



## Planeamento Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras

Operacionalização do Plano Estratégico

# ÍNDICE

1.	<u>Introdução</u>	pág. 3
2.	<u>Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras</u>	pág. 6
3.	<u>Enquadramento de Segmentos - Alvo</u>	pág. 11
4.	<u>Desenvolvimento da estratégia</u>	pág. 17
1.	<u>Introdução</u>	pág. 17
2.	<u>Definição e Programação de Acção</u>	pág. 30
1.	<b>Nível Externo:</b> <u>Captação de turistas para o Concelho</u>	pág. 33
2.	<b>Nível Interno:</b> <u>Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras</u>	pág. 128
3.	<u>Acções transversais</u>	pág. 160
3.	<u>Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta</u>	pág. 177
4.	<u>Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas</u>	pág. 183
5.	<u>Monitorização do Plano Estratégico</u>	pág. 243
6.	<u>Considerações Finais</u>	pág. 247

[Selecione o tema](#)

## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

### Desenvolvimento da estratégia

#### Introdução

#### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

#### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

#### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais

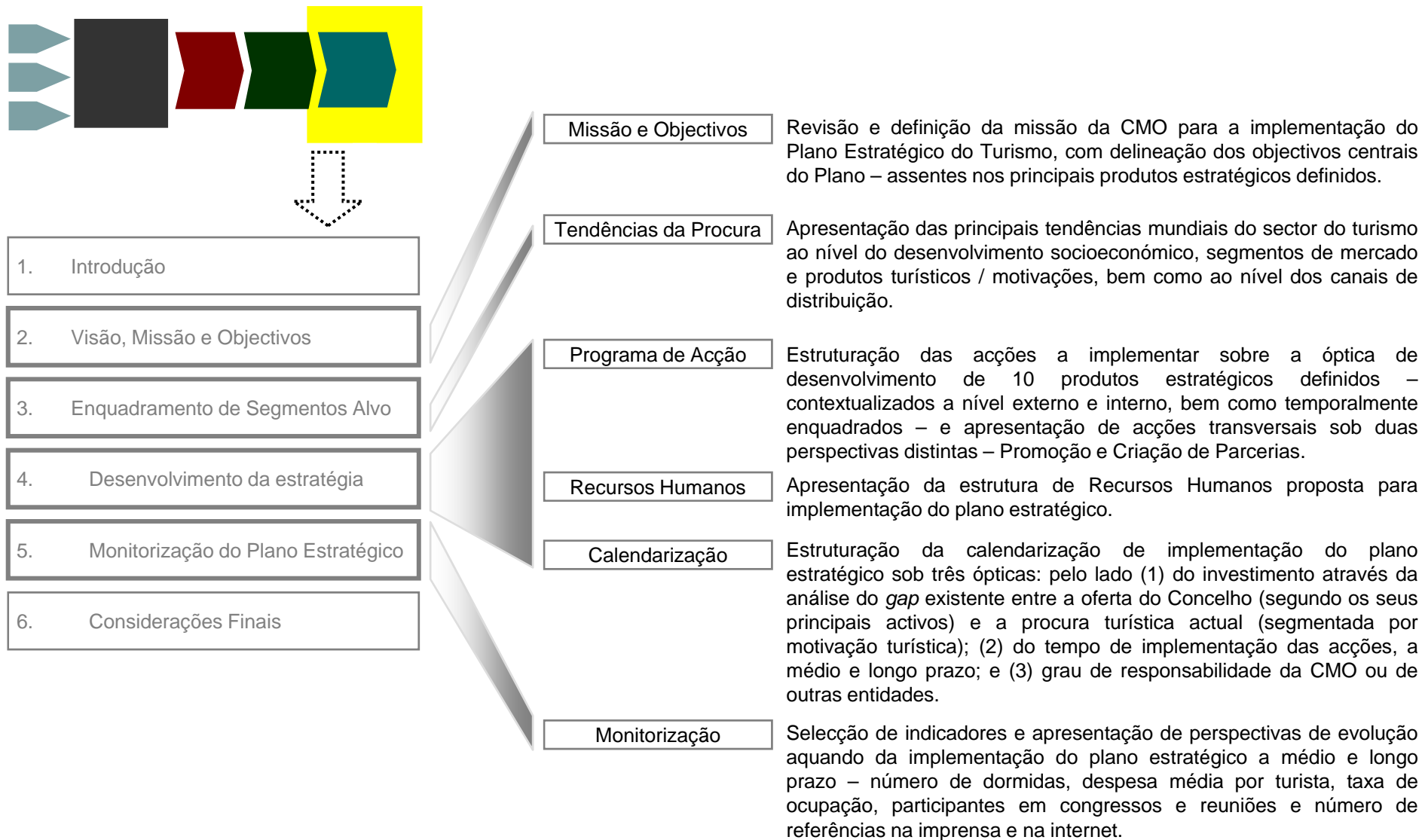
*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

# O desenvolvimento estratégico do destino Oeiras deverá estar a par e acompanhar as principais tendências dos dois destinos de maior proximidade e com melhor posicionamento na Região de Lisboa e Vale do Tejo – Lisboa e Cascais

Decorrente de uma aposta com sucesso na atribuição de uma qualidade de vida aos munícipes, a Câmara Municipal de Oeiras (CMO) considera este o momento certo para o desenvolvimento do sector do turismo no Concelho, no sentido de posicionar competitivamente o destino através de uma oferta de qualidade e de crescente atractividade ao nível de três diferentes dimensões: 1) Região de Lisboa e Vale do Tejo (LVT), 2) Nacional e 3) Internacional. O desenvolvimento sustentável do turismo do Concelho tem por base a presente elaboração do Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras, de acordo com a seguinte metodologia:



**O presente documento pretende definir um conjunto de estratégias e acções que visem compatibilizar o desenvolvimento de infra-estruturas, equipamentos, serviços e acessibilidades permitindo alavancar o turismo ao nível de uma oferta qualificada e diversificada**



## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

### Desenvolvimento da estratégia

#### Introdução

#### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

#### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

#### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

**Tendo por base a intenção de missão definida pela CMO e após a realização do diagnóstico foi possível identificar qual o posicionamento pretendido para Oeiras...**

*“Dotar o Concelho de infra-estruturas, equipamentos, serviços e acessibilidades que permitam que o turismo em Oeiras se desenvolva de forma sustentada e beneficie / valorize toda a economia do concelho” (CMO, definição de conceito)*

**O turismo de Oeiras desenvolver-se-á assente no seu património e equipamentos únicos, promovendo-se junto de visitantes – excursionistas e turistas – no âmbito da Região de Lisboa – dependendo do segmento – procurando maximizar a sua visibilidade como destino.**

**A sua promoção será realizada a solo ou no âmbito da Região de Lisboa dependendo dos produtos e maior ou menor facilidade em atingir os segmentos-alvo.**

...tendo por base a sua localização geográficas e as suas valências

## *OEIRAS...no centro da Grande Lisboa*

- ...Oeiras geograficamente encontra-se no centro da Grande Lisboa:
  - Próxima da capital Lisboa;
  - Englobando centros de decisão; e
  - Rodeada por pólos turísticos;
- ...Oeiras reúne uma oferta de serviços e infra-estruturas capaz de satisfazer diferentes segmentos de procura – pelo que o turista que se aloja em Oeiras **não tem que sair de Oeiras** para satisfazer as suas necessidades;
- ...Oeiras beneficia de um crescente *awareness* em motivações de procura emergentes em Portugal, tais como o Desporto e a Náutica, onde apresenta **uma oferta de dimensão**; e
- ...A oferta de serviços de Oeiras destaca-se pela **excelência e diferenciação**.



# Visão

O posicionamento interno

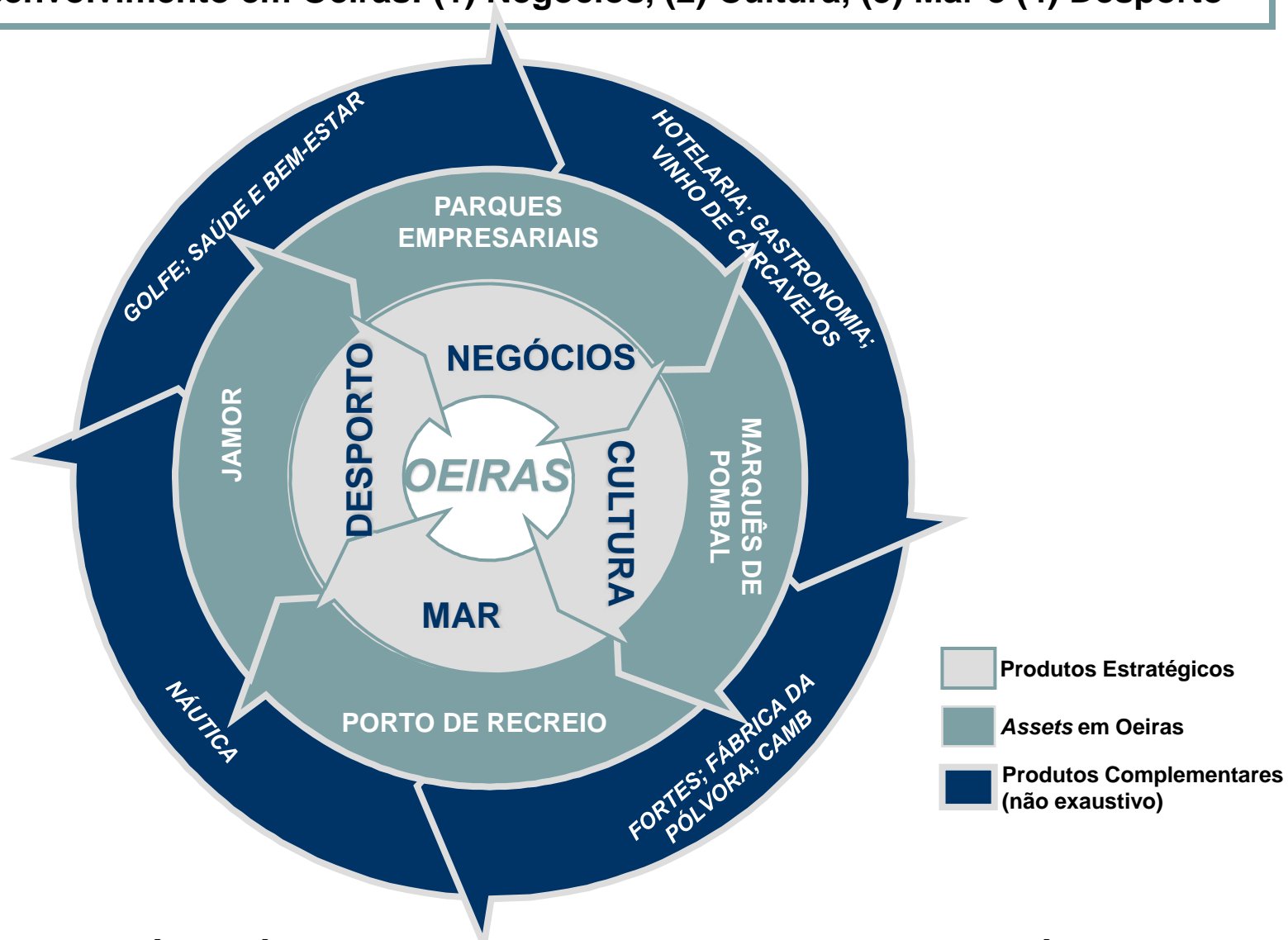
***NÃO EXAUSTIVO***



***OEIRAS...ao melhor nível da Europa***



Decorrente da necessidade de definir produtos estratégicos de aposta de desenvolvimento ou de consolidação, enumeraram-se quatro produtos estratégicos com potencial de desenvolvimento em Oeiras: (1) Negócios, (2) Cultura, (3) Mar e (4) Desporto



Através do seu cruzamento, é possível obter produtos complementares de importância nuclear na afirmação do destino tais como – Gastronomia, Saúde, Eventos, Golfe, entre outros

## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

## Enquadramento de Segmentos - Alvo

### Desenvolvimento da estratégia

#### Introdução

#### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

#### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

#### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais


*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

**A análise das tendências observadas a nível global permitiu a identificação de *gaps* na estratégia do Concelho de Oeiras...**




**... com maior ou menor impacto, na competitividade do Concelho de Oeiras e, conseqüentemente, na envolvente regional**


## Principais tendências mundiais do sector ao nível do desenvolvimento sócio-económico

- 
- A **globalização da economia**, a tendência de **privatização/desregulamentação** e o **desenvolvimento de tecnologias de informação**, são factores que dinamizam o mercado; o crescimento económico contribuirá para o aumento das viagens e do investimento público e privado em infra-estruturas/*visitor attractions*;
  - O sector **estimula o investimento** em novas infra-estruturas e/ou outros sectores de actividade (novos aeroportos/vias de comunicação rodoviárias, infra-estruturas de saúde, tratamento de água/lixo, recuperação de património histórico/cultural ou preservação de formas de cultura regionais, entre outros). Este investimento beneficia turistas e residentes, **integrando por isso as diversas estratégias de desenvolvimento local, regional e nacional**;
  - Os investimentos e a criação de emprego no sector **têm beneficiado, tendencialmente, regiões menos desenvolvidas**, promovendo a fixação demográfica e um desenvolvimento global mais equilibrado;
  - O **número crescente de mulheres na população activa** representa o aumento do rendimento disponível das famílias, assim como o alargar de segmentos-alvo dos diversos operadores de mercado;
  - A consciencialização para a necessidade de **preservação do ambiente** contribuirá para a recuperação de destinos turísticos degradados e para o melhor planeamento daqueles em desenvolvimento; e
  - A **melhoria dos níveis de educação e o acesso a informação** aumenta a propensão de procura de novas experiências, para novos destinos e com múltiplas motivações.

## Principais tendências mundiais do sector ao nível dos segmentos de mercado e produtos turísticos / motivações

- 
- **Bipolarização crescente** do turismo (1) em procura com maior exigência ao nível da **componente conforto** da viagem e (2) procura mais vocacionada para a **componente aventura**, dando resposta a cinco necessidades do viajante: lazer, diversão, emoção, segurança e educação;
  - **Crescente** exigência por parte do turista, decorrente de **maior número de viagens realizadas**;
  - **Aumento** do número de **viagens de negócios**, nas suas diversas componentes;
  - Tendência para o gozo de **férias repartidas e short-breaks**. Procura dos **destinos “moda”**, conseguida através de uma promoção/comunicação eficaz e da conjugação dos esforços das entidades, públicas e privadas;
  - **Crescimento** dos produtos relacionados com **Turismo de Saúde e Bem-Estar, Eco-Turismo, Turismo Rural, Sénior e Visita a Familiares e Amigos** acompanhado pela **perda de importância relativa do produto sol e praia**. Adicionalmente, o **segmento de mercado sénior**, em forte crescimento, poderá constituir um fluxo importante para os destinos turísticos que melhor se posicionem para responder às suas necessidades;
  - Crescente integração no sector turístico do mercado Mundial de **2ª e 3ª residência** e/ou formas de propriedade partilhada, com a decorrente **crescente integração do turismo com o turismo residencial**; e
  - Franco crescimento e representatividade mundial da vertente emissora dos mercados turísticos da **Alemanha, Japão, EUA e China**, cuja previsão da OMT para 2020 aponta para um total de 153 milhões de turistas, 142 milhões, 123 milhões e 100 milhões de turistas respectivamente.

## Principais tendências mundiais do sector ao nível dos canais de distribuição

- 
- Forte **concentração, horizontal e/ou vertical**, dos grandes operadores; e focalização em nichos de mercado ou destinos turísticos específicos de operadores de menor dimensão;
  - Acréscimo de **competitividade entre companhias de transporte aéreo** (regular, *charter* e *low cost*) com benefícios aparentes para o consumidor;
  - As novas tecnologias de informação terão um papel decisivo na distribuição turística, ao nível da crescente **desintermediação do sector** e à **maior diversidade de escolha** assim como de um papel mais activo – e com maior poder negocial – na organização da viagem; e
  - Tendência para a **crecente eliminação das formalidades burocráticas** associadas à realização de viagens, o que facilitará a sua organização e, em alguns casos, diminuirá substancialmente os seus custos. As viagens no interior do continente Europeu – quer de europeus, quer de turistas que se deslocam de fora da Europa – usufruem já desta vantagem comparativa face a outros destinos; esta tendência tem também um **impacto crescente no investimento em 2ª residência** fora do país de origem.

## A Europa tende a dar resposta à perda de quota de mercado por...

### ... (1) diferenciação da sua oferta e investimento/aproveitamento de activos não replicáveis

- aproveitamento de património cultural, histórico e monumental singular do continente europeu;
- reconversão de regiões abandonadas em processo de migração populacional para zonas urbanas, no sentido de atracção de segmentos de mercado que procuram o “regresso às origens”; e
- promoção conjunta do destino Europa, face a outras macro-regiões mundiais, decorrente da crescente integração europeia aos mais variados níveis e sectores de actividade.

### ... (2) maximização da alteração de modelos comportamentais

- maior número médio de viagens por ano, contribuindo para o aumento da procura pelos europeus de destinos *short e medium haul* na Europa;
- maior nível de saúde/independência de segmentos de elevada faixa etária da população, com consequente disponibilidade para viajar, alargando assim o *target* dos agentes turísticos internacionais;
- facilidade de deslocação intra-espço da União Europeia, com possibilidade de realização de viagens com menor preparação/maior espontaneidade; e
- apetência para crescente investimento em 2ª residência.

**Podendo Oeiras, com o produto adequado, e se devidamente promovido entre o sector público e privado, dar resposta a estes desafios.**



## Introdução

## Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

## Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

## Monitorização do Plano Estratégico

## Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

# O desenvolvimento de uma estratégia assenta em eixos centrais e transversais de desenvolvimento

**EIXOS CENTRAIS**

## ELEMENTOS ESTRUTURANTES

Dizem respeito essencialmente à coordenação entre o sector público e privado, nomeadamente as infra-estruturas existentes e futuras e ao *Brand Awareness* do concelho

## DIVISÃO GEOGRÁFICA DA PROCURA / TARGETS

Identificação dos mercados alvo de promoção em termos do seu potencial de atracção (*mix* potencial vs. atractividade)

## DIVISÃO GEOGRÁFICA DA OFERTA / PRODUTOS

Identificação dos produtos locais e serviços complementares associados a projectos de investimento âncora integrados na criação de programas / produtos

## PRODUTOS PRIORITÁRIOS

Identificação de produtos âncora para atrair procura para o concelho, tendo por base o reconhecimento limitado junto do mercado internacional.

**EIXOS TRANSVERSAIS**

## SEGMENTOS E MOTIVAÇÕES

- Quais os principais produtos de promoção ?
- Qual a dimensão certa para cada segmento de mercado e o seu potencial de crescimento ?
- Quais as motivações da procura para o concelho de Oeiras ?

## CANAIS DE PROMOÇÃO

- Quais os canais de distribuição mais utilizados e o impacto dos novos canais de distribuição ?
- Quais os *benchmarks* e *best practices* mais relevantes no que concerne à utilização dos diferentes canais de distribuição ?

## DESTINOS / PRODUTOS CONCORRENTES

- Quais os principais espaços concorrentes ?
- Qual o seu posicionamento promocional ?



## A base para elaboração do Plano Estratégico foi, além do seu enquadramento, a definição de eixos centrais de actuação...

A presente secção tem como objectivo enquadrar o desenvolvimento das acções apresentadas no Plano Estratégico detalhado no subcapítulo seguinte. Com o objectivo de melhor sistematizar as acções e, de forma imediata, as poder identificar com os seus objectivos específicos, foram divididas em quatro eixos centrais, definindo posteriormente as linhas prioritárias de cada um deles.

Foram assim definidos como eixos centrais:

Elementos **estruturantes**;

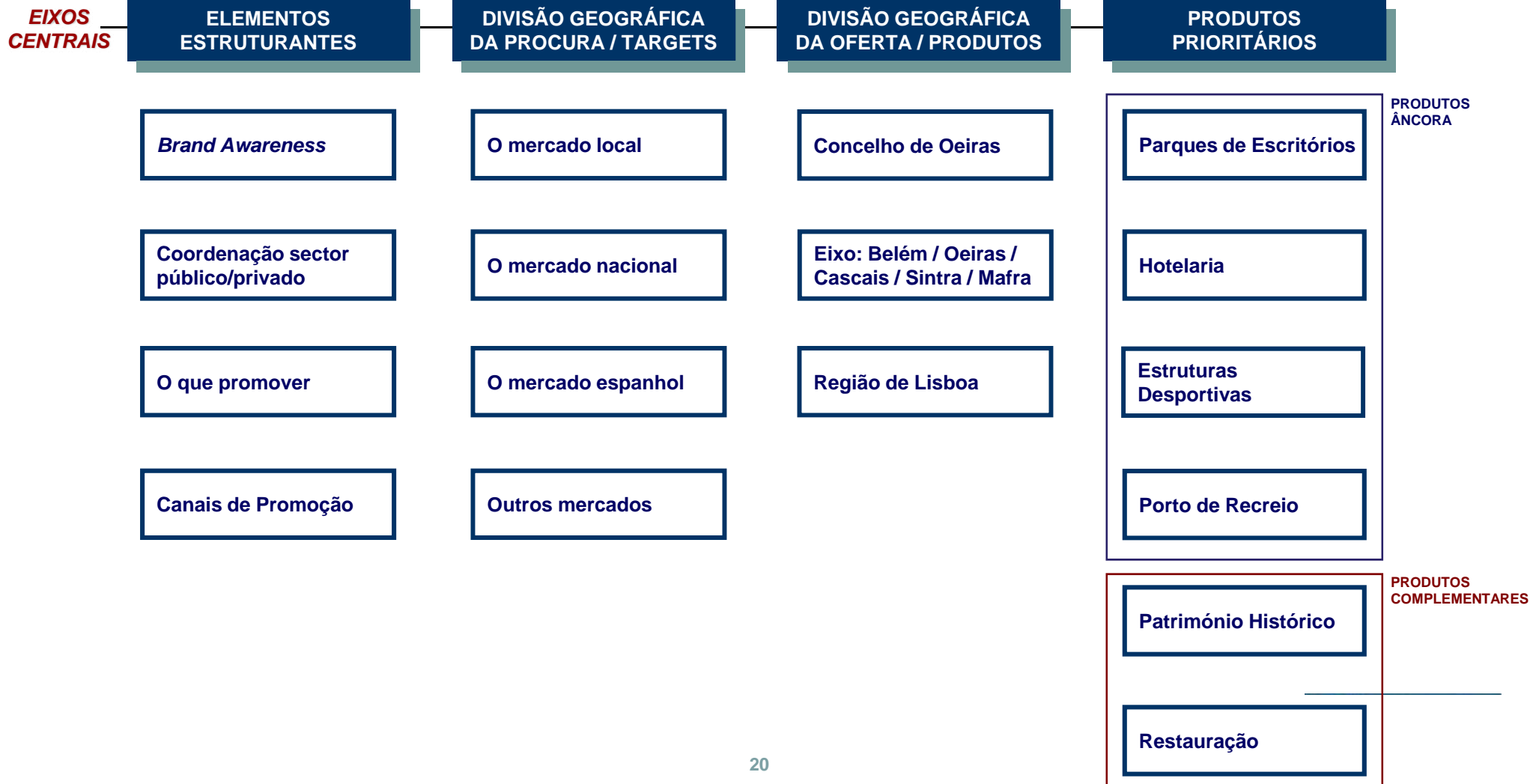
Divisão geográfica da **oferta**;

Divisão geográfica da **procura / targets**; e os

**Produtos** prioritários.

A lógica associada a esta divisão pode entender-se na sequência das palavras-chave de cada uma delas, ou seja, estruturantes, oferta, procura e produtos. No esquema da página seguinte é possível observar o nosso entendimento do enquadramento do Plano Estratégico do Turismo em Oeiras.

...apresentados sob a seguinte estrutura



**Ampliar o actual reconhecimento de Oeiras no mercado nacional e junto de outros mercados emissores, criar uma relação estreita entre agentes do sector públicos e privados constituem-se, entre outros, como elementos estruturantes na definição do Plano Estratégico**

## ELEMENTOS ESTRUTURANTES

### **Brand Awareness**

Oeiras, enquanto destino turístico, apresenta ainda um grau de reconhecimento limitado por parte (1) dos principais operadores do sector e (2) dos turistas dos principais mercados emissores. No entanto, existem determinados pólos da oferta com notoriedade nos mercados nacional e espanhol (hotelaria, restauração, porto de recreio, entre outros). O posicionamento de Oeiras enquanto destino turístico, e a correcta associação por parte da procura à oferta, é fundamental para o desenvolvimento sustentado de um destino.

### **Coordenação sector público/privado**

De forma a construir, e desenvolver sustentadamente um destino turístico, é fundamental a estreita colaboração entre os sectores público e privado. A tese, por vezes defendida, de que o sector do turismo é da exclusiva responsabilidade dos agentes privados não é adequada às exigências actuais da procura. A transversalidade do sector (economia, sociedade, cultura, transportes, saúde, património,...) “obriga” à intervenção do sector público como agente regulador e interventor no desenvolvimento do sector. No caso de uma Região de Turismo, a intervenção/comprometimento por parte das autarquias é condição *sine qua non* para a implementação de qualquer iniciativa no sector.

### **O que promover**

É necessário ter uma noção clara das alternativas que se deparam a Oeiras quando se pensa na sua promoção turística. Importância de (1) assegurar a imagem do destino associada a Negócios, posicionando Oeiras enquanto um destino integrado na Região de Lisboa; e de (2) encontrar soluções para a efectividade da promoção das especificidades de cada um dos seus produtos turísticos, adequando a oferta / promoção à procura prevista / potencial.

### **Canais de Promoção**

Todos os destinos turísticos “dependem” da organização dos canais de promoção do sector. Também no caso Oeiras este tema assume importância decisiva. O relacionamento entre todos os elos da cadeia de valor do sector – de onde se destacam neste âmbito os operadores turísticos, agências de viagem e unidades hoteleiras – é um factor central no desenvolvimento de um destino.

# A identificação da elevada proximidade de Oeiras a Lisboa, Cascais, Sintra e Mafra, é fundamental para a aceção de um destino turístico integrado na Região de Lisboa com crescente *awareness* junto dos principais mercados emissores europeus

## DIVISÃO GEOGRÁFICA DA PROCURA / TARGETS

### O mercado local

Os visitantes da região devem ser encarados como potenciais turistas e promotores da região (*word of mouth*) junto de familiares e amigos. Sendo importante consolidar a oferta turística destinada a este segmento de procura (restaurantes e eventos).

### O mercado nacional

Sendo um destino com pólos de atracção “conhecidos” de todos os portugueses, importa neste mercado ter uma abordagem mais focalizada em características de maior pormenor. Aspectos como a localização e principais características podem ser menos focados em detrimento de aspectos como a proximidade – para os produtos Negócios, Desporto e Cultura – ou a desmistificação da imagem de inacessibilidade e congestionamento associada. No mercado nacional, embora com potencial para tal, Oeiras não se posiciona como destino de referência.

### O mercado espanhol

É necessário dar continuidade a um processo de aprendizagem/venda sobre o destino Oeiras (1) junto dos operadores turísticos e (2) junto dos consumidores finais dos principais sub-mercados emissores de Espanha. De forma progressiva, e excluindo talvez a realidade de Madrid, a promoção deve evoluir da zona fronteira para o interior de Espanha.

### Outros mercados

A associação ao Turismo de Lisboa e a Cascais pode maximizar a procura por parte de mercados emissores e/ou produtos turísticos que, de outra forma não seria possível atingir sem um esforço promocional – e consequentemente financeiro – de difícil retorno, pelo menos a médio prazo. Também é assumido que Oeiras *per si* não tenha ainda produtos desenvolvidos para se posicionar de forma isolada na maioria dos mercados emissores.

# Uma vez mais importa assegurar a integração da oferta turística de Oeiras – quer a já consolidada quer a oferta por desenvolver – em destinos turísticos consolidados como Lisboa, Cascais e Sintra

## DIVISÃO GEOGRÁFICA DA OFERTA / PRODUTOS

### Concelho de Oeiras

Oeiras, com um desenvolvimento limitado no que respeita à oferta turística, fortemente vocacionada para o segmento corporate, apresenta hoje características que permitem posicionar per si como destino turístico. Adicionalmente deve incidir os seus esforços numa promoção do destino baseada na complementaridade de produtos que tem para oferecer. Esta será, talvez, a forma mais adequada para a promoção dos produtos-âncora a que Oeiras se pretende associar.

### Eixo: Belém / Oeiras / Cascais / Sintra / Mafra

A proximidade geográfica de Oeiras ao Eixo Belém – Cascais – Sintra – Mafra assume-se como um ponto forte no âmbito do desenvolvimento turístico do concelho, permitindo antecipar o seu posicionamento, decorrente de uma promoção efectiva, junto de produtos chave como cultura, arte, história e património.

### Região de Lisboa

Oeiras é actualmente um dos poucos Concelhos da Região de Lisboa que dá resposta, de forma sustentada, a uma procura turística – segmentos *corporate* e desportivo – ao longo de todo o ano. No curto prazo esta situação não deve alterar-se de forma significativa.

## O eixo central Produtos Prioritários é composto por duas partes – produtos âncora (Parques de Escritórios, Hotelaria, Estruturas Desportivas e Porto de Recreio) e produtos complementares (Património Histórico e Restauração)

### PRODUTOS PRIORITÁRIOS

Parques de Escritórios

Hotelaria

Estruturas  
Desportivas

Porto de Recreio

Os parques de escritórios são um produto por excelência de Oeiras. O facto de já ser um produto com um grau de maturidade elevado na Região de Lisboa, acrescido de consecutivos investimentos em novos projectos nesta área (centros de congressos e hotelaria de classificação superior), fazem com que este produto seja central no desenvolvimento futuro do Concelho e da Região. O desenvolvimento do produto tem como objectivo desenvolver (1) *Meetings & Incentives*; (2) o prolongamento da estada dos “tradicional” Homens de Negócios e (3) Congressos.

O Centro Desportivo Nacional do Jamor assume uma importância nuclear ao nível da oferta de infra-estruturas desportivas no contexto nacional. Contudo uma das lacunas é a sua reduzida visibilidade nos mercados internacionais, contribuindo para tal a inexistência de sinergias com a hotelaria e outros prestadores de serviços do concelho. O desenvolvimento do produto tem como objectivo desenvolver (1) estágios desportivos nacionais das diferentes modalidades, (2) captação de eventos nacionais de modalidades de grupo, e (3) estágios desportivos internacionais.

A edificação do Porto de Recreio marcou o início da aposta do município de Oeiras no Turismo Náutico, conquistando já o seu posicionamento competitivo face a oferta da Região de Lisboa por via da classificação obtida de Porto de Recreio com Bandeira Azul no ano 2007. Importa ampliar o esforço de promoção do Porto de Recreio através da qualificação da oferta de serviços de apoio e da captação de eventos com visibilidade internacional.

São – pelo menos no curto-médio prazo, e para o mercado português e espanhol – produtos que serão complementares do destino (ex. Raiz histórica do Marquês de Pombal, Fortes, Fábrica da Pólvora, excelência da gastronomia e serviço de restauração). No longo prazo, e com o processo de desenvolvimento “tradicional” dos mercados português e espanhol, estes produtos poderão posicionar-se como produtos âncora.

Património Histórico

Restauração



**Complementarmente à definição de eixos centrais de actuação (descritos anteriormente), para a elaboração do Plano Estratégico foi igualmente determinante a definição de eixos transversais...**

A definição de eixos transversais no âmbito da elaboração do Plano Estratégico é fundamental para a determinação de prioridades de actuação aquando da implementação da estratégia. Foram assim definidos como eixos transversais:

**Segmentos e Motivações;**

**Canais de Promoção; e**

**Destinos / Produtos Concorrentes.**

No esquema da página seguinte é possível observar o nosso entendimento do enquadramento do Plano Estratégico do Turismo em Oeiras, segundo a definição de prioridades na matriz dos eixos transversais.

## ...apresentados sob a seguinte estrutura

### EIXOS TRANSVERSAIS



# A percepção do posicionamento actual dos Segmentos e Motivações que caracterizam a procura por Oeiras permite antecipar o potencial de procura turística futura do destino

## SEGMENTOS E MOTIVAÇÕES

### Turismo de Negócios

A aposta do Concelho no desenvolvimento de infra-estruturas de apoio ao sector terciário, permitiu o posicionamento competitivo de Oeiras – face à realidade da Região de Lisboa – no segmento *corporate*. Assim importa conceder visibilidade internacional do Concelho em termos de destino vocacionado para o segmento *business* na sua ampla diversidade de produtos – reuniões, congressos, exposições e incentivos.

### Turismo Desportivo

A visibilidade nacional do Turismo Desportivo no Concelho de Oeiras passa essencialmente pela localização do Centro Desportivo Nacional do Jamor. Contudo o Concelho não beneficia, ainda, do potencial de mercado que este segmento encerra, sendo uma prioridade o estabelecimento de sinergias entre os diversos *players* de modo a alargar a visibilidade nacional e alcançar visibilidade internacional.

### Turismo Náutico

Segmento de natureza recente no Concelho de Oeiras, alavancado pela edificação do Porto de Recreio de Oeiras em 2005. A visibilidade actual prende-se sobretudo com o mercado nacional, observando-se contudo uma penetração no mercado internacional através do apoio logístico em provas náuticas internacionais.

### Turismo Cultural

A parte mais significativa do património histórico do Concelho de Oeiras está intimamente associado ao período de maior desenvolvimento da capital portuguesa – período Pombalino. Actualmente a sua importância no contexto da Região de Lisboa é bastante reduzida, não obtendo visibilidade nacional nem se posicionando como *visitor attraction* para o mercado internacional que viaja motivado pela cultura.

# Um dos Eixos Transversais importantes de determinar no âmbito do desenvolvimento de uma estratégia são os Canais de Promoção, constituindo este o elemento chave da comunicação de um destino turístico

## CANAIS DE PROMOÇÃO

### Internet

A internet é a hoje em dia o principal meio de comunicação para alcançar uma ampla variedade e diversidade de públicos alvo – segmentos de mercado, mercados emissores, profissionais de diferentes áreas, entre outros. Por isso importa que este canal de promoção seja inteligentemente explorado com o objectivo de posicionar competitivamente Oeiras nos segmentos alvo previamente definidos.

### Outdoors e novas tecnologias

Paralelamente à internet, também a aposta no posicionamento de Oeiras através das novas tecnologias de comunicação poderá resultar num elevado benefício para o destino. Alguns dos exemplos mais frequentes e com maior impacto nos diferentes segmentos-alvo são: (1) canal de televisão promocional, (2) *podcasts*, (3) informação através de sms e mms, (4) audioguias para cidades, (5) brochuras electrónicas, entre outros.

### TO's e AV's 1

A visibilidade do Concelho de Oeiras e do seu potencial turístico – sempre integrado nas principais valências da Região de Lisboa – tem obrigatoriamente de passar pela distribuição turística tradicional. Apesar da crescente redução de agências de rua, estes constituem, ainda no seio de alguns mercados, uma fonte importante de tomada de decisão para as opções de férias, designadamente os que complementam a informação sobre os destinos nas suas páginas de internet e que atribuem uma elevada importância à realização de *fam trips* para maior contacto com o destino.

### Imprensa

Uma das formas de ultrapassar a visibilidade actual de Oeiras – circunscrita a um contexto local – é a passagem obrigatória pela imprensa especializada no sector do Turismo. Esta tem-se revelado em determinados mercados emissores e segmentos alvo uma relevante fonte de informação sobre a abrangência de oferta turística de alguns destinos, gerando por vezes *repeat visitors*. A aposta na realização de *press trips* – nacionais e internacionais – assume um papel nuclear na implementação do plano estratégico.

