

# PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE SANTIAGO DO CACÉM

## ÍNDICE

<b>1. Concepção do Plano Estratégico</b>	<b>1</b>
<b>2. Caracterização do concelho</b>	<b>11</b>
<b>3. Avaliação dos recursos turísticos</b>	<b>19</b>
<b>4. Diagnóstico no plano interno</b>	<b>21</b>
<b>5. Áreas de oportunidade para o turismo e lazer</b>	<b>24</b>
<b>6. Factores de estruturação do destino turístico</b>	<b>28</b>
<b>7. Estratégia de desenvolvimento turístico</b>	<b>30</b>
<b>7.1. Missão territorial e objectivos</b>	<b>39</b>
<b>7.2. Questões-chave para o futuro</b>	<b>42</b>
<b>7.3. Articulação de estratégias competitivas</b>	<b>43</b>
<b>7.4. Domínios de actividades estratégicas, eixos e projectos</b>	<b>45</b>
<b>7.5. Portefólio de produtos</b>	<b>48</b>
<b>7.6. Marketing</b>	<b>51</b>
<b>7.7. Integração regional</b>	<b>54</b>

## FICHA TÉCNICA

*Elaborado no Centro de Estudos de Turismo e Cultura – Instituto Politécnico de Tomar*

Coordenador Técnico: Dr. Manuel Reis Ferreira

Esta versão do Plano foi concluída em 1 de Março de 2005.

## **1. CONCEPÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO**

### **1.1. Conceito adoptado para o Plano Estratégico**

Considera-se que o turismo pode constituir uma importante aposta de intervenção da Câmara Municipal e é nesse sentido que se parte para uma concepção da estratégia alicerçada nos recursos endógenos do território e nas identidades culturais que são a base mais fértil para um processo de desenvolvimento que se pretende sustentável.

O facto de o promotor do plano ser a Câmara Municipal determina um campo estratégico no qual:

- a área de intervenção directa é definida pelos limites do concelho e pelas atribuições e competências do município;
- a gestão do território é o domínio privilegiado dos meios de intervenção;
- no composto de factores do destino turístico, as intervenções municipais vão concentrar-se essencialmente sobre:
  - valorização e desenvolvimento de recursos (p.e. o Museu Municipal) podendo participar na organização de alguns produtos ( p.e. um Parque Temático);
  - equipamentos e serviços de apoio aos turistas para satisfazer as necessidades decorrentes da sua estada (p.e. um parque de serviços para autocaravanas);
  - comunicação de marketing: institucional – criação de imagem e reconhecimento pelos mercados (p.e. feiras de turismo) e promocional – captação e fidelização de visitantes ( p.e. cartazes outdoor);
  - acessibilidades, sinalização e informação turística (p.e. postos de informação turística);

- organização de acções de formação de recursos humanos (p.e. guias turísticos locais);
  - gestão estratégica do território-destino turístico (p.e. planos de pormenor de núcleos de desenvolvimento turístico).
- as alianças a estabelecer equacionam-se principalmente:
- na envolvente, ao nível inter-municipal ( p.e. no Alentejo Litoral para marketing institucional como destino turístico);
  - no sistema interno, em coordenação com outras áreas – cultura, ambiente, desporto, educação ( p.e. para organização de eventos) e em parcerias público-privado ( p.e. para construção de um parque temático).

O território enquanto destino turístico é um sistema totalmente aberto, não é uma organização delimitada para a qual se podem fixar estratégias a concretizar em planos de acção para a totalidade das actividades e dos actores. Assim, somos conduzidos a um Plano estratégico de concepção interactiva, basicamente qualitativa e muito apoiada nas políticas activas municipais.

O Plano Estratégico de Turismo não é um quadro de referência para a intervenção proactiva da Câmara Municipal em conjunto com os outros actores do sistema turístico, uma matriz para o desenvolvimento do turismo no concelho.

## **1.2. Planeamento Interactivo – um projecto territorial**

Adopta-se uma concepção de planeamento interactivo que actualmente se afirma por oposição à concepção clássica do planeamento preditivo e prescritivo, o que se traduz no seguinte:

- os objectivos são expressos em visões de mudança e o sucesso do Plano mede-se pelos acordos de acção, pela contratualização e pelas mudanças resultantes, não através de metas quantitativas de crescimento de produto, de número de camas ou outras ao estilo do planeamento clássico;
- o essencial da estratégia visa definir um conceito para o território enquanto destino turístico e tomar opções sobre as fontes de vantagens competitivas em que se deve apostar e afirma a competitividade através da concepção de um sistema de actividades que se reforçam mutuamente e que apresentam para os mercados emissores de turistas e para os investidores uma posição competitiva clara e diferenciada;
- as propostas centrais do Plano apontam intervenções consideradas estruturantes, i.e. com capacidade de integrarem um fio condutor de uma estratégia integradora de projectos e acções com efeitos sinérgicos sobre um produto turístico total a consolidar no território – um **projecto territorial**;
- o Plano não pretende abarcar a totalidade do processo turístico actual e futuro, não tem um carácter regulamentar nem é exaustivo, o Plano apresenta propostas com efeitos de alavanca, i.e. com capacidade para gerarem impactes positivos que ampliem o seu efeito isolado, e com um sentido estratégico unificado numa visão de futuro que confere um fio condutor à estratégia;
- deverá haver interacção com os diversos actores relevantes para o processo de desenvolvimento turístico, nem sempre em busca de consensos ou de acordo pleno com o que o Plano preconiza, mas sim em busca de plataformas de avanço e de contratualização de acções, atentos o rumo e as linhas de orientação estratégica, mas sem pretensões de encerrar as iniciativas e as dinâmicas emergentes em programas preestabelecidos.

### **1.3. Horizonte, visão de futuro e objectivos estratégicos**

O desenvolvimento do turismo num concelho como Santiago do Cacém deve ser pensado em horizontes de longo prazo, digamos de dez ou mesmo mais anos e pensado como processo de mudança e projecto territorial, antecipando futuros e gerando dinâmicas.

Apontamos para um horizonte 2015, no qual se inscreve o próximo Quadro Comunitário de Apoio de 2007 – 2013, considerando a oportunidade de o Plano de Desenvolvimento Regional para fundamentação do QCA ser elaborado em 2005.

Significa isto que as acções inseridas no quadro da estratégia preconizada visam gerar mudanças em direcção a uma situação desejada, ambiciosa mas possível e, sobretudo, ancorada no potencial endógeno do território e das pessoas e nas identidades locais que afirmam as diferenças genuínas e atraem os visitantes de forma sustentável.

A visão de futuro expressa em termos qualitativos e prospectivos, os objectivos enquanto intenções de mudança e as orientações estratégicas consubstanciadas em opções sobre sistema de actividades e posicionamento são apontadas para um horizonte de longo prazo que se pode concretizar por volta de 2015, visto estarmos a falar de um horizonte prospectivo e não de um termo de programação.

#### **1.4. Situação do turismo no concelho de Santiago do Cacém**

A situação presente do turismo no concelho de Santiago do Cacém caracteriza-se em traços largos por:

- turismo de sol e praia de muito pouco valor acrescentado e com uma época balnear curta;
- turismo cultural com argumentos principais nas ruínas romanas de Miróbriga, centro histórico e castelo de Santiago do Cacém, com um potencial de atracção de melhores visitantes que o sol e praia mas ficando-se pelo excursionismo, sem capacidade para gerar estadas turísticas;
- parque de diversões tipo *safari* que atrai muitos visitantes, da ordem dos 100.000 por ano, mas em programas de visita de uma ou duas horas com regresso imediato pelo mesmo caminho, acontecendo que a maioria não chega a tomar conhecimento com o território do concelho para além do parque ou nem chega mesmo a perceber-se de que está no concelho de Santiago do Cacém.
- parque de campismo isolado, apenas relacionado com a Costa de Santo André, sem uma envolvente mínima de serviços e animação turística;
- lazer de fim de semana baseado na recuperação de umas poucas dezenas de casas tradicionais para 2ª residência.

**No diagnóstico das principais debilidades, constata-se uma situação muito distante do que se pode considerar um destino turístico competitivo.**

Verifica-se que o **concelho tem argumentos interessantes ao nível dos recursos primários de atractividade, tanto naturais como histórico-culturais, e de alguns equipamentos, mas que não se tem conseguido afirmar como destino turístico.**

Além do mais, **o nível de notoriedade e reconhecimento de Santiago do Cacém como destino turístico pelos mercados é muito baixo, mesmo no mercado doméstico**, o que é resultado de uma envolvente geográfica adversa e talvez também de opções promocionais ineficazes.

### **1.5. Questões-chave para a estratégia turística**

#### **Visitantes e turistas**

Muitas vezes, quando falamos em turistas, referimo-nos a visitantes de uma forma geral, englobando turistas e excursionistas.

Defendemos que se devem prosseguir estratégias dirigidas de uma forma genérica à atracção de visitantes, o que não significa deixar de ter presente o objectivo de conseguir uma cada vez maior importância dos turistas nesse conjunto, isto é de criar condições de atractividade, de actividades e de facilidades para que haja pernoitas e estadas mais longas no concelho.

As fronteiras entre o turismo e o recreio e lazer tendem a desaparecer, pelo que um plano de estratégia turística não se deve limitar aos segmentos estritamente turísticos, isto é, necessariamente associados ao alojamento turístico.

Nesta linha, considera-se o interesse do projecto " Parque Temático dos Moinhos e Energias Alternativas".

#### **Segundas residências**

A procura de segundas residências associada às necessidades de lazer e recreio de fim-de-semana e férias significa um mercado com grande potencial e muito interesse para o concelho.

Para além do acolhimento às procuras e ao investimento, propõe-se mesmo uma política activa municipal para estimular este segmento, o que pode constituir um elemento muito eficaz de marketing territorial e ao mesmo tempo ser decisivo na revitalização de alguns núcleos rurais – o alcance do projecto “ Casas de Santiago”

### **Nível de reconhecimento e imagem nos mercados**

O défice de notoriedade e reconhecimento pelos mercados – associado à marginalidade relativamente às principais acessibilidades – é provavelmente a maior limitação actual e constitui uma questão crucial para o futuro do turismo no concelho.

É um problema que tem a ver não apenas com os mercados emissores de visitantes mas também com outras expressões de atracção territorial, nomeadamente com os investidores e os operadores turísticos.

Esta questão ultrapassa o domínio do turismo, não tem apenas a ver com comunicação e não se vai resolver apenas com soluções promocionais ao nível de campanhas de marketing turístico, ela requer soluções globais e tem que ser vista num quadro de projecto territorial e de políticas municipais activas que conjuguem acções diversas actualmente sem coordenação.

Nesta linha, atribui-se importância ao projecto de melhoramento da E.N. 261 como via turística para qualificar um eixo de ligação directa às zonas com maior capacidade de captação de visitantes.

### **Cooperação inter-local e regional**

Associada à questão anterior e de forma geral ao processo de desenvolvimento de um destino turístico com capacidade de afirmação autónoma nos mercados, coloca-se aqui a questão do **Alentejo Litoral enquanto área destino com sinergias a explorar** ao nível da gestão estratégica do destino/produto turístico.



A promoção, designadamente para os mercados externos, pode processar-se sempre de forma articulada com a ARTA – Associação Regional de Turismo do Alentejo e nada obsta a “manter a boa colaboração entre a Região de Turismo da Costa Azul e o município, afim de poder divulgar a região através de participações com técnicos e produtos regionais nas feiras e eventos de projecção nacional”.

