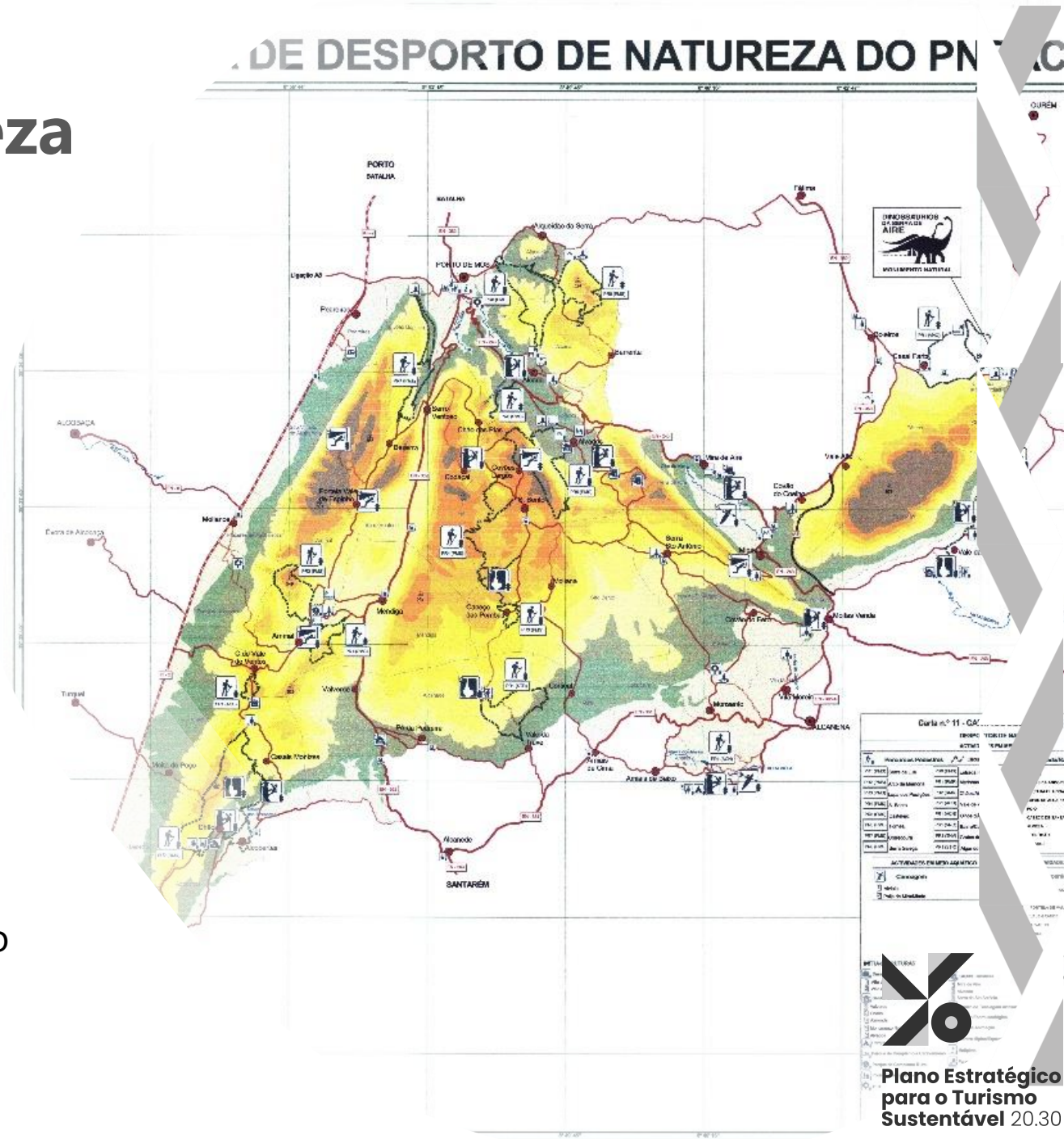
Medida 4.1 – Turismo Natureza

- **Ação 3: Dinamizar e Promover de Atividades Diferenciadoras**
 - Birdwatching, Geocaching, Downhill, Orientação (...)
- **Ação 4: Incentivar à Ligação Com a Restauração e Alojamento Local**
 - Elaboração de pacotes
 - Descontos/promoções
- **Ação 5: Desenvolvimento de Postos SOS nos Diversos Percursos Existentes** (medida 4.1, ação 2)
- **Ação 6: Nature Porto de Mós**
 - Evento promocional na Serra
 - Parceria com empresas de AT locais para atividades
 - +merenda de produtos endógenos
 - +*influencers*



Medida 4.1 – Turismo Natureza

- **Ação 7: Incentivar a coesão das Empresas de Animação Turística**
- Complementaridade entre os diferentes produtos dos agentes de AT
- Parcerias
- Elaboração de rotas com diferentes atividades incluídas
- **Ação 8: Promover Ações De Sensibilização Sobre A Carta De Desporto da Natureza do PNSAC**
- Promoção de ações de sensibilização acerca das atividades incorporadas na Carta de Desporto de Natureza, tanto para os praticantes no geral bem como para os agentes locais. Tendo como objetivo primordial de manter o PNSAC intacto e sustentado em práticas sustentáveis.