<sup>1</sup> Operadores Turísticos e Agentes de Viagem

# A identificação dos Destinos / Produtos Concorrentes de Oeiras permite antecipar o posicionamento competitivo do destino – integrado na Região de Lisboa e beneficiando das sinergias entre os destinos já consolidados – que o plano estratégico deve visar

## DESTINOS / PRODUTOS CONCORRENTES

Lisboa

Cascais

Sintra

Mafra

Apesar da importância da integração da oferta de Oeiras no contexto da oferta turística da Região de Lisboa, existem alguns produtos onde Oeiras revela potencial de afirmação perante os Concelhos com quem concorre na sua maior proximidade – Lisboa, Cascais, Sintra e Mafra.

Os produtos (1) *corporate* e (2) cultura – história e arte – encerram em Oeiras um elevado potencial de afirmação complementando Lisboa. Numa análise separada é possível verificar, que no caso do segmento *corporate* a oferta de um centro de congressos para eventos de média dimensão e o crescimento e qualificação da diversidade do parque hoteleiro vai aumentar a visibilidade de Oeiras.

Em Oeiras é possível identificar alguns produtos com potencial de afirmação aproximando-se de Cascais: (1) náutica, (2) eventos e (3) lazer. Uma vez mais, quando analisados separadamente os produtos, é possível observar que no caso da náutica a sua competitividade, passa necessariamente pelos investimentos em infra-estruturas previstos para a orla marítima, que contribuirão para ampliar a actual capacidade de Oeiras quer para embarcações quer para a organização de eventos internacionais, frequentemente realizados em Cascais.

Sintra e Mafra são destinos já consolidados na procura turística de base cultural e histórica. Oeiras pode beneficiar dessa consolidação integrando a sua oferta turística nestas áreas com aqueles municípios.

## Introdução

## Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

## Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### **Definição e Programação de Acção**

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

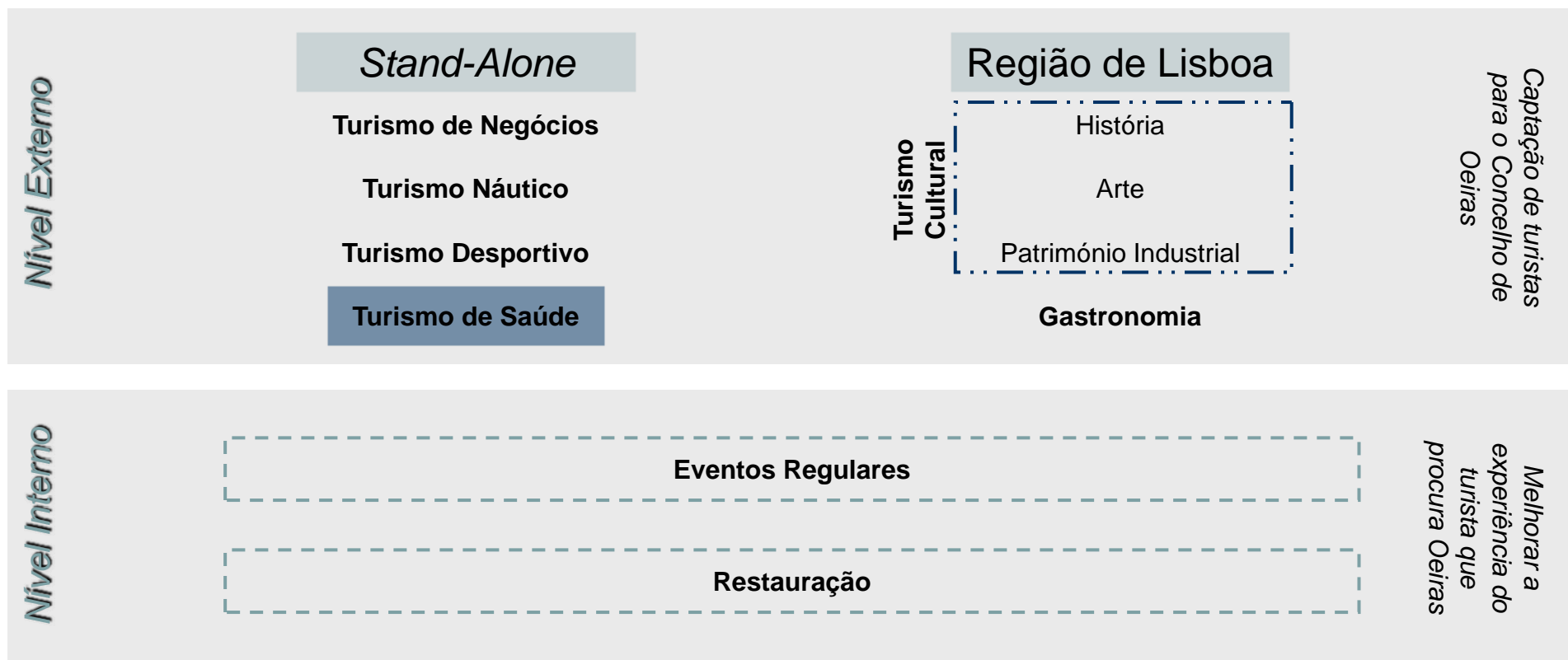
## Monitorização do Plano Estratégico

## Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

A operacionalização das medidas propostas terá como base (1) uma perspectiva temporal; a par de (2) um enquadramento regional – nível externo e interno

PLANO ESTRATÉGICO DO TURISMO PARA O CONCELHO DE OEIRAS



# A operacionalização das acções propostas no âmbito do plano estratégico será desenvolvida tendo por base a seguinte estrutura

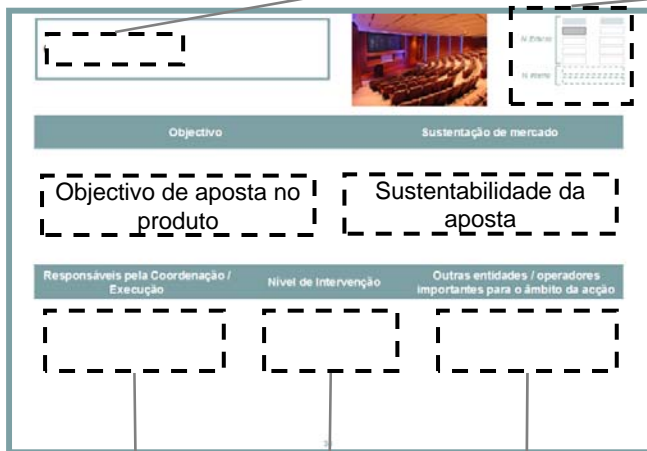
1º

Identificação do produto em análise

2º

Análise de cada um dos produtos chave para o Plano Estratégico do Turismo

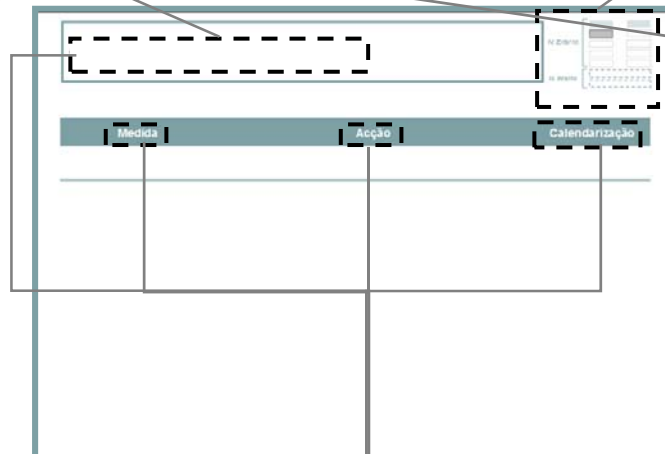
3º



Responsáveis pela Coordenação / Execução

Nível de Intervenção

Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção



Agrupamento das estratégias definidas por produto e por temas (1) Desenvolvimento da oferta instalada, (2) Operacionalização da acção e (3) Promoção do produto turístico. Concretização das medidas, acções e calendarização.



Vantagens e Pontos Fortes de desenvolvimento do produto do Concelho de Oeiras

Factores Críticos de Sucesso do desenvolvimento do produto



## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

# Introdução

O desenvolvimento da estratégia tendo por base o **Nível Externo** – onde o objectivo nuclear é a captação de turistas para o Concelho de Oeiras – prende-se com a selecção de um conjunto de produtos turísticos cujo potencial de desenvolvimento poderá ser a solo (*Stand-Alone*) ou integrado na Região de Lisboa.

Assim no presente tema – **Nível Externo** – será apresentada a definição e programação das acções alocadas ao desenvolvimento (1) Stand-Alone do

- i. Turismo de Negócios,
- ii. Turismo Náutico,
- iii. Turismo Desportivo e
- iv. Turismo de Saúde.

E na (2) Região de Lisboa da

- v. História,
- vi. Arte,
- vii. Património Industrial, e
- viii. Gastronomia.

# TURISMO DE NEGÓCIOS

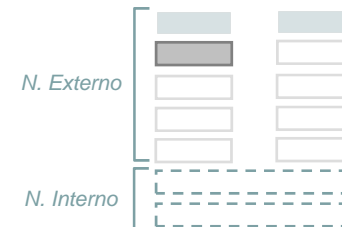
Nível Externo

*Stand-Alone*



# Turismo de Negócios

## OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



### Objectivo

**Consolidar o segmento *corporate* e identificar medidas de atracção de novas empresas, estimulando a criação de uma oferta abrangente de serviços.**

### Sustentação de mercado

É hoje uma realidade a importância que assume o segmento *corporate* do Concelho de Oeiras, não apenas a nível local, mas também regional. A aposta na consolidação deste segmento passa frequentemente pela (1) atenuação da sazonalidade dos destinos, (2) aumento da despesa média por turista e (3) geração de *repeat visitors* associados a outras motivações. De salientar também o elevado efeito multiplicador deste segmento.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
  - AITEC \*
  - Tagus Park
  - Lagoas Park
- Outros parques de escritórios
- Empresas de Organização de Eventos

### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Empresas sediadas no Concelho
  - Imobiliárias
- *Destination Management Companies*
  - *Professional Congress Organizer*
- Hotéis, Distribuição Turística, Rent-a-Car, Animação, outros *players* do turismo

\* Agência para a Internacionalização, Promoção e Desenvolvimento Empresarial e das Tecnologias de Oeiras

**Uma das premissas do município é manter o nível de atracção de novas empresas capazes de gerar postos de trabalho de alta qualificação, tendo para esse efeito sido constituída a AITEC**

Oeiras concentra actualmente o maior número de empresas de elevado nível tecnológico e científico de Portugal. Tendo como objectivo a manutenção do seu nível de atracção, a Câmara Municipal de Oeiras em conjunto com 10 empresas do Concelho, assinaram a escritura da nova agência destinada a projectar internacionalmente três núcleos tecnológicos: das tecnologias tropicais <sup>1</sup>, da informação e comunicação <sup>2</sup> e das biotecnologias e tecnologias da saúde <sup>3</sup>. Surge assim, no início de 2008, a **AITEC – Agência para a Internacionalização, Promoção e Desenvolvimento Empresarial e das Tecnologias de Oeiras.**

## AITEC

### Regime

Associação de direito privado, sem fins lucrativos, políticos ou religiosos, dotada de personalidade jurídica

### Objectivos

Realização de actividades de promoção e de desenvolvimento empresarial e tecnológico;  
Incrementar a produtividade e a competitividade empresarial e constituir-se como agente dinamizador das novas actividades económicas;  
Incentivar o investimento através da (1) promoção da imagem do Concelho – nível nacional e internacional – apresentando as suas potencialidades na área de serviços de elevada qualidade e da incorporação de tecnologia, (2) promoção da criação de novas empresas em sectores de serviços com processos inovatórios e de alto valor acrescentado;  
Propiciar a criação de redes empresariais e de *clusters* compreendendo empresas de elevada intensidade tecnológica e centros de investigação e universidades do concelho de Oeiras, na perspectiva da criação de um *Oeiras Valley*,  
Entre outros.

Fonte: Câmara Municipal de Oeiras

<sup>1</sup> Aproveitando a Estação Agronómica e outras unidades;

<sup>2</sup> Com sede no Tagus Park;

<sup>3</sup> Centrado no Instituto Gulbenkian da Ciência

## O novo organismo com sede no Tagus Park reúne como responsáveis a Câmara Municipal de Oeiras e 10 das maiores empresas do Concelho...

### AITEC

#### Responsáveis

Câmara Municipal de Oeiras: Sócio fundador;

Dez grandes empresas sedeadas em Oeiras:

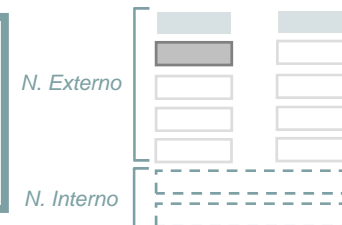
- Saúde: Infosaúde e Clinichaves SGPS;
- Ensino, Investigação e Inovação: EIA (gestora da Universidade Atlântica), Instituto de Soldadura e Qualidade, Sociedade Portuguesa de Inovação, Tagusparque e Compta;
  - Turismo: Solplay Hotel e Vila Galé; e
- Construção e Obras Públicas: Armando Cunha, SA

*"O conceito é fazer de Oeiras um vale tecnológico onde proliferam ideias, a inovação é constante e onde uma intranet liga todas as empresas, para que saibam o que se passa no concelho "* (Presidente da AITEC: Luís Todo Bom, gestor e professor universitário)

**...sendo um dos objectivos a atracção de mais empresas para a AITEC, aumentando para mais de vinte o número de associados.**

# Turismo de Negócios

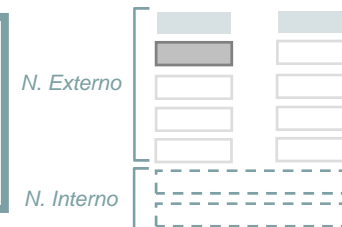
## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/2)



Medida	Ação	Calendarização
<b>Identificação e criação de novos terrenos para a construção de hotéis vocacionados para o segmento <i>corporate</i></b>	<p>A diversidade da oferta de hotelaria num destino é importante para ampliar o seu nível de captação de diferentes segmentos de mercado, importando por isso uma selecção criteriosa de marcas e categorias de hotéis que se pretende para o Concelho;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Desenvolvimento do projecto do centro de congressos com capacidade superior a 3 000 pessoas e que cumpra os requisitos internacionais das organizações de eventos <i>corporate</i></b>	<p>Edificação de centro de congressos de referência, baseado nas necessidades. Aposta numa estrutura moderna, após auscultar agentes do sector e efectuar estudos de mercado;</p> <p>Estabelecer parcerias com associações de organizações de eventos <i>corporate</i> internacionais visando a integração nos rankings da ICCA (International Congress &amp; Convention Association), bem como a candidatura a membro associado;</p> <p>Assegurar a gestão profissional do espaço;</p> <p>Analisar eventos internacionais com potencial de rotatividade para Oeiras, segundo as áreas profissionais das principais empresas sediadas no Concelho – informática, laboratórios de investigação, farmacêutica, etc. – contactar a ICCA para pedir esclarecimentos;</p> <p>Estabelecer parcerias com universidades e fundações – através da cedência de espaços da CMO;</p>	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo de Negócios

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/2)

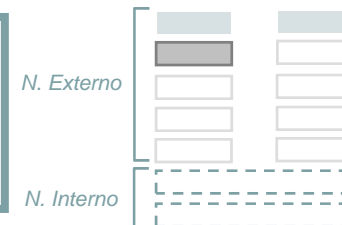


Medida	Acção	Calendarização
<b>Redimensionamento da rede de transportes de suporte aos parques empresariais</b>	<p>Atenuar a dependência de viatura própria dos trabalhadores residentes no Concelho na sua deslocação ao trabalho, desenvolvendo circuitos de transportes públicos adequados ao mercado empresarial, identificando os pontos de maior concentração;</p> <p>Criação de corredores “bus” e de corredores verdes (bicicletas e peões) com ligação entre as principais interfaces de transportes (estações de comboio, SATU) e os parques empresariais, centros de congressos e hotéis;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Identificação e criação de novos terrenos para a construção de parques de escritórios</b>	<p>Manter o ritmo de edificação de parques empresariais, sendo importante contudo a atracção de áreas empresariais pouco exploradas (investigação, inovação, entre outras), cujos edifícios deverão estar preparados para o respectivo acolhimento;</p>	<b>Longo Prazo</b>



# Turismo de Negócios

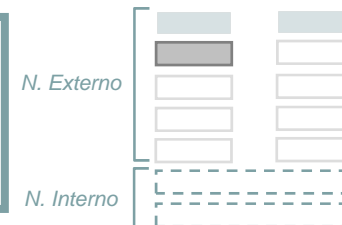
## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO



Medida	Acção	Calendarização
<b>Atracção de um crescente número de empresas de Investigação e Desenvolvimento</b>	<p>Identificação e selecção de empresas de Investigação e Desenvolvimento com cobertura mundial para estabelecer contacto e apresentar o Concelho de Oeiras com uma oportunidade de expansão;</p> <p>Definição de atribuição de incentivos (redução dos valores de aquisição do imobiliário) às empresas que revelem potencial para se sediar no Concelho;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Atracção de novas empresas de renome para o Concelho que se caracterizem por uma dimensão de <i>stand alone</i> ou que se fixem nos parques empresariais</b>	<p>Identificação e selecção de empresas à semelhança da Nokia com potencial para se fixarem no Concelho e que visem a dinamização do segmento <i>corporate</i> na hotelaria;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Aproximação da Câmara Municipal de Oeiras ao <i>trade</i> do concelho</b>	<p>Promoção de encontros regulares entre a Câmara Municipal de Oeiras e o <i>trade</i> do concelho – hoteleiros – com o objectivo de aferir as necessidades e estabelecer parcerias de cooperação;</p>	<b>Médio Prazo</b>

# Turismo de Negócios

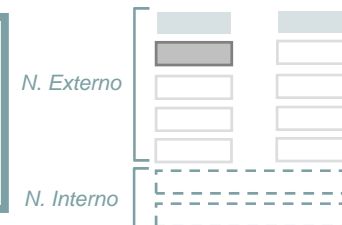
## III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção das áreas e parques de escritórios: junto de promotores imobiliários e mediadores internacionais</b>	Elaborar uma apresentação da oferta de parques empresariais do Concelho de Oeiras, espelhando indicadores como dimensão, oferta de serviços, empresas sediadas e respectiva dimensão, acessibilidades e facilidades de negociação;	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Promoção dos hotéis e áreas de conferência: junto de DMC's (<i>destination management companies</i>) e PCO's (<i>professional congress organizer</i>) nacionais e internacionais</b>	Elaborar uma apresentação da oferta de serviços de apoio ao segmento <i>corporate</i> concretizando a capacidade hoteleira, respectiva classificação e marcas hoteleiras presentes no destino;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Participação em feiras da especialidade</b>	Identificação e selecção de feiras de congressos e incentivos, internacionais, com dimensão e potencial para atrair para Oeiras (ex. EIBTM – <i>The Global Meetings &amp; Incentives Exhibition</i> );  Participação / presença do Concelho em feiras, na perspectiva de apresentar o conjunto de serviços e equipamentos de apoio à organização de eventos <i>corporate</i> em Oeiras;	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo de Negócios

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/2)



#### Medida

#### Ação

#### Calendarização

**Realização de *fam trips* com o mercado nacional e internacional**

Seleção de empresas sediadas no Concelho de Oeiras para organizar visitas guiadas pelo Concelho com um programa rico ao nível cultural, gastronómico e de actividades de entretenimento vocacionadas para o segmento (ex: prática de actividades náuticas); e

Contacto com as associações de operadores turísticos e agentes de viagem dos principais mercados emissores para apresentar o Concelho de Oeiras e, para em parceria, proceder à seleção de um grupo composto por operadores turísticos, agentes de viagem, jornalistas de publicações de referência dos principais mercados emissores europeus, líderes de organizações internacionais, líderes de opinião internacional, entre outros.

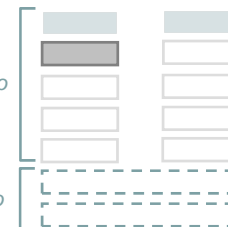
**Médio Prazo**

## Turismo de Negócios

### NOVOS PROJECTOS PREVISTOS PARA O CONCELHO DE OEIRAS

N. Externo

N. Interno



#### Projectos Previstos

#### Descrição

Palácio Marquês de Pombal – Hotel Charme (integração no Parque Temático do Marquês de Pombal)

Palácio dos Arcos – Hotel Charme (5\*)

Porto Salvo – Golfe (Hotel 4\*)

Porto Salvo – Rotunda (Hotel 4\*)

Alto da Boa Viagem – 2 unidades (Hotel 5\* e Aparthotel)

Serra de Carnaxide – hotel de apoio ao futuro complexo desportivo (Hotel 4\*)

Projecto SIL (Hotel 5\*)

Moinho das Antas (Hotel 3\*)

Fundição de Oeiras – unidade integrada no empreendimento turístico (Hotel 4\*)

Fontainhas (Paço de Arcos) (Hotel Charme 5\*)

Empreendimento Imopólis (Centro de Congressos) (Hotel 4\*)

#### Hoteleria

(no período temporal de 10 anos prevê-se a criação de cerca de 10000 camas)

#### Parques Escritórios

(no período temporal de 10 anos prevê-se a criação de cerca de \_\_\_\_ m<sup>2</sup>)

Alto da Boa Viagem

#### Infra-estruturas e Facilities

Junto à Quinta da Fonte - Centro de congressos para 4 000 pessoas

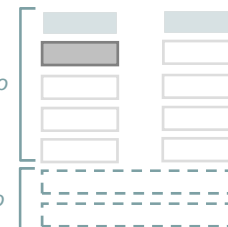
Alto da Boa Viagem – Espaço multi-usos para 8 000 pessoas

## Turismo de Negócios

### NOVOS PROJECTOS PREVISTOS PARA OS CONCELHOS LIMITROFES

N. Externo

N. Interno



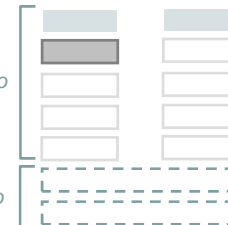
Projectos Previstos	Descrição	Localização
<b>Hotelaria</b>	Prevê duplicar a oferta de camas até 2017, com o objectivo de alcançar as 2 000 camas – cinco unidades de 3* e 4*	<b>Mafra</b>
	Prevê até 2010 ampliar o parque hoteleiro em mais 12 000 camas – unidades de luxo, charme e de grande dimensão	<b>Estoril</b>
<b>Infra-estruturas e <i>Facilities</i></b>	Ampliação do centro de congressos do Estoril com um auditório para 1 300 pessoas	<b>Estoril</b>

## Turismo de Negócios

### OUTRAS NOTAS IMPORTANTES SOBRE A MOTIVAÇÃO

N. Externo

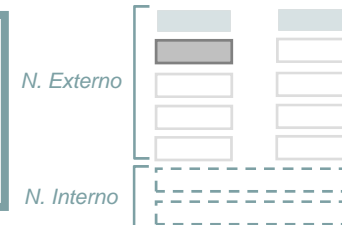
N. Interno



- Importante fomentar o estabelecimento de parcerias entre o parque hoteleiro do Concelho e a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, para captação de estágios profissionais na área de organização de eventos *corporate*;
- Os *convention bureau*, centros de congressos, *Professional Congress Organizer*, *Destination Management Company* entidades oficiais e companhias aéreas devem trabalhar em sintonia no sentido de captar mais e melhores eventos para os destinos; e
- Crescente competitividade dos destinos de Leste e do Extremo Oriente na oferta de serviços e *facilities* fortemente vocacionados para este segmento de procura.

# Turismo de Negócios

## VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO



### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Boas acessibilidades e localização próxima de Lisboa

Oferta abrangente de parques empresariais

Diversidade de sectores profissionais

*Awareness* nacional do posicionamento de Oeiras no segmento *corporate*

Local com elevada atractividade para o investimento privado ao nível da oferta turística de equipamentos e serviços de apoio

Beneficia da proximidade ao mar e da possibilidade de compatibilizar o programa de trabalho com programas de lazer alternativos (praia, actividades náuticas, golfe, entre outras)

Contempla estruturas de apoio ao comércio, lazer e desporto

### Factores Críticos de Sucesso

Investimentos elevados, e contínuos, ao nível de infra-estruturas e promoção

Necessidade de manutenção de infra-estruturas e serviços em períodos de ocupação reduzidos

Custos de oportunidade vs. desenvolvimento de outras motivações

Elaboração de candidaturas a eventos

Necessidade de recursos humanos qualificados

Existência de estruturas complementares de lazer

Disponibilidade e facilidade na obtenção de alojamento

Existência de fornecedores de serviços de qualidade

Presença de marcas internacionais no destino, designadamente na hotelaria

Existência de locais adequados para a realização de eventos

Facilidade no transporte e deslocação, de expositores e visitantes

Destino seguro

Apresentação dos custos globais – “tudo incluído” – (incluindo dos hotéis, alimentação, entre outros)

# TURISMO NÁUTICO

Nível Externo

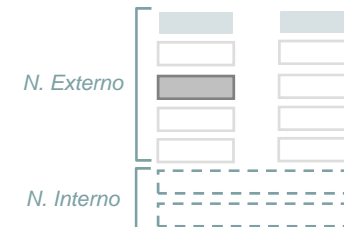
*Stand-Alone*





## Turismo Náutico

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



### Objectivo

**Dinamização do turismo náutico / turismo de recreio com a implementação de novas infra-estruturas de apoio e com a organização de eventos de cariz internacional.**

### Sustentação de mercado

O turismo náutico tem-se afirmado competitivamente no seio das principais cidades europeias localizadas no litoral. Este é um segmento de mercado tradicionalmente associado a estadias curtas mas, em contrapartida, a uma elevada geração de receitas turísticas ao nível do consumo em comércio, restauração e outros.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
  - Oeiras Viva
- Empresas de organização de eventos
  - Escolas Náuticas

### Nível de Intervenção

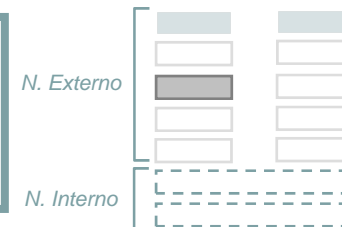
- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Associação de Turismo de Lisboa;
- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, Rent-a-Car, Animação, outros *players* do turismo;
  - Porto de Lisboa;
  - Marina de Cascais;
- Federações portuguesas de desportos náuticos

# Turismo Náutico

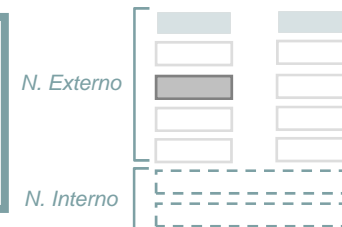
## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA



Medida	Acção	Calendarização
<b>Aposta no desenvolvimento de marinas que permitam acolher embarcações de maior calado</b>	Desenvolvimento de rede de transportes de ligação entre os futuros equipamentos náuticos e os principais atractivos do Concelho, equacionando percursos que resultem em circuitos temáticos por Oeiras, devidamente complementados com restauração e zonas de entretenimento e lazer;	<b>Médio Prazo</b>
	Atracção de empresas de animação turística para dinamizar actividades náuticas destinadas a residentes, excursionistas e turistas;	<b>Médio Prazo</b>
	Atracção de escolas de actividades náuticas para a profissionalização de determinadas modalidades e organização de eventos náuticos ou integração em eventos de rotatividade nacional ou internacional;	<b>Médio Prazo</b>
	Organização de um evento anual de cariz competitivo – Regata Internacional de Oeiras;	<b>Médio Prazo</b>
	Construção das marinas já previstas para o Concelho;	<b>Longo Prazo</b>
	Desenvolvimento de rede de transportes de ligação entre os futuros equipamentos náuticos e o centro de Lisboa e do Estoril; e	<b>Longo Prazo</b>
	Dinamização das novas marinas com serviços de apoio de elevada qualidade, tais como hotelaria, restauração e espaços de entretenimento.	<b>Longo Prazo</b>

# Turismo Náutico

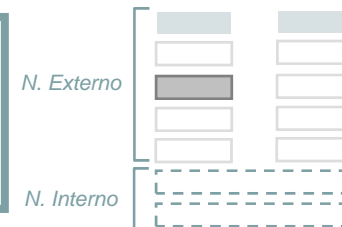
## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Dinamizar a actividade náutica do Porto de Recreio beneficiando da logística e de equipamento especializado (motas de água, entre outros)</b>	Atracção de empresas de animação turística ou estabelecimento de parcerias com a hotelaria do Concelho para a dinamização de actividade náuticas, beneficiando da infra-estrutura e equipamento existente;	<b>Médio Prazo</b>
	Obtenção de receita pelo aluguer dos equipamentos náuticos do Porto de Recreio;	<b>Médio Prazo</b>
	Criação de cursos temáticos em períodos específicos, fins de semana, feriados ou férias para atrair residentes, excursionistas e turistas (mergulho, canoagem, vela, <i>windsurf</i> , mota de água, outros, inclusive actividades nocturnas);	<b>Médio Prazo</b>
	Organização de eventos nocturnos no Porto de Recreio (concertos temáticos, feiras de artesanato temáticas, outros);	<b>Longo Prazo</b>
<b>Desenvolver a capacidade logística de organização de eventos náuticos, quer pelo incentivo à criação de empresas especializadas, quer pela oferta de infra-estruturas de suporte à organização</b>	Atracção de empresas de animação turística especializadas na organização de eventos náuticos com experiência / <i>know how</i> nacional e internacional;	<b>Médio Prazo</b>
	Estabelecimento de parcerias com organizações internacionais de eventos náuticos para apresentação de proposta de rotatividade de eventos com dimensão para se realizarem em Oeiras;	<b>Longo Prazo</b>

# Turismo Náutico

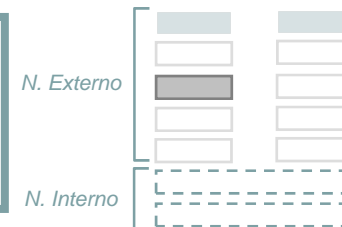
## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Desenvolver a capacidade logística de organização de eventos náuticos, quer pelo incentivo à criação de empresas especializadas, quer pela oferta de infra-estruturas de suporte à organização (continuação)</b>	Pesquisar novas tendências do turismo náutico e actividades náuticas desportivas com o objectivo de criar <i>know how</i> e atrair a procura potencial para Oeiras;	<b>Médio Prazo</b>
	Profissionalização de actividades náuticas com dimensão para a sua prática em Oeiras;	<b>Longo Prazo</b>
	Organização de uma Regata Internacional com partida ou chegada a Oeiras;	<b>Longo Prazo</b>
<b>Dinamização da orla ribeirinha através da realização de passeios de barco, designadamente com oferta de restauração a bordo</b>	Organização de passeios de barco com saída no Porto de Recreio e destino a alguns dos locais mais atractivos da costa da Região de Lisboa e Vale do Tejo, com passagem obrigatória pelo Farol do Bugio; e	<b>Longo Prazo</b>
	Organização de cruzeiros de um dia com serviço de refeições e entretenimento a bordo, assegurando a sua promoção junto das empresas do Concelho e da hotelaria em particular.	

## Turismo Náutico

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/2)



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de renome, nacionais e internacionais, e empresas do Concelho para atracção de patrocínios**

Realização de *fam trips* com empresas de renome nacionais e internacionais, bem como com as empresas do Concelho (comunicações, imobiliárias, sumos, bebidas energéticas, outras com perfil para o espaço do Porto de Recreio) para apresentação de propostas com vista à atracção de patrocínios para os espaços do Porto de Recreio, quer em numerário, quer em géneros através da permuta de serviços (comunicações, manutenção, eventos, catering, outros);

**Médio Prazo**

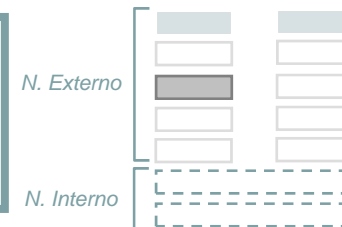
**Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de incentivos e organização de eventos, no contexto nacional e internacional; federações nacionais e internacionais associadas às modalidades náuticas**

Elaborar apresentação do Porto de Recreio espelhando indicadores como dimensão, oferta de serviços, acessibilidades e características do local, complementando com informação respeitante à oferta hoteleira do destino. O objectivo prende-se com o envio da apresentação para empresas nacionais e internacionais de incentivos e de organização de eventos e também para as federações nacionais e internacionais associadas ao desporto náutico;

**Médio Prazo**

## Turismo Náutico

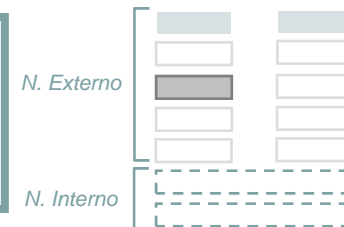
### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto da distribuição turística especializada, nacional e internacional</b>	Contacto com as associações de operadores turísticos e agentes de viagem dos principais mercados emissores para apresentar o Concelho de Oeiras para, em parceria, proceder à selecção de um grupo composto por operadores turísticos, agentes de viagem, jornalistas de publicações de referência dos principais mercados emissores europeus, líderes de organizações internacionais, líderes de opinião internacional, entre outros com o objectivo de organizar <i>fam trips</i> no Concelho;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto de empresas do Concelho</b>	Estabelecimento de parcerias entre as empresas prestadoras de serviços no Porto de Recreio (restaurantes, estacionamento, comércio) e as empresas sediadas no Concelho para aumentar o fluxo com origem nos parques empresariais;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto das unidades hoteleiras do Concelho</b>	Estabelecimento de parcerias entre as empresas de animação do Porto de Recreio e as unidades hoteleiras para dinamização de actividades náuticas junto dos turistas (corporate, famílias, outros); e	<b>Médio Prazo</b>
<b>Promoção das futuras estruturas náuticas</b>	Complementar apresentação do Porto de Recreio de Oeiras com informação sobre as futuras estruturas náuticas e divulgar junto de empresas do Concelho, imobiliárias, hotelaria, e outros players importantes do sector não limitados à zona geográfica de Oeiras.	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo Náutico

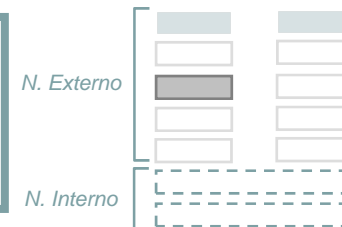
### OUTRAS NOTAS IMPORTANTES SOBRE A MOTIVAÇÃO



- O turismo náutico apresenta um forte crescimento, quer a nível nacional, quer internacional, com maior evidência junto das embarcações com dimensão superior a 20 metros;
- As marinas em Portugal apresentam, na sua maioria, listas de espera para barcos com calado superior a 20 metros, sendo os proprietários, também na sua maioria, portugueses;
- Existe em Portugal muita burocracia para se poder navegar uma embarcação pela primeira vez, bem como para o licenciamento das embarcações, condicionando o desenvolvimento da motivação em Portugal;
- Os preços de amarração das embarcações em Espanha revelam-se mais competitivos comparativamente aos preços praticados a nível nacional, provocando um desvio do fluxo de embarcações com proprietários portugueses para as marinas de Espanha; e
- Portugal revela ainda um ligeiro atraso na resposta às necessidades do mercado, contudo ao nível da qualidade das infra-estruturas está bem posicionado, sendo a qualidade das marinas e o bom tempo as mais valias da motivação em Portugal.