Mas, face ao posicionamento geográfico de Santiago do Cacém e às dinâmicas e interesses dos outros municípios do Alentejo Litoral, faz todo o sentido pensar em formas de organização muito estruturadas a esse nível, propondo mesmo a criação de uma “Agência de Desenvolvimento Turístico do Alentejo Litoral”, com o carácter de associação público privado e com intervenção no desenvolvimento de produtos e na promoção do destino ( o *benchmark* é a ATL – Associação de Turismo de Lisboa – que se considera um caso de sucesso).

#### **1.6. Orientações seguidas na formulação estratégica**

Consideram-se dois níveis da estratégia:

- **estratégia geral** – muito orientada para posicionamento e portefólio de produtos, em razão da fase de ciclo de vida em que este território, enquanto destino turístico, se encontra; e
  
- **estratégia competitiva** – por domínios de actividade estratégicas.

A estratégia geral apoia-se na definição de um conceito genérico de posicionamento:

### **NATUREZA E HISTÓRIA NO ALENTEJO LITORAL**

Esse conceito é desenvolvido em termos de posicionamento geral numa visão de futuro:

### **VISÃO DE FUTURO 2015**

O concelho de Santiago do Cacém - promovido no contexto do destino de turismo e lazer Alentejo Litoral - atrai:

- famílias residentes na Área Metropolitana de Lisboa para lazer de fim de semana durante todo o ano, uma parte das quais fixa segundas residências no concelho;
- crianças e jovens estudantes nacionais e estrangeiros (principalmente em esquemas de cooperação na União Europeia) para visitas culturais de um ou mais dias em programas de história e meio social e natural organizados regularmente pelas escolas durante todo o ano;
- turistas nacionais e estrangeiros, especialmente espanhóis mas também alemães, holandeses e outros (automóvel ou fly & drive) em férias (mais de quatro dias), durante todo o ano, maioritariamente famílias e seniores (estes também em vilegiatura), com motivações diversificadas – sol e praia, clima, natureza, cultura, lazer e saúde;
- eventos com projecção nacional e internacional em domínios como arqueologia romana, conto, música, molinologia, conservação da natureza, montado, agricultura e pecuária.

### **1.7. Domínios de actividades estratégicas e eixos estratégicos**

O mesmo conceito estratégico é traduzido numa arquitectura de estratégia competitiva que é organizada por:

#### a) DOMÍNIOS DE PRODUTOS TURÍSTICOS

##### **DOMÍNIO 1 – Desenvolvimento de produtos**

EIXO DE PRODUTO 1 – Alojamento Turístico

EIXO DE PRODUTO 2 – Turismo Residencial

EIXO DE PRODUTO 3 – Turismo Cultural

EIXO DE PRODUTO 4 – Turismo de Natureza e Eco-turismo

EIXO DE PRODUTO 5 – Turismo Escolar e Juvenil

EIXO DE PRODUTO 6 – Turismo de Sol e Praia

EIXO DE PRODUTO 7 – Turismo em Espaço Rural

EIXO DE PRODUTO 8 – Turismo Sénior

EIXO DE PRODUTO 9 – Turismo Activo e Desportivo

EIXO DE PRODUTO 10 – Caça Turística

##### **DOMÍNIO 2 – Dinamização de Eventos e Animação Turística e Cultural**

#### b) DOMÍNIOS TRANSVERSAIS

##### **DOMÍNIO 3 – Marketing e Promoção Turística**

##### **DOMÍNIO 4 – Formação de Recursos Humanos**

##### **DOMÍNIO 5 – Apoio ao investimento**

##### **DOMÍNIO 6 – Sinalização e informação turística**

#### c) DOMÍNIOS DE GESTÃO

##### **DOMÍNIO 7 – Gestão estratégica do Turismo**

##### **DOMÍNIO 8 – Planeamento e gestão territorial**

## **2. CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO**



Santiago do Cacém é sede de município, cidade desde 20 de Junho de 1991, situada a 149 quilómetros de Lisboa, 18 quilómetros do porto de Sines, 177 quilómetros do aeroporto de Faro e 137 quilómetros da fronteira com Espanha.

É em área o 12.º maior município do país com 1058,6km<sup>2</sup> e com uma população de cerca de 31 mil habitantes. O município apresenta uma forte dispersão demográfica (densidade populacional 29,2hab/km<sup>2</sup> que se evidencia nos cerca de 100 lugares com mais de 50 habitantes.

## **2.1. Síntese Histórica**

A ocupação de Santiago do Cacém remonta à Idade do Ferro, século V-IV a.C. e posteriormente à ocupação romana.

As ruínas da cidade romana de Miróbriga constituem uma herança patrimonial que atesta visivelmente a sua importância na época da ocupação romana, como centro económico, social, religioso, cultural e desportivo.

No ano de 133 a.C., aquando da campanha militar de Décimo Júnio Brutus, os habitantes de Miróbriga ou estavam já sob o domínio de Roma ou, pelo menos, não eram hostis ao seu poder. Plínio, no século I a.C., assinala Miróbriga como um oppidum estipendiário, povoado fortificado sem qualquer privilégio e que pagava impostos. Na dinastia Flávia a cidade parece ter recebido o estatuto de direito latino ou romano, facto que confirma a integração plena dos seus habitantes na cultura, economia e sociedade romana.

Esta ascensão vai ser marcada no urbanismo da cidade. Até então Miróbriga era um povoado sem estrutura romana, mas a partir desta altura deu-se uma grande

renovação urbana que incluiu a construção do fórum e do templo, ao que tudo indica dedicado a Esculápio.

Existem vestígios de um outro templo, dedicado a Vénus, e lateralmente ao fórum existem várias construções devem ter constituído uma área comercial. Na área do fórum conserva-se um edifício pré-romano, possivelmente um templo.

O conjunto das termas constitui o mais importante balneário romano em Portugal.

Existe ainda um hipódromo, único conhecido em Portugal.

Considera-se que o Fórum de Miróbriga seria um santuário e a cidade um centro de peregrinação com instalações dedicadas ao acolhimento e distração dos peregrinos, caso das termas e do hipódromo.

Com a ocupação árabe, o povoado implanta-se a cerca de um quilómetro de Miróbriga, dando origem à localização da actual cidade de Santiago do Cacém.

## 2.2. Território



O município de Santiago do Cacém identifica-se, quer em termos de proximidade geográfica, quer em termos estruturais e fisiográficos, com os municípios de Alcácer do Sal, Grândola, Sines e Odemira, constituindo uma sub-região relativamente homogénea e bem distinta na região do Alentejo - o Alentejo Litoral.

Santiago do Cacém tem uma identidade muito marcada em termos de Alentejo Litoral e não tem identificação com a Península de Setúbal, apesar de o município pertencer por opção, às duas associações de municípios, a Associação de Municípios do Litoral Alentejano e a Associação de Municípios de Setúbal.

### 2.3. População

	<b>População Residente 2001</b>
Santiago do Cacém	31.096
Alentejo Litoral	99.567
Alentejo	534.365
Continente	9.833.408

No Alentejo Litoral, Santiago do Cacém registou nos últimos anos o maior crescimento percentual da população residente nos escalões 0-14 anos e 15-24 anos, o que fica a dever-se à dinâmica demográfica de Vila Nova de Sto. André.

<b>FREGUESIAS</b>	<b>População Residente 2001</b>
Abela	1.105
Alvalade	2.305
Cercal	3.890
Ermidas-Sado	2.193
Santa Cruz	500
Santiago do Cacém	7.296
Santo André	10.674
São Bartolomeu da Serra	466
São Domingos	1.026
São Francisco da Serra	889
Vale de Água	752



## 2.4. Sistema Turístico Local

### 2.4.1. Oferta

#### Capacidade de alojamento instalada – estabelecimentos e capacidade:

	<b>Hotelaria Est. (camas)</b>	<b>TER Est. (camas)</b>	<b>Campismo Est. (lotação)</b>
Santiago do Cacém	7 (457)	1 (54)	1 (600)
Alentejo Litoral	35 (3.232)	7 (116)	14 (14.325)
Alentejo	137 (8.109)	91 (1.082)	23 (20.121)
Continente	1.548 (192.456)	534 (5.117)	181 (257.895)

(Fontes: INE e DGT)

Verifica-se que a capacidade de alojamento hoteleira de Santiago do Cacém ( 511 camas) é muito superior à de Alcácer do Sal (136 camas) e Odemira ( 370 camas ) e inferior à de Sines (628 camas). No Alentejo Litoral, Grândola apresenta uma capacidade hoteleira superior (1702 camas) devido ao complexo de Tróia.

Por inventariação directa dos estabelecimentos de hotelaria e meios complementares de alojamento no concelho de Santiago do Cacém, se incluirmos as casas de hóspedes e unidades não classificadas, encontram-se 16 estabelecimentos, em vez dos 8 das estatísticas oficiais:

#### Freguesia de Santiago do Cacém:

- Pousada da Quinta da Ortiga;
- Pousada de S. Tiago ( alienada pela ENATUR, será reconvertida);
- Albergaria de 4 estrelas – D. Nuno;
- Residencial de 3 estrelas – Gabriel;

- 2 Pensões (casas de hóspedes) – Porto das Covas e Armando das Covas.

Freguesia do Cercal:

- Residencial de 3 estrelas – Ramos;
- 2 Pensões (casas de hóspedes) – Solar do Alentejo e Pancadinha;
- Apartamentos – Baú Doce;
- Unidades do tipo Turismo em Espaço Rural – Verdemar e Herdade da Matinha (não se encontram classificadas oficialmente).

Freguesia de Santo André:

- 2 Residenciais – Hotelagoa e Santo André;
- Hotel Apartamento – Al Tarik;
- Hotel de 3 estrelas Vila Park.

Freguesia de Alvalade:

- Hotel Rural – Hotel da Daroeira.

### **Restaurantes:**

Inventariaram-se 61 restaurantes no concelho, com a seguinte distribuição por freguesias:

Santiago do Cacém -	19
Santo André (Vila Nova) -	15
Santo André (Lagoa) -	5
Alvalade/Mimosa -	6
Cercal -	5
Santa Cruz -	3
S. Domingos -	2
Ermidas do Sado -	2
S. Francisco da Serra -	2
Abela -	1
Vale de Água -	1

### **2.4.2. Procura**

#### **Mercados de origem dos turistas e visitantes**

80% dos turistas são portugueses.

Os 20% correspondentes a residentes no estrangeiro distribuem-se quase igualmente pelas várias nacionalidades, sem sequer haver predominância de espanhóis.

A procura turística é marcadamente sazonal, com Julho, Agosto e Setembro a receberem praticamente 40% do total anual de dormidas.