Medida 4.2 – Turismo Industrial

- **Ação 1: Aproximar a comunidade industrial e o setor do Turismo**
 - Rota Industrial
 - Visita Guiada
 - Workshops
 - Venda de Produtos
- **Ação 2: Promover o Turismo Industrial como um Fator Diferenciador do Município**
 - Produto não sazonal
 - Benéfico para a economia local
 - Sensibilização e proteção de atividades
 - Integração em rotas industriais europeias



Medida 4.3 – Turismo Gastronómico

- **Ação 1: Divulgar o Património Gastronómico do Município**
- Identificação e certificação de um prato típico por freguesia
- Participação em Feiras e Festivais

- **Ação 2: Promoção da Doçaria de Porto de Mós**
- Melhoria da divulgação desde 2019 na BTL e no âmbito da candidatura às 7 Maravilhas Doces de Portugal
- Criação da Marca de Doçaria de Porto de Mós com a finalidade de promoção, divulgação, valorização e defesa cultural e gastronómica;
- Colocação do QR Code nas embalagens de venda dos produtos direcionando para a Explore Porto de Mós;
- Posteriormente à certificação municipal (dos produtos) seria essencial o incentivo da venda online;
- Promoção a doçaria típica junto das embaixadas portuguesas espalhadas pelo mundo/ TAP;

- **Ação 3: Aumentar a Promoção e Desenvolvimento de Várias Iniciativas Gastronómicas no Município**
- Promoção de evento para restauração



Medida 4.1 – Turismo Cultural

- **Ação 1: Promover e Distribuir o Produto**
- **Ação 2: Melhoria das Infraestruturas e Requalificação de Locais de Interesse**
 - Museu (aconselha-se alteração de local, painéis didáticos e informativos digitais, separação delineada)
 - Igreja do Juncal
 - Rota dos Moinhos
 - Experiências: “Dormir no Castelo” ou “Jantar no Castelo”
 - Animação Turística
 - Requalificação da Fonte do Castelo (Parque de merendas)
 - Merchandising (concurso de ideias, conceção de uma linha de produtos)
- **Ação 3: Desenvolvimento de uma Rota Temática**



PRIORIZAÇÃO DOS PRODUTOS

- **Turismo de Natureza** (1º): grande diversidade de oferta, torna-se necessário o desenvolvimento da promoção do mesmo, bem como melhorar o alcance do público-alvo e a requalificação de certas zonas;
- **Turismo Cultural** (2º): o município tem marcos históricos e culturais autênticos, bem como oferece diversidade neste âmbito, contudo, é necessário a requalificação de algumas zonas e o melhoramento na promoção e comunicação do produto ao público pretendido;
- **Turismo Gastronómico** (3º): corresponde a um produto pouco desenvolvido, sendo que o seu principal meio de promoção são as Tasquinhas de Porto de Mós. Existe também alguma ausência de identidade gastronómica. Este produto pode ter relação com todos os outros apresentados;
- **Turismo Industrial** (4º): apesar de este produto ser bastante diferenciador no setor turístico, ainda não se encontra em desenvolvimento na região, sendo que tem um enorme potencial de atratividade no município de Porto de Mós.



Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

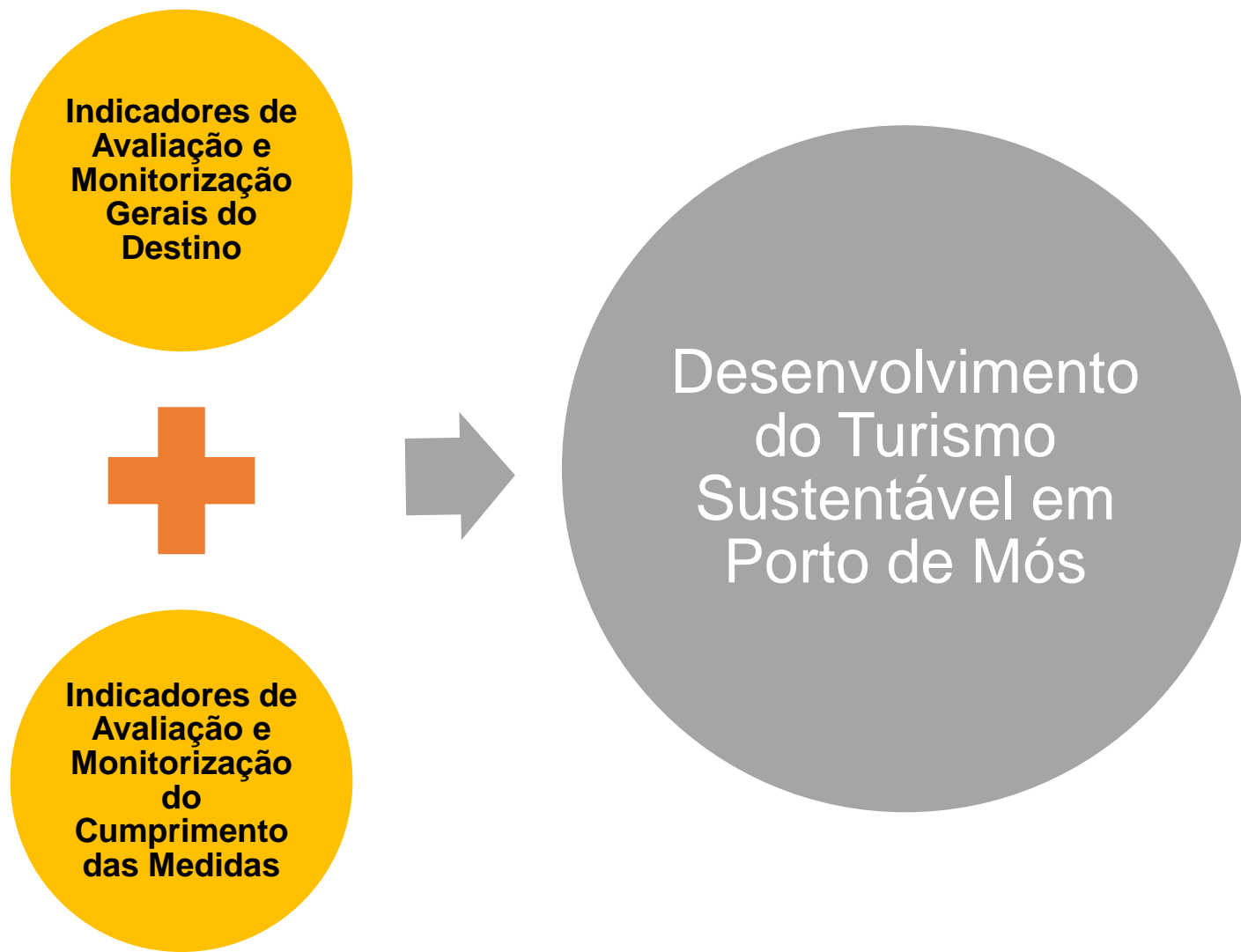
MUNICÍPIO DE PORTO DE MÓS
FASE 4 – MONITORIZAÇÃO

Para a concretização das ações, sugere-se que estas sejam executadas conforme o faseamento em quatro intervalos distintos:



- Constituição de Equipa de Acompanhamento: Observatório Local de Turismo Sustentável de Porto de Mós (equipa multidisciplinar)
 - Ativos da CMPM
 - Envolvimento dos Agentes
 - Viabilização dos canais de Comunicação







Coordenação:
Dulcineia Ramos

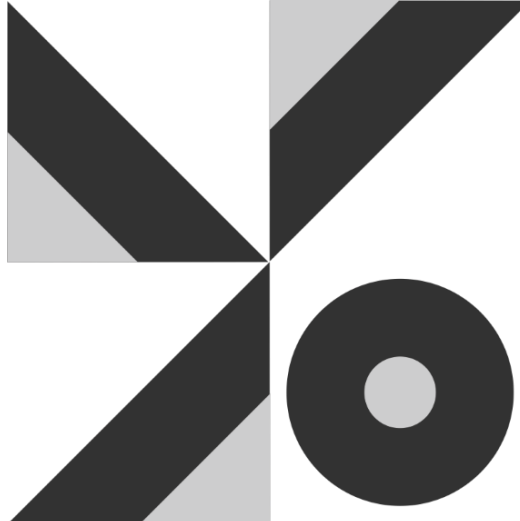
Desenvolvimento:
Bárbara Rito
Júlia Fonseca

Participação:
Francisco Dias
Susana Rodrigues
Michael Shon

Colaboração:
Câmara Municipal de Porto de Mós
Juntas de Freguesia
Agentes Locais







Plano Estratégico para o Turismo Sustentável 20.30

Município de Porto de Mós