# Turismo Náutico

## VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO



Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras	Factores Críticos de Sucesso	
<p>Posicionamento competitivo do Porto de Recreio de Oeiras face à oferta de marinas na costa de Lisboa</p> <p>Primeira Bandeira Azul em Portos de Recreio do país</p> <p>Visibilidade nos mercados europeus emissores do Reino Unido, França e Alemanha</p> <p>Oeiras integrou o calendário anual de eventos náuticos nacionais e internacionais do desporto náutico em Portugal</p> <p>Capacidade de atracção de residentes, excursionistas e turistas por via da (1) dinamização de actividades marítimas e (2) oferta de serviços (comércio, estacionamento, restauração, etc.)</p> <p>Criação do Clube de Pesca Internacional</p>	<p>Investimento elevado em equipamento e novas infra-estruturas</p> <p>Organização de calendário anual de eventos, sendo que dois a três têm de ser obrigatoriamente de cariz internacional</p> <p>Estabelecimento de parcerias com organizações internacionais</p> <p>Oferta de postos de amarração suficientes</p> <p>Quantidade e qualidade de fornecedores de serviços no Porto de Recreio (hotelaria, restauração, comércio, entretenimento)</p> <p>Antecipação das necessidades dos turistas</p> <p>Recrutamento de recursos humanos qualificados para a dinamização das empresas de animação e de organização de eventos</p>	<p>Criação de zonas comerciais com lojas destinadas ao segmento superior do mercado turístico</p> <p>Facilidade no transporte e deslocação, dos excursionistas e turistas, nos principais eixos de ligação a Lisboa (aeroporto), Norte e Sul do País</p> <p>Destino seguro</p> <p>Reduzida burocracia para o registo da entrada de embarcações e de passageiros</p> <p>Contemplar uma gama de serviços muito completa e actualizada (oficina de reparação e manutenção) para prestar um serviço rápido e eficaz às embarcações</p> <p>Bom posicionamento nas novas tecnologias – site de internet de apresentação das infra-estruturas, equipamentos e serviços</p>



# TURISMO DESPORTIVO

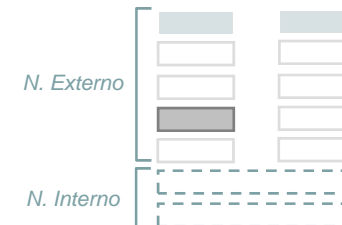
Nível Externo

*Stand-Alone*



## Turismo Desportivo

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS (1/2)



### Objectivo

**Desenvolvimento do turismo de Oeiras como destino de turismo desportivo, nacional e internacional, dos excursionistas e turistas que viajam motivados pelo desporto**

### Sustentação de mercado

O Turismo desportivo assume hoje em dia uma importância superior nos destinos do Sul da Europa, por via das condições climáticas favoráveis que apresentam, designadamente destinos com temperaturas médias (15º a 25º) durante o período de Outono / Inverno, para a continuidade da prática desportiva com origem nos mercados do Norte da Europa. Oeiras poderá posicionar-se competitivamente neste segmento através da optimização dos equipamentos desportivos, estabelecimento de parcerias com a hotelaria local e outros serviços de apoio à actividade, visando uma oferta concisa e competitiva face a outros destinos.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
- Instituto de Desporto de Portugal
  - Federações Desportivas
- Empresas de organização de eventos

### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

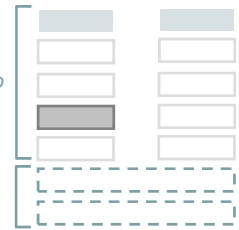
- Comité Olímpico de Portugal;
- Ginásios locais;
- Hotéis, Restauração, Saúde, Rent-a-Car, Animação, Transportadoras de passageiros, Seguradoras, Forças de Segurança, outros *players* do turismo;
- Canais de Distribuição.

## Turismo Desportivo

CRIAÇÃO DE UMA COMISSÃO CONSTITUÍDA PELA CÂMARA MUNICIPAL DE OEIRAS (CMO) E PELO CENTRO DESPORTIVO NACIONAL DO JAMOR (CNDJ) (1/5)

N. Externo

N. Interno



COMISSÃO CMO / CNDJ

Para a implementação de grande parte das medidas e acções apresentadas no produto estratégico Turismo Desportivo, é fundamental, segundo a **neoturis**, o estabelecimento de uma parceria entre a Câmara Municipal de Oeiras e o Centro Desportivo Nacional do Jamor, com o objectivo de serem criadas sinergias importantes para o desenvolvimento da motivação no destino.

Para tal a criação de uma **COMISSÃO CMO / JAMOR** assume um carácter determinante, enunciando-se alguns dos principais objectivos que deverão estar afectos a esta comissão.

### Objectivos

#### Conhecer as equipas de trabalho

Aproximação das diferentes equipas de trabalho com responsabilidade no desenvolvimento do produto estratégico – CMO, CNDJ, vários *players* do sector (hoteleiros, empresas de organização de eventos, entre outros).

#### Alinhar a oferta hoteleira com o CNDJ

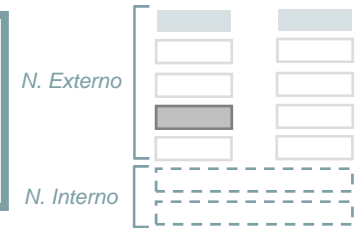
Definir programas de promoção conjunta do destino ao nível do Turismo Desportivo, apresentando o destino e a sua oferta diversificada de infra-estruturas, serviços e *facilities* especialmente vocacionadas para este segmento.

#### Definição de medidas para desenvolvimento de canais de comunicação

Criar sinergias com origem no conjunto de informação que cada uma das equipas de trabalho possui, designadamente ao nível da partilha de (1) calendário de eventos, (2) contactos, (3) estudos sobre o segmento de mercado, (4) principais tendências, entre outros.

## Turismo Desportivo

criação de uma comissão constituída pela Câmara Municipal de Oeiras (CMO) e pelo Centro Desportivo Nacional do Jamor (CNDJ) (2/5)



COMISSÃO CMO / CNDJ

Para a concretização dos objectivos definidos para a COMISSÃO reflectiu-se sobre o conjunto de elementos – ao nível de recursos humanos – que deverá estar afecto à COMISSÃO.

NÃO EXAUSTIVO

### Elementos da Comissão CMO / CNDJ

#### Responsáveis pela Coordenação / Execução

**Câmara Municipal de Oeiras:** A definir.

**Centro Nacional Desportivo do Jamor:** A definir.

**Players do sector do Turismo no Concelho de Oeiras:** A definir pelas respectivas organizações associativas.

#### Outras Entidades importantes

**Institucional:** Universidades com cursos na área do desporto; Federações nacionais e internacionais; Associações desportivas; Clubes nacionais e internacionais.

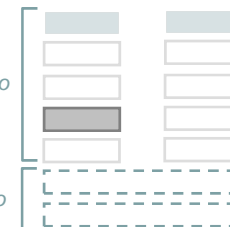
**Promocional:** Operadores turísticos; Agentes de viagens; Imprensa especialista; Comércio especialista; Empresas de transporte de passageiros, Clínicas, Spa's, Espaços de entretenimento.

## Turismo Desportivo

CRIAÇÃO DE UMA COMISSÃO CONSTITUÍDA PELA CÂMARA MUNICIPAL DE OEIRAS (CMO) E PELO CENTRO DESPORTIVO NACIONAL DO JAMOR (CNDJ) (3/5)

N. Externo

N. Interno

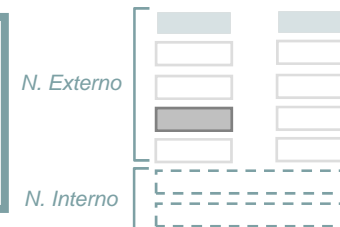


COMISSÃO CMO / CNDJ

Medidas	Acção	Calendarização
<b>Redimensionamento da oferta de serviços à capacidade de carga do Centro Desportivo Nacional do Jamor</b>	Ampliar, diversificar e qualificar a oferta de serviços no Jamor (restauração, alojamento, ginásios, spa, golfe, outros);	<b>Médio Prazo</b>
<b>Melhoria das acessibilidades e estacionamento do Centro Desportivo Nacional do Jamor</b>	Criação de rede de transportes de apoio ao Jamor com ligação obrigatória às estações principais de transportes do Concelho (comboio, SATU); Definição de zonas prioritárias para a circulação de transportes públicos de acesso ao Jamor; Optimização da zona de estacionamento do Jamor;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Dinamização, através do estabelecimento de parcerias, do Centro Desportivo Nacional do Jamor, sobretudo ao nível das áreas menos preservadas e em situação de risco, designadamente a zona verde envolvente</b>	Seleção de empresas para solicitar patrocínios nas áreas de jardinagem, montagem e manutenção de equipamentos desportivos, arquitectura e design urbano, limpezas e arranjos de exterior, iluminação de exterior - que vise a preservação dos espaços exteriores e uma maior atractividade enquanto parque urbano e desportivo do Concelho; Estabelecer parcerias com escolas e universidades no sentido de atrair a procura do segmento de estudantes, a um custo reduzido, no desenvolvimento de actividades outdoor (tais como: escalada, BTT, entre outros);	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo Desportivo

CRIAÇÃO DE UMA COMISSÃO CONSTITUÍDA PELA CÂMARA MUNICIPAL DE OEIRAS (CMO) E PELO CENTRO DESPORTIVO NACIONAL DO JAMOR (CNDJ) (4/5)

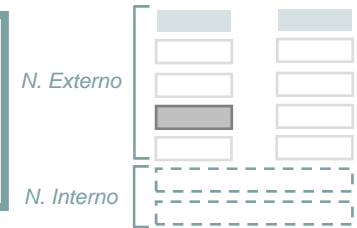


COMISSÃO CMO / CNDJ

Medidas	Acção	Calendarização
<b>Criação de <i>packages</i> destinados ao segmento desportivo (Viagem, <i>Transfers</i>, Alojamento, Refeições, Acesso às infra-estruturas do CNDJ e Entretenimento)</b>	Procurar elaborar um package competitivo face à oferta de destinos consolidados como o Algarve, ou casos de maior proximidade a Lisboa como o Desmor – Empresa Pública Municipal de Gestão Desportiva de Rio Maior;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Adquirir visibilidade nacional através da organização de eventos desportivos</b>	Ampliar a rede de contactos com empresas internacionais no sentido de conferir maior visibilidade aos espaços desportivos de alta competição do Concelho;  Seleccção de eventos desportivos nacionais ao nível de modalidades colectivas tais como: ginástica, natação sincronizada, ballet infantil, entre outros, que visem uma elevada movimentação de visitantes ao Concelho (desportistas e acompanhantes) e que assegurem a atracção de eventos de maior dimensão (nas mesmas modalidades), por vezes de natureza internacional;	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo Desportivo

CRIAÇÃO DE UMA COMISSÃO CONSTITUÍDA PELA CÂMARA MUNICIPAL DE OEIRAS (CMO) E PELO CENTRO DESPORTIVO NACIONAL DO JAMOR (CNDJ) (5/5)

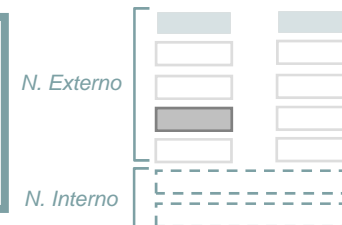


COMISSÃO CMO / CNDJ

Medidas	Acção	Calendarização
<b>Tornar mais eficiente a gestão e manutenção do CNDJ, através da captação de patrocínios para as diferentes infra-estruturas desportivas</b>	<p>Procurar captar patrocínios ao nível das seguintes áreas de negócio chave: seguros, material desportivo, alimentação e bebidas para desportistas, hotéis, restaurantes, imobiliárias, jardinagem, montagem e manutenção de equipamentos desportivos, arquitectura e design urbano, limpezas e arranjos de exterior, iluminação de exterior, entre outras;</p> <p>Ampliar a visibilidade de Oeiras durante a realização da Final da Taça de Portugal no Jamor;</p> <p>Ampliar a visibilidade de Oeiras durante a realização do Estoril Open no Jamor. (A realização do Estoril Open no Jamor deverá manter-se apesar da não associação do evento ao Concelho de Oeiras); e</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Adquirir visibilidade internacional através da organização de eventos desportivos</b>	<p>Equacionar o posicionamento de Oeiras ao nível de eventos desportivos, tais como os mencionados anteriormente, mas de cariz internacional.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## Turismo Desportivo

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA

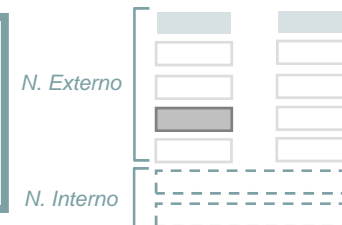


Medida	Acção	Calendarização
<b>Identificação e criação de terrenos para a construção de campos de golfe</b>	<p>Desenvolver campos de golfe com uma acentuada vertente de clínicas de golfe com vista a uma maior atractividade junto do segmento corporate existente no Concelho; e</p> <p>Apostar na diferenciação do produto golfe: estudar novas tendências de mercado.</p>	<b>Longo Prazo</b>



# Turismo Desportivo

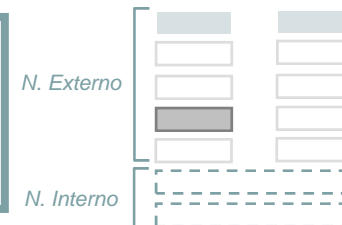
## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Estabelecimento de parcerias com as federações nacionais das modalidades praticáveis no Jamor e na zona litoral do Concelho</b>	<p>Procurar reactivar o projecto Casa das Federações e manter a sua ligação ao concelho de Oeiras;</p> <p>Conhecer quais os eventos que existem em cada modalidade federada em Portugal e perceber o seu potencial de rotatividade sobre Oeiras;</p> <p>Conhecer as novas tendências do desporto e procurar atrair para o Concelho a prática ou realização de eventos associados às modalidades: rugby, orientação, natação sincronizada (equipas de grande dimensão) e outras;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Identificação de patrocínios na área do desporto e estabelecimento de parcerias ao nível dos equipamentos desportivos</b>	<p>Seleção de empresas para patrocínios nas áreas de seguros, material desportivo, alimentação e bebidas para desportistas, hotéis, restaurantes, imobiliárias, e outras que visem o apoio financeiro para a manutenção dos equipamentos desportivos; e</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Realização de <i>fam trips</i> com as federações e comités olímpicos nacionais e internacionais</b>	<p>Elaboração de brochura de apresentação do Concelho sobre a diversidade da oferta de equipamentos desportivos e serviços de apoio vocacionados para este segmento;</p> <p>Organização de visitas guiadas ao Concelho que visem a apresentação da oferta complementar e diversificada dirigida ao segmento desportivo existente no Concelho – se possível segmentar as visitas segundo o objectivo de cada modalidade ou conjunto de modalidades;</p>	<b>Longo Prazo</b>

## Turismo Desportivo

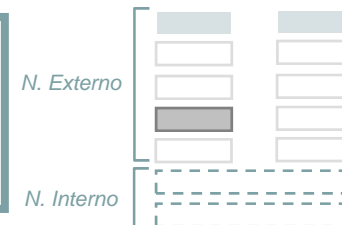
### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Ampliar a visibilidade de Oeiras enquanto destino com capacidade de resposta para a realização de estágios profissionais desportivos</b>	Atracção de estágios profissionais desportivos de equipas nacionais e internacionais – futebol, andebol, basquetebol, rugby, corfebol, natação, pólo aquático, e outros;	<b>Longo Prazo</b>
<b>Estabelecer contacto com empresas de organização de eventos desportivos nacionais e internacionais</b>	(1) Selecção de empresas de organização de eventos desportivos; (2) Elaboração de brochura de apresentação da oferta do Concelho vocacionada para este segmento; (3) Realização de visitas guiadas ao Concelho.	<b>Longo Prazo</b>

# Turismo Desportivo

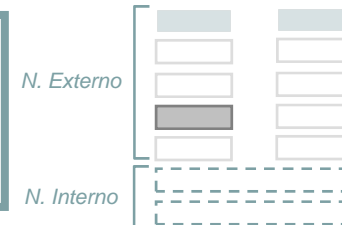
## III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO



Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção de Estágios Profissionais desempenhando um papel activo na atracção de equipas profissionais internacionais ao nível das diferentes modalidades que já possuem equipamentos de alta competição no Concelho</b>	Estabelecer contacto com federações e comités olímpicos (nacionais e internacionais) com o objectivo de apresentar o Concelho e a dimensão da oferta vocacionada para o desporto de alta competição;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Promoção do Golfe através do estabelecimento de parcerias entre os campos de golfe e as empresas do Concelho</b>	Criação de escolas de golfe, academias de golfe, clínicas de golfe com flexibilidade de horários e tarifas para segmentos de procura tão específicos como: corporate, famílias, crianças, desportistas – que não se regem por uma frequência assídua na prática da modalidade, mas antes a percebem como um momento lúdico e de convívio em horários flexíveis; e  Promoção do primeiro campo de golfe público de sucesso em Portugal – em desenvolvimento no Centro Desportivo Nacional do Jamor.	<b>Longo Prazo</b>

# Turismo Desportivo

## INVESTIMENTOS NA RENOVAÇÃO DO CENTRO DESPORTIVO NACIONAL DO JAMOR



1

### Campo de Golfe

Concluído o projecto de construção do campo de golfe (9 buracos – I Fase) e lançado o concurso para execução de obra (€4 milhões);

2

### Rugby

Em construção desde 2005. Dois relvados (sintético e normal). Até 2009 prevê-se a requalificação das instalações de apoio (€ 1,5 milhões);

3

### Estoril Open

Futuro *court* central para Estoril Open e outros eventos;

4

### Estádio Nacional

Requalificação da pista de atletismo Nº 1 do Estádio de Honra – pista de 400 m com 8 corredores; 2 caixas de saltos (comprimento e triplo salto); 2 sectores de lançamentos (dardo, peso, martelo e disco); e 2 colchões de saltos;

5

### Atletismo

Requalificação da pista de atletismo Nº 2 – Construção de nave coberta; Novos balneários (capacidade para 150 pax); Edifício de apoio; Centro de Alto Rendimento (€ 4,2 milhões).



6

### Tiro com Arco

Área de 500 m<sup>2</sup> – composto por um relvado que permite o treino até à distância olímpica (90 m);

7

### Ténis

Remodelação recente do Centro de Alto Rendimento do Ténis. Prevista, para 2008, nave com 6 campos cobertos (€ 2,8 milhões). Até 2009 prevê-se a recuperação de alguns campos, incluindo iluminação;

8

### Hóquei em Campo

Novo campo sintético construído entre 2005 e 2008, já homologado para competições oficiais (€ 350 mil);

9

### Campo de Jogos

Existem 3 campos de futebol de 11 (um é sintético). Local de treino das selecções;

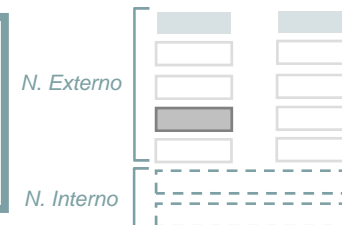
10

### Piscina Olímpica

Por inaugurar a sala de treino com equipamento de musculação e cardio-fitness e sala de controlo de treino para atletas e ginásio para utentes (€ 500 mil).

## Turismo Desportivo

### NOVOS INVESTIMENTOS PREVISTOS PARA A SERRA DE CARNAXIDE



Os desenvolvimentos previstos para a Serra de Carnaxide estão previsto no Plano do Parque Sub-Urbano da Serra de Carnaxide – publicado em Diário da República (01/03/1994 Série II).

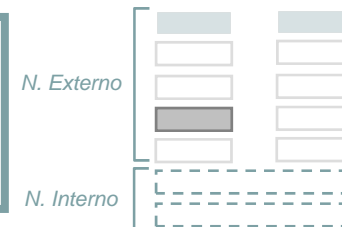
Ao nível dos equipamentos previstos para o Complexo Desportivo da Serra de Carnaxide, o programa é o seguinte:

- Campo Relvado de Rugby (125mx75m – dimensões oficiais internacionais);
- Bancadas – 2 000 pessoas;
- Campo Sintético de Rugby (108mx65m);
- Campo Sintético de Futebol (110mx64m);
- Campos Sintéticos de Futebol – 3 campos de Futebol de 7 (60mx40m);
- *ClubHouse* – Bar, Restaurante, Sala de Reuniões, Secretaria Desportiva (500m<sup>2</sup>);
- Espaço de arrumos e material desportivo (40m<sup>2</sup>); e
- Estacionamento.

<i>Facilities</i>	Área a ocupar
Parque de Campismo	7 ha
Parque Aquático	7,7 ha
Unidade Hoteleira	6 ha
Zona de Lazer e Recreio	24 ha
Centro Hípico	Não definido
Zonas de Reserva	11 ha
Zona Habitacional	10 ha
Exploração Agro-pecuária	Não definido
Parque Desportivo	Não definido

## Turismo Desportivo

### NOVOS INVESTIMENTOS PREVISTOS PARA BARCARENA



No âmbito dos investimentos previstos para Barcarena, destaque para o Complexo de Ténis de Barcarena que se encontra associado a um parque urbano. Ambos estão inseridos no desenvolvimento do plano municipal denominado Plano de Pormenor do Espaço de Articulação Barcarena / Tercena / Queluz de Baixo.

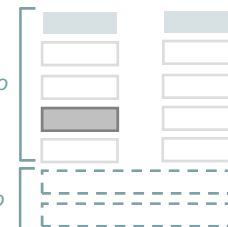
Os equipamentos previstos para Barcarena contemplam um Complexo Desportivo de Alta Competição com uma área mínima do recinto, específico para alta competição, de 5 hectares.

## Turismo Desportivo

### NOVOS INVESTIMENTOS PREVISTOS PARA OS CONCELHOS LÍMITROFES

N. Externo

N. Interno



#### Projectos Previstos

#### Descrição

#### Localização

#### Casa das Federações

Decorrente de um protocolo de acordo entre a Federação Portuguesa de Futebol e a Junta de Freguesia de Almargem do Bispo;

O projecto está concebido para uns terrenos cedidos pela Câmara Municipal de Sintra – por um período de 90 anos – sendo que o prazo de inicio das obras seria 2002 e a sua conclusão estaria prevista para 2008. Decorrente da descoberta de vestígios arqueológicos, o projecto foi interrompido, não tendo sido até à data retomado;

Com uma área total de 17 hectares, na Reserva Ecológica Nacional, o projecto é constituído por: Sede da Federação Portuguesa de Futebol; quatro campos relvados (dois de relva sintética); mini-campo para treino de guarda-redes; Spa; Pavilhão polivalente coberto; Hotel (134 camas); Restaurante; Campos de Ténis; Polidesportivo e *Press rooms*;

O orçamento previsto é de € 15 milhões e estará preparado, também, para receber estágios de selecções estrangeiras.

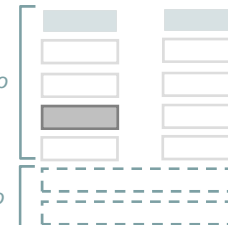
**Sintra**

# Turismo Desportivo

## VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

N. Externo

N. Interno



### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Clima favorável à prática desportiva no período de época baixa (15º a 25º no Outono / Inverno)

Oeiras integra o calendário anual de eventos desportivos nacionais e internacionais em algumas modalidades

Atracção de residentes, excursionistas e turistas por via da dinamização de eventos desportivos internacionais

Oeiras possui infra-estruturas desportivas vocacionadas para o desporto de alta competição; prática de modalidades colectivas; entre outros

Oeiras possui um parque hoteleiro com dimensão e com uma oferta de serviços vocacionada para este segmento

Oeiras já foi palco de eventos desportivos de grande dimensão com visibilidade nacional e internacional

### Factores Críticos de Sucesso

Elevado investimento em equipamentos desportivos de alta competição, quer na sua aquisição quer ao nível da manutenção

Qualificação dos recursos humanos, designadamente ao nível da pluralidade de idiomas

Flexibilidade de horários dos equipamentos desportivos

Elevado investimento na promoção do destino e das suas infra-estruturas desportivas de apoio

Investimento em clínicas de assistência desportiva (de carácter privado ou público)

Boas acessibilidades (frequentemente a opção recai por destinos com pouco movimento e próximos de espaços de lazer (praias, jardins, outros))

Existência de *packages* “tudo incluído”(utilização das infra-estruturas desportivas básicas e complementares, hotéis, alimentação, transporte, entretenimento, entre outros)

Boa rede de contactos ao nível das entidades envolvidas – Infra-estruturas desportivas, hotelaria, restauração, clínicas, empresas de transporte de passageiros, entre outros



# TURISMO DE SAÚDE

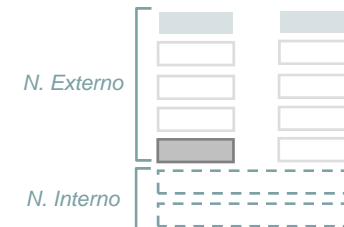
Nível Externo

*Stand-Alone*



## Turismo de Saúde

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



### Objectivo

**Desenvolver um produto turístico em expansão tendo por base (1) a qualidade de vida que caracteriza o Concelho de Oeiras a par das suas condições climáticas e (2) a atracção de investimento público e privado para o desenvolvimento do Turismo de Saúde – fortemente direccionado para Residências Assistidas e Hospitais – na região de Lisboa, ancorado em Oeiras**

### Sustentação de mercado

A crescente deslocação de turistas, motivada pela preocupação com a sua saúde e bem-estar, tem sido o mote para uma das vertentes de desenvolvimento da generalidade dos destinos turísticos, verificando-se uma crescente aposta na criação de infra-estruturas, equipamentos e serviços de apoio ao Turismo de Saúde. Oeiras, pelo seu enquadramento geográfico, climático e de padrão de qualidade de vida, reúne condições para o desenvolvimento do produto.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
  - Ministério da Saúde
  - Centros de Formação

### Nível de Intervenção

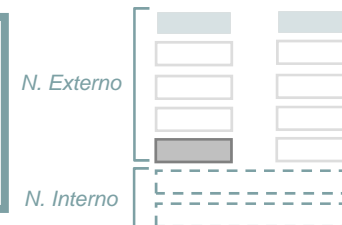
- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Associação de Turismo de Lisboa;
- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, Rent-a-Car, Animação, outros *players* do turismo.
- Ginásios do Concelho

# Turismo de Saúde

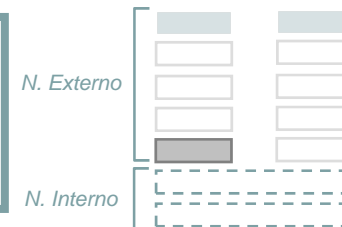
## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/4)



Medida	Acção	Calendarização
<b>A concretização dos projectos previstos na área da saúde a par do desenvolvimento de uma oferta diferenciada de produtos de lazer com uma forte aposta na vertente saúde</b>	<p>Concretização do projecto do hospital irlandês;</p> <p>Atribuição de espaços para a criação de infra-estruturas de suporte como é o caso de Residências Assistidas e unidades especializadas em <i>Senior Living</i> – explorando a capacidade de atracção do mercado regional e nacional;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Atracção de hospitais e clínicas privadas para o Concelho</b>	<p>Elaboração de dossier de apresentação de Oeiras com informação vocacionada para o Turismo de Saúde – espaços de lazer, acessibilidades, condições climáticas, clínicas, empresas sediadas no Concelho, mercado turístico da hotelaria, entre outros aspectos. Efectuar um estudo de enquadramento da região de Lisboa focando o potencial e lacuna de oferta de serviços especializados nesta área de negócio;</p> <p>Atribuição de incentivos para a atracção de investimento privado para Oeiras;</p> <p>Seleccção de grupos ou de cadeias internacionais com <i>know how</i> e visibilidade internacional no sector da Saúde – nomeadamente na área da gestão de SPA's ou de clínicas que conjuguem a componente curativa e a preventiva – para apresentação de Oeiras;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>

# Turismo de Saúde

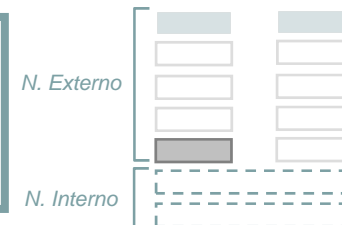
## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/4)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Identificação e criação de novos terrenos para a construção de infra-estruturas de suporte a este segmento de procura</b>	A opção de infra-estruturas a edificar em Oeiras, com uma componente de lazer sempre associada, poderá passar por (1) clínicas privadas especialistas, com dimensão para estadias e espaços de lazer, (2) centros clínicos de recuperação com dimensão para estadias, (3) Spa's urbanos, (4) alojamento médico com capacidade de resposta para <i>long stays</i> , (5) centros de <i>senior living</i> destinados aos mercados emissores estrangeiros e ao segmento alto do mercado turístico, (6) residências assistidas com capacidade de resposta à população regional e com visibilidade nacional, entre outros;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Infra-estruturas complementares e de apoio com qualidade reconhecida internacionalmente</b>	Seleção de grupos internacionais na área da Saúde – nas suas variadas vertentes: equipamento, gestão, manutenção, formação, alojamento, lazer, entre outros – para apresentação do dossier de apresentação do concelho de Oeiras, enquanto local com potencial para se fixarem;	<b>Médio Prazo</b>

## Turismo de Saúde

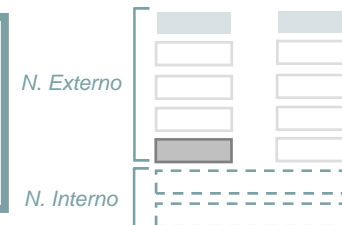
### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (3/4)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Ampla oferta de serviços médicos, quer públicos, quer privados, os quais obedeçam a elevados padrões de qualidade e primem por uma actualização constante de novos instrumentos de trabalho e capacidade de resposta às novas tendências da procura</b>	Seleção de grupos ou de cadeias internacionais com <i>know how</i> e visibilidade internacional no sector da Saúde para apresentação de Oeiras – com o objectivo de aferir o seu potencial de fixação no concelho;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Facilidade de acesso às instalações, quer no que se refere ao tempo da viagem, quer à disponibilidade de meios de transporte</b>	Assegurar uma boa rede de transportes com vista a melhorar a mobilidade dos visitantes entre os centros clínicos, serviços de alojamento e os espaços de lazer do Concelho, bem como melhorar a comunicação rodoviária com Lisboa e Estoril;  Melhorar a sinalização urbana;	<b>Longo Prazo</b>

## Turismo de Saúde

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (4/4)



#### Medida

#### Ação

#### Calendarização

#### **Aposta na formação profissional de recursos humanos que prestam serviço nas infra-estruturas de Turismo de Saúde**

Estabelecimento de sinergias entre a Universidade Atlântica e os serviços clínicos do Concelho;

Procurar seleccionar profissionais para o corpo docente com elevado grau de especialização – componente curativa e preventiva;

Corrigir a lacuna existente em Portugal ao nível de uma formação mais ampla de recursos humanos, permitindo a polivalência de prestação de serviços em infra-estruturas mistas, ou seja, onde a componente curativa e preventiva e/ou de lazer se encontrem associadas;

Promoção de intercâmbios com outros centros de ensino da área da Saúde, a nível nacional e ibérico, com vista ao estabelecimento de parcerias e sinergias;

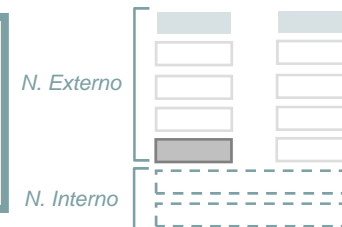
Apostar na pluralidade de idiomas assegurando a fluência de várias línguas estrangeiras nos diferentes níveis da hierarquia da organização médica; e

Apostar na formação contínua dos profissionais da área da saúde, tendo em vista a sua preparação para um segmento de procura emergente no sector da saúde – o turista que viaja motivado pela sua saúde e bem estar.

**Longo Prazo**

# Turismo de Saúde

## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Posicionamento de Oeiras como destino de Turismo de Saúde através da conjugação de estruturas hospitalares de recuperação e de lazer**

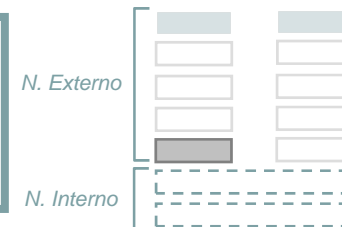
Oferecer um conjunto de infra-estruturas e equipamentos médicos com um elevado nível de inovação face à oferta existente, quer no contexto nacional, quer internacional; e

Apostar na inovação para ampliar a capacidade de captação de turistas que encontrem em Oeiras espaços de lazer vocacionados especificamente para este segmento de procura.

**Longo Prazo**

## Turismo de Saúde

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/2)

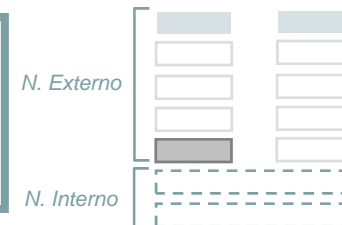


Medida	Acção	Calendarização
<b>Publicação de artigos / reportagens sobre Oeiras evidenciando os espaços com potencial para desenvolver o produto</b>	<p>Seleccção de imprensa nacional especializada para a divulgação de artigos e reportagens sobre Oeiras e o seu potencial enquanto destino anfitrião dos turistas que viajam motivados pelo Turismo de Saúde;</p> <p>Seleccção de líderes de opinião sobre o Turismo de Saúde para divulgação do concelho de Oeiras e o potencial que encerra para o desenvolvimento da motivação;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Estudo de atracção de turistas para Oeiras com características fortemente associadas ao Turismo de Saúde</b>	<p>Elaborar um estudo do potencial de procura dos segmentos de turismo de saúde e médico para Oeiras, espelhando dados como a crescente procura gerada por indivíduos que seleccionam o Concelho para <i>long stays</i> e para melhorar a sua condição de saúde, bem como a nova oferta prevista;</p>	<b>Médio Prazo</b>



## Turismo de Saúde

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/2)



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura**

Estabelecimento de parcerias entre os diversos players do sector no sentido de definirem conjuntamente *packages* visando o aumento da atractividade de Oeiras enquanto destino de Turismo de Saúde;

Elaborar *packages* que contemplem uma estadia para a realização de tratamentos com visitas culturais e de lazer, sendo as áreas chave da exploração do produto em Portugal (Dentária, Cosmética, Perda de Peso, Ortopedia, Oftalmologia e Cardiologia). Para Oeiras importa seleccionar as áreas de especialização por forma a comunicar um produto único e conciso – com o objectivo de apresentar as potencialidades do concelho aos operadores turísticos e agentes de viagem especialistas no segmento; e

Elaborar um relatório que expresse o enquadramento socioeconómico de Oeiras no contexto regional de Lisboa, evidenciando indicadores como o nível de emprego e de desemprego, nível de formação profissional, nível de consumo, bem como o elevado padrão de qualidade de vida no Concelho – com o objectivo de familiarizar os operadores turísticos e agentes de viagem com o destino Oeiras.

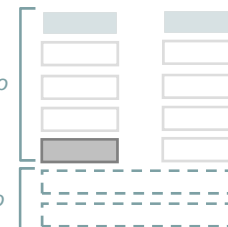
**Longo Prazo**

## Turismo de Saúde

### NOVOS PROJECTOS PREVISTOS PARA O CONCELHO DE OEIRAS

N. Externo

N. Interno



#### Projectos Previstos

#### Descrição

#### Localização

##### Hospital irlandês – Lisbon Medical Park

Está avaliado em cerca de € 100 milhões e será construído na Outorela, prevendo-se a sua conclusão em 2010. É um projecto do grupo irlandês Sheean Medical Corporation.