### **3 - AVALIAÇÃO DOS RECURSOS TURÍSTICOS**

Dos recursos inventariados (v. fichas) apresenta-se nesta página um quadro síntese da apreciação segundo critérios de avaliação turística aplicados à sua condição actual:

- **Capacidade atractiva** – refere-se à capacidade para motivar por si mesmo uma deslocação: **internacional** se motiva deslocações de pessoas de outros países; **nacional** se motiva deslocações de pessoas de todo o país; **regional** se motiva deslocações de pessoas de outros concelhos da região de Lisboa; **local** se apenas atrai pessoas que por qualquer outro motivo já se encontram no Concelho; **nula** se actualmente não tem por si mesmo qualquer potencial atractivo de visitas.
- **Singularidade** – refere-se a uma apreciação de valor intrínseco relativo dentro de uma categoria de recursos patrimoniais: **bom na classe** se tem um valor destacado; **média**, não sendo vulgar tem alguns elementos de singularidade; **vulgar** se não se destaca na categoria.
- **Notoriedade** – refere-se ao grau de conhecimento que os mercados potencialmente emissores de visitantes possuem actualmente sobre o recurso: **elevada** se o seu conhecimento estiver amplamente difundido (na região, quase toda a gente sabe o que é e onde é); **média** se o seu conhecimento for mais limitado às pessoas que residem no Concelho ou que por ele transitam; **fraca** se entendermos que pouca gente sabe o que é e onde fica.

### QUADRO SÍNTESE DE AVALIAÇÃO DOS RECURSOS PATRIMONIAIS

RECURSO	Capacidade Atractiva	Singularidade	Notoriedade
Castelo de Santiago do Cacém	Regional	Bom na classe	Elevada
Museu Municipal de Santiago	Regional	Bom na classe	Média
Pelourinho de Santiago do Cacém	Local	Bom na classe	Fraca
Ruínas Romanas de Miróbriga	Internacional	Muito bom	Elevada
Igreja de N. Sr <sup>a</sup> da Abela	Local	Média	Fraca
Ermida de N. Sr <sup>a</sup> do Livramento	Regional	Vulgar	Fraca
Pelourinho de Alvalade	Local	Bom na classe	Fraca
Moinho da Quintinha	Regional	Bom na classe	Média
Igreja Matriz de Santiago do Cacém	Regional	Bom na classe	Média
Igreja da Misericórdia	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja de Santa Cruz	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja da Aldeia de Santo André	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja de S. Francisco da Serra	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja de São Bartolomeu da Serra	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja Matriz de Alvalade	Local	Bom na classe	Fraca
Ponte Medieval de Alvalade	Local	Vulgar	Fraca
Ermida de São Pedro	Local	Bom na classe	Média
Igreja do Cercal do Alentejo	Local	Bom na classe	Fraca
Igreja de Nossa Senhora da Graça	Local	Bom na classe	Fraca
Lagoa de Santo André	Nacional	Bom na classe	Elevada
Praia da Costa de Santo André	Regional	Bom na classe	Elevada
Praia do Monte Velho	Local	Bom na classe	Fraca
Praia da Lagoa de Santo André	Local	Vulgar	Média
Praia da Fonte do Cortiço	Local	Vulgar	Fraca
Albufeira de Campilhas	Regional	Bom na classe	Média
Albufeira de Fonte Serne	Regional	Bom na classe	Fraca
Serra do Cercal	Regional	Média	Média
Serra de São Francisco	Local	Média	Média
Rio Sado	Local	Média	Fraca
Passeio das Romeirinhas	Local	Bom na classe	Fraca
Badoca Park	Regional	Bom na classe	Elevada
Parque Municipal do Rio da Figueira	Regional	Bom na classe	Fraca

#### **4. DIAGNÓSTICO DO PLANO INTERNO**

O diagnóstico constitui uma primeira abordagem ao caderno de encargos estratégico e uma base para a definição dos desafios do futuro e das questões-chave para as políticas, nomeadamente através da:

##### **4.1. Identificação de pontos fortes e vantagens comparativas**

Natureza preservada

Praias com grande beleza natural

Paisagens muito belas e diversificadas

Património arqueológico e histórico

Memórias do passado rural

Cultura com referências importantes na literatura e na música

Centro histórico de Santiago do Cacém

Vila Nova de Santo André com uma grande dinâmica urbana

Integração territorial na costa alentejana Tróia-Sines, com localização de Santiago do Cacém a 150 quilómetros de Lisboa e a 140 quilómetros da fronteira com Espanha, confere-lhe uma posição muito favorável para penetrar nestes mercados de proximidade.

Também é muito interessante o aproveitamento das oportunidades e sinergias proporcionadas pelas ligações a sul do concelho, com a área costeira integrada no Parque Natural do Sudoeste Alentejano, designadamente com as praias de Porto Covo, Ilha do Pessegueiro e Malhão ( com óptima acessibilidade a partir do Cercal).

#### **4.2. Plano interno: Identificação de pontos fracos e condicionantes**

Défice de notoriedade e imagem

Acessos rodoviários à cidade de Santiago do Cacém

Dificuldades de estacionamento no centro

Dispersão de recursos e difíceis acessibilidades internas

Os factores que ocorrem para esta apreciação negativa podem ser detectados em:

(i) acessibilidades na rede rodoviária nacional – apesar de serem relativamente boas, colocam o concelho numa posição descentrada, em que todas as rotas lhe passam ao lado mas não induzem entradas;

(ii) atractivos primários

- as praias são pouco atractivas, em comparação com as concorrentes na região, e estão pouco equipadas;

- as ruínas romanas, apesar de estarem bem apresentadas, não têm aproveitado a sua capacidade de posicionamento no mercado do *touring* cultural;

- o castelo encontra-se muito limitado para visitas turísticas, dada a existência do cemitério no seu interior;

- o centro histórico não tem comércio nem animação e tem acessos e estacionamento muito difíceis;

- nas áreas rurais verificam-se muitas limitações à recuperação de casas com ampliação, o que condiciona grandemente a procura.

(iii) atractivos secundários

- o parque de diversões “Badoca Park” é um sucesso de mercado mas não está ligado a qualquer outro elemento de produto turístico que possa aproveitar essa atractividade ou mesmo ampliá-la para o concelho;
- o museu municipal é muito interessante mas não ultrapassa uma capacidade atractiva de nível regional e tem poucos visitantes;
- não existem empreendimentos de animação turística ou quaisquer outras facilidades que possam funcionar como argumentos fortes para estadas turísticas.

(iv) enquadramento regional

- na região do Alentejo, o concelho de Santiago do Cacém está fora das rotas turísticas e é cruzado por itinerários de atravessamento que passam marginalmente no seu território mas não se fixam, caso do itinerário principal Lisboa-Algarve que passava na Mimosa mas pouco lá deixava, do itinerário para as praias do sul da Costa Alentejana que passa no Cercal e do IP8 que conduz a Sines mas que em termos turísticos para Santiago apenas conduz ao Badoca Park e sem que daqui irradie para o interior do concelho;
- o enquadramento turístico regional centrado na Região de Turismo da Costa Azul também não tem beneficiado muito este concelho, na medida em que esta se concentra na Península de Setúbal e em Tróia, não parecendo ter condições como marca para promover um destino turístico que confira projecção a Santiago.



## **5. ÁREAS DE OPORTUNIDADE PARA O TURISMO E LAZER**

Pelas análises dos recursos em que se pode apoiar o desenvolvimento turístico, reconhecemos que Santiago do Cacém tem trunfos que lhe permitem valorizar os seus recursos e aproveitar as oportunidades do futuro.

Neste ponto, há que desenvolver os conceitos para cada produto:

### **Património Cultural**

- História
- Animação Cultural
- Gastronomia

### **Natureza e Paisagem**

- Turismo Natureza / Ecoturismo

### **Turismo em Espaço Rural**

- Turismo Rural
- Memórias

### **Sol, Mar e Praia**

O turismo balnear não é uma vocação estratégica central para o concelho, se bem que não seja desprezível dado que constitui motivo de atracção importante.

Considerando as características das praias:

- a praia da Costa de Santo André tem boas condições, se bem que seja um mar cavado que se torna relativamente perigoso para nadar;
- a praia da lagoa de Santo André não deve ser utilizada para banhos;
- a praia da Fonte do Cortiço ( ou Areias Brancas) tem má acessibilidade e é perigosa;
- a praia do Monte Velho ( ou Porto das carretas) é uma praia isolada, com pouca afluência, está classificada com bandeira dourada pelo Ministério do Ambiente pela

ausência de intervenção humana, e é perigosa, não sendo uma praia adequada a uso balnear.

Há que salientar que nos concelhos limítrofes existem praias com muito melhores condições para uso balnear – toda a costa do concelho de Grândola e, na costa de Sines, as praias de Porto Covo e da Ilha do Pessegueiro.

Precisamente nesta relação de vizinhança com as praias do concelho de Sines, pode-se explorar uma complementaridade interessante em termos de produto turístico, já que a acessibilidade da parte sul do concelho de Santiago pelo Cercal é de cerca de 15 minutos, o que é perfeito para quem esteja alojado entre São Domingos e Cercal, nomeadamente nas zonas envolventes das albufeiras de Campilhas e Fonte Serne.

### **Recreio de Ar Livre e Desporto**

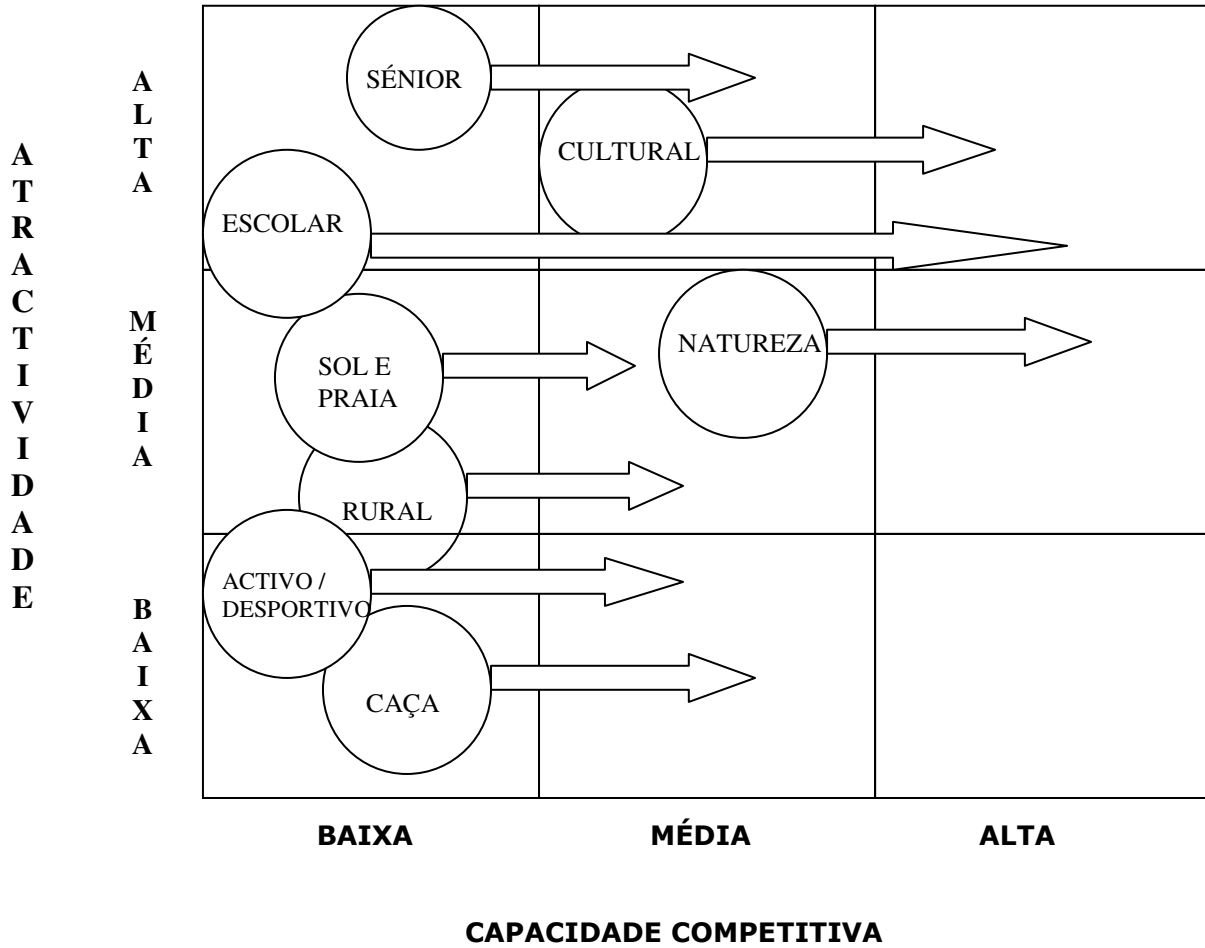
- Turismo Activo e Desportivo / Aventura / Outdoor (conceito)
- Centros hípicas e turismo equestre
- Caça turística
- Golfe