O projecto prevê um total de 80 camas, 4 salas de operações para grandes intervenções e quatro salas de serviço ambulatorio, ocupando um total de seis edifícios para acolher: investigação clínica, diagnósticos e tratamentos especiais, clínicas, cirurgia e internamento, central de reservas e internamentos de idosos para vida assistida.

Prevê-se a criação de 1250 postos de trabalho.

Adicionalmente o projecto irá contemplar serviços de imagiologia, análises clínicas e radioterapia, farmácia, auditório, restaurante e uma biblioteca.

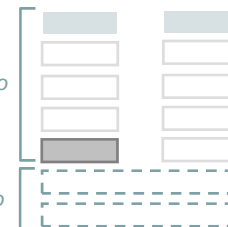
##### Outorela, Carnaxide

## Turismo de Saúde

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Nível de vida e preços de alojamento e refeições praticados competitivos com os principais destinos internacionais da motivação

Enquadramento sócio-económico favorável

Segurança

Condições climáticas

Planos futuros previstos para Oeiras na área da Saúde e da qualificação do alojamento hoteleiro

#### Factores Críticos de Sucesso

Cumprimento dos planos futuros na área da saúde (procurar soluções alternativas ao IPO que visem viabilizar o Pólo Regional de Saúde) em Oeiras e concretização do hospital privado de origem irlandesa)

Visibilidade do perfil económico e padrão de qualidade de vida dos residentes de Oeiras

Boas acessibilidades

Conquistar mercados-alvo internacionais

Pluralidade de idiomas dos recursos humanos das futuras infra-estruturas

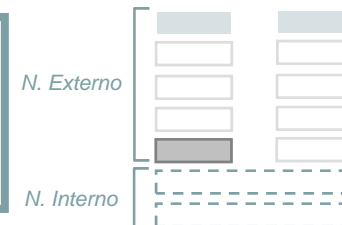
Investimento na divulgação do potencial de ancoragem da motivação no Concelho de Oeiras junto dos principais *players* internacionais do sector (comunidade profissional – médicos, farmacêuticos, terapeutas, fisiatras, empresas de criação, gestão e manutenção (clínicas privadas, spa's, termas, entre outros)) imprensa, distribuição turística, companhias aéreas, associações internacionais

Elevado padrão de excelência do serviço prestado

Elevado padrão de excelência da oferta de infra-estruturas e equipamentos hospitalares

## Turismo de Saúde

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Riqueza cultural, patrimonial e de espaços de lazer

Representatividade do mercado emissor espanhol, tradicionalista na frequência de balneários termais e na procura de espaços de *wellness* e bem estar

#### Factores Críticos de Sucesso

Compatibilização de uma oferta de serviços vocacionada para a componente curativa e preventiva

Boa rede de transportes, quer assegurados por empresas de transportes públicos, quer por parte dos players envolvidos na organização do package (transfers)

Criação de centros de formação altamente especializados no sector da saúde que visem a integração da população local

Elevado investimento em infra-estruturas de suporte à actividade

A contextualização económica sob o ponto de vista dos preços dos bens básicos de consumo consubstancia uma informação importante para os turistas no momento de selecção do destino, procurando que a viagem não assuma montantes demasiado elevados, incluindo não só os tratamentos, mas também as componentes de alojamento e refeições

Comunidade médica profissional reconhecida internacionalmente com adequados níveis de formação

# HISTÓRIA

Nível Externo

Região de Lisboa



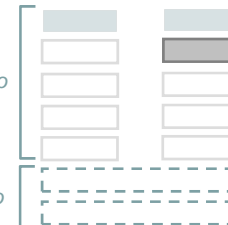
## História

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



N. Externo

N. Interno



## Objectivo

**(1) Refortalecer os principais elementos históricos associados à criação e desenvolvimento de Oeiras e (2) Integração do património histórico do Concelho de Oeiras na oferta cultural de Lisboa, beneficiando da elevada influência do Marquês de Pombal – Conde de Oeiras – na história de Lisboa e de Portugal**

## Sustentação de mercado

A relevância histórica das cidades consubstancia um dos principais pontos de atracção dos turistas que viajam motivados pela cultura. Oeiras poderá beneficiar do elevado *awareness* da história que caracteriza o período de maior desenvolvimento da cidade de Lisboa enquanto capital e num momento de renovação arquitectónica pós terramoto de 1755 protagonizada por Sebastião José de Carvalho e Melo, com residência em Oeiras.

## Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
- Associação de Turismo de Lisboa
- Associações culturais do Concelho e de Lisboa
- Instituto Português do Património Arquitectónico
- Carris e Metro de Lisboa
- UNESCO

## Nível de Intervenção

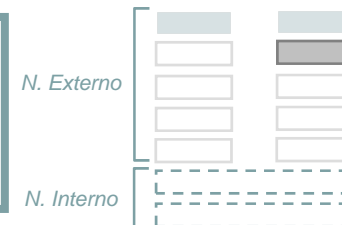
- Promoção e Apoio
- Coordenação
- Execução

## Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Empresas sediadas no Concelho;
- Imprensa especializada;
- Hotéis, Restauração, Distribuição Turística, outros *players* do turismo;
- UNESCO;
- Artistas nacionais e internacionais experientes na arte do restauro e recuperação de edifícios históricos;
- Fundações nacionais e internacionais;

## História

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/2)



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

#### Cumprimento do Plano Estratégico para o Parque Temático do Marquês de Pombal

Procurar desenvolver um produto integrado e de elevada atractividade para diferentes segmentos de procura turística, devendo a sua oferta de serviços corrigir lacunas na oferta de entretenimento e de serviços de apoio, latente em Oeiras, bem como procurar responder às novas tendências da procura turística de lazer no contexto mundial;

Procurar empresas de animação com perfil para dinamizar os espaços projectados e criar valor no mercado turístico de Oeiras e Região de Lisboa e Vale do Tejo;

Concretização da ocupação do Palácio Marquês de Pombal com uma unidade hoteleira de charme;

Seleccção de artistas, nacionais e internacionais, com experiência profissional nas áreas de restauro e recuperação de edifícios históricos para participarem na revitalização do Palácio e da Quinta Marquês de Pombal;

**Médio e Longo Prazo**

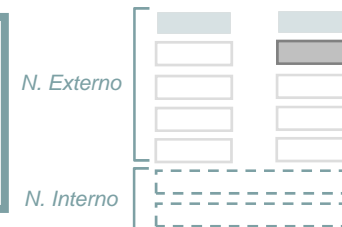
#### Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas

Ampliar a visibilidade do Vinho de Carcavelos através da sua elevada associação às raízes históricas do Concelho, procurando promover a sua nova imagem – Vinho Conde de Oeiras – junto de *visitor attractions* e estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho;

**Médio e Longo Prazo**

## História

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/2)

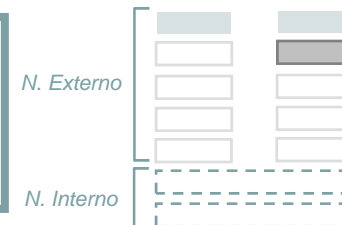


Medida	Acção	Calendarização
<b>Reconhecimento da importância das novas tecnologias na área da comunicação como um importante elemento de dinamização da visita ao Concelho, desenvolvendo um produto que faculte aos visitantes a possibilidade de realizar visitas guiadas no Concelho com suportes informáticos</b>	<p>Seleccção de empresas vocacionadas para o desenvolvimento de áudio guias e de outros suportes digitais (denominadamente para efectuar o <i>download</i> directo para leitores de mp3 pessoais);</p> <p>Seleccção de conteúdos históricos pouco densos mas com elevado poder de captação que incentivem a visita guiada pelo Concelho – às principais atracções turísticas – segundo circuitos turísticos definidos e adaptados a diferentes segmentos de procura – cultura, famílias, jovens, crianças, estudantes / alunos, etc.;</p> <p>Deverá ser integrada na brochura de apresentação do Concelho o conjunto de serviços de apoio – transporte, refeições e alojamento – localizados nas imediações dos circuitos, sendo esta uma forma de obter a colaboração de diversas empresas no projecto;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Requalificar a área envolvente do Palácio Marquês de Pombal, designadamente através da requalificação do comércio tradicional</b>	<p>Atribuição de incentivos à modernização e adaptação do comércio tradicional – localizado no centro histórico – às novas tendências da procura, designadamente através da melhoria de serviços de apoio (estacionamento), e o alargamento dos horários de funcionamento em sintonia com as actividades dinamizadas no Palácio; e</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Posicionar o Palácio Marquês de Pombal e o Parque Temático com o valor relevante no âmbito da oferta regional e nacional</b>	<p>Enquadrar o Palácio Marquês de Pombal e o Parque Temático do Marquês de Pombal na oferta cultural histórica da cidade de Lisboa, através da sua intrínseca ligação enquanto local de residência e ponto alto da carreira profissional de Sebastião José de Carvalho e Melo, bem como integrar ambos (Palácio e Parque Temático) nos circuitos de visita a Sintra, Mafra, Queluz e Ajuda.</p>	<b>Longo Prazo</b>



## História

### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/2)



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Integração da oferta cultural do Concelho de Oeiras, ao nível de Palácios e Quintas históricas – Palácio Marquês de Pombal – no circuito histórico de Lisboa, Sintra e Mafra**

Definição de circuitos históricos turísticos em Oeiras com a integração do Palácio Marquês de Pombal e toda a sua envolvente nos roteiros turísticos de Lisboa, Sintra e Mafra;

Integração do Jardim da Cascata da Quinta Real de Caxias como uma oferta a nível regional, dado não se equiparar ao Palácio Marquês de Pombal a nível de valor histórico;

Definição de circuitos históricos turísticos temáticos – património nacional, arquitectónico, período histórico – com integração do património histórico de Oeiras;

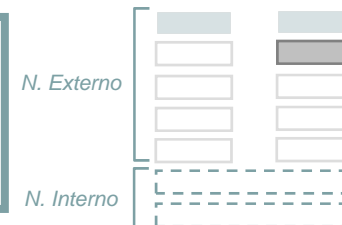
Elaboração de uma brochura de apresentação de todo o património histórico do Concelho com circuitos definidos para o património classificado e em vias de classificação;

Desenvolver parcerias com serviços de apoio – restaurantes, transportes, outros – que possam vir a integrar os circuitos definidos, assegurando o suporte à actividade turística gerada pela procura de diferentes segmentos de mercado;

**Médio Prazo**

## História

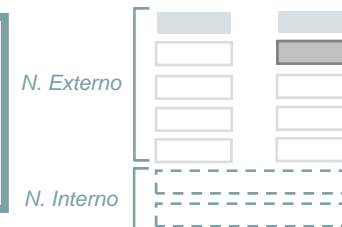
### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/2)



Medida	Acção	Calendarização
<b>Criação de um preço igual nos diferentes Palácios nacionais, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes palácios nacionais integrados no circuito</b>	<p>Esforço de actualização e padronização do preço de entrada nos palácios nacionais que integrem o circuito anteriormente definido. No caso dos Palácios com acesso gratuito a actualização e padronização de preço de entrada não se aplica;</p> <p>Criação de um bilhete único de acesso para os visitantes, devidamente acompanhado por um programa histórico-cultural de visita, procurando incentivar o acesso aos diferentes palácios, não limitando, contudo, temporalmente a visita;</p> <p>Integração no valor do bilhete único a deslocação entre os palácios – sinergias com CP, Carris e Metro de Lisboa e inclusive com transportadoras de passageiros; e</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Reforçar a experiência da visita cultural a Oeiras através da realização de actividades associadas ao período histórico em questão</b>	<p>Criação de uma experiência para os visitantes que optem pelo bilhete único – sendo alguns exemplo aplicáveis: refeição temática com recriação histórica no último local de visita, prova de vinhos ou de gastronomia da época no último local da visita, entre outros exemplos.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## História

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO



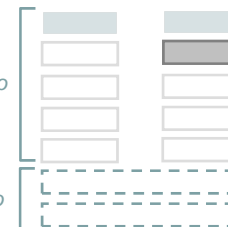
Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção conjunta dos palácios em revistas de especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa</b>	<p>Seleção de imprensa especialista – <i>online</i> e impressa – para apresentação e divulgação do espólio histórico de Oeiras, bem como da iniciativa de integração com outros palácios e edifícios históricos seleccionados em Lisboa, Sintra e Mafra;</p> <p>Organização de visitas guiadas com jornalistas especialistas (<i>press trips</i>) aos palácios que integram o circuito, realizando programas de dois dias que contemplem a visita aos palácios bem como a todo o enquadramento do circuito temático que se pretende dinamizar;</p> <p>Estabelecimento de parcerias com os cursos universitários de história e turismo a nível nacional e internacional;</p> <p>Edição de um livro prestige sobre a história do Concelho de Oeiras;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura</b>	<p>Seleção de operadores turísticos especialistas no segmento de mercado para apresentação e divulgação das iniciativas do Palácio Marquês de Pombal, bem como da iniciativa de integração com outros palácios seleccionados em Lisboa, Sintra e Mafra; e</p> <p>Organização de visitas guiadas com operadores e agentes de viagem especialistas (<i>fam trips</i>) aos palácios que integram o circuito, realizando programas de dois dias que contemplem a visita aos palácios bem como a todo o enquadramento do circuito temático que se pretende dinamizar.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## História

### NOVOS PROJECTOS PREVISTOS PARA O CONCELHO DE OEIRAS

N. Externo

N. Interno



#### Projectos Previstos

#### Descrição

##### Palácio do Egipto

O edifício setecentista foi recentemente sujeito a obras de reabilitação, tendo por objectivo a recuperação do volume principal do Palácio e a criação de um novo volume. O valor total do investimento foi de € 2 milhões, prevendo-se a sua inauguração durante o ano de 2008;

A sua recuperação permitirá oferecer aos seus visitantes uma galeria de exposições, livraria, lojas, restaurantes com espaço exterior;

O objectivo prende-se com a oferta de um pólo dinamizador de actividades socioculturais (exposições, colóquios e conferências); e

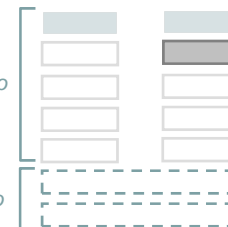
Prevê-se que o Palácio do Egipto venha a funcionar em articulação com o Auditório Municipal Eunice Muñoz – dotando, desta forma, o centro histórico de Oeiras dos equipamentos necessários para a dinamização da actividade cultural do Concelho.

## História

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Palácio Marquês de Pombal e Quinta de Recreio do Marquês de Pombal é património classificado pelo IPPAR

Relevância histórica do Marquês de Pombal – Conde de Oeiras – na evolução histórica da capital e no desenvolvimento político económico nacional

A Quinta do Marquês de Pombal encerra um elevado potencial histórico e industrial de referência para o período em que foi desenvolvido

Bom estado de conservação do Palácio Marquês de Pombal, designadamente ao nível de fachadas

Palco de eventos de cariz nacional e internacional que concedem alguma visibilidade ao espaço

Realização, pontual, de visitas guiadas ao Palácio Marquês de Pombal

#### Factores Críticos de Sucesso

Ampliar o *awareness* de Oeiras enquanto local de residência de uma das figuras históricas com maior relevância na história nacional

Elevado investimento na recuperação dos espaços interiores do Palácio, reconvertendo-o à sua estrutura original e adaptando a sua estrutura à conversão numa unidade hoteleira de charme

Elevado investimento na recuperação dos espaços exteriores e interiores de grande parte da Quinta do Marquês de Pombal

Elevado investimento na promoção do Palácio ao nível da sua integração em brochuras e roteiros turísticos de Lisboa, bem como ao nível da imprensa especializada nacional e internacional, a médio prazo e longo prazo respectivamente

Desocupação do Palácio por parte do Instituto Nacional de Administração

Recuperação da figura do Marquês de Pombal enquadrado no Palácio, enquanto a sua residência oficial

Massa crítica de espólio e conjunto de actividades de entretenimento para os visitantes – a definição de percursos poderá constituir um exemplo válido

Boas acessibilidades e boa rede de transportes públicos

Criação de estacionamento e de serviços de apoio a toda a área do Palácio e da Quinta Marquês de Pombal – inclusive uma zona destinada a estacionamento de autocarros de turismo

# ARTE

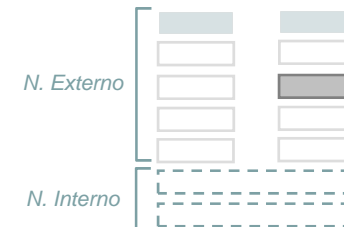
Nível Externo

Região de Lisboa



# Arte

## OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



### Objectivo

**Integração da oferta cultural artística de Oeiras no roteiro de arte de Lisboa, funcionando como uma extensão à mostra cultural artística da capital**

### Sustentação de mercado

A arte surge frequentemente como um programa complementar no roteiro de visita a cidades cosmopolitas; contudo o seu papel não se extingue na visita a museus. Observa-se a importância que a aquisição de peças de arte assume para segmentos de mercado muito específicos, revelando entre outros aspectos o elevado poder de compra que possuem.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
- Associação de Turismo de Lisboa
- Associações culturais do Concelho e de Lisboa
- Associação Nacional de Arte
- Carris e Metro de Lisboa
- Museus

### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
- Coordenação
- Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

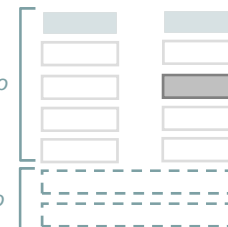
- Empresas sediadas no Concelho;
- Imprensa especializada;
- Hotéis, Distribuição Turística, outros *players* do turismo.

## Arte

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/2)

N. Externo

N. Interno

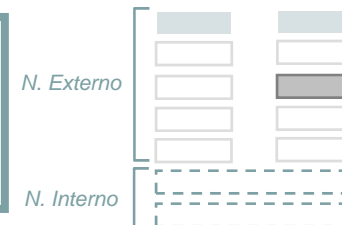


Medida	Acção	Calendarização
<b>Dinamização do plano de comunicação do Centro de Arte Manuel de Brito</b>	<p>Criação de um site próprio do Centro de Arte Manuel de Brito compilando toda a informação respeitante ao museu (disponível em diferentes idiomas) – espaços interiores e exteriores, serviços de apoio, aluguer de salas e outros espaços, actividades de lazer, visitas guiadas, CAMB para jovens, CAMB para famílias, história do CAMB, preços de acesso, horários, exposição actual, exposição anual, entre outros;</p> <p>Criação de brochura de apresentação do museu com destacável sobre a exposição actual, igualmente traduzida para diferentes idiomas;</p> <p>Criação de brochura para jovens e crianças – procurando iniciar este segmento de procura específico no mundo da arte;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte de Lisboa para dinamizar a partilha de exposições, ou seja sob uma mesma temática existirem dois ou mais centros de arte com exposição, e que pressuponha a visita a ambos</b>	<p>Criação de guião de visita integrada a outros museus com benefícios ao nível do preço para os visitantes interessados - espécie de bilhete único por exposição temática - convidando a visitar mais do que um museu, durante um período de tempo determinado;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Ampliar visibilidade do CAMB junto de eventos de arte</b>	<p>Patrocinar eventos mediáticos relacionados com a Arte;</p>	<b>Médio Prazo</b>



## Arte

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/2)



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Aposta na oferta de um espólio diversificado dentro da mesma temática e em constante actualização, evitando transmitir a sensação de uma exposição permanente e pouco atractiva no âmbito de *repeat visitors***

Definir períodos de quatro a seis meses para alteração do espólio, seguindo uma lógica temática ou temporal das peças expostas. Apresentar atempadamente a alteração prevista das obras de arte, comunicando-a através de um site próprio do museu ou da base de dados de visitantes do museu;

**Longo Prazo**

**Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte internacionais para dinamizar a criação de exposições temporárias**

Seleccção de centros de arte internacionais, designadamente localizados em Espanha (pela ampla e diversificada oferta de centros de arte em várias cidades), semelhantes ao nível da temática e de awareness do espólio do CAMB para criação e integração em circuitos de arte internacionais com exposições temporárias; e

Criação de brochuras de apresentação dos centros de arte seleccionados para integrar o circuito temático, a par da comunicação via *website* oficial dos centros de arte.

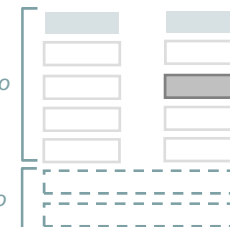
**Longo Prazo**

## Arte

### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/2)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Integração do Centro de Arte Manuel de Brito na rota cultural de museus de arte contemporânea da cidade de Lisboa – Centro de Arte Moderna, Museu Colecção Berardo, Museu Nacional de Arte Contemporânea e o futuro Museu Casa das Histórias e Desenhos de Paula Rego**

Estabelecimento de parceria entre CAMB e Centro de Arte Moderna (Gulbenkian), Museu Colecção Berardo (Belém) e Museu Nacional de Arte Contemporânea (Chiado), com o objectivo de criar programas culturais integrados e diversificados;

A definição do circuito deverá assentar na tematização do espólio dos quatro museus, devendo alterar-se a ordem de visita periodicamente;

O circuito definido deverá suportar-se na facilidade de acesso a cada um dos quatro museus – através de um percurso definido e bem orientado, não devendo ser imposta a visita aos quatro museus num mesmo dia;

Aplicação de pequenos questionários de satisfação ao visitante para monitorizar o potencial de implementação deste tipo de iniciativas;

Adicionar o Museu Casa das Histórias e Desenhos de Paula Rego à lista de museus mencionada anteriormente, beneficiando da criação de programas culturais integrados e diversificados, bem como de toda a organização afecta à integração mencionada;

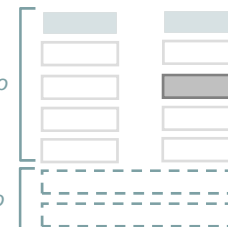
**Médio e Longo Prazo**

## Arte

### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/2)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Criação de um preço igual nos diferentes centros de arte, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes centros de arte integrados no circuito**

Esforço de actualização e padronização do preço de entrada nos museus que integrem o circuito anteriormente definido. No caso dos Museus com acesso gratuito a actualização e padronização de preço de entrada não se aplica;

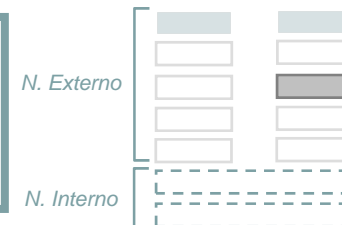
Criação de bilhete único para os visitantes que pretendam efectuar a visita aos museus integrados no circuito, não limitando contudo temporalmente a visita. Integração no valor do bilhete único a deslocação entre os museus – sinergias com Carris ou Metro de Lisboa. Criação de um souvenir para os visitantes que optem pelo bilhete único; e

Dinamização dos espaços de lazer dos museus – bares, terraços – com actividades culturais – concertos, teatro, poesia, etc..

**Longo Prazo**

## Arte

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO



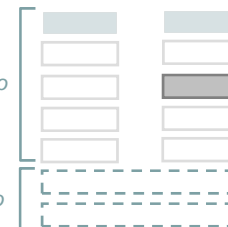
Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção conjunta dos centros de arte em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa</b>	<p>Seleção de imprensa especialista – <i>online</i> e impressa – para apresentação e divulgação das iniciativas do CAMB, bem como da iniciativa de integração com museus seleccionados em Lisboa;</p> <p>Organização de visitas guiadas com jornalistas especialistas (<i>press trips</i>) aos museus que integram o circuito, realizando programas de dois dias que contemplem a visita aos museus bem como a todo o enquadramento do circuito temático que se pretende dinamizar;</p> <p>Criação de actividades para dias específicos – Dia dos Museus;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura</b>	<p>Seleção de operadores turísticos especialistas no segmento de mercado para apresentação e divulgação das iniciativas do CAMB, bem como da iniciativa de integração com museus seleccionados em Lisboa; e</p> <p>Organização de visitas guiadas com operadores turísticos e agentes de viagem especialistas (<i>fam trips</i>) aos museus que integram o circuito, realizando programas de dois dias que contemplem a visita aos museus, bem como a todo o enquadramento do circuito temático que se pretende dinamizar.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## Arte

### NOVOS PROJECTOS PREVISTOS PARA OS CONCELHOS LIMITROFES

N. Externo

N. Interno



#### Projectos Previstos

#### Descrição

##### **Casa das Histórias e Desenhos Paula Rego**

Pretende assumir-se como um marco na oferta cultural de Cascais e terá como principal núcleo expositivo as pinturas e gravuras de Paula Rego e de Victor Willing (doado em 2006 pela autora à Câmara Municipal de Cascais);

Com uma área total de 750 m<sup>2</sup> destinadas a áreas de exposição permanente e temporária, auditório com capacidade para 200 pessoas, biblioteca, livraria e diversas áreas de apoio técnico e científico; e

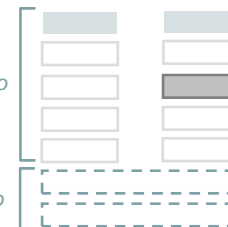
A previsão da conclusão do projecto aponta para início de 2009, sendo o valor do projecto € 3,9 milhões.

## Arte

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Proximidade de centros de arte – raio máximo de 10 Km

Boa rede de transportes de acesso aos museus com potencialidades para integrar o circuito

Espólios consistentes entre os museus com potencialidade para integrar o circuito

Museus com estruturas modernas e funcionais

#### Factores Críticos de Sucesso

Rotatividade das exposições

Partilha de contactos entre os museus

Criação de equipa de trabalho com igual representatividade em cada um dos museus

Criação de sinergias com transportes – Carris e Metro de Lisboa

Folhetos e brochuras de apresentação da iniciativa com rigor técnico e eficazmente vocacionado para 2 ou 3 segmentos de procura - profissionais, famílias, crianças , estudantes, entre outros

Espólio diversificado mas tematizado

Sinalização dos museus – vocacionada também para as crianças e pessoas com necessidades especiais

Tradução de folhetos e brochuras para diferentes idiomas

Pluralidade de idiomas dos recursos humanos de apoio aos museus

Padronização do valor de entrada nos museus, não aplicável aos museus com acesso gratuito

# PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

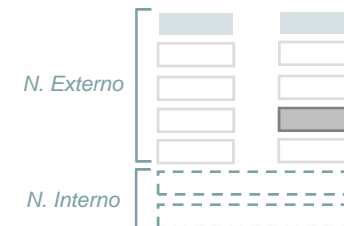
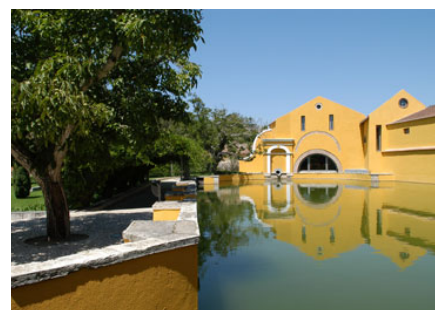
Nível Externo

Região de Lisboa



## Património Industrial

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS (1/2)



### Objectivo

**Ampliar a visibilidade do património industrial do Concelho de Oeiras (Fábrica da Pólvora) através da sua integração com o património industrial de Lisboa, a médio prazo - e a sua integração no património industrial nacional e internacional - a longo prazo**

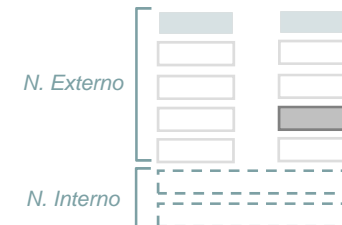
### Sustentação de mercado

Apesar da menor representatividade de nichos de mercado com interesse no património industrial, é já uma realidade o segmento de turistas que viajam motivados pela riqueza de património industrial patente em alguns países. Oeiras com a Fábrica da Pólvora, a par de outras localidades com património industrial em Portugal, integra listas como a rota europeia de património industrial, e a do comité internacional para a conservação do património industrial, revelando-se aqui o seu potencial de desenvolvimento e maior reconhecimento internacional.



## Património Industrial

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS (2/2)



#### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
  - Fábrica da Pólvora
- Associação de Turismo de Lisboa
- *Industrial Heritage European Route*
- *International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*
- *International Council on Monuments and Sites*
  - *European Heritage Network*
- Associações culturais do Concelho e de Lisboa
  - Instituto Português do Património Arquitectónico
    - Carris e Metro de Lisboa
    - UNESCO

#### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

#### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

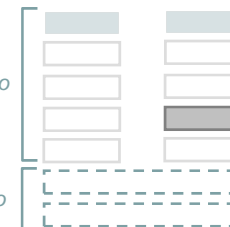
- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, Rent-a-Car, Animação, outros *players* do turismo.

# Património Industrial

## PLANO ESTRATÉGICO DA FÁBRICA DA PÓLVORA DE BARCARENA (1/4)

N. Externo

N. Interno



### Visão

Construir na Fábrica da Pólvora um parque auto-sustentável, com actividades culturais, desportivas e recreativas, que contribua para a sensibilização do público para a arte contemporânea e para as questões ambientais.

Criar um espaço de lazer onde se possa usufruir de uma boa refeição, visitar uma exposição, assistir a espectáculos, participar em *workshops*, frequentar cursos, adquirir hábitos de vida saudáveis. O parque deverá constituir-se como um espaço de cruzamento entre a cultura e o lazer.

### SWOT

**PONTOS FORTES:** Existência de espaços de investigação e tecnologia; Espaços verdes e de lazer de elevada qualidade; Interesse histórico e arquitectónico dos edifícios e antigas oficinas da fábrica da pólvora;

**FRAQUEZAS:** Fraca divulgação dos espaços que a Fábrica oferece e dos seus eventos nos concelhos limítrofes; Distância em relação aos centros de tomada de decisão; Carência de meios humanos e tecnológicos;

**OPORTUNIDADES:** Proximidade ao Tagus Parque e ao Campus Universitário de Sintra; Proximidade a urbanizações de elevada qualidade; Proximidade a pólos de atracção recreativa (centro equestre e campo de golfe); Desenvolvimento de parcerias público-privadas; Atractividade para fixação de empresas com tecnologia de ponta e de investigação; Programa “Novas Oportunidades” lançado pelo Governo; Parcerias intermunicipais, rentabilização de recursos e desenvolvimento de sinergias;

**AMEAÇAS:** Política expansionista da Universidade Atlântica; Deslocalização de empresas; entre outros.

### Eixos Estratégicos (com maior relevância)

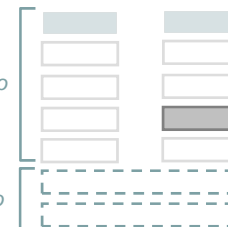
- (1) Capacidade de atracção de novas empresas e instituições de elevado potencial tecnológico e científico, capazes de gerar um acréscimo de postos de trabalho de elevada qualificação; (...)
- (4) Valorização do nosso capital humano através da qualificação da educação e formação de jovens e adultos activos, quer em formação médias, quer superiores. Para além da participação em instâncias de educação e formação de carácter formal, pretende-se acentuar a capacidade de criação e fruição cultural; (...)
- (6) Espaço de participação, inovação e modernização. Uma administração que pensa estrategicamente e age democraticamente, valoriza a cidadania e o serviço público e serve não apenas clientes mas cidadãos a quem presta contas e com quem dialoga.

## Património Industrial

### PLANO ESTRATÉGICO DA FÁBRICA DA PÓLVORA DE BARCARENA (2/4)

N. Externo

N. Interno



Após uma análise do Plano Estratégico da Fábrica da Pólvora, e na tentativa de estabelecer um cruzamento com as medidas a apresentar para a Fábrica da Pólvora no Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras, destacam-se os seguintes objectivos apresentados no Plano da Fábrica da Pólvora de Barcarena:

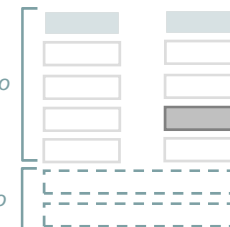
1. Melhorar a rede de acessibilidade e mobilidade da Fábrica da Pólvora;
2. Aumentar o número de empresas sedeadas na área do complexo da Fábrica;
3. Promover parcerias públicas / privadas, com vista à implementação de novos centros de investigação;
4. Equipar os espaços públicos do Parque para promover as actividades desportivas e culturais, desenvolver a cidadania, no respeito pela Natureza e pelo Ambiente;
5. Tornar o Parque um centro de formação profissional para a realização de cursos profissionais, acções de formação, tanto internas como externas à CMO, de congressos e outras actividades culturais e científicas;
6. Tornar o Parque num elemento da comunidade artística internacional, seja através do intercâmbio cultural, seja através da participação em redes internacionais de museus, apostados em promover a cultura e o seu desenvolvimento em todo o mundo;
7. Dinamizar os actuais espaços destinados às actividades culturais (Lugar Comum);
8. Melhorar a qualidade dos serviços do Parque, prestados aos visitantes;
9. Melhorar a participação / interacção com os visitantes;

## Património Industrial

### PLANO ESTRATÉGICO DA FÁBRICA DA PÓLVORA DE BARCARENA (3/4)

N. Externo

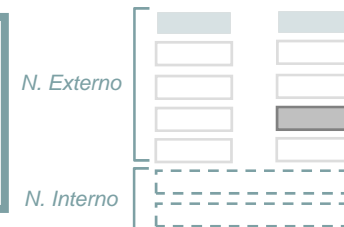
N. Interno



10. Negociar com a UATLA uma área definitiva de ocupação dentro do complexo;
11. Criar novos espaços para ocupação de empresas;
12. Negociar com as empresas de transportes públicos a passagem de algumas das carreiras, pelo complexo da Fábrica, fazendo ligações rápidas e frequentes, tanto para a Estação de Tercena / Barcarena, como à Estação de Caxias, Paço de Arcos e Oeiras;
13. Criação de um programa, em colaboração com diferentes gabinetes da CMO com vista à promoção / divulgação do loteamento do parque e respectivos incentivos / benefícios à instalação e fixação de empresas (Redução de taxas municipais, contratos de concessão, cedências, trocas, etc.);
14. Promover, em colaboração com o Complexo Investigacional da Quinta do Marquês, Instituto Gulbenkian para a Ciência, entre outros, a criação de novos centros de investigação a instalar dentro do Parque;
15. Obtenção de lucros com a visita aos museus e com o aluguer da Galeria das Azenhas (após transformação em salão de festas e exposições);
16. Rentabilização do Centro de Formação profissional, através do aluguer de salas e auditórios para cursos, *workshops* e conferências;
17. Venda de *souvenirs*, produtos de artesanato, publicações de promoção à Fábrica e ao Concelho, entre outros, na loja do Museu;
18. Estabelecer uma parceria com o centro equestre com vista ao melhoramento das suas instalações e dos seus acessos, promovendo a actividade, o Concelho e o Parque;

## Património Industrial

### PLANO ESTRATÉGICO DA FÁBRICA DA PÓLVORA DE BARCARENA (4/4)



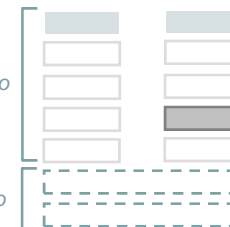
19. Promover a recuperação dos padrões de qualidade e prestígio do restaurante “Albapólvora”;
20. Promover a realização de um concurso anual de fotografia, com temas relacionados com a Fábrica, o Ambiente, a Natureza, etc.;
21. Promover a realização de ciclos de cinema ao ar livre, nas noites de Verão, no anfiteatro do Pátio do Enxugo;
22. Elaborar um caderno de encargos tipo, para a concessão e exploração dos edifícios e espaços recuperados e explorados comercialmente por entidades privadas, para garantir a rentabilização do investimento e a manutenção desses edifícios em bom estado de conservação;
23. Promover a criação da Escola de Artes e Ofícios;
24. Construir o Museu Darwin;
25. Integrar a rede de turismo ligado à Arqueologia Industrial, promovendo o Museu da Pólvora Negra, junto dos promotores do turismo nacional;
26. Constituir o Gabinete de Relações Públicas responsável pelas actividades de divulgação , comunicação e gestão comercial das actividades do Parque, articulando com cada unidade a funcionar dentro do Parque;
27. Entre outros.

## Património Industrial

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/2)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Melhorar a comunicação / promoção dos programas de actividades da Fábrica da Pólvora que visem a familiarização dos visitantes com o espaço e com a história do local**

Ampliação dos pontos de divulgação dos programas de actividades da Fábrica da Pólvora, com o objectivo de atrair uma maior representatividade do mercado nacional e internacional – equacionando como pontos de divulgação: universidades, revistas de especialidade; escolas, centros de tempos livres, colónias de férias, centros culturais, museus, hotéis, entre outros;

Melhoria da sinalização urbana desde os principais pontos de acesso a Oeiras até à Fábrica da Pólvora;

Melhoria dos serviços de apoio aos visitantes da Fábrica da Pólvora – estacionamento, sintonia de horários de abertura do Museu com as horas de serviço dos cafés, comércio e restaurante inseridos no espaço;

Avaliar criticamente o desempenho dos serviços de apoio à Fábrica da Pólvora e tomar medidas que visem a qualificação do espaço;

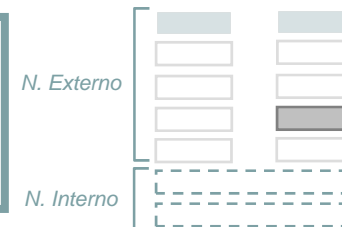
Tradução do suporte físico de apresentação da Fábrica da Pólvora para Espanhol – o principal mercado emissor para Oeiras;

Lançamento de programas de actividades tais como – incentivos, eventos corporate, outros – em parceria com hotéis ou empresas sediadas no Concelho;

**Em Desenvolvimento**

## Património Industrial

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/2)



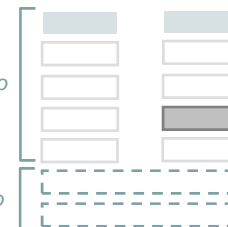
Medida	Acção	Calendarização
<b>Melhorar a comunicação / promoção dos programas de actividades da Fábrica da Pólvora que visem a familiarização dos visitantes com o espaço e com a história do local (continuação)</b>	<p>Concretização da exposição permanente de Darwin na Fábrica da Pólvora;</p> <p>Criar capacidade de resposta para a procura gerada nos mercados emissores estrangeiros – adicionalmente ao suporte físico de apresentação da Fábrica da Pólvora (os vários folhetos existentes e já traduzidos) procurar recursos humanos com formação na área de engenharia que desenvolvam outras actividades na Fábrica da Pólvora e que possam contribuir para efectuar visitas ao local, conferindo-lhes um cariz mais técnico e menos desinteressante;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Criação de parcerias com o Museu da Electricidade e da Água, em Lisboa, a par do património industrial patente na região de Lisboa, no sentido de padronizar a oferta de programas de actividades, preço e visibilidade nas brochuras e folhetos do destino Lisboa</b>	<p>Estabelecimento de parcerias e sinergias com outros espaços, na região de Lisboa, classificados como património industrial por forma a serem percebidos como um produto único e interligado, procurando uma homogeneidade de preço e horários de visita, bem como uma oferta ampla de actividades; e</p> <p>Posicionamento do património industrial nos <i>flyers</i> de apresentação da região de Lisboa.</p>	<b>Médio Prazo</b>

# Património Industrial

## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/3)

N. Externo

N. Interno



### Medida

### Ação

### Calendarização

**Promoção, ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial da região de Lisboa que permita a integração da Fábrica da Pólvora, o Museu da Electricidade, Museu da Água e outros edifícios classificados como património industrial na região**

Definição de um ou mais circuitos temáticos – adaptados a diferentes segmentos alvo – com visita ao património industrial da região de Lisboa e ao conjunto de espaços classificados como património industrial no contexto nacional;

Criação de programas de fins-de-semana que motivem a deslocação a um determinado local e permitam a exploração e contacto com o património industrial patente em Portugal – através do estabelecimento de parcerias com os outros espaços a visitar;

Integrar na programação dos circuitos, actividades fortemente associadas aos locais a visitar, bem como antecipar o contacto com a hotelaria e os serviços de apoio nos locais de visita;

**Médio Prazo**

**Organização de conferências e seminários sob a temática património industrial, com o objectivo, a longo prazo, de fixar um determinado evento na Fábrica da Pólvora com periodicidade anual**

Organização de eventos com visibilidade internacional junto do público alvo do património industrial, procurando captar eventos com rotatividade internacional – seminários e colóquios – ou através da dinamização do debate de temas associados. Estabelecer contacto com as entidades nacionais associadas à causa bem como à preservação e divulgação do património industrial junto da comunidade. Equacionar o contacto com entidades espanholas para criação de eventos de cobertura ibérica;

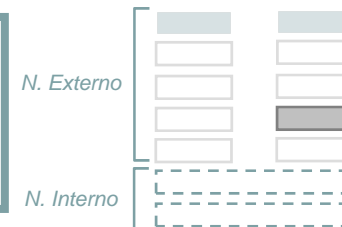
Incorporar programas de actividades de lazer durante o período dos eventos, ampliando assim o awareness da oferta de património industrial em Portugal e em simultâneo reforçar o posicionamento da Fábrica da Pólvora;

**Médio Prazo**



# Património Industrial

## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/3)



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Maior dinamização dos espaços da Fábrica da Pólvora quanto à sua comercialização, procurando atrair eventos que concedam visibilidade ao local**

Revisão dos valores e condições de comercialização dos espaços da Fábrica da Pólvora, tendo por objectivo alguns valores de referência do mercado de aluguer de espaços particulares inseridos na região;

Criação de serviços de apoio à realização de eventos na Fábrica da Pólvora, procurando ampliar a capacidade de resposta do local à procura gerada – eventos de pequena e média dimensão – nos espaços *indoor* e *outdoor*;

Criação de um departamento comercial da Fábrica da Pólvora, assumindo responsabilidades ao nível da promoção e divulgação do espaço e das suas actividades, bem como do potencial que encerra para a recepção ou organização de eventos;

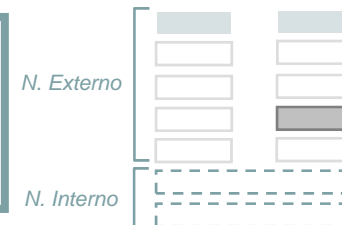
Identificar os períodos de época baixa da procura pela Fábrica da Pólvora – ao nível de visitantes do museu e de utilização dos espaços envolventes – e criar melhores condições para a atracção de eventos que visem atenuar a sazonalidade do espaço;

Procurar atrair ou aceitar eventos que visem sobretudo o conhecimento, exploração, divulgação e preservação do património industrial, em detrimento de eventos com menor visibilidade e cobertura exterior;

**Médio Prazo**

# Património Industrial

## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (3/3)



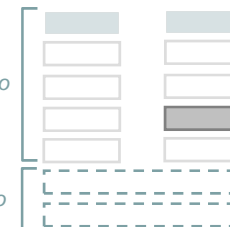
Medida	Acção	Calendarização
<b>Promoção, ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial nacional e ibérico com a integração da Fábrica da Pólvora</b>	Estabelecimento de parcerias com os espaços mais relevantes do património industrial de Espanha na óptica da criação de circuitos ibéricos de património industrial;	<b>Longo Prazo</b>
<b>Criação de um preçário igual nos diferentes espaços – Fábrica da Pólvora, Museu da Electricidade e Museu da Água – podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes espaços integrados no circuito</b>	<p>Esforço de actualização e padronização do preço de entrada nos locais que integrem o circuito anteriormente definido. No caso dos Espaços com acesso gratuito a actualização e padronização de preço de entrada não se aplica;</p> <p>Criação de um bilhete único de acesso para os visitantes devidamente acompanhado por um programa que incentive a visita aos diferentes locais classificados como património industrial, não limitando contudo temporalmente a visita;</p> <p>Integração no valor do bilhete único a deslocação entre os locais – sinergias com Carris ou Metro de Lisboa ou até com transportadoras de passageiros; e</p> <p>Aquisição de equipamento de transporte de passageiros para pessoas com dificuldades de mobilidade, para circular em todo o recinto exterior da Fábrica da Pólvora – exemplo: buggies de golfe com motorista – não condicionando a visita a pessoas de mobilidade reduzida.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## Património Industrial

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/3)

N. Externo

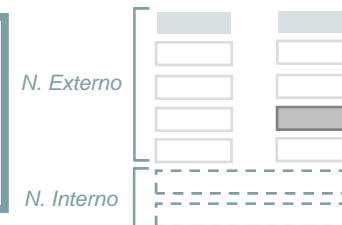
N. Interno



Medida	Acção	Calendarização
<b>Actualização do <i>website</i> promocional da Fábrica da Pólvora</b>	Urgente resolução do problema do <i>website</i> da Fábrica da Pólvora – não está disponível e revela problemas ao nível do domínio – prejudicando a sua visibilidade em <i>websites</i> internacionais (com <i>link</i> directo) tais como Comité Internacional para a Conservação do Património Industrial, entre outros;	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Promoção conjunta dos locais com classificação de património industrial em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa</b>	Seleccção de publicações da especialidade – património industrial – bem como de revistas ligadas ao sector do turismo para promover a Fábrica da Pólvora, concedendo sempre informação sobre o reconhecimento internacional actual da Fábrica da Pólvora; Estabelecimento de parcerias e sinergias com a Associação de Turismo de Lisboa para a integração da Fábrica da Pólvora nos seus folhetos e brochuras de apresentação do destino Lisboa – programa de actividades e roteiros turísticos;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Dinamização de actividades na Fábrica da Pólvora com cobertura e apoio das organizações internacionais onde está listada a Fábrica da Pólvora</b>	Divulgação das actividades realizadas na Fábrica da Pólvora – vocacionadas para o nicho de mercado – junto das organizações internacionais ligadas ao património industrial ( <i>European Route of Industrial Heritage, International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage</i> , entre outras); Estabelecimento de parcerias para a cobertura mediática e para captar apoios das organizações internacionais no desenvolvimento das actividades com palco na Fábrica da Pólvora;	<b>Médio Prazo</b>

## Património Industrial

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/3)



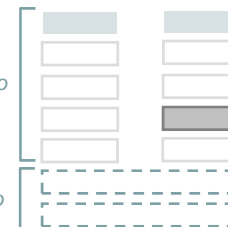
Medida	Acção	Calendarização
<b>Publicação de artigos da especialidade</b>	Publicação de artigos da especialidade – desenvolvidos por profissionais ligados ao sector (património industrial, engenharia, história, outros) – em publicações oficiais da Câmara, folhetos informativos da Fábrica da Pólvora, imprensa (especialista ou não) nacional e internacional, distribuição <i>online</i> dos sectores da Engenharia, Indústria e Turismo;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Seleção de patrocínios para os diferentes espaços da Fábrica da Pólvora</b>	<p>Seleção de patrocínios para os diferentes espaços e equipamentos da Fábrica da Pólvora – Auditório, Jardins, Parque Infantil, Circuito de Manutenção, Espreguiçadeiras, Áudio guias, entre outros;</p> <p>Revisão dos critérios de aluguer do equipamento disponível aos visitantes – Áudio guias, espreguiçadeiras, outros – procurando obter receita e conceder visibilidade aos patrocínios contratados. A integração de diferentes produtos no valor de aquisição de um bilhete único de visita ao museu ou à Fábrica da Pólvora na sua plenitude poderá ser uma das soluções;</p> <p>Criação de merchandising da Fábrica da Pólvora, para (1) comercialização, (2) oferecer como <i>souvenir</i> na organização de eventos da especialidade e (3) efeitos de promoção do espaço da Fábrica da Pólvora;</p>	<b>Médio Prazo</b>

## Património Industrial

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (3/3)

N. Externo

N. Interno



Medida	Acção	Calendarização
<b>Estabelecimento de parcerias com diferentes instituições nacionais e internacionais para conceder maior visibilidade ao local</b>	<p>Estabelecimento de parcerias com motores de busca <i>online</i> e <i>websites</i> do sector da Engenharia, Indústria e Turismo para conferir visibilidade à Fábrica da Pólvora – frequentemente passa por um acordo de permuta de logótipos entre os <i>websites</i>;</p> <p>Promover a associação da Fábrica da Pólvora a Oeiras e Região de Lisboa, e não a Barcarena, no contexto nacional e internacional;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura</b>	<p>Seleção de operadores turísticos especialistas no nicho de mercado para apresentação e divulgação das iniciativas da Fábrica da Pólvora, bem como da iniciativa de integração com outros locais classificados como património industrial em Portugal; e</p> <p>Organização de visitas guiadas com operadores turísticos e agentes de viagem especialistas (<i>fam trips</i>) aos locais que integram o circuito, realizando programas que contemplem também a visita a todo o enquadramento do circuito temático que se pretende dinamizar.</p>	<b>Longo Prazo</b>

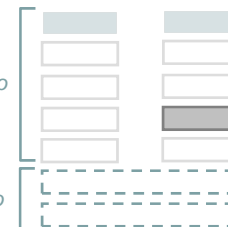
## Património Industrial

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(1/2)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Classificação internacional da Fábrica da Pólvora como património industrial

Referência em artigos da especialidade na comunidade internacional

Elevado grau de manutenção e conservação da área da Fábrica da Pólvora

Brochuras e folhetos de apresentação da Fábrica da Pólvora traduzidos para inglês e francês

Boas infra-estruturas de lazer direccionadas para diferentes segmentos de mercado – lazer, crianças, famílias, estudantes, outros

#### Factores Críticos de Sucesso

Promover a associação da Fábrica da Pólvora estritamente a Oeiras e Região de Lisboa

Divulgação dos artigos na imprensa especializada e em publicações do sector da engenharia, indústria e turismo

Elevado investimento na promoção da Fábrica da Pólvora fora da comunidade residente de Oeiras

Criação de serviços de apoio à organização de eventos nos espaços *indoor* e *outdoor* da Fábrica da Pólvora – estacionamento, sanitários, entre outros

Qualificação dos serviços de apoio existentes actualmente na Fábrica da Pólvora – Restaurante, Bar, entre outros

*Website* promocional actualizado e em funcionamento

Integração da Fábrica da Pólvora em folhetos e brochuras de apresentação do destino Lisboa

Condições de acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida

Organização de um evento anual – com cobertura internacional – dedicado à comunidade de especialistas no património industrial (sectores da Engenharia, Indústria, entre outros)

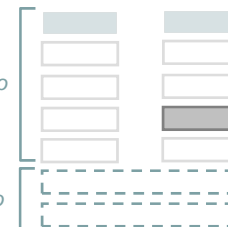
## Património Industrial

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(2/2)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Áudio guias com informação traduzida para inglês e francês

Boas acessibilidades

Boa sinalização na área total ocupada pela Fábrica da Pólvora

#### Factores Críticos de Sucesso

Estabelecimento de parcerias com outros locais classificados como património industrial, a nível regional e também a nível ibérico

Estabelecimento de parcerias com as empresas do Concelho, designadamente os prestadores de serviço – hotelaria, transportadoras de passageiros, equipamento para eventos, animação, entre outros

Brochuras e folhetos de apresentação da Fábrica da Pólvora traduzidos para espanhol – principal mercado emissor de Oeiras

Criação de merchandising da Fábrica da Pólvora

Boa sinalização urbana desde os diferentes pontos de acesso a Oeiras

Criar sinalização interna da Fábrica da Pólvora vocacionada / adaptada às crianças

# GASTRONOMIA

Nível Externo

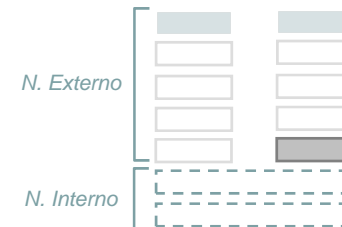
Região de Lisboa





# Gastronomia

## OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



### Objectivo

**Prestação de um serviço de excelência que se assuma como uma referência na região de Lisboa através da qualificação e certificação da oferta gastronómica**

### Sustentação de mercado

A gastronomia assume uma importância nuclear nas novas tendências da procura turística internacional, e apesar de não se constituir com uma motivação chave, é parte integrante da experiência do turista, desempenhando um papel fundamental na avaliação do destino por parte do turista. Oeiras detém uma oferta diversificada de restaurantes, primando por uma oferta de gastronomia tradicional regional, podendo ancorar-se aqui o seu potencial de posicionamento e *awareness* nacional e internacional.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
- Associação de Turismo de Lisboa
- Associação Comercial e Empresarial dos Concelhos de Oeiras e Amadora
- Estabelecimentos de Restauração e Bebidas

### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
- Coordenação
- Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

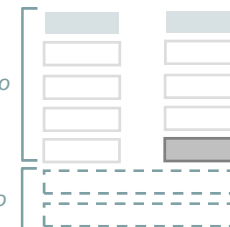
- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, outros *players* do turismo;
- Escolas de Hotelaria Nacionais e Internacionais
- ARESP

# Gastronomia

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/3)

N. Externo

N. Interno



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Identificação e criação de novos espaços para a edificação de restaurantes e outros estabelecimentos de bebidas de referência no Concelho**

Identificação global da oferta de estabelecimentos de restauração e bebidas – com o objectivo de criar um registo oficial de toda a oferta de restauração e bebidas;

Regular a oferta existente e definir locais para a edificação dos novos espaços, evitando o excesso de oferta de estabelecimentos no Concelho vocacionados apenas para um segmento, procurando assim diversificar a oferta;

Requalificação das esplanadas dos estabelecimentos de restauração e bebidas, ao abrigo de um plano integrado concelhio, promovendo o conceito de “esplanadas 365 dias por ano”;

Criação de pólos de gastronomia, vocacionados para o segmento médio-alto do mercado, localizados em espaços emblemáticos – sendo um bom exemplo o Forte do Areeiro;

**Em Desenvolvimento**

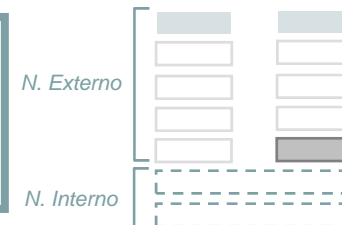
**Primar pela qualidade e serviço de excelência dos restaurantes na sua generalidade e em particular os de referência através da atribuição de incentivos aos estabelecimentos**

Fomentar o desenvolvimento de programas que promovam e incentivem a crescente qualidade dos estabelecimentos e o serviço de excelência da gastronomia no Concelho de Oeiras;

**Médio Prazo**

# Gastronomia

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/3)



### Medida

### Acção

### Calendarização

Dar continuidade ao “Prémio Qualidade”, como forma de promover os estabelecimentos de restauração e bebidas que primam pela excelência do seu serviço, qualidade gastronómica e transparência dos preços. Dever-se-á promover e sensibilizar, cada vez mais, os empresários a participarem nesta iniciativa, ampliando assim a visibilidade da qualidade gastronómica do Concelho;

**Primar pela qualidade e serviço de excelência dos restaurantes na sua generalidade e em particular os de referência através da atribuição de incentivos aos estabelecimentos (continuação)**

Estabelecer parceria com a ARESP – Associação da Restauração e Similares de Portugal, para a divulgação, sensibilização e implementação do “Programa Selecção”, premiando os estabelecimentos pelas boas práticas em higiene e segurança alimentar, na óptica da integração dos estabelecimentos na Rede de Estabelecimentos Selecção. Assim estarão a integrar uma Marca diferenciadora de qualidade para o consumidor, e em particular para o visitante que procura Oeiras;

Ampliar a divulgação dos sistemas de incentivos em vigor, nomeadamente do Regime de Protocolos Bancários do Turismo de Portugal, e dos incentivos decorrentes do QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional, no âmbito do Programa Operacional Factores de Competitividade;

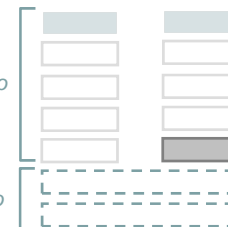
**Médio Prazo**

## Gastronomia

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (3/3)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Apostar na oferta de espaços de maior dimensão e com cariz emblemático ou histórico, com uma oferta de serviço de excelência que permita acolher grupos de maior dimensão, por norma perdidos para Lisboa, Cascais e Sintra**

Garantir o apoio aos empresários para o devido desenvolvimento desses espaços, cumprindo todos os requisitos legais de implementação e funcionamento;

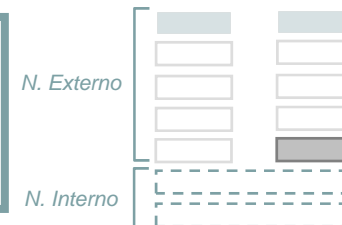
Desenvolver parcerias com agências de viagens e operadores turísticos, promovendo Oeiras como local de gastronomia diferenciada e de excelência; e

Promover restaurantes temáticos, que traduzam a história do Concelho, como factor diferenciador da oferta existente.

**Médio Prazo**

# Gastronomia

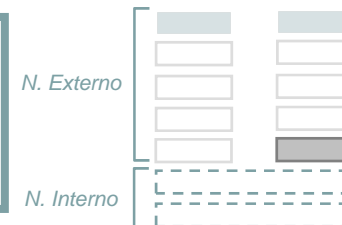
## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO



Medida	Acção	Calendarização
<b>Ampliar a visibilidade da diversidade e qualidade da gastronomia do Concelho de Oeiras através do seu posicionamento competitivo em <i>rankings</i> internacionais de restauração</b>	<p>Promoção da gastronomia do Concelho nos principais mercados emissores de turistas, posicionando Oeiras como um destino chave na procura de experiências gastronómicas;</p> <p>Desenvolver estratégias de marketing agressivas face a outras regiões – Lisboa, Cascais, etc. – realçando a especificidade e mais-valia da gastronomia de Oeiras em relação ao seu <i>competitive set</i>, e</p> <p>Participação em feiras internacionais e em festivais gastronómicos, promovendo “os sabores de Oeiras”, procurando desta forma captar potenciais visitantes para Oeiras fortemente motivados pela oferta de gastronomia regional.</p>	<b>Longo Prazo</b>

# Gastronomia

## III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Estabelecer contacto com *Opinion Leaders* e jornalistas com o objectivo de publicar *press releases* na imprensa nacional e internacional, de cariz generalista (imprensa diária, semanal) e especialista (imprensa vocacionada para o turismo)**

Promover a gastronomia de Oeiras, e do seu serviço de excelência em revistas da especialidade, tais como Blue Wine, Blue Cooking, entre outras; e

Criar um conjunto de *clippings* sobre a gastronomia de Oeiras e divulgá-los nos *websites* nacionais e internacionais da especialidade, bem como em vários *websites* generalistas.

**Médio Prazo**

**Realização de eventos temáticos que visem dar a conhecer a gastronomia de Oeiras, procurando associar Oeiras a uma cozinha de fusão cujos elementos centrais sejam a tradição, a modernidade e o contexto global onde se insere**

Criar o “Festival de Gastronomia de Oeiras” – com periodicidade anual;

Projectar a divulgação deste festival, posicionando-o como um Festival de Gastronomia de excelência, numa primeira fase na região de Lisboa, e posteriormente, como uma referência nacional;

Desenvolver a confecção de produtos associados ao mar, nomeadamente o peixe e o marisco, definindo e associando a região a esse tipo de gastronomia; e

Implementar e alargar o roteiro gastronómico da região, bem como as semanas gastronómicas, procurando criar especificidades próprias e únicas;

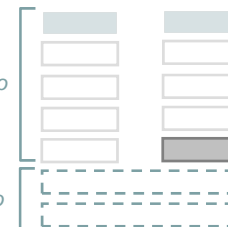
**Longo Prazo**

# Gastronomia

## VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

N. Externo

N. Interno



### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Qualidade alimentar dos restaurantes em Oeiras com boa aceitação junto dos consumidores locais e mercado nacional e internacional

Região com forte associação ao mar e a todas as valências gastronómicas que daí advêm

Proximidade ao destino turístico Lisboa e Cascais – reconhecidos também pela oferta de gastronomia diversificada e de qualidade

Várias localizações e estruturas passíveis de valorizar através de restaurantes gastronómicos

### Factores Críticos de Sucesso

Investimento na promoção da gastronomia junto das principais entidades promotoras da região

Investimento em campanha de promoção agressiva a nível nacional e internacional

Promoção do serviço de excelência dos estabelecimentos de restauração e bebidas como sendo a base da gastronomia de Oeiras

Investimento em infra-estruturas de apoio aos estabelecimentos de restauração e bebidas, nomeadamente em espaços públicos para o desenvolvimento de esplanadas de excelência

Sistema integrado de qualidade para o turismo em Portugal com especificidades próprias para a área da gastronomia

Presença em feiras e festivais de gastronomia nacionais e internacionais

Definição de mecanismos de controlo da qualidade e serviço de excelência prestados ao consumidor

Incentivo à criação e manutenção de esplanadas 365 dias por ano através da simplificação do licenciamento

Capacidade de Oeiras para captar excursionistas e turistas que visitam Lisboa pela sua “monumentalidade”, através do potencial gastronómico de Oeiras

## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

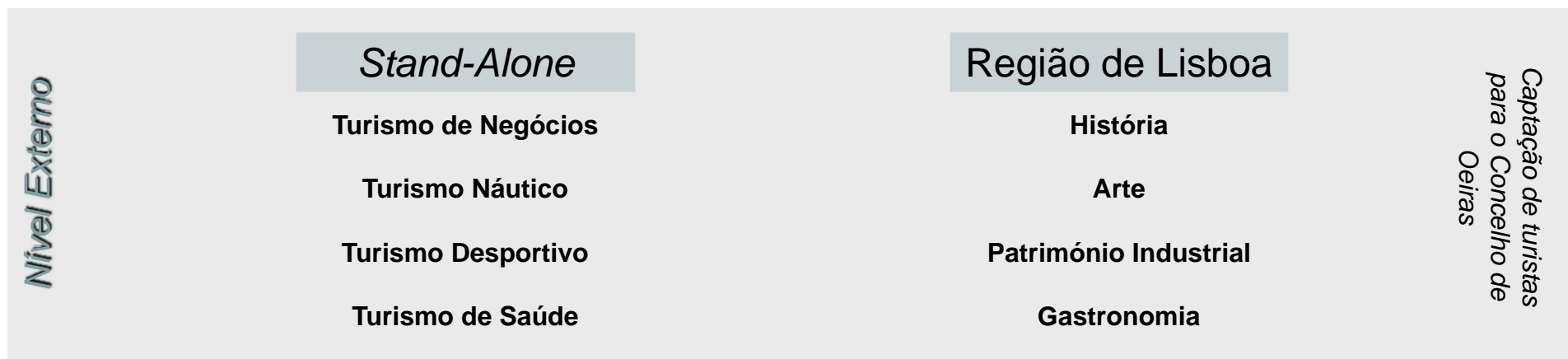
### Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*



A operacionalização das medidas propostas terá como base (1) uma perspectiva temporal; a par de (2) um enquadramento regional – nível externo e interno

*PLANO ESTRATÉGICO DO TURISMO PARA O CONCELHO DE OEIRAS*



## Introdução

O desenvolvimento da estratégia tendo por base o **Nível Interno** – onde o objectivo nuclear é melhorar a experiência do turista e do visitante que procura Oeiras – prende-se com a selecção de dois produtos turísticos cujo potencial de desenvolvimento está afecto apenas ao concelho de Oeiras e cujo cumprimento das acções se deverá desenvolver ao longo do tempo de operacionalização do plano e decorrente manutenção.

Desta forma, a perspectiva não é a de criar novos turistas, mas de manter os turistas que já se alojam em Oeiras durante os seus períodos de lazer, bem como gerar repetição da visita por parte da população dos concelhos limítrofes.

Assim no presente tema – **Nível Interno** – será apresentada a definição e programação das acções alocadas ao desenvolvimento (1) dos Eventos Regulares e (2) da Restauração.

# EVENTOS REGULARES

## Nível Interno



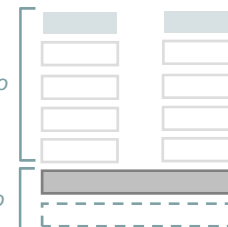
## Eventos Regulares

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS (1/2)



N. Externo

N. Interno



### Objectivo

**Ampliar a capacidade de atracção de eventos geradores de procura e receita no Concelho ampliando a sua visibilidade regional para um contexto nacional e internacional. Fixar em Oeiras eventos de cariz regular e que possam vir a ter expressão internacional junto de diferentes segmentos de mercado**

### Sustentação de mercado

O posicionamento e visibilidade de algumas cidades no mapa de destinos turísticos nacionais e internacionais, deve-se a uma aposta crescente na organização de eventos de cariz regular e com *awareness* nas comunidades de residentes, de residentes em cidades próximas, e de turistas nacionais e internacionais.

Oeiras apresenta um calendário de eventos anual rico em actividades culturais e desportivas, e apesar da sua maior visibilidade junto da comunidade residente, conta actualmente com a participação de organizações internacionais.

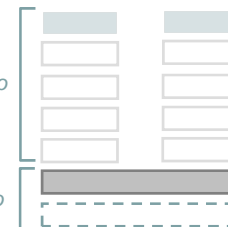
## Eventos Regulares

### OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS (2/2)



N. Externo

N. Interno



#### Responsáveis pela Coordenação / Execução

#### Nível de Intervenção

#### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Câmara Municipal de Oeiras
- Associação de Turismo de Lisboa
  - ICCA
- Estoril Sintra Convention Bureau
- Junta de Turismo da Costa do Estoril
- Clube Português de Automóveis Antigos
- Forte de São Julião da Barra e outros Fortes – Ministério da Defesa
- Polícia de Segurança Pública
- IFEA – *International Festivals and Events Association*
  - [www.whatsonwhen.com](http://www.whatsonwhen.com)

- Promoção e Apoio
  - Coordenação
  - Execução

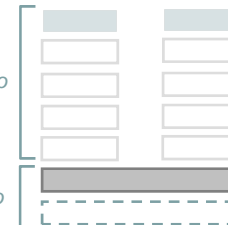
- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, Rent-a-Car, Animação, Restauração, Empresas de Transporte de Passageiros, outros *players* do turismo.

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/7)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Monitorização / Revisão da organização actual de eventos e selecção dos eventos com maior potencial para posicionar Oeiras no mapa nacional e internacional, procurando uma boa relação investimento / impacto e retorno**

Avaliar e classificar cada um dos eventos organizados em Oeiras actualmente com o objectivo de perceber indicadores como: (1) montante de investimento, (2) recursos humanos alocados, (3) logística exigida – pelo lado da oferta – (4) receitas obtidas, (5) volume de participação, (6) impacto no destino (junto dos players do Concelho) – pelo lado da procura;

Hierarquizar a importância dos eventos e reorganizar a sua calendarização, procurando colmatar períodos de época baixa em Oeiras com eventos de pequena / média dimensão;

Avaliar as potencialidades do estabelecimento de sinergias com Lisboa ou Estoril para ampliar a visibilidade de determinados eventos – realizados em Oeiras quer de natureza cultural quer desportiva;

Avaliar criticamente a organização dos eventos com palco em Oeiras procurando corrigir lacunas e colmatar as críticas apontadas pelo público, designadamente questões técnicas como: qualidade audiovisual, condições oferecidas (número de lugares por evento, disposição dos lugares face ao palco, sanitários, apoio logístico de comidas e bebidas, etc.), entre outros aspectos importantes de analisar durante a avaliação do sucesso de implementação / repetição de um evento;

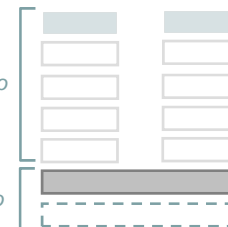
**Em Desenvolvimento**

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/7)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Ação

#### Calendarização

**Monitorização / Revisão da organização actual de eventos e selecção dos eventos com maior potencial para posicionar Oeiras no mapa nacional e internacional, procurando uma boa relação investimento / impacto e retorno (continuação)**

Importância da associação do nome Oeiras à designação oficial dos eventos, bem como da imediata tradução para outros idiomas (espanhol e inglês, por exemplo), traduzindo-se num crescente awareness para o Concelho – Oeiras Alive, “Oeiras Festival Sete Sóis Sete Luas”, “Recriações Históricas do Conde de Oeiras”, Festival Internacional de Dança de Oeiras, Festival de Teatro de Oeiras, “Festival Marítimo de Oeiras”, “Oeiras à Prova” (como uma extensão do festival gastronómico de Lisboa), entre outros;

Avaliar a capacidade de carga do destino para a organização de determinados eventos, recorrendo aos diferentes players do sector (hotelaria, restaurantes, parques de estacionamento, rede de transportes) no sentido de estabelecer parcerias chave e ampliar a capacidade de resposta de Oeiras e dos seus equipamentos e infra-estruturas de apoio;

Organizar dossier de portfolio de eventos com palco em Oeiras – organizados pela Câmara Municipal de Oeiras – e procurar patrocinadores chave para cada evento específico, procurando fidelizar as marcas aos eventos;

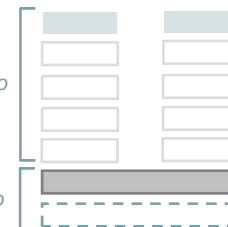
**Em Desenvolvimento**

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (3/7)

N. Externo

N. Interno



Medida	Acção	Calendarização
<b>Monitorização / Revisão da organização actual de eventos e selecção dos eventos com maior potencial para posicionar Oeiras no mapa nacional e internacional, procurando uma boa relação investimento / impacto e retorno (continuação)</b>	<p>Estabelecer parcerias com institutos de formação de profissionais na área do turismo ou gestão para assegurar o know how necessário para a organização, acompanhamento e monitorização de determinados eventos;</p> <p>Desenvolver ferramentas de monitorização de todos os eventos que são realizados em Oeiras, a fim de obter uma hierarquização dos eventos segundo a: (1) visibilidade de Oeiras, (2) capacidade de carga, (3) recursos humanos envolvidos, (4) investimento efectuado, (5) retorno obtido, entre outras métricas importantes para análise da organização e / ou reorganização dos eventos;</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Integração de Oeiras em circuitos de exposições itinerantes sobre temáticas associadas a diferentes Concelhos com características históricas, tradicionais e culturais semelhantes</b>	<p>Integração de Oeiras na organização de eventos de cariz regional no contexto nacional – gastronomia, mostra de teatro, arte, história, outros – posicionando o Concelho na programação de actividades regionais;</p> <p>Conceber um evento para Oeiras – com base na sua história – com potencialidade de rotatividade sobre outros concelhos;</p>	<b>Médio Prazo</b>

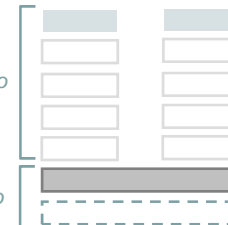


## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (4/7)