### **Sénior**

- Formatação de produtos acima mencionados para este segmento
- Facilidades para estadas longas e para vilegiatura de reformados

**MATRIZ DE ATRACTIVIDADE-CAPACIDADE COMPETITIVA**

- **SITUAÇÃO ACTUAL E EVOLUÇÃO PRETENDIDA:**



ÁREAS DE PRODUTO DE 1ª PRIORIDADE ( atractividade do negócio alta ou média e capacidade competitiva pretendida alta):

- CULTURAL
- NATUREZA
- ESCOLAR

ÁREAS DE PRODUTO DE 2ª PRIORIDADE ( atractividade do negócio alta ou média e capacidade competitiva pretendida média):

- SOL E PRAIA
- RURAL
- SÉNIOR

ÁREAS DE PRODUTO DE 3ª PRIORIDADE (atractividade do negócio baixa e capacidade competitiva pretendida média):

- ACTIVO / DESPORTIVO
- CAÇA.

Os produtos de 1ª e 2ª prioridades reforçam-se mutuamente e deverão evoluir para um sistema de actividades com fortes sinergias de oferta e com aproveitamento das convergências de mercado.

Os produtos de 3ª prioridade não têm a mesma capacidade de reforço mútuo no sistema de oferta turística, o que não significa que não devam ser explorados.

As estratégias de portefólio de produtos têm correspondência nas estratégias de mercados.

## **5. FACTORES DE ESTRUTURAÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO**

Para estruturar um destino turístico há que assegurar um conjunto de factores consistentes e complementares:

- 1) **Atractivos** fortes e singulares (de preferência únicos ou, pelo menos, bons na sua classe) susceptíveis de atrair visitantes e de motivarem estadas turísticas;
  
- 2) **Actividades e elementos complementares** que criem condições de preenchimento dos tempos livres durante a estada turística, designadamente animação turística e eventos;
  
- 3) **Capacidade receptiva** em alojamento e restauração numa escala suficiente e com relação qualidade-preço que seja adequada aos segmentos de mercado correspondentes aos atractivos e actividades existentes;
  
- 4) **Apoios** em equipamentos, infraestruturas e serviços de apoio à estada turística;
  
- 5) **Acessibilidade** em boas condições de comodidade;
  
- 6) **Imagem e notoriedade** nos mercados com um nível de reconhecimento suficiente para se constituir alternativa nas decisões de viagem dos potenciais clientes e nas ofertas organizadas dos operadores e agentes turísticos;
  
- 7) **Organização e distribuição** das operações turísticas como actividade de operadores e agentes de turismo receptivo no destino e como presença deste nos seus catálogos.

8) **Qualidade** percebida pelos visitantes em função da capacidade da experiência turística realizada no destino para alcançar e mesmo superar as suas expectativas.

Este conjunto de factores tem que ter consistência para permitir focar alvos de mercado concretos, pois não podemos hoje apostar num destino generalista que sirva todos os segmentos de forma indiferenciada.

O desempenho do destino exprime-se no sucesso de mercado, na sua capacidade para manter uma posição competitiva face às exigências dos mercados e em confronto com as propostas alternativas dos destinos concorrentes.

Encontrar a forma de construir e manter uma posição competitiva é um dos grandes desafios do Plano Estratégico.

## **7. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

### **Orientações do planeamento estratégico**

O planeamento dos destinos turísticos responde a um conjunto de intenções que se podem enunciar de uma forma abrangente:

- enquadrar o desenvolvimento numa estratégia;
- valorizar o potencial de recursos locais;
- explorar as oportunidades do futuro;
- maximizar os benefícios do turismo para a população;
- garantir a sustentabilidade do desenvolvimento;
- articular o turismo com o ordenamento do território;
- definir posições claras e diferenciadas para os mercados;
- criar um quadro de orientação das medidas, acções e projectos.

Sintetizamos os termos de referência assumidos para este plano na seguinte declaração de missão:

#### **MISSÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO**

**Construir um destino turístico competitivo no concelho de Santiago do Cacém, criando condições para o desenvolvimento de um sistema de actividades de turismo e lazer que valorizem os recursos e as identidades locais de forma a corresponderem às oportunidades do futuro, no prosseguimento de objectivos de desenvolvimento económico, qualidade de vida das populações e sustentabilidade no longo prazo.**

Esta missão é genérica e carece de concretização para que se possam constituir objectivos suficientes claros para as estratégias a formular.

O sentido e o conteúdo das estratégias de desenvolvimento dos destinos turísticos supõe adequação às condições de funcionamento dos sistemas turísticos e aos factores essenciais da competitividade dos destinos.

Não temos da estratégia a noção comum que parte da comparação entre a situação existente e tendencial e a situação desejada no futuro para então propor as medidas consideradas eficazes para a alcançar. Essa noção da estratégia como “estratagem” que se expressa no “onde estamos e para onde vamos” para comparar com o “onde queremos ir” e depois imaginar “como vamos lá chegar”, sendo interessante pela facilidade de operacionalização, não é muito esclarecedora em termos de sentido e conteúdo.

A questão de “ para onde queremos ir” é sem dúvida essencial, trata-se de definir um rumo para o futuro. Procuramos responder-lhe em termos de **visão de futuro** e de **objectivos**.

E essa visão e esses objectivos serão traduzidos numa **missão territorial**, com um sentido de projecto territorial expresso no quadro do desenvolvimento local.

Em nosso entender, visão, objectivos e missão constituem o cerne da questão estratégica, o que não sucedia apenas se existisse idealmente uma definição política suficientemente incisiva para sobredeterminar a estratégia, isto é, se ao nível da política estivesse definido um “ conceito estratégico” para o destino turístico.

Convém então esclarecer, à partida, o conceito de estratégia que entendemos adequado para o caso dos destinos turísticos.



**ESTRATÉGIA É:**

A concepção de uma posição única e traduzida em valor, suportada num sistema de actividades que se reforçam mutuamente e ajustadas face aos ambientes contextuais futuros.

O posicionamento é assim construído sobre um sistema de actividades e a essência do posicionamento estratégico que se pretende competitivo é apostar em actividades diferenciadas dos destinos concorrentes e tradutíveis em propostas de valor percebidas pelos mercados.

A estratégia não deve cristalizar num posicionamento, a estratégia trata da mudança: após ter compreendido o potencial de mudança, a formulação da estratégia deve ser levada ao ponto de definir uma agenda que possa antecipar as mudanças.

A estratégia é:

- foco nos factores chave que geram as transformações pretendidas
- visão e ambição a longo prazo
- eficácia das medidas face a objectivos ( a eficiência pertence à gestão)
- compromisso em apostas e prioridades, não é pretender planear tudo.

Dentro desse conceito de estratégia, a sequência de trabalho adoptada é a seguinte:

**1º Inventariar e avaliar os recursos endógenos que possam traduzir-se em fontes de vantagens competitivas.**

Os recursos turísticos primários são objecto de fichas individuais ( que se apresentam em anexo).

**2º. Análise prospectiva do contexto em que se vai processar o desenvolvimento turístico do concelho para detectar as oportunidades e as questões condicionantes do futuro.**

Consideramos:

- O contexto genérico de tendências e forças condutoras que vão condicionar o futuro do sistema turístico regional e local;
- O contexto geográfico onde se geram situações de cooperação e de competição;
- O contexto sectorial de mercado em que se vai jogar a competitividade turística do concelho.

Estes diferentes contextos serão as envolventes da estratégia, pelo que os analisamos de forma prospectiva enquanto elementos essenciais da configuração dos futuros possíveis.

**3º. Analisar, no cruzamento das análises anteriores, as possíveis fontes de vantagens competitivas.**

**ESTRUTURAR OS RECURSOS E CAPACIDADES DETECTADAS PARA  
CONSTRUIR UMA POSIÇÃO COMPETITIVA SUSTENTADA DO CONCELHO  
COMO DESTINO TURÍSTICO**

As opções que se tomam situam-se ao nível da selecção dos recursos e capacidades mais relevantes por se considerarem fundamentais para construir as vantagens competitivas sustentadas no longo prazo.

#### **4º. Sistematizar o diagnóstico estratégico de pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças**

É importante proceder a este diagnóstico para ser mais um apoio à formulação estratégica.

#### **5º. Identificar desafios do futuro**

Os desafios do futuro são identificados sobretudo a partir de oportunidades detectadas no ambiente externo e coincidentes com pontos fortes internos.

#### **6º. Definir orientações estratégicas nas ópticas de:**

- recursos-produtos
- produtos-segmentos de mercado
- território

#### **7º. Conceber um sistema de actividades de turismo e lazer que valorizem os recursos e as identidades locais.**

Não se trata apenas de escolher um portfólio de actividades ou produtos em que se pretende apostar, mas sim de conceber um sistema de actividades e produtos que se reforcem mutuamente e gerem condições das experiências turísticas.

## **8º. Definir visão de futuro, missão territorial e objectivos específicos**

A **visão** representa para um horizonte de futuro uma imagem que clarifica o rumo desejado para o turismo no concelho em resultado do desenvolvimento das competências definidas para construir as suas vantagens competitivas, traduz uma ambição de progresso e pretende ter força mobilizadora dos actores dos processos de mudança.

A **missão** dá corpo de projecto territorial aos rumos seleccionados em termos de recursos-productos, produtos-mercados e espaços turísticos.

Concretizam-se **objectivos específicos** de forma a corresponderem ao prosseguimento de objectivos gerais de desenvolvimento económico, qualidade de vida das populações e sustentabilidade.

### **VISÃO DE FUTURO 2015**

O concelho de Santiago do Cacém - promovido no contexto do destino de turismo e lazer Alentejo Litoral - atrai:

- famílias residentes na Área Metropolitana de Lisboa para lazer de fim de semana durante todo o ano, uma parte das quais fixa segundas residências no concelho;
- crianças e jovens estudantes nacionais e estrangeiros (principalmente em esquemas de cooperação na União Europeia) para visitas culturais de um ou mais dias em programas de história e meio social e natural organizados regularmente pelas escolas durante todo o ano;
- turistas nacionais e estrangeiros, especialmente espanhóis mas também alemães, holandeses e outros (automóvel ou fly&drive) em férias (mais de quatro dias), durante todo o ano, maioritariamente famílias e seniores (estes também em vilegiatura), com motivações diversificadas – sol e praia, clima, natureza, cultura, lazer e saúde;
- eventos com projecção nacional e internacional em domínios como arqueologia romana, conto, música, molinologia, conservação da natureza, montado, agricultura e pecuária.