N. Externo

N. Interno



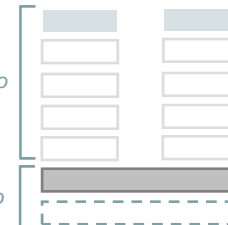
Medida	Acção	Calendarização
<b>Ampliar a visibilidade dos eventos já organizados em Oeiras</b>	<p>Concretização da edificação do pavilhão multi-usos com capacidade para 8000 pessoas em eventos culturais e 4000 em eventos desportivos;</p> <p>Procurar manter em Oeiras a organização / realização de eventos com visibilidade nacional e participação internacional – Oeiras Alive *, Cool Jazz Festival, Festival Sete Sóis Sete Luas, entre outros – não descurando a importância de ampliar a visibilidade do destino junto do mercado dos eventos;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Consolidação do festival temático – Marquês de Pombal – que pressupõe um circuito por diversos pontos de interesse do Concelho e que está fortemente associado às raízes históricas do Concelho</b>	<p>Afirmação do festival temático – Marquês de Pombal – com passagem pelas referências históricas do Concelho;</p> <p>Contemplar, no âmbito da realização do festival: animações de rua, feira de antiguidades, mostra de gastronomia, entre outras actividades fortemente associadas ao tema Marquês de Pombal;</p> <p>Definir uma periodicidade para a realização do evento (sugestão <b>neoturis</b>: 2 anos) como o tempo de duração (sugestão <b>neoturis</b>: 4 dias (quinta-feira a domingo); e a data de realização do evento (sugestão <b>neoturis</b>: Outubro);</p>	<b>Médio Prazo</b>

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (5/7)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Redimensionamento da logística do Concelho nos locais onde se realizam os eventos, especificamente: estacionamento, acessibilidades, rede de transportes, entre outros**

Melhorar as condições de estacionamento nas proximidades dos principais equipamentos de organização de eventos;

Definir corredores verdes de acesso às infra-estruturas para os dias de eventos, conferindo prioridade às empresas de transporte de passageiros, convidando as pessoas a deixarem as suas viaturas num local mais afastado;

Providenciar mapas de acesso aos locais com diferentes opções de percurso – a pé, viatura própria, transfers, outros;

Estabelecer parcerias com as diferentes empresas de transporte de passageiros que fornecem o Concelho, assegurando o transporte até ao local dos eventos, evitando assim o estrangulamento das acessibilidades e a sobrelotação dos parques de estacionamento por via do uso de viatura própria;

Distribuir a realização dos eventos pelos diferentes equipamentos do Concelho;

**Médio Prazo**

**Identificação e criação de novos espaços para a edificação de equipamentos que visem a realização de eventos**

Em cada cinco anos apresentar um equipamento novo para a organização de eventos em Oeiras;

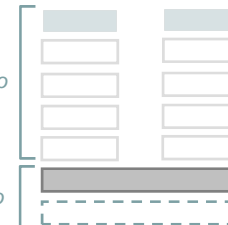
**Longo Prazo**

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (6/7)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

#### Organização de um ou mais eventos por ano de relevância nacional

Seleccionar um mega-evento nacional para organizar em Oeiras, assumindo uma periodicidade anual, por forma a obter cobertura dos media e aumentar a visibilidade do destino em segmentos chave. O mega-evento deverá ter por base a cooperação com uma empresa privada de organização de eventos nacionais;

Integração da comunidade residente na organização de eventos, através do recrutamento de jovens para apoiar a logística do evento – sob a óptica do voluntariado – contribuindo para uma maior familiarização com o Concelho, bem como através da integração dos adultos no apoio à elaboração de determinadas actividades – clubes recreativos, associações, grupos de amigos – à semelhança do que acontece em Óbidos, Campo Maior, Ponta Delgada, Madeira, e outros, onde o compromisso da participação da comunidade residente desempenha um papel fundamental na realização do evento;

Organização de um evento trimestral / semestral fortemente associado ao Clube Português de Automóveis Antigos – sediado no Concelho de Oeiras;

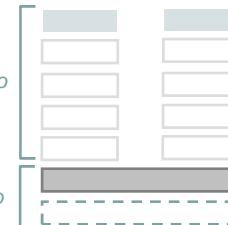
**Longo Prazo**

## Eventos Regulares

### I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (7/7)

N. Externo

N. Interno



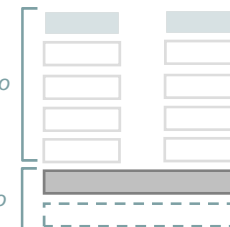
Medida	Acção	Calendarização
<b>Organização de eventos internacionais</b>	<p>Analisar eventos internacionais com potencialidade de rotatividade sobre Oeiras, percebendo a sua implementação ao nível de indicadores como: dimensão do evento, requisitos de apoio e logística, duração do evento, relação preço / qualidade;</p> <p>Captar um evento internacional para o concelho de Oeiras com um período de repetição a cada cinco anos;</p>	<b>Longo Prazo</b>
<b>Organização de eventos que associem Oeiras a um destino (1) acessível, reunindo pessoas com mobilidade reduzida; e (2) ambientalmente saudável</b>	<p>Estabelecer parcerias com empresas vocacionadas para a programação de actividades para estes segmentos de procura específicos, apresentando Oeiras e todas as faculdades que possui para acolher pessoas com mobilidade reduzida;</p> <p>Evidenciar na organização dos seus eventos a preocupação com a acessibilidade encarada pelo Concelho, procurando atrair ou criar eventos acessíveis a todos;</p> <p>Atrair ou criar eventos especialmente dirigidos às pessoas com mobilidade reduzida, procurando contudo integrar a comunidade residente do Concelho, sensibilizando para a responsabilidade social; e</p> <p>Estabelecer parcerias com a hotelaria de Oeiras para dinamizar actividades fortemente vocacionadas para pessoas com mobilidade reduzida.</p>	<b>Longo Prazo</b>

## Eventos Regulares

### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (1/2)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Diversificar a oferta de eventos por diferentes segmentos de mercado, nomeadamente para as crianças (escolas, tempos livres, colónias de férias, etc.)**

Organizar eventos infantis que permitam o conhecimento de diferentes espaços do Concelho – Fortes, Palácio Marquês de Pombal, Parque dos Poetas, Fábrica da Pólvora, entre outros – e que pressuponham atrair diferentes escolas da região de Lisboa, abrangendo Concelhos mais distantes. A informação fornecida deverá ser dirigida não só aos professores da escola como servir de atractivo para uma sugestão de programa em família dirigido aos encarregados de educação;

Contemplar informação sobre mapas, acessibilidades, estacionamento, restauração, preços de acesso, horários de abertura, entre outros elementos chave que visem a repetição da experiência de uma forma individual;

Ampliar a visibilidade das recriações históricas que têm lugar nos principais atractivos do Concelho junto de escolas da Região de Lisboa;

**Em Desenvolvimento**

**Desenvolver plano de comunicação direccionado ao segmento infantil**

Estabelecer parcerias com empresas de publicidade vocacionada para o segmento infantil para patrocinar os eventos infantis;

Procurar enquadrar a valência histórica do Concelho nos programas curriculares das escolas do Concelho e da Região de Lisboa, atraindo visitas de estudo;

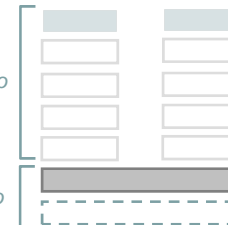
**Médio Prazo**

## Eventos Regulares

### II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO (2/2)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Associar Oeiras à organização de actividades de *team building* cujo enfoque seja a componente histórica que caracteriza Oeiras, recriações históricas organizadas com a ajuda de profissionais de teatro e de animação**

Criação de uma empresa de animação ou estabelecimento de parceria com empresas de animação privadas tendo por objectivo promover os atractivos do Concelho bem como o seu potencial para realizar eventos dirigidos à classe empresarial do Concelho – sob a óptica do *team building*. Procurar criar um calendário de eventos temáticos com uma oferta diversificada de actividades;

**Médio Prazo**

Estabelecer parcerias com restaurantes do Concelho para a realização de jantares temáticos para grupos de todas as dimensões – quer nos seus espaços próprios, quer através da prestação de serviço de catering em locais seleccionados pelo cliente – Palácio Marquês de Pombal, Casa da Pesca, entre outros;

**Desenvolver a realização de eventos com palco principal no mar**

Criar um evento cujo tema central seja o mar e a sua ligação histórica a Oeiras e à região de Lisboa, evidenciando a importância de locais como o Forte de São Julião da Barra na defesa da capital; e

**Médio Prazo**

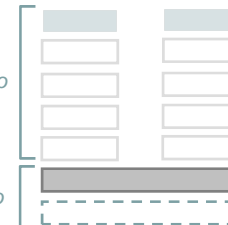
Estabelecer uma parceria com o Forte de São Julião da Barra e outros Fortes (Ministério da Defesa) para a dinamização de eventos culturais – exposições, concertos de música clássica, entre outros – e eventos gastronómicos – jantares temáticos, provas de vinhos, apresentação de novos produtos gastronómicos – dirigidos a diferentes segmentos de mercado.

## Eventos Regulares

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/3)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

#### Ampliação da rede de distribuição do calendário de eventos do Concelho

Optimizar a rede de distribuição da programação de eventos realizados em Oeiras optando por monitorizar a informação disponibilizada mensalmente, de preferência até semanalmente nos diferentes postos de distribuição de informação – hotelaria, restauração, principais atractivos do Concelho, parques empresariais.

Ampliar os pontos de distribuição da programação – não esgotar a distribuição nos Concelhos vizinhos, mas antes aproximá-la de Concelhos mais distantes de Oeiras e integrados na região de Lisboa, adicionando à hotelaria e aos postos de turismo – tradicionais pontos de distribuição – as estações de caminhos de ferro, de autocarros, restaurantes, táxis, ginásios, quiosques, centros comerciais, entre outros;

**Em Desenvolvimento**

#### Maior dinamização da comunicação dos eventos do Concelho através de canais de distribuição como a rádio, internet, *players* do sector, transportes públicos, etc.

Investir em meios de comunicação suportados na inovação e nas novas tecnologias como seria o exemplo de: “Oeiras TV”, *website* promocional de Oeiras ([www.visitoeiras.com](http://www.visitoeiras.com)), mensagens escritas, verso do papel dos talões do Multibanco, newsletters, podcasts, entre outros suportes publicitários;

Promover os eventos através de suportes publicitários inovadores nos transportes públicos do Concelho e da Região de Lisboa;

Estabelecer parcerias com a hotelaria da região de Lisboa para posicionar Oeiras nos seus sites promocionais, com link directo à programação mensal ou semanal de eventos – “*happening in Oeiras*”.

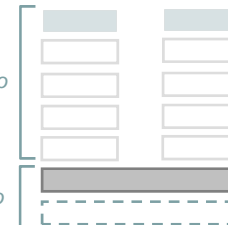
**Em Desenvolvimento**

## Eventos Regulares

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/3)

N. Externo

N. Interno



Medida	Acção	Calendarização
<b>Revisão estrutural dos suportes impressos com a programação mensal do Concelho</b>	<p>Seleccionar os eventos que são dirigidos para a comunidade não residente e optar pela edição de brochuras e panfletos semanais, evidenciando uma sugestão da semana como programa de final de dia ou de fim-de-semana;</p> <p>Disponibilizar a programação dos eventos, pelo menos, em dois idiomas adicionais – espanhol e inglês;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Informação sobre os eventos destinados também à comunidade não residente em Oeiras</b>	<p>Contemplar no programa cultural, especialmente dirigido à comunidade não residente, o mapa e toda a informação necessária (transportes, acessibilidades, etc.) para aceder ao Concelho de Oeiras, com ponto de origem no centro de Lisboa e do Estoril;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Definição de requisitos chave para a realização de eventos em Oeiras</b>	<p>Procurar fixar a equipa de organização dos eventos, bem como os protagonistas do evento (músicos, actores, artistas, etc.) na hotelaria do Concelho;</p> <p>Posicionar competitivamente a oferta de alojamento de Oeiras junto do público-alvo dos diferentes eventos com palco em Oeiras – tendo por objectivo gerar dormidas e mais receitas no Concelho;</p>	<b>Médio Prazo</b>

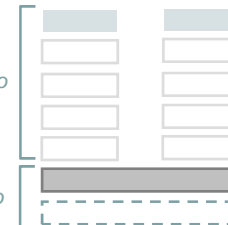


## Eventos Regulares

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (3/3)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

#### **Maior dinamização da comunicação dos eventos de Oeiras junto dos hotéis e empresas do Concelho e da região de Lisboa**

Seleccionar um conjunto de eventos mensais para apresentar directamente aos hoteleiros (directores e staff da recepção) convidando-os pessoalmente a assistir aos eventos (exposições, espectáculos, concertos ou outros), atribuindo lugares privilegiados ou através da criação de outros incentivos que estimulem a comunicação dos eventos na hotelaria – frequentemente o primeiro contacto entre o turista e o Concelho;

Seleccionar um conjunto de eventos mensais para apresentar directamente aos quadros das empresas de maior dimensão do Concelho convidando-os pessoalmente a assistir aos eventos (exposições, espectáculos, concertos ou outros), atribuindo lugares privilegiados ou através da criação de outros incentivos que estimulem a comunicação dos eventos junto do segmento *corporate* – frequentemente responsável pela deslocação do segmento *corporate* ao Concelho; e

Distribuição da informação cultural de Oeiras junto da hotelaria de Lisboa cidade e região de Lisboa, desenvolvendo pequenos incentivos para a recomendação da programação aos turistas das unidades hoteleiras.

**Longo Prazo**

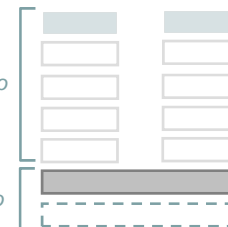
## Eventos Regulares

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(1/3)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Calendário anual de eventos abrangente – Desporto e Cultura – evidenciando-se uma maior concentração no período de época alta do Concelho (meses de Verão)

Notoriedade de Oeiras quanto à participação e / ou organização de eventos regulares com participação internacional – Cool Jazz Festival, Oeiras Alive, entre outros

Quantidade, qualidade, notoriedade e diversidade de espaços – interior e exterior – para acolher diversos tipos de eventos – cultura, desporto e *corporate*

#### Factores Críticos de Sucesso

Ampliar a visibilidade dos eventos no contexto regional, abrangendo também a comunidade não residente e os turistas da região de Lisboa

Elevado investimento na promoção dos eventos fora da área residente – apostando em novos suportes publicitários – transversais e a diferentes segmentos de mercado

Reestruturação da edição de brochuras e folhetos, optar por informação mais concisa e direccionada a segmentos específicos, em detrimento de muitos folhetos com informação fortemente vocacionada para a comunidade residente

Ampliar visibilidade de eventos *corporate*

Elevado investimento na criação de espaços que permitam a organização de eventos de média / grande dimensão

Ampliar pontos de distribuição de informação

Tradução dos folhetos de informação – sobretudo para Espanhol (primeiro mercado emissor para Oeiras) e inglês

Segmentar eventos segundo mercados alvo, editando brochuras separadamente e efectuando uma selecção adequada dos pontos de distribuição

Promoção conjunta dos eventos – organização, promotores e principais players do Concelho

Ampliar a rede de contactos de patrocínios dos eventos – mantendo a perspectiva de fidelização das marcas aos eventos e ao Concelho

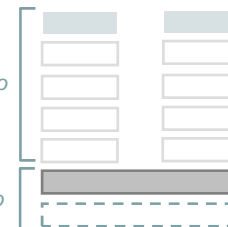
## Eventos Regulares

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(2/3)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Oferta de eventos vocacionada para diferentes segmentos de mercado (individuais, famílias, estudantes, etc.)

Competências para assegurar a logística de base – Segurança e Limpeza

Dimensão e diversidade do sector empresarial

Experiência na organização de eventos culturais, desportivos e náuticos

Capacidade de carga, ao nível do alojamento hoteleiro, em linha com a dimensão dos eventos

#### Factores Críticos de Sucesso

Boas acessibilidades e sinalização urbana

Estabelecer parcerias com os *players* do Concelho – hotelaria, restauração, *rent-a-car*, empresas de transporte de passageiros, entre outros – com o objectivo de ampliar o poder de captação dos eventos e a capacidade de resposta do Concelho

Elevado investimento na recuperação e manutenção de alguns dos espaços que integram o portfolio de eventos de Oeiras – Casa da Pesca, Jardins da Cascata da Quinta Real de Caxias, entre outros

Organização de um evento semestral motivado pelas temáticas: Oeiras acessível e ambientalmente saudável

Organização de um evento anual dirigido ao segmento *corporate* – farmacêutica, por exemplo – procurando beneficiar da representatividade de algumas indústrias no Concelho

Organização de um evento bianual associado às raízes históricas do Concelho – Conde de Oeiras – por exemplo

Organização de um mega-evento anual com participação e visibilidade internacional – em linha com o Cool Jazz Festival

Desburocratização dos requisitos para a organização de eventos

Criação de uma divisão de serviços na CMO dedicada aos eventos do Concelho

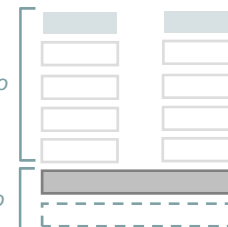
## Eventos Regulares

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(3/3)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Potencialidade para festivais de Primavera, Outono e Inverno

Ótima percepção dos eventos, por parte do sector empresarial e da hotelaria, como um factor diferenciador e impulsionador de um destino turístico

A comemoração dos 250 anos do município de Oeiras no ano 2009 poderá constituir uma oportunidade de Oeiras marcar a sua posição na afirmação do destino através da organização de eventos comemorativos

#### Factores Críticos de Sucesso

Integração da comunidade residente na organização dos eventos – para staff, voluntários, etc. – com atribuição de incentivos mediante o resultado da avaliação a que devem ser sujeitos (evento e participantes / colaboradores)

Análise do potencial de realização de cada evento proposto e organização de arquivo dos eventos não realizados

Avaliação e monitorização dos eventos – pelo lado da oferta e da procura

Assegurar a distribuição de merchandising do Concelho em todos os eventos

Aposta na diferenciação, preço competitivo e segmentação dos eventos

Interligação de eventos em Oeiras a outros eventos regionais, nacionais e internacionais – com base em temáticas comuns

Integração da programação de eventos em bases de dados internacionais disponíveis na internet, quer pela associação a actividades no destino, quer por semelhança a outros eventos internacionais

Integração da programação de eventos com palco em Oeiras nos meios de comunicação de hotelaria de Oeiras

# RESTAURAÇÃO

## Nível Interno



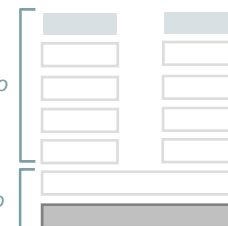
# Restauração

## OBJECTIVO E PRINCIPAIS RESPONSÁVEIS



N. Externo

N. Interno



### Objectivo

**Inventariar, licenciar e certificar os estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras, estruturando a oferta segundo segmentos de mercado estratégicos**

### Sustentação de mercado

O município de Oeiras regista um dos índices mais elevados de rendimento *per capita*, consubstanciando um mercado natural para os estabelecimentos de restauração e bebidas, enquanto resposta às necessidades de alimentação dos residentes (em tempo de trabalho ou de lazer). No âmbito regional, os residentes dos Concelhos vizinhos representam também um relevante mercado potencial, assim como os visitantes do Concelho e da própria região, nomeadamente de qualidade superior, enquanto resposta ao tempo de lazer.

### Responsáveis pela Coordenação / Execução

- Câmara Municipal de Oeiras
- Associação de Turismo de Lisboa
- Associação Comercial e Empresarial dos Concelhos de Oeiras e Amadora
- Estabelecimentos de Restauração e Bebidas

### Nível de Intervenção

- Promoção e Apoio
- Coordenação
- Execução

### Outras entidades / operadores importantes para o âmbito da acção

- Empresas sediadas no Concelho;
- Hotéis, Distribuição Turística, outros *players* do turismo;
- Escolas de Hotelaria Nacionais e Internacionais;
- ARESP

# Restauração

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (1/4)

N. Externo

N. Interno

### Medida

### Ação

### Calendarização

#### **Inventariar e licenciar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras**

Melhorar a articulação entre os responsáveis da Câmara Municipal de Oeiras pela fiscalização dos estabelecimentos de restauração e bebidas do concelho e o Turismo, na perspectiva da criação de um cadastro dos estabelecimentos de restauração e bebidas licenciados do concelho de Oeiras;

Levantamento e inventariação dos estabelecimentos de restauração e bebidas existentes, segundo uma matriz de análise (matriz de base);

Estabelecer parceria com a ASAE, para cumprir o objectivo “100% de inspecções = 0% infracções”, promovendo acções de sensibilização junto dos estabelecimentos de restauração e bebidas com incumprimento, acompanhando-os e fornecendo apoio nomeadamente ao nível do licenciamento, formação, entre outros;

Identificação e correcção dos constrangimentos existentes, para concretização do licenciamento dos estabelecimentos de restauração e bebidas que ainda não o tenham;

Licenciar de modo mais célere os novos estabelecimentos de restauração e bebidas (novo enquadramento jurídico para o licenciamento dos estabelecimentos de restauração e bebidas – decreto-lei 234/2007 de 19 de Junho);

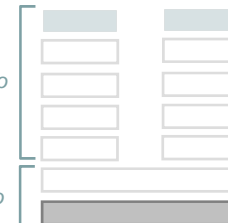
**Em Desenvolvimento**

# Restauração

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (2/4)

N. Externo

N. Interno



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Inventariar e licenciar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras (continuação)**

Criação de um certificado de licenciamento e certificação dos estabelecimentos de restauração e bebidas, com o objectivo de acompanhar os formulários de candidatura para a participação em eventos, atribuição de prémios, entre outros;

**Em Desenvolvimento**

**Valorizar e qualificar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras**

Alertar e corrigir os estabelecimentos de restauração e bebidas que prestam uma má qualidade de serviço no Porto de Recreio de Oeiras, e na Fábrica da Pólvora. É necessário intervir de imediato para corrigir esta lacuna, que está a contribuir negativamente para a imagem dos espaços de lazer do Concelho, bem como para uma má imagem da gastronomia concelhia, e em último caso, até mesmo do próprio Concelho (um turista com uma má experiência num restaurante, poderá ser influenciado negativamente na sua decisão de uma segunda visita a esse mesmo destino);

**Em Desenvolvimento**

Implementar o conceito de *Mystery Client*, por iniciativa da CMO, com o objectivo de avaliar o nível de serviço prestado nos estabelecimentos, ao nível de: simpatia dos empregados, preocupação para com o cliente, tempo de espera dos pedidos efectuados, entre outros. Após a avaliação, a CMO deverá, para cada um dos empresários, assumir uma atitude pedagógica, com o objectivo de prevenir e incentivar a implementação de medidas correctivas que possam eliminar as falhas detectadas;

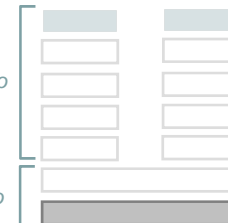


# Restauração

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (3/4)

N. Externo

N. Interno



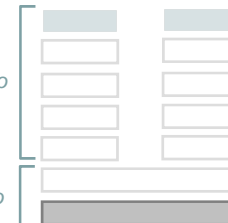
Medida	Acção	Calendarização
<b>Valorizar e qualificar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras (continuação)</b>	<p>Nos casos em que se verifique grave incumprimento por parte dos estabelecimentos, e caso esses estabelecimentos estejam referidos em guias de referência da responsabilidade da CMO, os mesmos deverão ser advertidos, e caso não corrijam as falhas, deverão ser retirados dos guias;</p> <p>Definir um modelo funcional para a organização do espaço físico dos estabelecimentos de restauração e bebidas – zona de balcão, bar, restaurante, snack bar, etc. – tornando-os mais competitivos;</p> <p>Implementar novas tecnologias ao serviço dos estabelecimentos de restauração e bebidas, designadamente ao nível operacional, gestão, e entretenimento e lazer;</p> <p>Assegurar o cumprimento da higiene e segurança alimentar nos estabelecimentos (cozinhas com equipamentos modernos);</p>	<b>Em Desenvolvimento</b>
<b>Criação de espaços de estacionamento</b>	<p>Colmatar a lacuna existente ao nível da oferta de estacionamento próxima da oferta de restauração;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Certificar os estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras</b>	<p>Definir um manual de normas que promova a certificação dos estabelecimentos de restauração e bebidas (ancorar os factores críticos de sucesso);</p> <p>Promover a formação / certificação dos recursos humanos, em estreita cooperação com as entidades formadoras (em particular com o CFPSA – Centro de Formação Profissional para o Sector Alimentar, e com a ESHTe – Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril);</p>	<b>Médio Prazo</b>

# Restauração

## I) DESENVOLVIMENTO DA OFERTA INSTALADA (4/4)

N. Externo

N. Interno



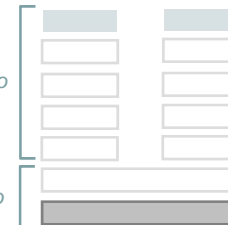
Medida	Acção	Calendarização
<b>Certificar os estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras (continuação)</b>	Monitorizar a actividade dos estabelecimentos de restauração e bebidas, através de inspecções regulares (preventivas), aplicação de questionários de satisfação dos clientes, entre outras formas de monitorização;	<b>Médio Prazo</b>
<b>Definir novos espaços para implementação de estabelecimentos de restauração e bebidas em Oeiras</b>	<p>Alargar a oferta existente, valorizando a partilha de serviços (estacionamento, comércio, e outros), criando um <i>cluster</i> de estabelecimentos de restauração e bebidas de elevada qualidade que contribua para a afirmação de novos espaços públicos de nobreza com visibilidade regional;</p> <p>Criação de zonas para restauração onde se equacionem iniciativas com cozinheiros nacionais e internacionais – desenvolvendo o conceito de gastronomia temática por períodos de tempo definidos;</p> <p>Promover o investimento em estabelecimentos de restauração e bebidas com elevados padrões de qualidade (valorizar o segmento do Lazer), ancorados designadamente na operação de escolas-restaurante que por sua vez poderão ser criadas através do estabelecimento de sinergias entre a Câmara Municipal de Oeiras e a ARESP; e</p> <p>Definir áreas de sociabilidade reconhecida e de bem estar, para alargar a oferta de estabelecimentos de restauração e bebidas, na estreita relação do empreendimento com o espaço público (esplanadas apelativas).</p>	<b>Longo Prazo</b>

# Restauração

## II) OPERACIONALIZAÇÃO DA ACÇÃO

N. Externo

N. Interno



### Medida

### Acção

### Calendarização

#### Fidelizar o mercado doméstico (residentes)

Oferecer serviços rápidos a preços competitivos para o segmento *corporate* (promover o serviço de duas refeições diárias);

Desenvolver um sistema de CRM (*Customer Relationship Management*), via telemóvel ou *newsletter*, para promoção das iniciativas/eventos a desenvolver; e

Estruturar um programa de descontos directos nos serviços prestados e em espaços de elevada notoriedade (e.g. rede de Pousadas de Portugal; Solares de Portugal; entre outros), ou seja, através de parcerias estabelecidas entre os estabelecimentos de restauração e bebidas e unidades de alojamento com diferenciação positiva, ou outras, criar *vouchers* de descontos mútuos, em que os clientes dos estabelecimentos de restauração e bebidas obtenham descontos nas unidades de alojamento e vice-versa, tendo como pressuposto a promoção dos estabelecimentos que integram os acordos de parcerias;

**Médio Prazo**

#### Captar o mercado regional (residentes de Concelhos vizinhos)

Realizar eventos gastronómicos regulares, dimensionando a oferta concelhia à escala regional; e

Desenvolver um sistema de CRM (*Customer Relationship Management*), via telemóvel ou *newsletter*, para promoção das iniciativas/eventos a desenvolver.

**Médio Prazo**

## Restauração

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (1/3)

N. Externo

N. Interno

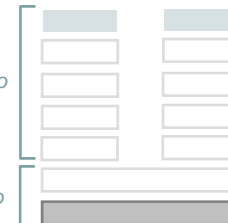

Medida	Acção	Calendarização
<b>Valorizar os meios promocionais convencionais para a divulgação da oferta de restauração de Oeiras</b>	<p>Edição de <i>Press Releases</i> para a imprensa escrita sobre iniciativas gastronómicas com palco em Oeiras;</p> <p>Efectuar publicidade de concursos gastronómicos nas principais rádios nacionais;</p> <p>Presença regular, através da promoção directa (publicidade) ou da cobertura de eventos, nas revistas da especialidade: turismo, social, gastronomia e vinhos;</p> <p>Apostar na comunicação via <i>outdoors</i>, associando o produto restauração, às dimensões <i>corporate</i> e náutico, com crescente <i>awareness</i> em Oeiras;</p>	<b>Médio Prazo</b>
<b>Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas</b>	<p>Ampliar a visibilidade do Vinho de Carcavelos através da sua elevada associação às raízes históricas do Concelho, procurando promover a sua nova imagem – Vinho Conde de Oeiras – junto de <i>visitor attractions</i> e estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho;</p>	<b>Médio e Longo Prazo</b>

# Restauração

## III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/3)

N. Externo

N. Interno



### Medida

### Acção

### Calendarização

**Desenvolver um sistema central de reservas para ser implementado num futuro *website* promocional de Oeiras**

Elaborar um directório dos estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras;

Efectuar a promoção dos serviços oferecidos (carteira de pratos / vinhos / eventos regulares);

Criar um sistema de sugestões do dia / semana no *website* – mediante acções inovadoras e diferenciadoras dos restaurantes que integram o directório;

Apostar na comercialização *on-line*, através de uma central de reservas;

**Longo Prazo**

**Afirmar Oeiras como o Concelho pioneiro no licenciamento de todos os estabelecimentos de restauração e bebidas na Região de Lisboa**

Sensibilizar e monitorizar o processo de licenciamento dos estabelecimentos de restauração e bebidas existentes e dos que venham a implementar (cadastro actualizado);

Criar condições para a certificação progressiva dos estabelecimentos (“*Selo garfOeiras*”), ou seja, criar um programa de certificação que, mediante o cumprimento de vários requisitos, se atribua este Selo de Qualidade, que distingue os estabelecimentos pelo seu serviço, atendimento, entre outros;

**Longo Prazo**

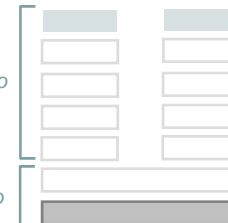
Ter como objectivo a criação de uma rede de estabelecimentos de referência em Oeiras, e que seria promovida, numa primeira fase, a nível interno, e posteriormente, divulgada juntos dos Concelhos vizinhos, em especial, Lisboa, Sintra, Cascais e Mafra;

## Restauração

### III) PROMOÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO (2/3)

N. Externo

N. Interno



#### Medida

#### Acção

#### Calendarização

**Apostar na animação através da realização de eventos temáticos**

Organização de eventos gastronómicos ancorados em diferentes temáticas: marisco, fusão, história, etc.;

Valorizar eventos de elevado mediatismo, apostando na presença de figuras públicas para colocar Oeiras na “moda” (glamour); e

Criar parcerias com outros *players* do sector do turismo no sentido de desenvolver projectos de animação – sobre a temática da gastronomia – procurando criar *packages* compostos pelos diferentes serviços (alojamento, transporte, refeições, animação / entretenimento, etc.).

**Longo Prazo**

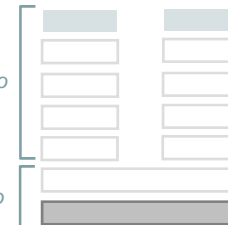
## Restauração

### VANTAGENS / PONTOS FORTES DE OEIRAS E FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

(3/3)

N. Externo

N. Interno



#### Vantagens / Pontos Fortes de Oeiras

Enquadramento geográfico de Oeiras – proximidade a Lisboa e Cascais

Região do país com elevado rendimento per capita

Proximidade ao mar e a infra-estruturas náuticas ampliam o potencial de atracção de um maior número de visitantes, e do segmento médio-alto do mercado turístico

Região de lazer para o turista que visita a região de Lisboa

Estabelecimentos de referência na qualidade do serviço prestado, e na oferta gastronómica

A restauração de Oeiras integra alguns guias de gastronomia nacionais e de referência – Guia da Boa Cama e da Boa Mesa (Jornal Expresso)

#### Factores Críticos de Sucesso

Investimento elevado para a requalificação dos estabelecimentos e sua adaptação às novas tendências da procura

Ampla divulgação dos estabelecimentos e seus serviços em novos canais de comunicação

Alterar a visão familiar do negócio de alguns empresários adoptando uma visão comercial mais alargada e o reforço da capacidade de gestão

Constante aumento dos preços das matérias-primas utilizadas neste sector

Excesso de cumprimentos legislativos

Valorizar a formação profissional contínua dos recursos humanos adaptando-a às novas exigências do mercado

Implementação e adaptação às novas tecnologias

Criar factores de diferenciação na oferta de restauração em relação à concorrência – local e regional

Controlo do excesso de oferta

Investimento elevado na criação de infra-estruturas de suporte à restauração sobretudo ao nível do estacionamento

## Introdução

## Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

## Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Acções transversais*

Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

## Monitorização do Plano Estratégico

## Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*



**Apesar da importância nuclear da implementação das acções anteriormente apresentadas, devidamente enquadradas nos produtos estratégicos definidos para Oeiras, reunimos um conjunto de acções transversais cuja implementação é igualmente importante**

As nossas recomendações incidem sobre as seguintes áreas chave:

**PROMOÇÃO**

**CRIAÇÃO DE PARCERIAS**

**PROMOÇÃO**

**CRIAÇÃO DE PARCERIAS**

Do ponto de vista estrutural, as recomendações recaem sobre o aproximar do destino aos seus visitantes, através da criação de circuitos turísticos...

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

ESTRUTURAL  
(1/2)

- Desenvolver um plano de sinalética para o turismo;
- Promoção de *visitor attractions* de Oeiras (exemplo: Palácio Marquês de Pombal) de forma a serem integrados em percursos de *sightseeing* realizados na Região de Lisboa;
- Criação de diferentes percursos pedestres pelo Concelho de Oeiras, diferenciados por (1) nível de dificuldade, ou (2) contacto com o património e história do concelho, ou (3) segmentos de procura. Disponibilizar/apresentar os diferentes percursos num mapa do concelho – com *design* atractivo – que possa ser oferecido aos clientes das unidades hoteleiras do concelho, uma espécie de “*jogging map*”;
- Organizar uma feira do livro de Oeiras no Parque dos Poetas, contemplando momentos de animação nos espaços de cada um dos poetas – recitais, peças de teatro, workshops sobre o poeta, animação infantil (exemplo: contos da Sophia Mello Breyner);
- Organizar uma feira de antiguidades nos Jardins do Palácio Marquês de Pombal ou nos Jardins da Cascata da Quinta Real de Caxias com animação da época, definindo para tal uma periodicidade de repetição do evento (sugestão **neoturis**: todos os meses);

**...bem como através da dinamização regular de alguns dos espaços mais importantes do Concelho**

PROMOÇÃO

criação de  
parcerias

**ESTRUTURAL**  
**(2/2)**

- Organizar uma feira do Marquês de Pombal, com gastronomia, música – à semelhança do festival Islâmico de Mértola e do Medieval de Castro Marim e de Queluz;
- Dinamizar os mercados municipais – abertos até mais tarde com possibilidade de assistir à confecção de refeições típicas do local ou conferindo a possibilidade de se fazer refeições no próprio mercado municipal – tendo por base alguns *Benchmarks* presentes nos países escandinavos, como é o caso de Helsínquia na Finlândia;
- Criar circuitos temáticos ancorados na época do Marquês de Pombal (Passeios de *Charrete*), entre outros; e
- Manter o esforço de dinamização do Parque dos Poetas para lançamento de produtos, realização de festivais, feira do livro, entre outros.

**A elaboração do *portfolio* de Oeiras poderá constituir uma base de trabalho importante para comunicar as potencialidades do destino à procura turística potencial**

PROMOÇÃO

criação de  
parcerias

**PORTFOLIO**

- Elaboração de um dossier com toda a informação sobre Oeiras, muito próximo de um relatório SOQ (*Statement of Qualifications*), listando todos os equipamentos e respectivas potencialidades que encerram. Incluir uma listagem dos eventos que têm lugar no Concelho e os locais onde são realizados;
- Melhor divulgação das iniciativas do Concelho quer ao nível dos novos investimentos previstos, quer ao nível da comunicação da realização de eventos – com segmentação da informação por residentes e visitantes (excursionistas e turistas); e
- Edição de postais com imagens (fotografias profissionais) de Oeiras – com o objectivo de integrar a oferta de postais da Região de Lisboa.

**Urge uma revisão dos conteúdos editados nas brochuras e *flyers* que são actualmente produzidos e distribuídos com informação sobre Oeiras; apostar na diferenciação e tradução da informação**

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

## BROCHURAS E FLYERS

- Criação de um *Oeiras card*, à semelhança do *Lisboa card*, com integração de diferentes players – restauração, transportes, ginásios, museus, entre outros;
- Monitorização de todas as brochuras e *flyers* distribuídas na hotelaria do Concelho, por forma a disponibilizar apenas informação actualizada e direccionada para os turistas,
- Tradução dos conteúdos das brochuras e *flyers* direccionados para os turistas – espanhol e inglês numa primeira fase, e francês, alemão e russo numa segunda fase;
- Elaboração de um mapa turístico que abranja a região – Lisboa, Oeiras e Cascais – para uma maior facilidade em informar os turistas quando se querem deslocar no Concelho ou pretendem ir para Lisboa e Cascais;
- Selecção de um suporte de comunicação eficaz para distribuir informação sobre o Concelho, devidamente adaptado à realidade dos hotéis, restaurantes, parques empresariais, ginásios, transportes, entre outros. A diferenciação poderá resultar numa maior eficácia na comunicação;
- Segmentar a comunicação do potencial da oferta turística do Concelho por segmentos alvo (famílias, corporate, casais, etc.);
- Distribuição de informação sobre Oeiras (eventos, restauração, etc.) na hotelaria de Oeiras, Lisboa, Estoril e Cascais;

## A aposta nas novas tecnologias da comunicação permitirá conceder visibilidade a Oeiras...

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

### WEBSITE (1/2)

- Criação de uma *newsletter* semanal para distribuir junto dos hoteleiros do Concelho e da hotelaria da região de Lisboa com a programação cultural especialmente vocacionada para turistas, com explicação detalhada sobre acessibilidade, transportes, etc.;
- Desenvolvimento de um canal de televisão do Concelho com fins promocionais do destino (“Oeiras TV”) com visibilidade em *outdoors* e no *website* oficial do destino;
- Desenvolvimento de um *website* promocional do destino – “[www.visitoeiras.com](http://www.visitoeiras.com)” – concentrando informação sobre toda a oferta turística do Concelho e serviços que tem para oferecer, podendo resultar de uma sinergia entre os diversos players do Concelho (hotelaria, restauração, empresas animação, entre outros);
  - Desenvolver uma ferramenta que permita efectuar o download de ficheiros GPS com a identificação da oferta turística do Concelho – restauração, hotelaria, museus, parques, etc.;
  - Disponibilizar informação completa sobre a restauração do Concelho – efectuar uma listagem completa – com informação sobre elementos tais como: localização (com mapa), contacto, preço médio de refeição, horários de abertura, ementa, bem como um pequeno descritivo do tipo de restaurante (ambiente, decoração, etc.);

...e assumir um compromisso com os visitantes ao nível da qualidade de informação disponibilizada sobre o destino

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

## WEBSITE (2/2)

- Disponibilizar informação sobre a hotelaria de Oeiras: com uma breve descrição e com *link* directo para o *website* do hotel;
- Disponibilizar informação sobre as infra-estruturas de apoio ao turismo náutico – com *link* directo para o *website* do Porto de Recreio de Oeiras;
- Disponibilizar informação sobre as infra-estruturas de apoio ao turismo de congressos;
- Disponibilizar banco de imagens do Concelho num suporte organizado por tipo de infra-estrutura e por segmento de mercado – com o objectivo de uma maior acessibilidade por parte de operadores turísticos e agentes de viagens;
- Disponibilizar uma ferramenta de acesso restrito aos hoteleiros com informação estatística sobre a hotelaria do Concelho e dados frequentemente solicitados à CMO, servindo também de plataforma de comunicação com a CMO;
- Criação de *podcasts*, de áudio e vídeo-áudio com informação sobre percursos, história, hotelaria, restaurantes, entre outros, disponíveis para efectuar *download*; e
- Selecção de locais em Oeiras com potencial para integrar a lista de lugares de eleição de Lisboa para fotografia profissional, com o objectivo de conceder maior visibilidade a alguns dos espaços mais emblemáticos de Oeiras – Parque dos Poetas, Palácio Marquês de Pombal, Fábrica da Pólvora, Fortes entre outros;
- Criação de uma *newsletter* semanal para enviar aos utilizadores do *website* (revendo o rigor dos conteúdos actualmente em vigor no *website* da CMO)



## Adicionalmente deverá assistir-se a um aumento da exposição turística de Oeiras, esta mensurável através de referências em Guias Turísticos e número de sites na Internet (1/2)

Algumas publicações importantes que poderão contribuir para o posicionamento de Oeiras no conjunto dos quatro produtos estratégicos definidos são:

	Imprensa Nacional	Imprensa Internacional
	Médio Prazo	Longo Prazo
CORPORATE	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪Marketeer;</li> <li>▪Secção de negócios e economia do Público, Expresso, Sol, entre outros;</li> <li>▪Imprensa <i>corporate</i> na generalidade (Jornal de Negócios, Diário Económico, Semanário Económico); e</li> <li>▪Jornais de distribuição gratuita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪Time</li> <li>▪Financial Times (França, Reino Unido, Alemanha, etc.);</li> <li>▪Expansión;</li> <li>▪Cinco Días;</li> <li>▪Les Echos; e</li> <li>▪Outras.</li> </ul>
DESPORTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪Revista do Instituto de Desporto de Portugal <ul style="list-style-type: none"> <li>▪Olímpio – edição do Comité Olímpico de Portugal</li> <li>▪A Bola, o Jogo, Recorde</li> </ul> </li> <li>▪Secção de desporto do Público, Expresso, Sol, entre outros;</li> <li>▪Imprensa desportiva na generalidade; e</li> <li>▪Jornais de distribuição gratuita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪Imprensa desportiva internacional.</li> </ul>

## Adicionalmente deverá assistir-se a um aumento da exposição turística de Oeiras, esta mensurável através de referências em Guias Turísticos e número de sites na Internet (2/2)

Algumas publicações importantes que poderão contribuir para o posicionamento de Oeiras no conjunto dos quatro produtos estratégicos definidos são:

	Imprensa Nacional	Imprensa Internacional
	Médio Prazo	Longo Prazo
NÁUTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Secção de desporto do Público, Expresso, Sol, entre outros;</li> <li>▪ Imprensa desportiva na generalidade; e                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jornais de distribuição gratuita.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Imprensa desportiva e especializada no segmento náutico internacional.</li> </ul>
CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Secção de cultura do Público, Expresso, Sol, entre outros;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Imprensa na generalidade; e</li> <li>▪ Jornais de distribuição gratuita.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ World Heritage Review (Publicação oficial da UNESCO)</li> </ul>

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE PARCERIAS

**Sublinha-se a importância da participação da hotelaria na afirmação de Oeiras enquanto destino turístico, quer ao nível do posicionamento, sinalização turística...**

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

**PLAYERS  
DO  
CONCELHO  
(1/4)**

- Reflectir em conjunto – CMO e *players* – sobre o potencial de desenvolvimento do segmento *long stays* no Concelho – definir programa específico para o segmento;
- Estabelecer contacto com DMC's (*Destination Management Companies*) no sentido de iniciar parcerias de colaboração na atracção de segmentos chave para o Concelho – *Meetings & Incentives*;
- Criação de um motor de reservas com cobertura internacional;
- Posicionar a hotelaria no material de comunicação dos eventos realizados em Oeiras (Festival Internacional de Dança, Cool Jazz Festival, Oeiras Alive, etc.) ou na Região de Lisboa (Moto GP, BTL, outros eventos de abrangência internacional);
- Investimento conjunto na implementação de sinalética turística com abrangência ao nível de serviços (hotelaria, restauração, entre outros), infra-estruturas de apoio (Porto de Recreio, Centros de Congressos, entre outros), e *visitor attractions* (Palácio Marquês de Pombal, Fábrica da Pólvora, Fortes, entre outros);

**...definição de percursos para turistas, maior integração do staff das recepções, visibilidade dos eventos através da presença dos hoteleiros nas estreias...**

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

**PLAYERS  
DO  
CONCELHO  
(2/4)**

- Criação de percursos de transporte de passageiros - para a comunidade residente, empregada no concelho, visitantes, etc. - com passagem obrigatória nas diferentes unidades hoteleiras do Concelho com ligação aos centros empresariais, infra-estruturas de suporte (centros de congressos, e outros), zonas de lazer (centro comercial, porto de recreio, parques verdes, e outros), restauração (selecção dos principais pontos de concentração de restauração), principais pontos de interface de transportes (comboio, SATU), centros históricos, entre outros locais de importância estratégica em Oeiras;
- Desenvolver actividades para o *staff* das recepções das unidades hoteleiras do Concelho promovendo um melhor conhecimento da oferta de Oeiras. Um dos objectivos prende-se com o aferir do tipo de informação mais solicitada por parte dos turistas – através de uma crescente sensibilidade dos recepcionistas das unidades hoteleiras;
- Convidar os directores das unidades hoteleiras de Oeiras para assistir à estreia dos eventos (fortemente vocacionados para os turistas que pernoitam no Concelho), colmatando assim uma das lacunas de comunicação entre a CMO e os turistas de Oeiras;

**...encontro de convívio entre a hotelaria e a CMO com realização de *workshops* e visitas guiadas pelo Concelho...**

PROMOÇÃO

criação de  
parcerias

**PLAYERS  
DO  
CONCELHO  
(3/4)**

- Organização de um *workshop* entre os hoteleiros e a CMO com periodicidade mensal e tendo como objectivo central a análise do posicionamento de Oeiras enquanto destino da Região de Lisboa;
- As principais questões prendem-se com: (1) monitorizar os eventos organizados, (2) criação de novos eventos - atribuindo à hotelaria um papel fundamental no potencial de desenvolvimento dos eventos, (3) envolver a hotelaria na organização de programas de 1 dia, fim-de-semana, uma semana de estadia (cultura, arte, gastronomia, outros), (4) desenvolvimento de sinergias para promoção conjunta, entre outras actividades que visem um melhor entendimento entre os hoteleiros e a CMO, bem como a afirmação de Oeiras como destino turístico;
- O *workshop* poderá ter lugar em cada uma das unidades assumindo um carácter rotativo. Seria importante, também, desenvolver actividades para os próprios hoteleiros tendo por base um melhor conhecimento de toda a oferta de lazer e de equipamentos em Oeiras. A realização de *workshops* de trabalho entre os *players* poderá permitir antecipar a actuação dos hoteleiros perante os eventos do Concelho, bem como servir para lançar desafios de competitividade saudável entre os hotéis ao nível das actividades desenvolvidas para os seus turistas;
- Uma das acções poderá recair sobre experimentar as actividades sugeridas para os turistas com os próprios hoteleiros (vãos sobre a costa de Lisboa, visita aos Fortes, visita à Fábrica da Pólvora, etc.);

**...bem como pelos benefícios obtidos através da troca de contactos entre os diferentes *players* e na consequente organização de visitas guiadas a profissionais do *trade* ao destino**

PROMOÇÃO

criação de  
parcerias

**PLAYERS  
DO  
CONCELHO  
(4/4)**

- Criar uma equipa de trabalho com participação da hotelaria e da CMO no sentido de aproximar as entidades privadas da entidade pública e gerar sinergias tendo em vista a afirmação do destino Oeiras;
- Um dos objectivos a cumprir no âmbito da realização dos *workshops* é a elaboração de um dossier de apresentação do destino Oeiras – congregando informação sobre serviços (hotelaria, restauração), infra-estruturas de apoio (Porto de Recreio, Centros de Congressos), e *visitor attractions* (Palácio Marquês de Pombal, Fábrica da Pólvora, Fortes, entre outros);
- Incentivar a hotelaria a disponibilizar aos seus clientes, no momento de efectuar a reserva ou da sua chegada ao hotel, equipamentos com sistema GPS, assumindo o hotel a responsabilidade de integrar no *software* do equipamento toda a informação disponível sobre Oeiras (resultado do trabalho em equipa) – localização de restaurantes, espaços de lazer, museus, comércio, entre outros;
- Promover a troca de contactos entre os hoteleiros; e
- Desenvolver entre os hoteleiros e a CMO iniciativas que promovam Oeiras junto da distribuição turística e da imprensa especializada – *fam trips*, *press trips*, entre outras actividades.

A interacção com *players* exteriores ao Concelho revela-se igualmente importante, designadamente no estabelecimento de parcerias chave que estão na base do desenvolvimento de alguns dos produtos estratégicos definidos

PROMOÇÃO

CRIAÇÃO DE  
PARCERIAS

**OUTROS  
PLAYERS**

- Estabelecer contacto com a imprensa nacional especialista no sector e desenvolver iniciativas que visem a promoção de Oeiras enquanto destino nas revistas de turismo portuguesas. Importará por isso estabelecer parcerias com a restauração, hotelaria, spa's, porto de recreio com o objectivo de criar um programa de fim-de-semana ou de visita de um dia a Oeiras para o mercado nacional;
- Estabelecer parcerias com Escolas de Hotelaria para a selecção de estagiários para as unidades hoteleiras do Concelho – visando a sua integração e eventual fixação no concelho. Um dos objectivos prende-se com a qualificação dos recursos humanos na hotelaria de Oeiras; e
- Obter sinergias através da criação da comissão CMO / CNDJ (apresentada no produto estratégico Turismo Desportivo), nomeadamente a possibilidade de se conceder prioridade às unidades hoteleiras de Oeiras aquando da realização de eventos (desportivos, culturais) no CNDJ.



## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante*

*Acções transversais*

### **Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta**

### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

## **A implementação do Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras, adicionalmente ao investimento necessário, deverá contemplar...**

Remetendo-nos o esforço de promover a divulgação de Oeiras sem estimular a criação de postos de trabalho, apresenta-se uma estrutura de organização de recursos humanos, a nosso ver, essencial para a autonomia do Sector do Turismo.

O objectivo da sugestão de alteração à actual estrutura de organização do Sector do Turismo prende-se com a necessidade de atribuir responsabilidades sob duas formas distintas: (1) pelo lado da estratégia e (2) pelo lado da operação.

Assim a proposta de organização do Sector do Turismo assumirá, pelo lado da estratégia, um maior enfoque nos produtos turísticos definidos como estratégicos no âmbito da implementação do plano, bem como atribuirá maior responsabilidade no desenvolvimento individual de cada produto definido junto das diferentes Direcções Camarárias envolvidas.

Pelo lado da operação, serão contemplados os departamentos que visam a operacionalização das diferentes acções definidas no âmbito da cada produto estratégico – Apoio Administrativo, Promoção e informação, e Eventos.

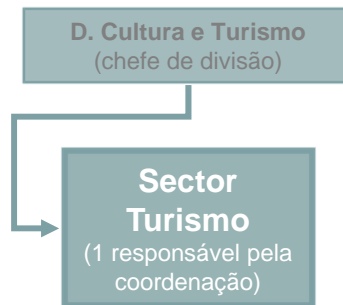
# ...uma alteração à actual estrutura de organização de recursos humanos no Sector do Turismo da CMO

## Estrutura actual

(9 pax)<sup>1</sup>



Proposta de estrutura  
(10 pax)<sup>1</sup>



## ESTRATÉGIA

Desenvolvimento de Produto  
(3 pessoas)

Produtos Principais  
(2 pessoas)

Produtos Complementares  
(1 pessoa)

**Interligação com Direcções  
Camarárias com responsabilidades  
nos diferentes produtos**

## OPERAÇÃO<sup>1</sup>

Promoção e Informação  
(3 pessoas)

Eventos  
(2 pessoa)

Apoio Administrativo  
(1 pessoas)

Promoção  
(2 pessoas)

Informação  
(1 pessoa)

Outsourcing

<sup>1</sup> Não foram englobados Recursos Humanos operacionais na área dos Postos de Turismo e Visitas Guiadas

# A nova estrutura de recursos humanos prevê a seguinte atribuição de responsabilidades:

NÃO EXAUSTIVO

## Sector Turismo

- Coordenação dos diferentes departamentos;
- Monitorização da implementação das acções definidas no âmbito do Plano Estratégico do Turismo (PET);
- Contacto directo com centros de decisão da Câmara Municipal de Oeiras; etc.

## Desenvolvimento de Produto

### Produtos Principais

### Produtos Complementares

- Elaboração dos dossiers de portfolio de cada um dos produtos âncora e complementar;
- Elaboração do Plano de Marketing;
- Pesquisa de novos contactos no âmbito de cada um dos produtos estratégicos definidos;
- Implementação das acções definidas no PET; etc.

## Eventos

### Outsourcing

- Selecção e captação de novos eventos;
- Organização de eventos;
- Monitorização da calendarização dos eventos;
- Segmentação dos eventos;
- Monitorização do sucesso de implementação dos eventos – numa base diária de realização dos mesmos; etc.

## Promoção e Informação

### Promoção

### Informação

- Contacto directo com operadores turísticos, agentes de viagens, jornalistas, *opinion leaders*, entre outros players com um papel chave na Organização e monitorização dos *workshops* com os principais *players* do Concelho;
- Reunião e actualização dos conteúdos informativos presentes no *website* promocional de Oeiras;
- Edição e envio da *newsletter* aos *users* do *website* e aos hoteleiros e *players* importantes do Concelho;
- Edição e segmentação dos conteúdos dos folhetos e brochuras sobre os eventos;
- Selecção e organização da rede de distribuição de informação dos eventos;
- Selecção e participação em eventos para apresentação de Oeiras; etc.

## Apoio Administrativo

- Reunião e gestão da lista de contactos do Sector do Turismo;
- Gestão de reclamações e recomendações;
- Apoio aos gestores de desenvolvimento do projecto; etc.

## Importa reter alguns dos principais conceitos que se encontram na base da definição de um Gestor de Produto...

### Gestor de Produto

Definição: Elemento da equipa de Comercial / Marketing que coordena e controla as actividades relativas à produção / comercialização de um determinado produto de uma empresa. Deverá funcionar como pólo dinamizador das relações interfuncionais conducentes ao êxito do seu produto no mercado e procurar sistematicamente a coerência das suas acções com a estratégia e tática de marketing da empresa no seu todo.

Principais responsabilidades: 1) monitorizar constantemente as necessidades e exigências do mercado; 2) produzir o Plano de Negócio do Produto; 3) gerir estrategicamente o produto e o portfolio de produtos desde a sua concepção até à sua diversificação; 4) definição e criação de *packages* que visem a conjugação de diferentes produtos do portfolio e ofereçam soluções inovadoras; 5) gerir a criação do produto através da reunião de equipas de trabalho multidisciplinares; 6) planear, organizar e participar na apresentação dos produtos a nível interno e externo da empresa; 7) monitorizar e controlar o orçamento de desenvolvimento do produto; 8) desenvolver e monitorizar os factores críticos de sucesso do produto em linha com o Plano de Negócio do Produto; 9) planear e gerir o lançamento do produto; entre outras.

## ...sendo útil a avaliação periódica do gestor de produto, quer em termos pessoais quer ao nível da sua hierarquia

A avaliação de um gestor de produto, entre outros aspectos, deverá ponderar o seu desempenho perante as seguintes questões:

1. Organizar o projecto de criação ou desenvolvimento do produto;
2. Estabelecer uma boa ligação entre o projecto de preparação do produto e a administração da empresa;
3. Planear;
4. Delegar responsabilidades;
5. Motivar as pessoas e conseguir que aceitem os seus planos e os defendam;
6. Fixar objectivos mensuráveis do projecto de criação ou desenvolvimento do produto;
7. Ajudar os membros da equipa a resolver os problemas;
8. Maximizar a utilização de recursos disponíveis;
9. Controlar a evolução do projecto e nível de concretização do produto;
10. Utilizar sistemas de informação que respondam às necessidades do projecto e procurem avaliar criticamente a evolução do produto;
11. Negociar com equilíbrio retirando vantagens lícitas;
12. Utilizar o *software* com eficácia; e
13. Atingir resultados.

## Introdução

## Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

## Enquadramento de Segmentos - Alvo

## Desenvolvimento da estratégia

### Introdução

### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante*

*Acções transversais*

### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

## Monitorização do Plano Estratégico

## Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

## A calendarização da implementação do Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras foi elaborada tendo por base quatro perspectivas distintas:

### 1) Investimento

através da análise do *gap* existente entre a oferta turística do Concelho – caso a caso cada um dos principais activos do Concelho – e a procura turística actual – devidamente segmentada por motivação da visita;

### 2) Implementação

atribuição de um timing definido – Em Desenvolvimento, Médio e Longo Prazo, Médio Prazo e Longo Prazo – para a implementação das acções apresentadas no capítulo de Definição e Programação de Acção;

### 3) Responsabilidade

ponderação do número de acções cuja implementação se encontra sob a responsabilidade da CMO ou de outras entidades; e

### 4) Estimativa de Investimento

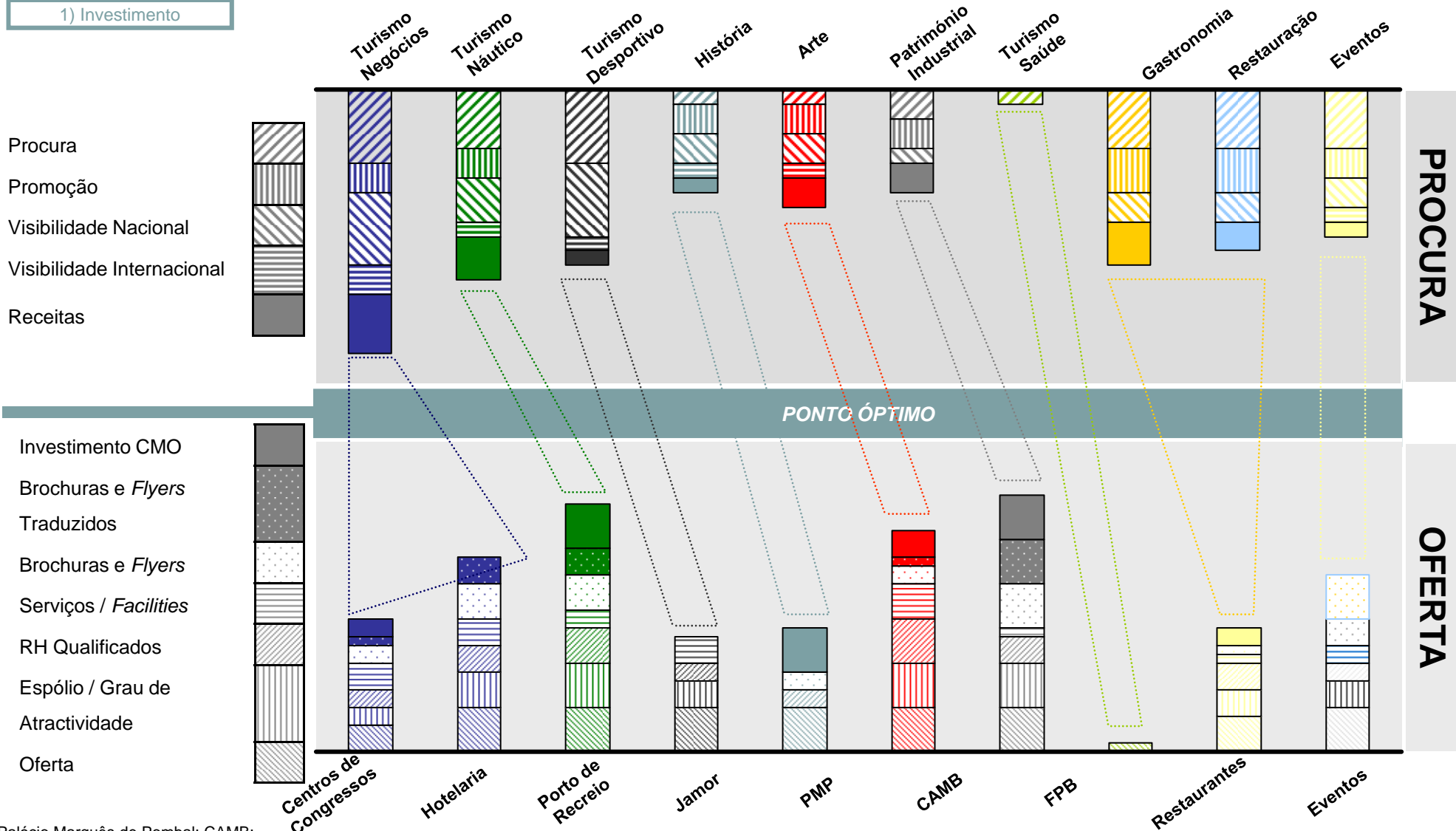
concretização dos valores estimados de investimento, afectos ao desenvolvimento das medidas apresentadas em cada um dos 10 produtos estratégicos analisados, com referência aos grandes investimentos previstos para o Concelho.



**Se por um lado o Turismo de Negócios se revela um produto desenvolvido sob o ponto de vista da procura gerada no Concelho de Oeiras, o Porto de Recreio e a Fábrica da Pólvora são os dois assets com maior nível de consolidação do lado da oferta**

1) Investimento

**Cenário As Is**

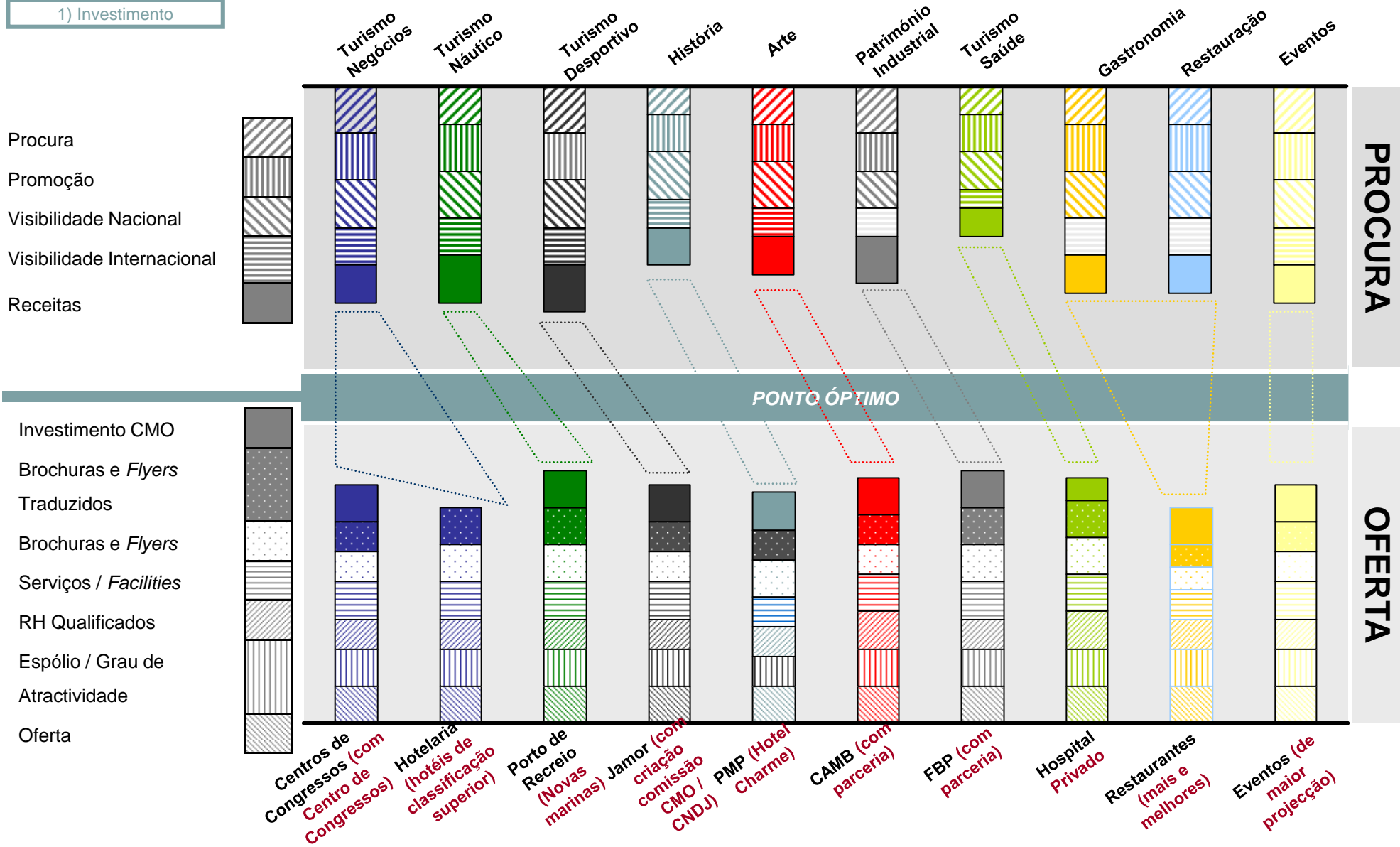


PMP: Palácio Marquês de Pombal; CAMB: Centro de Arte Manuel de Brito; FPB: Fábrica da Pólvora de Barcarena

# Com o *upgrade* da oferta de equipamentos e serviços do Concelho de Oeiras será possível alcançar níveis de procura bastante superiores ao registado actualmente

1) Investimento

Cenário To Be



**A implementação das medidas apresentadas para cada um dos 10 produtos estratégicos assume momentos diferenciados, tendo sido evidenciadas, também, algumas medidas que se encontram já em desenvolvimento por parte da Câmara Municipal de Oeiras**

2) Implementação

**Em  
Desenvolvimento**

Medidas já em  
implementação por  
parte da CMO

**Médio e Longo  
Prazo**

Implementação em dois  
momentos diferentes,  
pressupondo  
frequentemente a  
monitorização da  
implementação das  
medidas

**Médio Prazo**

Implementação entre 1  
a 3 anos

**Longo Prazo**

Implementação num  
período superior a 3  
anos (até ao 10º ano)

# TURISMO DE NEGÓCIOS

PRESSUPOSTOS: Oferta de um centro de congressos com capacidade superior a 3000 pessoas

## 2) Implementação



### Em Desenvolvimento

- Atracção de um crescente número de empresas de Investigação e Desenvolvimento;
- Atracção de novas empresas de renome para o Concelho que se caracterizem por uma dimensão de *stand-alone*, ou que se fixem nos parques empresariais;
- Promoção das áreas e parques de escritórios: junto de promotores imobiliários e mediadores internacionais;
- Identificação e criação de novos terrenos para a construção de hotéis vocacionados para o segmento corporate;

### Médio Prazo

- Desenvolvimento do projecto do centro de congressos com capacidade superior a 3 000 pessoas e que cumpra os requisitos internacionais das organizações de eventos *corporate*;
- Redimensionamento da rede de transportes de suporte aos parques empresariais;
- Aproximação da CMO ao *trade* do concelho;
- Promoção dos hotéis e áreas de conferência: junto de DMC's e PCO's nacionais e internacionais;
- Participação em feiras da especialidade;
- Realização de *fam trips* com o mercado nacional e internacional; e

### Longo Prazo

- Identificação e criação de novos terrenos para a construção de parques de escritórios.

# TURISMO NÁUTICO

PRESSUPOSTOS: Edificação das novas marinas



## 2) Implementação

### Médio e Longo Prazo

- Aposta no desenvolvimento de marinas que permitam acolher embarcações de maior calado;
- Dinamizar a actividade náutica do Porto de Recreio beneficiando da logística e de equipamento especializado (motas de água, entre outros);
- Desenvolver a capacidade logística de organização de eventos náuticos, quer pelo incentivo à criação de empresas especializadas, quer pela oferta de infra-estruturas de suporte à organização;

### Médio Prazo

- Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de renome, nacionais e internacionais, e empresas do Concelho para atracção de patrocínios;
- Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de incentivos e organização de eventos, no contexto nacional e internacional, federações nacionais e internacionais associadas às modalidades náuticas;
- Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto da distribuição turística especialista, nacional e internacional;
- Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto das empresas do Concelho;
- Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto das unidades hoteleiras do Concelho;
- Promoção das futuras estruturas náuticas; e

### Longo Prazo

- Dinamização da orla ribeirinha através da realização de passeios de barco, designadamente com oferta de restauração a bordo.

## TURISMO DESPORTIVO (1/2)

PRESSUPOSTOS: Estabelecimento de parceria com o Instituto de Desporto de Portugal para o desenvolvimento de sinergias com o CND Jamor

2) Implementação

COMISSÃO CMO / CNDJ



### Médio Prazo

- Redimensionamento da oferta de serviços à capacidade de carga do CNDJ;
- Melhoria das acessibilidades e estacionamento do CNDJ;
- Dinamização, através do estabelecimento de parcerias do CNDJ, sobretudo ao nível de áreas menos preservadas e em situações de risco, designadamente a zona verde envolvente;
- Criação de *packages* destinados ao segmento desportivo (Viagem, *Transfers*, Alojamento, Refeições, Acesso às infra-estruturas do CNDJ e Entretenimento);
- Adquirir visibilidade nacional através da organização de eventos desportivos; e
- Tornar mais eficiente a gestão e manutenção do CNDJ, através da captação de patrocínios para as diferentes infra-estruturas desportivas.

### Longo Prazo

- Adquirir visibilidade internacional através da organização de eventos desportivos.

## TURISMO DESPORTIVO (2/2)

### 2) Implementação



#### Médio Prazo

- Estabelecimento de parcerias com as federações nacionais das modalidades praticáveis no CNDJ e na zona litoral do Concelho;
- Identificação de patrocínios na área do desporto e estabelecimento de parcerias ao nível dos equipamentos desportivos;
- Promoção de Estágios Profissionais desempenhando um papel activo na atracção de equipas profissionais internacionais ao nível das diferentes modalidades que já possuem equipamentos de alta competição no Concelho;

#### Longo Prazo

- Identificação e criação de terrenos para a construção de campos de golfe;
- Ampliar a visibilidade de Oeiras enquanto destino com capacidade de resposta para a realização de estágios profissionais desportivos;
- Realização de *fam trips* com as federações e comités olímpicos nacionais e internacionais;
- Estabelecer contacto com empresas de organização de eventos desportivos nacionais e internacionais; e
- Promoção do Golfe através do estabelecimento de parcerias entre os campos de golfe e as empresas do Concelho.