Para a visão de futuro, num horizonte de longo prazo que apontamos para 2010, identificamos como linhas de força de opção estratégica:

- produtos turísticos apontando para resposta a motivações diversificadas de sol e praia, clima, natureza, cultura, lazer e saúde;
- mercados-alvo prioritários na Área Metropolitana de Lisboa e nos mercados de proximidade em Espanha, particularmente nos segmentos famílias e seniores, sendo que, no mercado doméstico, o segmento escolar de crianças e jovens em programas escolares e de férias é muito interessante, quer directamente, quer pelo seu efeito influenciador do segmento famílias;
- integração na marca Alentejo Litoral, sendo prioritária a ligação com Grândola e Alcácer do Sal, em substituição da actual integração na Costa Azul (aliás, moribunda como marca turística);
- posicionamento por diferenciação, com reforço dos atributos natureza e história;
- atracção de eventos com projecção nacional e internacional em domínios como arqueologia romana, conto, música, molinologia, conservação da natureza, montado, agricultura e pecuária.

O sentido estratégico do plano encontra-se essencialmente na criação de uma posição diferenciada e convertível em valor para os mercados, a partir de um sistema de actividades que se esforçam mutuamente e que integram os elementos que vão gerar experiências turísticas globais no destino.

Este Plano Estratégico de Turismo pretende:

- colocar as questões críticas sobre a situação actual e identificar as questões-chave e os desafios para o futuro;
- focar as intervenções sobre o turismo numa perspectiva de antecipação de futuros possíveis, estimulando a proactividade da política municipal;
- especificar os objectivos a serem alcançados, permitindo avaliar o curso dos acontecimentos;
- estimular formas de cooperação e parcerias locais e regionais e um sistema de actividades mais consistente e sinérgico;
- conduzir a um melhor aproveitamento das oportunidades de desenvolvimento e dos recursos do território;
- identificar condicionantes, bloqueios e problemas a resolver;
- organizar a comunicação interna e externa;
- fazer o alinhamento de um conjunto de projectos e acções públicas e privadas num conceito de visão de futuro para o turismo no concelho.

## 7.1. Missão territorial e objectivos

### Missão territorial

Promover o desenvolvimento económico através da mobilização dos recursos do território por forma a dinamizar um sistema de actividades de turismo e lazer que crie empregos e rendimentos, no respeito pelos princípios da sustentabilidade, visando sobretudo a melhoria da qualidade de vida da população e das gerações futuras.

### Objectivos gerais

Trata-se de um primeiro nível do sistema de objectivos, em que estes são definidos de forma mais geral ficando os objectivos específicos e as metas para ponto posterior.

<b>Domínios de Objectivos</b>	<b>Objectivos Gerais</b>
Desenvolvimento económico	Criação de empregos Geração de rendimentos
Qualidade de vida da população	Qualidade ambiental Equipamentos e actividades de lazer Desenvolvimento cultural
Sustentabilidade	Preservação da autenticidade local Durabilidade dos recursos naturais e culturais

O sistema de objectivos pretende-se consistente, isto é, por norma, procura-se evitar fixar objectivos que possam ser conflituais. Assim, o desenvolvimento económico visa melhorar a qualidade de vida da população e ambos são subordinados à sustentabilidade.



Os objectivos serão especificados na medida do possível para se concretizarem metas do Plano Estratégico mas interessam-nos muito para deles deduzirmos critérios de avaliação e de concepção de soluções.

Vejamos então como se podem deduzir critérios de avaliação para aplicação aos desenvolvimentos propostos:

### **Desenvolvimento económico**

#### Criação de empregos

O conteúdo emprego dos desenvolvimentos propostos é uma prioridade a respeitar e um critério de decisão fundamental.

#### Geração de rendimentos

O efeito multiplicador de rendimento dos desenvolvimentos propostos deve ser maximizado potenciando também os seus efeitos induzidos.

Neste sentido, os empreendimentos de turismo em espaço rural serão prioritariamente estimulados pelo seu potencial de indução de desenvolvimento em meio rural.

O aumento do número de visitantes a uma determinada atracção turística será acompanhado por acções de estímulo à difusão de fluxos para outras atracções ou actividades para se obter maior impacte total de rendimento. Isto consegue-se através do desenvolvimento das ofertas, da promoção cruzada das atracções e da Informação e sinalização turística.

## **Qualidade de vida da população**

### Qualidade ambiental

As actividades turísticas a incentivar não devem provocar situações de desconforto em termos de tráfego, de ruído ou de poluição sob qualquer outra forma.

Em meio urbano

Em meio rural

Em meio natural

### Equipamentos e actividades de lazer

Aplica-se um princípio de não-segregação, isto é, os equipamentos e actividades destinados aos turistas e visitantes são igualmente acessíveis aos residentes

### Desenvolvimento cultural

O sentido do progresso do turismo e lazer deve reforçar os conteúdos culturais das experiências

A aposta em actividades ligadas ao ensino e à cultura pode resultar

## **Sustentabilidade**

### Preservação da autenticidade local

Prioridade absoluta aos recursos endógenos, respeito total pela não-descaracterização do património, dos sítios e das actividades tradicionais e valorização prioritária do que é localmente genuíno.

### Durabilidade dos recursos naturais e culturais

Qualquer desenvolvimento proposto será sempre subordinado a critérios de equilíbrio ecológico e de respeito pela diversidade cultural.

As capacidades de carga dos recursos e dos sítios serão sempre respeitadas.

## **7.2. Questões-chave para o Futuro**

Abordemos a questão por grandes temas-chave, assumindo que a essência da estratégia é fazer apostas e que fazer apostas a partir de alternativas não significa necessariamente fechar a porta a outras hipóteses, significa sim concentrar recursos num determinado rumo, apontar a alvos determinados, ancorar o desenvolvimento num conjunto definido de iniciativas e lançar processos estruturantes.

Tudo o resto que venha, desde que compatível com o rumo definido, será evidentemente acolhido numa dinâmica futura que nenhum plano deve pretender espartilhar de forma rígida.

O plano serve para focar acções, para estimular iniciativas, para coordenar esforços, para alavancar recursos, para lançar processos, não pretender limitar o curso das acções, nem condicionar dinâmicas instaladas ou potenciais.

Muitas vezes, o que é imediatamente lucrativo não é estrategicamente correcto e isto significa para o tema em apreço que devemos apontar objectivos enquadrados numa visão futuro para um horizonte de longo prazo e tendo sempre presente que a sustentabilidade, que é durabilidade, tem que ser inscrita em futuros mais longos.

Não se trata apenas de pensar em crescimento como um fim em si mesmo, nem de acolher qualquer iniciativa porque vem criar no imediato empregos e rendimentos.

Optamos por trabalhar com base num horizonte a 10 anos porque esta próxima década está inevitavelmente marcada por grandes mudanças

Como construir uma visão de futuro que possa ser partilhada e mobilizadora dos actores do processo de desenvolvimento turístico?

É a isto que se pretende responder na sequência do diagnóstico estratégico –

encontrar os pontos de força para apoiar intenções estratégicas inscritas nos cenários sobre as envolventes genérica e sectorial que vão provavelmente pautar o futuro da procura e da oferta turística que influencia de forma relevante o sistema turístico local que pretendemos influenciar.

As questões chave que marcam os termos de referência das opções de estratégia turística para o concelho de Santiago do Cacém colocam-se em domínios a dois níveis:

- a) No interior do sistema turístico local;
  
- b) Na envolvente do sistema turístico local.

### **7.3. Articulação de estratégias competitivas**

Insiste-se na nota de que, na concepção de plano estratégico interactivo, as estratégias, acções e projectos propostos não pretendem descrever exhaustivamente as actividades a desenvolver mas sim constituírem âncoras e propostas estruturantes dentro do conceito de planeamento inicialmente exposto.

É nesse sentido que a presente articulação de estratégias competitivas deve ser entendida, como uma matriz para desencadear acções num quadro de gestão estratégica do turismo no território.

Pela sua própria natureza, há domínios estratégicos que estão mais desenvolvidos e especificados do que outros, não por razões de ordem de importância mas porque será no decurso do processo de desenvolvimento que se poderão desenrolar acções, parcerias, atracção de investimentos, actividades de apoio, etc.

As acções estratégicas propostas têm sobretudo efeitos de alavanca e de âncora para o desenvolvimento e pretendem ser estruturantes no sentido exposto: o essencial da estratégia visa definir um conceito para o território enquanto destino

turístico e tomar opções sobre as fontes de vantagens competitivas em que se deve apostar.

As propostas centrais do Plano apontam intervenções consideradas estruturantes, i.e. com capacidade de integrarem um fio condutor de uma estratégia integradora de projectos e acções com efeitos sinérgicos sobre um produto turístico total a consolidar no território.

A competitividade constrói-se com um sistema de actividades que se reforçam mutuamente e que apresentam para os mercados emissores de turistas e investidores uma posição competitiva clara e diferenciada.

Como se afirmou inicialmente, o Plano não pretende abarcar a totalidade do processo de evolução do sistema turístico local no futuro, não tem um carácter regulamentar, nem é exaustivo, o Plano apresenta propostas com efeitos de alavanca, i.e. com capacidade para gerarem impactes positivos que ampliem o seu efeito isolado, e com um sentido estratégico unificado numa visão de futuro que dá um fio condutor à estratégia global deste território enquanto destino turístico.

No processo de gestão estratégica, deverá haver interacção com os diversos actores relevantes para o processo de desenvolvimento turístico, nem sempre em busca de consensos ou de acordo pleno com o que o plano preconiza, mas sim em busca de plataformas de avanço e de contratualização de acções, atentos o rumo e as linhas de orientação estratégica, mas sem pretensões de encerrar as iniciativas e as dinâmicas emergentes em programas pré-estabelecidos de forma rígida.

## **7.4. Domínios de actividades estratégicas, eixos estratégicos e projectos**

### **a) DOMÍNIOS DE PRODUTOS TURÍSTICOS**

#### **DOMÍNIO 1 – Desenvolvimento de produtos**

##### **EIXO DE PRODUTO 1 – Alojamento Turístico**

Estalagem do Parque Urbano do Rio da Figueira

Transformação da Pousada de São Tiago

Turismo de Habitação no Centro Histórico

Plano de Pormenor da Costa de Santo André

Aldeamento Turístico junto à Barragem de Campilhas

Pode-se atingir uma capacidade de alojamento turístico hoteleiro e complementar superior a 2.500 camas: mais 2.200 na Zona Norte e 300 na Zona Sul.

##### **EIXO DE PRODUTO 2 – Turismo Residencial**

Projecto “Casas de Santiago”

##### **EIXO DE PRODUTO 3 – Turismo Cultural**

Requalificação e animação do Centro Histórico

Parque Temático dos Moinhos e das Energias Alternativas

Rota dos Moinhos

##### **EIXO DE PRODUTO 4 – Turismo de Natureza e Ecoturismo**

Centro Interpretativo e Percursos de Natureza na Reserva Natural da Lagoa de Santo André

Centro Interpretativo do Montado

**EIXO DE PRODUTO 5 – Turismo Escolar e Juvenil**

Centro de Férias

Formatação pedagógica dos produtos de turismo de natureza/ecoturismo e turismo cultural

**EIXO DE PRODUTO 6 – Turismo de Sol e Praia**

Equipamentos e Apoios de Praia na Costa de Santo André

Valorização da Costa de Stº André para turismo de clima e balnear e ecoturismo

Plano de Pormenor da Costa de Santo André

Plano de Pormenor de Brescos

**EIXO DE PRODUTO 7 – Turismo em Espaço Rural**

Campanha de estímulo ao investimento turístico

Alcançar mais de 100 camas em empreendimentos de turismo em espaço rural.

**EIXO DE PRODUTO 8 – Turismo Sénior**

Empreendimentos para turismo de vilegiatura dirigidos aos segmentos sénior.

**EIXO DE PRODUTO 9 – Turismo Activo e Desportivo**

Campo Aventura

Apoio a Microempresas na Área das Multiactividades

Golfe – acolhimento preferencial a investimentos que surjam nesta área

Equitação e Turismo Equestre

**EIXO DE PRODUTO 10 – Caça Turística**

Permanecem as dúvidas genéricas sobre o interesse turístico deste produto, mas corresponde a recursos existentes no território e que podem ser desenvolvidos e explorados e existe potencial de mercado.

**DOMÍNIO 2 – Dinamização de Eventos e Animação Turística e Cultural**

## **b) DOMÍNIOS TRANSVERSAIS**

### **DOMÍNIO 3 – Marketing e Promoção Turística**

Reposicionamento do marketing a partir do conceito “Natureza e Turismo no Alentejo Litoral”

Estruturação de campanha promocional no conjunto do Alentejo Litoral

Foco de acções promocionais de produtos e percursos turísticos no Badoca Park ( por ser o sítio do concelho mais frequentado por turistas e excursionistas)

### **DOMÍNIO 4 – Formação de Recursos Humanos**

Formação de Guias Turísticos Locais

Formação de pessoal dos restaurantes e outros similares de hotelaria

### **DOMÍNIO 5 – Apoio ao investimento**

Organizar acções de estímulo e apoio permanente ao turismo em espaço rural, incluindo relações públicas e outras formas de comunicação e apoio a projectos de investimento.

Estas iniciativas ganharão eficácia se forem estabelecidos protocolos com canais de comunicação directa com a Direcção - Geral do Turismo e a Direcção Regional de Economia.

### **DOMÍNIO 6 – Sinalização e informação turística**

Painéis do Plano de Sinalização Turística do Alentejo ( ARTA)

Revisão da informação direccional, informativa e interpretativa do concelho

Posto de informação turística no Badoca Park



### **c) DOMÍNIOS DE GESTÃO**

#### **DOMÍNIO 7 – GESTÃO ESTRATÉGICA DO TURISMO**

Constituição da “Agência de Desenvolvimento Turístico do Alentejo Litoral”, com o carácter de associação público-privado e com intervenção no desenvolvimento de produtos e na promoção do destino ( o *benchmark* é a ATL – Associação de Turismo de Lisboa – que se considera um caso de sucesso).

#### **DOMÍNIO 8 – PLANEAMENTO E GESTÃO TERRITORIAL**

Conclusão dos Planos de Pormenor da Costa de Santo André e de Brescos

Contemplar na revisão do PDM a definição de perímetros urbanos nas aldeias que vierem a ser seleccionadas para o projecto “Casas de Santiago”.

Criação de condições para a implantação de empreendimentos turísticos junto às albufeiras de Campilhas e Fonte Serne.

Lançamento do projecto inter-municipal de qualificação da E.N. 261 como “ via turística”.

## **7.5. Portfólio de produtos**

Determinação da relevância estratégica dos recursos e selecção dos produtos turísticos a desenvolver, com orientações para a elaboração de programas específicos dos produtos prioritários e complementares seleccionados para o desenvolvimento da oferta turística em quantidade, diversidade, qualidade, competitividade e sustentabilidade.

A partir dos critérios de atractividade, capacidade competitiva e potenciais de expansão de produtos por segmentos (produtos-mercados), definem-se prioridades quanto aos domínios de macro e micro produtos turísticos a desenvolver:

### **Património Cultural**

- História
- Animação Cultural
- Gastronomia

### **Natureza e Paisagem**

- Turismo Natureza / Ecoturismo

### **Turismo em Espaço Rural**

- Turismo Rural
- Memórias

### **Sol, Mar e Praia**

### **Animação Turística**

- Turismo Activo e Desportivo / Aventura / Outdoor
- Centros hípicas e turismo equestre
- Caça turística
- Golfe

## **7.6. Marketing**

### **POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO GENÉRICO**

#### **NATUREZA E HISTÓRIA NO ALENTEJO LITORAL**

Conceitos estratégicos de posicionamento: natureza e história no Alentejo Litoral.

Este posicionamento implica alterar a imagem actual através de um novo posicionamento do concelho no contexto do Alentejo Litoral, abandonando ao área promocional Costa Azul.

- Utilidades e propostas de valor a desenvolver no sistema de actividades turísticas;
- Medidas para reforço da competitividade turística em qualificação, renovação e inovação;
- Estratégia genérica de marketing;
- Posicionamento institucional, identidade e marcas globais e por produtos-mercados
- Articulação do turismo com outros domínios de política regional e local;
- Identificação de apostas principais, iniciativas qualificadoras, projectos-âncora e acções estruturantes integradas no novo conceito estratégico.

As acções de marketing turístico institucional circunscrevem-se necessariamente ao composto de comunicação de marketing, aquilo que se designa correntemente promoção turística.

As marcas são um aspecto essencial do marketing, construir e gerir uma marca é o mais delicado dos assuntos a colocar no domínio da relação com os mercados, da eficácia das iniciativas promocionais e da eficiência no uso dos recursos.

Santiago do Cacém está inevitavelmente colocado sob a marca regional "Alentejo" e é preciso retirar daí as inerentes orientações, pois não é apenas uma fatalidade, tem implicações muito fortes, independentemente de julgarmos se são positivas ou negativas.

E, sob essa marca regional, que podemos considerar *umbrella*, na medida em que dá abrigo a realidades diversas, como pode o concelho de Santiago do Cacém afirmar com sucesso a sua estratégia de marketing?

Desde logo, há que optar por entrar isoladamente nessa marca *umbrella* "Alentejo" ou por utilizar uma sub-marca do tipo "Litoral" ou "Costa".

É útil reflectir sobre a opção "Costa Azul", opção que foi oficialmente afastada há três anos e hoje não faz mais sentido. Que sentido teve antes? Traduziu-se em que vantagens para Santiago? Alguma vez foram equacionadas em termos de composto de marketing?

Substituímos agora Costa Azul por Alentejo - e ninguém contesta a realidade regional evidente - mas importa fazê-lo de forma consciente e sem ambiguidades. Se há algo que pode ser fatal em marketing é a ambiguidade - é preciso encontrar posições claras e bem diferenciadas e afirmá-las através de comunicação para alvos bem definidos, ancoradas em atributos de imagem consistentes com o produto oferecido. Se assim não for, haverá sempre um elo fatal perdido na cadeia de construção do destino turístico local.

Santiago do Cacém tem problemas graves de identificação de imagem e terá sempre dificuldades de posicionamento

Posição diferenciada: Natureza e História

## **ALVOS DE MERCADO PRIORITÁRIOS**

### **Grande Lisboa - Famílias**

- Recreio e Lazer
- Turismo Cultural, de Natureza e Rural

### **Escolas**

- Programas Especiais de História e Natureza

### **Turistas alojados em Tróia e outros no Alentejo - Litoral, Évora, Beja ...**

### **Mercados Sénior do Norte da Europa para vilegiatura/estadas longas**

### **No contexto promocional da Região do Alentejo:**

- Mercado espanhol – Extremadura.
- Mercados externos - Alemanha, Holanda, Países Nórdicos.

## **7.7. Integração regional**

Os produtos turísticos são, em última análise, experiências que as pessoas vivem num dado espaço de recepção de actividades que designamos destino turístico.

Começamos então por não limitar artificialmente esse espaço-destino turístico - a missão do plano é desenvolver o sistema turístico local/municipal mas tal não significa obrigatoriamente que se encerre todo o processo nas fronteiras administrativas do concelho, havendo que promover a integração regional.

Não convém, nem adianta, traçar fronteiras municipais a pretender isolar um espaço de recepção de actividades turísticas, interessa estimular complementaridades e corredores e alargar raios de acção.

O espaço privilegiado de integração do concelho é o litoral, sem que isso se traduza em pensar apenas em sol e praia

A ligação Tróia-Santiago do Cacém pela E.N.261 merecia uma ligação do tipo *greenway* (parque linear) que se tornasse numa verdadeira via turística ao longo da qual se sucederiam as ofertas de recreio e lazer e cujo percurso fosse ele próprio uma experiência lúdica atractiva.

Ao mesmo tempo, poderia acertar-se um ordenamento turístico coordenado entre os municípios de Santiago do Cacém, Sines, Grândola e Alcácer do Sal que explorasse as complementaridades territoriais em recursos e projectos para criar um espaço linear consistente de recepção de actividades turísticas.

Estes quatro municípios são os que pertencem simultaneamente à Associação de Municípios do Litoral Alentejano e à Associação de Municípios do Distrito de Setúbal e que têm que gerir em termos de promoção turística o reposicionamento da passagem da Costa Azul para a área promocional do Alentejo.

Como nota a merecer reflexão profunda: Odemira tem uma posição diferente e

mais autónoma, optou por se manter independente com uma Comissão Municipal de Turismo e pode entrar, ou não entrar, em iniciativas concertadas neste conjunto; à partida, pensar num conjunto Litoral Alentejano significa incluir Odemira, se bem que, para o caso vertente da estratégia turística de Santiago do Cacém, seja muito mais relevante a ligação Norte.

Organizar a gestão estratégica do espaço turístico Alentejo Litoral: constituição da “Agência de Desenvolvimento Turístico do Alentejo Litoral”, com o carácter de associação público-privado e com intervenção no desenvolvimento de produtos e na promoção do destino ( o *benchmark* é a ATL – Associação de Turismo de Lisboa – que se considera um caso de sucesso).

## Património Histórico-Cultural

### DENOMINAÇÃO

Castelo de Santiago do Cacém

### DESCRIÇÃO

Castelo de origem árabe, reconstruído pela ordem de Santiago, após ter pertencido aos Templários em 1157.

### CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

### AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Elevada

### ACESSIBILIDADES

Boa a pé, média de automóvel.

### ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

O estado de conservação é bom.

A apresentação turística é prejudicada pela existência de um cemitério no interior

### VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Imagem destacada da cidade. É visitável pelo interior da muralha.

É usado como o elemento mais forte da identificação gráfica do concelho.

### COMPLEMENTARIDADES

Ponto importante da visita ao Centro Histórico, juntamente com a Igreja Matriz.

Liga com Passeio das Romeirinhas e Capela de S. Pedro.

Poderá articular-se com eventos temáticos ou pedagógicos.

Rentabilização dos edifícios municipais nas proximidades, bem como a Tapada do Palácio dando-lhes utilizações complementares ao Museu de Arte Sacra e restante centro histórico.

### POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

A desactivação do cemitério permitiria outras condições de uso turístico - prazo de execução indeterminado. Obras de consolidação pelo IPPAR. Projecto de arranjos exteriores, nova iluminação.

Projecto “Do Castelo Velho ao Castelo Novo passando pela Rota dos Moinhos”

### ACÇÕES RECOMENDADAS

Reduzir as expectativas dos visitantes para não se chocarem com o uso do interior do monumento.

Melhorar a interpretação histórica, no mínimo através de painel no local, devendo estudar-se a possibilidade de criar uma estrutura interpretativa da ocupação árabe, da conquista cristã e da época medieval (a estrutura pode localizar-se em outro local do Centro Histórico ou, em última análise, no Museu Municipal).

Reforçar a ligação temática com a Ordem de Santiago via Castelo e Pousada de Palmela, através de uma presença de comunicação nesse local que possa chamar visitantes.



DENOMINAÇÃO

Museu Municipal de Santiago

DESCRIÇÃO

Instalado no edifício da antiga cadeia que data de 1844. Exposição de espólio arqueológico desde o paleolítico. Contém colecções de arqueologia e numismática, etnografia e ofícios tradicionais

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Média

ACESSIBILIDADE

Boa. Dificuldades de estacionamento.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Muito boa apresentação, se bem que possa ser menos atractivo em termos de interpretação dado o número de peças e a diversidade de temas.

O museu apresenta-se dividido em várias salas: espólio arqueológico, sala de numismática, reconstituição de cozinha típica e quarto rural, cela e sala de exposições. Pela abrangência temática, oferece uma boa cobertura da oferta histórico-cultural do concelho.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Poucos visitantes - 9 mil/ano (comparado com Miróbriga, que tem 17 mil/ano)

COMPLEMENTARIDADES

Grande complementaridade com outros recursos nomeadamente com Miróbriga devido às peças expostas originárias de escavações arqueológicas aí efectuadas. Com visita ao Centro Histórico.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

O Museu pode fornecer ao visitante uma visão global da história, cultura e etnografia do concelho, o que é possível aperfeiçoar com recurso a novas tecnologias com maior interactividade com o visitante. Está incluído no roteiro do Conselho da Europa.

ACÇÕES RECOMENDADAS

Melhorar a sinalização do museu.

Criar condições de estacionamento para as viaturas de quem visita o centro da cidade.

Disponer de mais suportes informativos escritos.

Incorporar meios informáticos interactivos.

Desenvolver acções de marketing articuladas com o marketing turístico do concelho.

DENOMINAÇÃO

Pelourinho de Santiago do Cacém

DESCRIÇÃO

Situa-se na zona histórica da cidade. Foi reconstruído em 1845. No cimo do capitel apresenta um globo com a cruz da Ordem de Santiago.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Considerado como imóvel de interesse público.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

Está em articulação com os recursos existentes no centro histórico.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Valorização da praça com nova pavimentação e musealização dos edifícios envolventes. Reabilitação de todos os edifícios na envolvente do pelourinho.

ACÇÕES RECOMENDADAS

**DENOMINAÇÃO**

Ruínas Romanas de Miróbriga

**DESCRIÇÃO**

Ruínas de uma antiga cidade romana. Possui um fórum, zona habitacional, templos, termas e um hipódromo.

**CATEGORIA**

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva Internacional

Singularidade

Muito Bom

Notoriedade

Elevada

**ACESSIBILIDADE**

Boa

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Estado de conservação bom.

Apresentação boa.

Centro interpretativo a funcionar.

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

É um atractivo central, com cerca de 20.000 visitantes anuais.

**COMPLEMENTARIDADES**

Museu municipal.

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

Publicação da obra "Miróbriga: Arquitectura e Urbanismo".

Valorização da ligação das ruínas ao centro histórico e castelo.

O maior potencial é a integração com grande destaque nos "Itinerários Arqueológicos do Alentejo e Algarve".

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Organização de produtos turísticos a partir dos "Itinerários Arqueológicos do Alentejo e Algarve".

Apresentação e interpretação do Hipódromo.

Desenvolvimento de um projecto de parque temático sobre o Romano, localizado fora do sítio arqueológico, com o objectivo de aumentar a capacidade de carga de visitantes e de valorizar a experiência de visita na dimensão de interactividade e de imersão em conteúdos culturais com recurso a novas tecnologias.

Criação de eventos como recriações históricas para aumentar a visibilidade e proporcionar um carácter lúdico à visita.

DENOMINAÇÃO

Igreja de Nossa Senhora da Abela

DESCRIÇÃO

É um exemplo do neo-românico.  
Finais do séc. XIX início do séc. XX.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade Média

Notoriedade Fraca

ACESSIBILIDADE

Razoável

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Estado de conservação bom.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Aberta apenas para culto.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

Espectáculos culturais de música.

DENOMINAÇÃO

Ermida de Nossa Senhora do Livramento

DESCRIÇÃO

Situa-se no alto da Serra de São Francisco e encontra-se em ruínas.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Vulgar

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Muito difícil e mal sinalizada.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Ruína muito degradada.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Passeios pedestres e passeios de jipe.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Recuperação do imóvel pela junta de freguesia.

Criação de zona de lazer.

ACÇÕES RECOMENDADAS

Limpeza do local.

Sinalização do acesso por estrada.

Placa interpretativa.

DENOMINAÇÃO

Pelourinho de Alvalade

DESCRIÇÃO

Foi retirado do local nos anos 50, sendo recolocado em Setembro de 2000, 490 anos após a atribuição do Foral de Alvalade.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

Em conjunto com a Igreja Matriz, a Igreja da Misericórdia e a Ponte Medieval, forma o conjunto de atractivos de visita de Alvalade.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Englobado num projecto de arranjo global da Praça D. Manuel I

ACÇÕES RECOMENDADAS

DENOMINAÇÃO  
Moinho da Quintinha

DESCRIÇÃO  
Situado nas Cumeadas  
Moinho de traça típica alentejana completamente recuperado. Pode-se observar o processo de moagem tradicional dos cereais.

CATEGORIA  
Património natural  
**Património histórico-cultural**  
Actividades  
Equipamentos

AVALIAÇÃO  
Capacidade Atractiva Regional  
Singularidade Bom na classe  
Notoriedade Média

ACESSIBILIDADE  
Boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO  
Bom

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL  
Aberto ao público, tem visitas guiadas.  
Pode-se observar o processo de moagem tradicional dos cereais.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO  
Local de formação para futuros moleiros  
Está contemplado no projecto “Do Castelo Velho ao Castelo Novo passando pela Rota dos Moinhos”

ACÇÕES RECOMENDADAS  
Inclusão no conjunto de moinhos a recuperar no concelho (há 70 moinhos, sendo 50 de vento e 20 de água, caracterizados por 5 tipologias diferentes) a organizar num produto turístico “Rota dos Moinhos”.  
Inclusão numa “Rota dos Moinhos do Litoral” e acordos de cooperação com os concelhos limítrofes.

DENOMINAÇÃO

Igreja Matriz de Santiago do Cacém

DESCRIÇÃO

Séc. XIII. O exterior destaca-se pelas imponentes linhas barrocas tardias.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Média

ACESSIBILIDADE

A acessibilidade é boa.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Bom.

Classificada como Monumento Nacional desde 1910

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Aberta ao público para visitas.

COMPLEMENTARIDADES

Está integrada na muralha do Castelo.

Centro Histórico de Santiago.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Valorização da envolvente.

ACÇÕES RECOMENDADAS



DENOMINAÇÃO  
Igreja da Misericórdia

DESCRIÇÃO  
Séc. XVI, com influência maneirista.

CATEGORIA  
Património natural  
**Património histórico-cultural**  
Actividades  
Equipamentos

AVALIAÇÃO  
Capacidade Atractiva Local  
Singularidade Bom na classe  
Notoriedade Fraca

ACESSIBILIDADE  
Boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL  
Utilizada para a realização de exposições temporárias.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS  
Seria um bom local para albergar a colecção de achados arqueológicos dispersos na casa do povo e particulares.

DENOMINAÇÃO  
Igreja de Santa Cruz

DESCRIÇÃO  
Séc. XV

CATEGORIA  
Património natural  
**Património histórico-cultural**  
Actividades  
Equipamentos

AVALIAÇÃO  
Capacidade Atractiva Local  
Singularidade Bom na classe  
Notoriedade Fraca

ACESSIBILIDADE

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO  
Bom, estando a sofrer trabalhos de conservação bem como arranjos exteriores.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO  
Previsão de colocação de um cruzeiro no exterior, alusivo ao valioso crucifixo que está no seu interior.

ACÇÕES RECOMENDADAS

DENOMINAÇÃO

Igreja da Aldeia de Santo André

DESCRIÇÃO

Séc. XVIII. Estilo Barroco, tem um pórtico manuelino do séc. XVI que teria pertencido à primitiva igreja paroquial.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

Espectáculos culturais no domínio da música clássica.

DENOMINAÇÃO

Igreja de São Francisco da Serra

DESCRIÇÃO

Séc. XV. Igreja de traça manuelina. Tem pinturas a fresco do séc. XVII.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Razoável

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

Valorização das pinturas com melhor divulgação e enquadramento em circuito de visita.

Bom local para realizações culturais no domínio da música clássica.

**DENOMINAÇÃO**

Igreja de São Bartolomeu da Serra

**DESCRIÇÃO**

Igreja rural do séc. XVIII

**CATEGORIA**

Património natural  
Património histórico-cultural  
Actividades  
Equipamentos

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva	Local
Singularidade	Bom na classe
Notoriedade	Fraca

**ACESSIBILIDADE**

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Razoável

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

**COMPLEMENTARIDADES**

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Bom local para realizações culturais no domínio da música clássica.

**DENOMINAÇÃO**

Igreja Matriz de Alvalade

**DESCRIÇÃO**

Igreja do séc. XVI de estilo manuelino. Estatutária dos séc. XVI e XVII. Pinturas dos séc. XVII e XVIII. Talha dourada.

**CATEGORIA**

Património natural  
Património histórico-cultural  
Actividades  
Equipamentos

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva	Local
Singularidade	Bom na classe
Notoriedade	Fraca

**ACESSIBILIDADE**

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Bom

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

**COMPLEMENTARIDADES**

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Bom local para realizações culturais no domínio da música clássica.  
Valorização da envolvente.

DENOMINAÇÃO

Ponte Medieval de Alvalade

DESCRIÇÃO

Construção de origem, presumivelmente, medieval, assentando o seu tabuleiro sobre um conjunto de 5 arcos de diferentes dimensões, os quais se encontram protegidos por talha-mares e contrafortes.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Vulgar

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Difícil

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Encontra-se já em razoável estado de degradação

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

Museu/sala de arqueologia local

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Obras de conservação em 2001

ACÇÕES RECOMENDADAS

Melhorar a envolvente e a sinalização e criar um espelho de água que valorize a imagem da ponte.

DENOMINAÇÃO  
Ermida de São Pedro

DESCRIÇÃO  
Igreja rural do séc. XVI.

CATEGORIA  
Património natural  
**Património histórico-cultural**  
Actividades  
Equipamentos

AVALIAÇÃO  
Capacidade Atractiva Local  
Singularidade Bom na classe  
Notoriedade Média

ACESSIBILIDADE  
O acesso ao edifício não está aberto.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO  
Bom.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL  
Está encerrada.  
Valoriza muito a paisagem envolvente do Castelo.

COMPLEMENTARIDADES  
Proporciona, a par com o Castelo e a Igreja Matriz, um dos mais importantes conjuntos arquitectónicos do concelho.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS



DENOMINAÇÃO

Igreja do Cercal do Alentejo

DESCRIÇÃO

Séc. XVIII. Destaque para o retábulo de talha neo-clássica, assim como a estatutária. Estilo arquitectónico neo-clássico (barroco/pombalino)

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Média

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Aberta para visitas

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

DENOMINAÇÃO

Igreja de Nossa Senhora da Graça

DESCRIÇÃO

Séc. XVIII. Santuário de grande devoção Mariana. Azulejos e imagem de Nossa Senhora de valor artístico.

CATEGORIA

Património natural

**Património histórico-cultural**

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Realização de romaria/procissão e festa anual (Junho).

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

## Património Natural

**DENOMINAÇÃO**  
Lagoa de Santo André

**DESCRIÇÃO**  
É o maior conjunto lagunar a norte de Sines. É separada do mar por uma língua de areia que anualmente é rompida para manter o equilíbrio ecológico da lagoa.

Zona húmida costeira de importância internacional importante para passagem e estadia de aves. Este sistema lagunar é um importante reservatório de diversidade biológica, em razão da confluência de meios marinhos, duçaquícolas e terrestres e foi classificado como reserva natural.

Tem uma superfície média de 170 há, podendo atingir no Inverno 360 há.

**CATEGORIA**  
**Património natural**  
Património histórico-cultural  
Actividades  
Equipamentos

**AVALIAÇÃO**  
Capacidade Atractiva Nacional  
Singularidade Bom na classe  
Notoriedade Elevada

**ACESSIBILIDADE**  
Boa

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**  
É utilizada para banhos, pesca, windsurf, natação e barcos à vela, mas o valor mais singular e interessante é dos percursos de observação de aves.

**COMPLEMENTARIDADES**  
Praia do Monte Velho

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**  
Centro de Acolhimento na Quinta do Paio com vista à recuperação de espécies naturais (ICN).  
Elaboração de um plano de pormenor da Costa de Santo André.

**ACÇÕES RECOMENDADAS**  
Criação de percursos interpretativos de observação da natureza.  
Acções de educação ambiental.  
Organização de programas de Ecoturismo.

**DENOMINAÇÃO**

Praia da Costa de Santo André

**DESCRIÇÃO**

Praia atlântica. Única com uso balneário significativo

**CATEGORIA**

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Elevada

**ACESSIBILIDADE**

Boa

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Estacionamento desordenado.

Zona envolvente degradada.

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

Uso balnear.

**COMPLEMENTARIDADES**

Lagoa de Santo André e Parque de Campismo.

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

Projecto de requalificação da zona. O núcleo urbano da Costa de Santo André está classificado como núcleo turístico no PDM.

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Equipamento da zona envolvente para apoio ao uso balnear.

Reconversão dos edifícios de restaurantes e bares.

Construção de apoios de praia.

**DENOMINAÇÃO**

Praia do Monte Velho (ou Porto das Carretas)

**DESCRIÇÃO**

Situada a 3km da Vila Nova de Sto. André.

Praia isolada com pouca afluência de onde se pode ter uma perspectiva da Lagoa.

Está classificada com bandeira dourada pelo Ministério do Ambiente pela ausência de intervenção humana.

Não é uma praia adequada a uso balnear, sendo mesmo perigosa.

**CATEGORIA**

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

**AValiação**

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

**ACESSIBILIDADE**

Má

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Estado natural.

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

Percursos de natureza: “Moinho Velho” – inicia-se na estrada de acesso à praia um caminho de 2,5km até ao corpo central da Lagoa, a fazer a pé ou de jipe, com acesso limitado e pago, acompanhado por técnico do ICN; “Poço dos Caniços” – caminho de 1 km também a partir da estrada e com as mesmas limitações; “Barbaroxa de Baixo” - percurso de 3,5 km ao longo da praia passando pelas charcas intradunares (poços).

**COMPLEMENTARIDADES**

Lagoa de Santo André.

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Inclusão dos percursos nos programas organizados de observação da natureza preconizados para a Lagoa de Santo André.

**DENOMINAÇÃO**

Praia da Lagoa de Santo André

**DESCRIÇÃO**

Praia fluvial com muita afluência durante a época de Verão

**CATEGORIA**

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva Local

Singularidade                      Vulgar

Notoriedade                         Média

**ACESSIBILIDADE**

Boa.

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Má qualidade das águas e fundos lodosos.

Estacionamento desordenado.

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

Uso balnear (não deve ser estimulado).

Pesca e observação da natureza.

**COMPLEMENTARIDADES**

Está em articulação com a parte litoral do concelho e com o Parque de Campismo.

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Inclusão nos programas de observação da natureza preconizados para a Lagoa de Santo André.

DENOMINAÇÃO

Praia das Areias Brancas (ou Fonte do Cortiço)

DESCRIÇÃO

Situada 6km a Sul de Vila Nova de Sto. André.  
Praia atlântica com pouca afluência e muito perigosa para banhos.

CATEGORIA

**Património natural**  
Património histórico-cultural  
Actividades  
Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva	Local
Singularidade	Vulgar
Notoriedade	Fraca

ACESSIBILIDADE

Má.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Pesca à linha.

COMPLEMENTARIDADES

Lagoa de Santo André.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

DENOMINAÇÃO

Albufeira de Campilhas

DESCRIÇÃO

Construída em 1954 para o aproveitamento de energia hidroeléctrica e irrigação de terras.

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Média

ACESSIBILIDADE

Boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

Bom.

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Práticas recreativas de desportos náuticos não motorizados e pesca desportiva.

Valor paisagístico elevado.

COMPLEMENTARIDADES

Zona rural envolvente.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Encontra-se em apreciação o Plano de Ordenamento.

Criação de zonas para instalação de unidades de alojamento e animação turística.

Usos recreativos de apoio às unidades turísticas (limitados em função da qualidade da água e do facto de ser usada para rega).

ACÇÕES RECOMENDADAS

Equipamento de algumas zonas de apoio ao recreio náutico.



DENOMINAÇÃO

Albufeira de Fonte Serne

DESCRIÇÃO

Barragem de terra com uma área de albufeira de 105 ha e 17,5 m de altura.

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Média

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Práticas recreativas de desportos náuticos não motorizados e pesca desportiva.

Valor paisagístico elevado.

COMPLEMENTARIDADES

Zona rural envolvente.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Encontra-se em apreciação o Plano de Ordenamento.

Criação de zonas para instalação de unidades de alojamento e animação turística.

Usos recreativos de apoio às unidades turísticas (limitados em função da qualidade da água e do facto de ser usada para rega).

ACÇÕES RECOMENDADAS

Equipamento de algumas zonas de apoio ao recreio náutico.

DENOMINAÇÃO

Serra do Cercal

DESCRIÇÃO

É uma das maiores elevações do concelho, com 346 m de altitude

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade Média

Notoriedade Média

ACESSIBILIDADE

Má.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Realização de percursos pedestres.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

A existência de uma mina de ferro desactivada poderá funcionar como mais um aspecto de atractividade deste local.

ACÇÕES RECOMENDADAS

DENOMINAÇÃO

Serra de São Francisco

DESCRIÇÃO

Uma das maiores elevações do concelho.

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade Média

Notoriedade Média

ACESSIBILIDADE

Muito difícil.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Realização de percursos pedestres.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

Sinalização a partir de São Francisco e da costa.

DENOMINAÇÃO

Rio Sado

DESCRIÇÃO

Um troço deste rio passa perto de Ermidas (parte leste do concelho), bem como algumas ribeiras que são suas afluentes, criando paisagens de algum valor cénico.

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade Média

Notoriedade Fraca

ACESSIBILIDADE

Boa.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Realizam-se ocasionalmente percursos pedestres pelas suas margens.

Pesca fluvial.

COMPLEMENTARIDADES

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

Reconstrução do Moinho da Gamita, único exemplar de moinho de nó neste concelho e sua integração numa futura “Rota dos Moinhos”.

DENOMINAÇÃO

Passeio das Romeirinhas

DESCRIÇÃO

Construído em finais do séc. XIX é a estrada que circunda a colina do Castelo e que proporciona, devido à sua altitude (250 m), uma excelente panorâmica sobre as zonas limítrofes de Santiago do Cacém.

CATEGORIA

**Património natural**

Património histórico-cultural

Actividades

Equipamentos

AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva Local

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

ACESSIBILIDADE

Muito boa

ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

COMPLEMENTARIDADES

Conjuntamente com a Igreja Matriz, o Castelo, a Capela de São Pedro e o Centro Histórico de Santiago constitui o conjunto arquitectónico e paisagístico de maior valor do concelho de Santiago do Cacém.

POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

ACÇÕES RECOMENDADAS

### Equipamentos Turísticos

#### DENOMINAÇÃO

Badoca Park

#### DESCRIÇÃO

Parque florestal com animais e com passeios de jipe tipo “safari fotográfico” organizados com guia especializado.

#### CATEGORIA

Património natural  
Património histórico-cultural  
Actividades

#### Equipamentos

#### AVALIAÇÃO

Capacidade Atractiva	Regional
Singularidade	Bom na classe
Notoriedade	Elevada

#### ACESSIBILIDADE

Boa

#### ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO

#### VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL

Passeios em jipe, safari fotográfico, restaurante e parque infantil.  
Cerca de 80.000 visitantes anuais.

#### COMPLEMENTARIDADES

Actualmente funciona como atractivo isolado.

#### POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO

Articulação com programas de ecoturismo, designadamente na Lagoa de Santo André.

#### ACÇÕES RECOMENDADAS

Desenvolver os conteúdos interpretativos e de educação ambiental.  
Integrar o Parque na imagem turística do concelho.

**DENOMINAÇÃO**

Parque Municipal do Rio da Figueira

**DESCRIÇÃO**

Zona verde com atractivos que o tornam um local de repouso, lazer e algum desporto.

Era a antiga Quinta dos Condes d'Avillez.

**CATEGORIA**

Património natural

Património histórico-cultural

Actividades

**Equipamentos**

**AVALIAÇÃO**

Capacidade Atractiva Regional

Singularidade

Bom na classe

Notoriedade

Fraca

**ACESSIBILIDADE**

Boa para automóveis. Má para autocarros.

Acessos mal sinalizados.

**ESTADO DE CONSERVAÇÃO, APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO**

Bom estado de conservação. Precisa de arranjos na zona das hortas e na antiga casa.

**VALÊNCIA TURÍSTICA ACTUAL**

Possui diversas infraestruturas desportivas - piscinas pequenas, campo de badmington e um circuito de manutenção.

É muito usado para merendas e descanso por excursionistas.

**COMPLEMENTARIDADES**

Não estão exploradas no plano turístico.

Em virtude da existência da azenha, poderá ser incluída numa futura "Rota dos Moinhos".

**POTENCIAIS / PROJECTOS EM CURSO**

Construção do complexo de piscinas municipais (em curso).

Adaptação das antigas cavalariças para um estabelecimento hoteleiro ou similar.

**ACÇÕES RECOMENDADAS**

Execução dos projectos em curso.

Estudo da instalação de um estabelecimento hoteleiro de categoria superior nas antigas cavalariças - estalagem com espaço de restauração para festas, casamentos e eventos especiais, tendo acesso directo pela estrada e ligação ao núcleo do Parque pela zona da azenha.

Recuperação da azenha e arranjo do espaço envolvente.