# TURISMO DE SAÚDE

PRESSUPOSTOS: Concretização do projecto do hospital privado irlandês



## 2) Implementação

<b>Em Desenvolvimento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A concretização dos projectos previstos na área da saúde a par do desenvolvimento de uma oferta diferenciada de produtos de lazer com uma forte aposta na vertente saúde;</li><li>▪ Atracção de hospitais e clínicas privadas para o Concelho;</li></ul>
<b>Médio Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identificação e criação de novos terrenos para a construção de infra-estruturas de suporte a este segmento de procura;</li><li>▪ Infra-estruturas complementares e de apoio com qualidade reconhecida internacionalmente;</li><li>▪ Ampla oferta de serviços médicos, quer públicos, quer privados, os quais obedeçam a elevados padrões de qualidade e primem por uma actualização constante de novos instrumentos de trabalho e capacidade de resposta às novas tendências da procura;</li><li>▪ Publicação de artigos / reportagens sobre Oeiras evidenciando os espaços com potencial para desenvolver o produto;</li><li>▪ Estudo de atracção de turistas para Oeiras / do perfil de visitante de Oeiras com características fortemente associadas ao Turismo de Saúde;</li></ul>
<b>Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facilidade de acesso às instalações, quer no que se refere ao tempo de viagem, quer à disponibilidade de meios de transporte;</li><li>▪ Aposta na formação profissional de recursos humanos que prestam serviço nas infra-estruturas de Turismo de Saúde;</li><li>▪ Posicionamento de Oeiras como destino de Turismo de Saúde através da conjugação de estruturas hospitalares de recuperação e de lazer; e</li><li>▪ Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.</li></ul>



# HISTÓRIA

PRESSUPOSTOS: Ocupação do Palácio Marquês de Pombal visando uma utilização pública (Hotel, Museu ou Hotel-Museu)



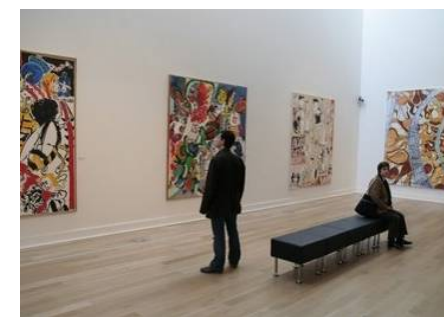
## 2) Implementação

<b>Médio e Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Cumprimento do Plano Estratégico para o Parque Temático do Marquês de Pombal;</li><li>▪ Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas;</li></ul>
<b>Médio Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reconhecimento da importância das novas tecnologias na área da comunicação como um importante elemento de dinamização da visita ao Concelho, desenvolvendo um produto que faculte a possibilidade de realizar visitas guiadas ao Concelho com suportes informáticos;</li><li>▪ Requalificar a área envolvente do Palácio Marquês de Pombal, designadamente através da requalificação do comércio tradicional</li><li>▪ Integração da oferta cultural do Concelho de Oeiras, ao nível de Palácios e Quintas históricas – Palácio Marquês de Pombal – no circuito histórico de Lisboa, Sintra e Mafra;</li><li>▪ Criação de um preçário igual nos diferentes Palácios nacionais, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes palácios nacionais integrados no circuito;</li><li>▪ Promoção conjunta dos palácios em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;</li></ul>
<b>Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Posicionar o Palácio Marquês de Pombal e o Parque Temático com o valor relevante no âmbito da oferta regional e nacional;</li><li>▪ Reforçar a experiência da visita cultural a Oeiras através da realização de actividades associadas ao período histórico em questão; e</li><li>▪ Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.</li></ul>

# ARTE

PRESSUPOSTOS: Estabelecimento de parceria entre CAMB, Centro de Arte Moderna, Museu Coleção Berardo e Museu Nacional de Arte Contemporânea

## 2) Implementação



<b>Médio e Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Integração do CAMB na rota cultural de museus de arte contemporânea da cidade de Lisboa – Centro de Arte Moderna, Museu Coleção Berardo, Museu nacional de Arte Contemporânea e com o futuro Museu Casa das Histórias e Desenhos de Paula Rego;</li></ul>
<b>Médio Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Dinamização do plano de comunicação do Centro de Arte Manuel de Brito;</li><li>▪ Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte de Lisboa para dinamizar a partilha de exposições, ou seja, sob uma mesma temática existirem dois ou mais centros de arte com exposição, e que pressuponha a visita a ambos;</li><li>▪ Ampliar a visibilidade do CAMB junto de eventos de arte;</li><li>▪ Promoção conjunta dos centros de arte em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;</li></ul>
<b>Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aposta na oferta de um espólio diversificado dentro da mesma temática e em constante actualização, evitando transmitir a sensação de uma exposição permanente e pouco atractiva no âmbito de <i>repeat visitors</i>;</li><li>▪ Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte internacional para dinamizar a criação de exposições temporárias;</li><li>▪ Criação de um preçário igual nos diferentes centros de arte, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes centros de arte integrados no circuito; e</li><li>▪ Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.</li></ul>

## PATRIMÓNIO INDUSTRIAL (1/2)

PRESSUPOSTOS: Estabelecimento de parcerias com outros espaços na Região de Lisboa classificados como património industrial

2) Implementação



Em  
Desenvolvimento

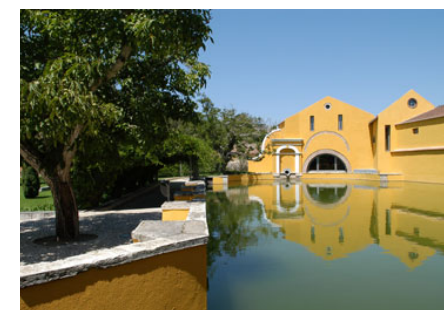
- Melhorar a comunicação / promoção dos programas de actividades da Fábrica da Pólvora que visem a familiarização dos visitantes com o espaço e com a história do local;
- Actualização do *website* promocional da Fábrica da Pólvora;

Médio Prazo (1/2)

- Criação de parcerias com o Museu da Electricidade e da Água, a par do património industrial patente na Região de Lisboa, no sentido de padronizar a oferta de programas de actividades, preço e visibilidade nas brochuras e folhetos no destino Lisboa;
- Promoção ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial da Região de Lisboa que permita a integração da Fábrica da Pólvora, Museu da Electricidade, Museu da Água e outros edifícios classificados como património industrial na região;
- Organização de conferências e seminários sob a temática património industrial, com o objectivo, a longo prazo, de fixar um determinado evento na Fábrica da Pólvora com periodicidade anual;
- Maior dinamização dos espaços da Fábrica da Pólvora quanto à sua comercialização, procurando atrair eventos que concedam visibilidade ao local;
- Promoção conjunta dos locais com classificação de património industrial em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;
- Dinamização de actividades na Fábrica da Pólvora com cobertura e apoio das organizações internacionais onde está a listada a Fábrica da Pólvora;

## PATRIMÓNIO INDUSTRIAL (2/2)

### 2) Implementação



#### Médio Prazo (2/2)

- Publicação de artigos da especialidade;
- Selecção de patrocínios para os diferentes espaços da Fábrica da Pólvora;
- Estabelecimento de parcerias com diferentes instituições nacionais e internacionais para conceder maior visibilidade ao local;

#### Longo Prazo

- Promoção ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial nacional e ibérico com a integração da Fábrica da Pólvora;
- Criação de um preçário igual nos diferentes espaços – Fábrica da Pólvora, Museu da Electricidade e Museu da Água – podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes espaços integrados no circuito; e
- Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.

# GASTRONOMIA

PRESSUPOSTOS: Concretização do projecto Instituto Vítor Sobral em Oeiras



## 2) Implementação

<b>Em Desenvolvimento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identificação e criação de novos espaços para a edificação de restaurantes e outros estabelecimentos de bebidas de referência no Concelho;</li></ul>
<b>Médio Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Primar pela qualidade e serviço de excelência dos restaurantes na sua generalidade e em particular os de referência através da atribuição de incentivos aos estabelecimentos;</li><li>▪ Apostar na oferta de espaços de maior dimensão e com cariz emblemático ou histórico, com uma oferta de serviço de excelência que permita acolher grupos de maior dimensão, por norma perdido para Lisboa, Cascais e Sintra;</li><li>▪ Estabelecer contacto com <i>Opinion Leaders</i> e jornalistas com o objectivo de publicar <i>press releases</i> na imprensa nacional e internacional, de cariz generalista (imprensa diária, semanal) e especialista (imprensa vocacionada para o turismo);</li></ul>
<b>Longo Prazo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ampliar a visibilidade da diversidade e qualidade da gastronomia do Concelho de Oeiras através do seu posicionamento competitivo em <i>rankings</i> internacionais da restauração; e</li><li>▪ Realização de eventos temáticos que visem dar a conhecer a gastronomia de Oeiras, procurando associar Oeiras a uma cozinha de fusão cujos elementos centrais sejam a tradição, a modernidade e o contexto global onde se insere.</li></ul>

## EVENTOS REGULARES (1/2)

PRESSUPOSTOS: Oferta de um pavilhão multi-usos com capacidade máxima para 8000 pessoas

### 2) Implementação



#### Em Desenvolvimento

- Monitorização / Revisão de organização actual de eventos e selecção dos eventos com maior potencial para posicionar Oeiras no mapa nacional e internacional, procurando uma boa relação investimento / impacto e retorno;
- Diversificar a oferta de eventos por diferentes segmentos de mercado, nomeadamente para as crianças (escolas, tempos livres, colónias de férias, etc.)
- Ampliação da rede de distribuição do calendário de eventos do Concelho;
- Maior dinamização da comunicação dos eventos do Concelho através de canais de distribuição como a rádio, internet, *players* do sector, transportes públicos, etc.;

#### Médio Prazo (1/2)

- Integração de Oeiras em circuitos de exposições itinerantes sobre temáticas associadas a diferentes Concelhos com características históricas tradicionais e culturais semelhantes;
- Ampliar a visibilidade dos eventos já organizados em Oeiras;
- Consolidação do festival temático – Marquês de Pombal – que pressupõe um circuito por diversos pontos de interesse do Concelho e que está fortemente associado às raízes históricas do Concelho;
- Redimensionamento da logística do Concelho nos locais onde se realizam os eventos, especificamente: estacionamento, acessibilidades, rede de transportes, entre outros;
- Associar Oeiras à organização de actividades de *team building* cujo enfoque seja a componente histórica que caracteriza Oeiras, recriações históricas organizadas com a ajuda de profissionais de teatro e de animação;

## EVENTOS REGULARES (2/2)

### 2) Implementação



#### Médio Prazo (2/2)

- Desenvolver a realização de eventos com palco principal no mar;
- Desenvolver plano de comunicação direccionado ao segmento infantil;
- Revisão estrutural dos suportes impressos com a programação mensal do Concelho;
- Informação sobre os eventos destinados também à comunidade não residente em Oeiras;
- Definição de requisitos chave para a realização de eventos em Oeiras;

#### Longo Prazo

- Organização de um ou mais eventos por ano de relevância nacional;
- Organização de eventos internacionais;
- Organização de eventos que associem Oeiras a um destino (1) acessível, reunindo pessoas com mobilidade reduzida; e (2) ambientalmente saudável;
- Maior dinamização da comunicação dos eventos de Oeiras junto dos hotéis e empresas do Concelho e da Região de Lisboa; e
- Identificação e criação de novos espaços para a edificação de equipamentos que visem a realização de eventos.

# RESTAURAÇÃO

PRESSUPOSTOS: Concretização do projecto escola restaurante num dos restaurantes mais conotados de Paço de Arcos



## 2) Implementação

Em Desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Inventariar e licenciar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras;</li><li>▪ Valorizar e qualificar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras;</li></ul>
Médio e Longo Prazo	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas;</li></ul>
Médio Prazo	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Criação de parques de estacionamento;</li><li>▪ Certificar os estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras;</li><li>▪ Fidelizar o mercado doméstico (residentes);</li><li>▪ Captar o mercado regional (residentes de Concelhos vizinhos);</li><li>▪ Valorizar os meios promocionais convencionais para a divulgação da oferta de restauração de Oeiras;</li></ul>
Longo Prazo	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Definir novos espaços para implementação de estabelecimentos de restauração e bebidas em Oeiras;</li><li>▪ Desenvolver um sistema central de reservas para ser implementado num futuro <i>website</i> promocional de Oeiras;</li><li>▪ Afirmar Oeiras como o Concelho pioneiro no licenciamento de todos os estabelecimentos de restauração e bebidas na Região de Lisboa; e</li><li>▪ Apostar na animação através da realização de eventos temáticos.</li></ul>



Quando efectuada a ponderação final do número de acções a implementar, faseadamente, por cada um dos produtos estratégicos definidos é possível verificar a maior concentração de acções a médio prazo ao nível dos produtos Património Industrial e Eventos...

2) Implementação

	Em Desenvolvimento	Médio e Longo Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Turismo de Negócios	2	n.d.	2	1
Turismo Náutico	n.d.	1	2	1
Turismo Desportivo	n.d.	1	2	1
Turismo de Saúde	1	2	n.d.	2
História	n.d.	1	2	1
Arte	n.d.	1	2	2
Património Industrial	1	n.d.	3	2
Gastronomia	1	n.d.	1	1
Eventos Regulares	2	n.d.	3	2
Restauração	1	1	2	2

...sendo que o conjunto de acções apresentadas para implementação a médio e longo prazo se encontram equilibradas na globalidade dos 10 produtos estratégicos

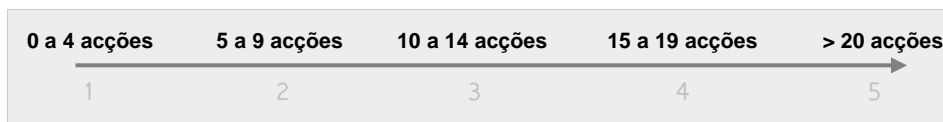


No que se refere à ponderação do grau de responsabilidade – da Câmara Municipal de Oeiras ou de outras entidades – da implementação das acções de cada um dos produtos estratégicos definidos, e partindo do papel nuclear da CMO em todas as acções apresentadas é possível observar...

3) Responsabilidade

	CMO	CMO + Outras Entidades
Turismo de Negócios	2	2
Turismo Náutico	1	2
Turismo Desportivo	1	3
Turismo de Saúde	1	2
História	1	2
Arte	1	2
Património Industrial	1	3
Gastronomia	1	1
Eventos Regulares	3	2
Restauração	1	2

...uma maior dependência de outras entidades, ao nível dos produtos Turismo Desportivo e Património Industrial



O Sector do Turismo prevê um orçamento total para o ano de 2008 de €836 mil, registando uma variação de 2,3% face às despesas efectuadas em 2007. De ressaltar o esforço de investimento efectuado na Promoção Turística com uma variação de 120%

4) Estimativa de Investimento

	Cabimentação 2007	Despesas 2007	Previsão 2008	Varição 07 / 08
<b>Total Divisão Cultura e Turismo</b>	€3 623 459,59	€4 073 988,00	€4 954 976,00	21,62%
<b>Total Sector do Turismo</b>	€694 156,01	€817 000,00	€836 000,00	2,33%
Festas do Concelho	€108 428,07	€110 000	€130 000	18%
<b>Promoção Turística</b>	€43 571,91	€70 000	<b>€154 000</b>	<b>120%</b>
Material Promocionais e Informativos	€66 329,28	€104 500	€59 000	-43,5%
Feiras e eventos	€43 535,13	€83 000	€157 500	89%
Apoio a agentes recreativos e comerciais para fins turísticos	N.d.	€268 000	€270 500	0,9%
Apoio à restauração e hotelaria	N.d.	N.d.	€65 000	
Carta e Plano Turístico Local	€79 999,15	€80 000	€0	
Acções Tácticas Área Animação	€7 878,30	€8 000	€0	
Acções Tácticas Área Promoção	€68 125,52	€78 500	€0	

*As estimativas de investimento apresentadas nos slides seguintes decorrem da (1) necessidade de alocação de recursos humanos especializados, (2) métricas de mercado quanto a custos globais de organização / execução / monitorização, e (3) métricas de mercado quanto a custos globais de infra-estruturas e prestação de serviços.*

**A estimativa do investimento a 10 anos aponta para um total de € 288 milhões, sendo de salientar que o exercício efectuado já contempla as despesas afectas aos grandes projectos previstos pela Câmara Municipal de Oeiras...**

Turismo de Negócios	€ 33 900 000	11,8%
Turismo Náutico	€ 46 282 025	16,1%
Turismo Desportivo	€ 5 400 000	1,9%
Turismo de Saúde	€ 100 260 000	34,8%
História	€ 26 535 000	9,2%
Arte	€ 1 300 000	0,5%
Património Industrial	€ 2 075 000	0,7%
Gastronomia	€ 2 800 000	1,0%
Eventos Regulares	€ 68 345 000	23,7%
Restauração	€ 1 280 000	0,4%
<b>TOTAL</b>	<b>€ 288 177 025</b>	

**O exercício efectuado nos slides seguintes prende-se com a afectação das despesas a diferentes departamentos da CMO, permanecendo por definir o conjunto de entidades privadas que poderão vir a integrar o desenvolvimento do Plano Estratégico**

## TURISMO DE NEGÓCIOS

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Centro de Congressos (Quinta da Fonte)</b>	Capacidade para 3 000 pessoas	<b>€30 600 000</b>

# TURISMO DE NEGÓCIOS

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Atração de um crescente número de empresas de Investigação e Desenvolvimento;	*				Necessária a contratação de um <b>recurso humano a tempo inteiro</b> (€28 000 = €2 000 / mês); <b>Implementação</b> das acções: €12 000 / ano; e Elaboração do <b>dossier de portfolio</b> (€100 000).	€ 500 000 (€28 000 + €12 000) * 10 + €100 000
Atração de novas empresas de renome para o Concelho que se caracterizem por uma dimensão de <i>stand-alone</i> , ou que se fixem nos parques empresariais;						
Promoção das áreas e parques de escritórios: junto de promotores imobiliários e mediadores internacionais;						
Identificação e criação de novos terrenos para a construção de hotéis vocacionados para o segmento <i>corporate</i> ;					Seleção de marcas e categorias de hotelaria	Reduzido Investimento
Desenvolvimento do projecto do centro de congressos com capacidade superior a 3 000 pessoas e que cumpra os requisitos internacionais das organizações de eventos <i>corporate</i> ;			*		Edificação, Estabelecimento de parcerias, etc.	€30 600 000
Redimensionamento da rede de transportes de suporte aos parques empresariais;					Criação de corredores verdes e “bus” e melhoria das interfaces	Reduzido Investimento

# TURISMO DE NEGÓCIOS

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Aproximação da CMO ao <i>trade</i> do concelho;					Portfolio, Brochuras, Folhetos, Acções de Formação, <i>Fam-trips</i> , Eventos, etc.	€200 000
Promoção dos hotéis e áreas de conferência: junto de DMC's e PCO's nacionais e internacionais;						
Participação em feiras da especialidade;				*	Alocação de recursos humanos aos eventos, <i>stands</i> , material promocional, etc.	€2 500 000
Realização de fam trips com o mercado nacional e internacional; e					Alocação de recursos humanos, material promocional, reserva de logística, alojamento, e refeições, etc.	€100 000
Identificação e criação de novos terrenos para a construção de parques de escritórios.					*	Seleção de áreas empresariais chave, etc.
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€33 900 000</b>



## TURISMO NÁUTICO

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Marina Foz do Jamor</b>	Investimento Privado	<b>€16.500.000</b>
<b>1 ou 2 marinas entre Paço de Arcos e Caxias</b>	Investimento público ou em parceria	2 x <i>Porto de Recreio de Oeiras</i> (€ 14 866 012) = <b>€29 732 025</b>

# TURISMO NÁUTICO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Aposta no desenvolvimento de marinas que permitam acolher embarcações de maior calado;					Marina Foz do Jamor e Marinas Paço de Arcos e Caxias	€46 232 025
Dinamizar a actividade náutica do Porto de Recreio beneficiando da logística e de equipamento especializado (motas de água, entre outros);		*			Estabelecimento de parcerias, aluguer de equipamento, cursos temáticos, eventos, profissionalização de actividades náuticas, etc.	Reduzido Investimento
Desenvolver a capacidade logística de organização de eventos náuticos, quer pelo incentivo à criação de empresas especializadas, quer pela oferta de infra-estruturas de suporte à organização;						
Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de renome, nacionais e internacionais, e empresas do Concelho para atracção de patrocínios;			**		<i>Fam trips</i> , brochuras, folhetos, eventos, portfolio, etc.	€50 000 (extensível às 4 medidas seguintes)
Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto de empresas de incentivos e organização de eventos, no contexto nacional e internacional, federações nacionais e internacionais associadas às modalidades náuticas;						

# TURISMO NÁUTICO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Promoção do Porto de Recreio de Oeiras junto da distribuição turística especializada, nacional e internacional;			**		<i>Fam trips</i> , brochuras, folhetos, eventos, portfolio, estabelecimento de parcerias para atrair procura da hotelaria e dos parques empresariais, etc.	<b>€50 000</b> (extensível às 2 medidas anteriores)
Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto das empresas do Concelho						
Promoção da área comercial do Porto de Recreio junto das unidades hoteleiras do Concelho;						
Promoção das futuras estruturas náuticas; e						
Dinamização da orla ribeirinha através da realização de passeios de barco, designadamente com oferta de restauração a bordo.				**	Organização de eventos náuticos, cruzeiros, passeios de barco para o <i>trade</i> do Concelho, etc.	Reduzido Investimento
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€46 282 025</b>

## TURISMO DESPORTIVO

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Serra de Carnaxide</b>	Área estimada 65,7 ha (sem área afecta a Centro Hípico, Exploração Agro-pecuária e Parque Desportivo)	<b>€5 000 000</b> (Investimento público – CMO)

# TURISMO DESPORTIVO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/3)

COMISSÃO CMO / CNDJ



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Redimensionamento da oferta de serviços à capacidade de carga do CNDJ;			*		Ampliar, diversificar e qualificar a oferta de serviços, etc.	Sujeito a discussão com Câmara Municipal de Oeiras
Melhoria das acessibilidades e estacionamento do CNDJ;					Corredores verdes e "bus", etc.	
Dinamização, através do estabelecimento de parcerias do CNDJ, sobretudo ao nível de áreas menos preservadas e em situações de risco, designadamente a zona verde envolvente;					Atracção de patrocínios, estabelecimento de parcerias para aumentar e diversificar a procura, etc.	
Criação de packages destinados ao segmento desportivo (Viagem, Transfers, Alojamento, Refeições, Acesso às infra-estruturas do CNDJ e Entretenimento);					Estabelecimento de parcerias com <i>players</i> do <i>package</i> , etc.	
Adquirir visibilidade nacional através da organização de eventos desportivos; e					Ampliar rede de contactos, diversificar eventos, etc.	
Tornar mais eficiente a gestão e manutenção do CNDJ, através da captação de patrocínios para as diferentes infra-estruturas desportivas.					Captar patrocínios, ampliar visibilidade, etc.	
Adquirir visibilidade internacional através da organização de eventos desportivos.					**	

# TURISMO DESPORTIVO

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Estabelecimento de parcerias com as federações nacionais das modalidades praticáveis no CNDJ e na zona litoral do Concelho;					Diversificar eventos, estudo novas tendências, etc.	Reduzido Investimento
Identificação de patrocínios na área do desporto e estabelecimento de parcerias ao nível dos equipamentos desportivos;			*		Estabelecimento de parcerias para atracção de patrocínios, etc.	Reduzido Investimento
Promoção de Estágios Profissionais desempenhando um papel activo na atracção de equipas profissionais internacionais ao nível das diferentes modalidades que já possuem equipamentos de alta competição no Concelho;					Ampliar rede de contactos, portfolio, etc.	Reduzido Investimento
Identificação e criação de terrenos para a construção de campos de golfe;					Vocacionar oferta para clínicas de golfe, estudo de novas tendências, etc.	Reduzido Investimento
Ampliar a visibilidade de Oeiras enquanto destino com capacidade de resposta para a realização de estágios profissionais desportivos;				*	Estabelecimento de parcerias, brochuras, folhetos, portfolio	<b>€400 000</b> (extensível às 2 rubricas seguintes)

## TURISMO DESPORTIVO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (3/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Realização de fam trips com as federações e comités olímpicos nacionais e internacionais;				*	Portfolio, <i>fam trips</i> , eventos, brochuras, folhetos, etc.	€400 000 (extensível às 2 rubricas anteriores)
Estabelecer contacto com empresas de organização de eventos desportivos nacionais e internacionais; e					Portfolio sobre eventos, <i>fam trips</i> , etc.	
Promoção do Golfe através do estabelecimento de parcerias entre os campos de golfe e as empresas do Concelho.					Estabelecimento de parcerias, diversificar oferta e procura de golfe, etc.	Reduzido Investimento
Concretização do desenvolvimento previsto para a Serra de Carnaxide		*			Investimento público	€5 000 000
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€5 400 000</b>

## TURISMO DE SAÚDE

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Hospital Irlandês – Lisbon Medical Park</b>	Investimento privado	<b>€100 000 000</b>



## TURISMO DE SAÚDE

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
A concretização dos projectos previstos na área da saúde a par do desenvolvimento de uma oferta diferenciada de produtos de lazer com uma forte aposta na vertente saúde;	*				Criação de infra-estruturas de suporte ao Turismo de Saúde, etc.	€100 000 000
Atracção de hospitais e clínicas privadas para o Concelho;	*				Portfolio, selecção de grupos da área da saúde, etc.	Reduzido Investimento
Identificação e criação de novos terrenos para a construção de infra-estruturas de suporte a este segmento de procura;			**		Seleccção de infra-estruturas de suporte à actividade, etc.	Reduzido Investimento
Infra-estruturas complementares e de apoio com qualidade reconhecida internacionalmente;			**		Seleccção de grupos da área da saúde, etc.	Iniciativa privada

## TURISMO DE SAÚDE

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Ampla oferta de serviços médicos, quer públicos, quer privados, os quais obedeçam a elevados padrões de qualidade e primem por uma actualização constante de novos instrumentos de trabalho e capacidade de resposta às novas tendências da procura;					Seleção de grupos na área da saúde, etc.	Iniciativa Privada
Publicação de artigos / reportagens sobre Oeiras evidenciando os espaços com potencial para desenvolver o produto;			**		Seleção de imprensa nacional e líderes de opinião, <i>fam trips</i> , etc.	€10 000
Estudo do perfil do visitante de Oeiras com características fortemente associadas ao Turismo de Saúde;					Estudo de mercado, etc.	€50 000
Facilidade de acesso às instalações, quer no que se refere ao tempo de viagem, quer à disponibilidade de meios de transporte;				**	Corredores verdes e “bus”	Reduzido Investimento

# TURISMO DE SAÚDE

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (3/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Aposta na formação profissional de recursos humanos que prestam serviço nas infra-estruturas de Turismo de Saúde;					Estabelecimento de sinergias e parcerias, acções de formação, qualificação de recursos humanos, etc.	Iniciativa Privada
Posicionamento de Oeiras como destino de Turismo de Saúde através da conjugação de estruturas hospitalares de recuperação e de lazer; e				**	Estabelecimento de parcerias, criação de packages, portfolio, estudo sobre novas tendências do Turismo de Saúde, etc.	€200 000
Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.						
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€100 260 000</b>

**Para a rubrica História e Património o orçamento do ano 2008 da CMO é de € 115 mil, concentrando nas acções de promoção mais de € 6 000 (visitas guiadas, eventos, conferências, comemorações, entre outras acções)**

	<b>Cabimentação 2007</b>	<b>Despesas 2007</b>	<b>Previsão 2008</b>	<b>Variação 07 / 08</b>
<b>Total Divisão Cultura e Turismo</b>	€3 623 459,59	€4 073 988,00	€4 954 976,00	21,62%
<b>Total História e Património</b>	€148 844,06	€258 900,00	€115 480,00	-55%
Publicações de âmbito histórico-patrimonial	€ 18 085,53	€ 20 000	€ 25 000	25%
Acções de promoção / divulgação no âmbito do património histórico-cultural	€ 60 100	€ 100 000	€ 6 858,53	-93%
Intercâmbio com Municípios Pombalinos	N.d.	€ 5 000	€ 5 000	0%
Comemoração dos 250 de Oeiras	€ 123 900	€ 133 900	€ 10 000	-93%
V Ciclo de Estudos Oeirenses	N.d.	N.d.	€ 15 380	

# HISTÓRIA

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Cumprimento do Plano Estratégico para o Parque Temático do Marquês de Pombal;		*			Recuperação, reabilitação, criação e dinamização das infra-estruturas de suporte do Parque Temático do Marquês de Pombal, etc.	€25 000 000
Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas;					Estabelecer sinergias, organização de eventos, acções de promoção, etc.	€35 000
Reconhecimento da importância das novas tecnologias na área da comunicação como um importante elemento de dinamização da visita ao Concelho, desenvolvendo um produto que faculte a possibilidade de realizar visitas guiadas ao Concelho com suportes informáticos;			*		Seleção de empresas, seleção de conteúdos históricos, brochura, folhetos, etc.	Reduzido Investimento
Requalificar a área envolvente do Palácio Marquês de Pombal, designadamente através da requalificação do comércio tradicional					Atribuição de incentivos a empresas, estudo sobre novas tendências da oferta e da procura ao nível do comércio tradicional, etc.	€1 200 000

# HISTÓRIA

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Criação de um preço igual nos diferentes Palácios nacionais, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes palácios nacionais integrados no circuito;					Estabelecer sinergias, acções de promoção conjunta, etc.	Reduzido Investimento
Integração da oferta cultural do Concelho de Oeiras, ao nível de Palácios e Quintas históricas – Palácio Marquês de Pombal – no circuito histórico de Lisboa, Sintra e Mafra;			*		Definição de circuitos históricos, brochuras, folhetos, portfolio, estabelecer sinergias e parcerias de cooperação, etc.	€300 000 (extensível às 3 rubricas seguintes)
Promoção conjunta dos palácios em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;					Seleção de imprensa, organização de visitas guiadas, estabelecer parcerias, etc.	

# HISTÓRIA

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (3/3)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Posicionar o Palácio Marquês de Pombal e o Parque Temático com o valor relevante no âmbito da oferta regional e nacional;				*	Integração da oferta histórica de Oeiras na oferta regional e nacional, etc.	<b>€300 000</b> (extensível às 2 rubricas anteriores)
Reforçar a experiência da visita cultural a Oeiras através da realização de actividades associadas ao período histórico em questão; e					Eventos temáticos, acções de promoção, etc.	
Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.					Seleção de operadores turísticos, organização de visitas guiadas, brochuras, folhetos, etc.	
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€26 535 000</b>

**A dinamização do CAMB prevê um investimento de € 103 mil por parte da CMO, contemplando entre outras rubricas Cursos, Edições e Espectáculos**

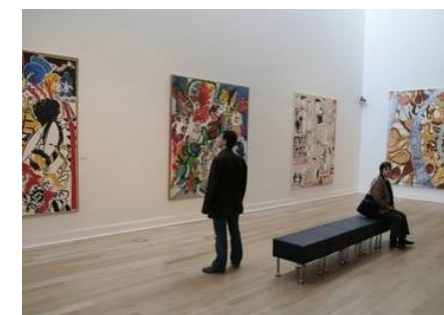
	<b>Cabimentação 2007</b>	<b>Despesas 2007</b>	<b>Previsão 2008</b>	<b>Variação 07 / 08</b>
<b>Total Divisão Cultura e Turismo</b>	€3 623 459,59	€4 073 988,00	€4 954 976,00	21,62%
<b>Total Centro de Arte Manuel de Brito</b>	€387 820,35	€488 615	€522 225	6,8%

<b>Aquisição de Obras de Arte</b>	€ 149 625	€ 218 615	€ 183 225	-16%
<b>Dinamização do CAMB</b>		N.d.	€ 103 000	
<b>Realização de exposições</b>	€ 226 662,99	€ 225 000	€ 181 000	-19,5%
<b>Aquisição de equipamento de apoio</b>	€ 6 532,36	€ 10 000	€ 50 000	400%
<b>Protocolo com Entidades Sem Fins Lucrativos (Serralves e FBAUL*)</b>	€ 5 000	€ 35 000	€ 5 000	-85%



# ARTE

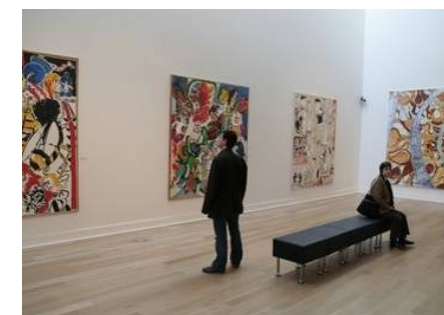
## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Integração do CAMB na rota cultural de museus de arte contemporânea da cidade de Lisboa – Centro de Arte Moderna, Museu Coleção Berardo, Museu Nacional de Arte Contemporânea e com o futuro Museu Casa das Histórias e Desenhos de Paula Rego;		*			Estabelecer sinergias, brochuras e folhetos com programação comum, aplicação de questionários de satisfação, etc.	Reduzido Investimento
Dinamização do plano de comunicação do Centro de Arte Manuel de Brito;			*		Criação de <i>website</i> , brochuras e folhetos para segmentos de procura diferenciados, etc.	€200 000
Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte de Lisboa para dinamizar a partilha de exposições, ou seja, sob uma mesma temática existirem dois ou mais centros de arte com exposição, e que pressuponha a visita a ambos;					Criação de guião para visitas guiadas, acções de promoção, etc.	
Ampliar a visibilidade do CAMB junto de eventos de arte;					Patrocínio de eventos, etc.	
Promoção conjunta dos centros de arte em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;					Seleção de imprensa, organização de visitas guiadas, dinamização de actividades, etc.	

## ARTE

### ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Aposta na oferta de um espólio diversificado dentro da mesma temática e em constante actualização, evitando transmitir a sensação de uma exposição permanente e pouco atractiva no âmbito de repeat visitors;					Alteração de espólio, criação de programas de visita temáticos, etc.	€1 000 000
Estabelecimento de parcerias com outros centros de arte internacional para dinamizar a criação de exposições temporárias;				*	Seleção de centros de arte, brochuras, folhetos, acções de promoção, etc.	
Criação de um preçário igual nos diferentes centros de arte, podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes centros de arte integrados no circuito; e					Estabelecer sinergias, dinamização de espaços, brochuras e folhetos, etc.	Reduzido Investimento
Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.					Seleção de operadores turísticos, <i>fam trips</i> , portfolio, brochuras, etc.	€100 000
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€1 300 000</b>

## **PATRIMÓNIO INDUSTRIAL**

### **GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS**



<b>Grandes Investimentos</b>	<b>Observações</b>	<b>Montante de Investimento previsto</b>
<b>Museu da Ciência (Exposição de Darwin)</b>	Estudo para a criação do Museu da Ciência no âmbito do protocolo entre a CMO e a Fundação Calouste Gulbenkian (Acção Plurianual 2008 / 2009)	<b>€250 000</b>
<b>Exposição de Darwin</b>	Recuperação e ampliação do edifício 51 na Fábrica da Pólvora	<b>€1 120 000</b>

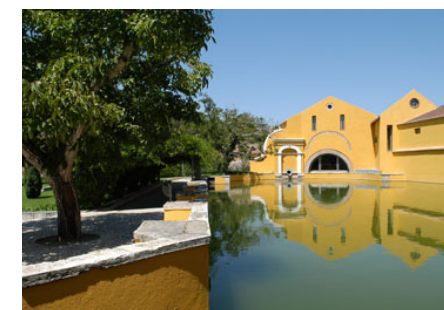
**O Museu da Fábrica da Pólvora poderá vir a registar um aumento de 250% no seu orçamento decorrente da concretização da exposição de Darwin, orçamentada em € 250 mil, no que concerne apenas ao estudo para a criação do Museu da Ciência**

	<b>Cabimentação 2007</b>	<b>Despesas 2007</b>	<b>Previsão 2008</b>	<b>Variação 07 / 08</b>
<b>Total Divisão Cultura e Turismo</b>	€3 623 459,59	€4 073 988,00	€4 954 976,00	21,62%
<b>Total Museologia (Museu da Fábrica da Pólvora)</b>	€84 233,52	€97 100	€342 650	252,8%

<b>Estudo, Conservação e Restauro</b>	€14 773,67	€15 000,00	€2 500,00	-83%
<b>Dinamização e Publicações</b>	€33 978,72	€34 000	€37 100	9%
<b>Memórias da Fábrica</b>	€32 005,07	€40 000	€47 950	19%
<b>Atribuição de subsídio</b>	€2 100	€2 100	€2 100	
<b>Aquisição Equipamento Técnico</b>	€1 376,06	€5 000	€3 000	-40%
<b>Exposição Darwin</b>	€0	€0	€250 000	

# PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Melhorar a comunicação / promoção dos programas de actividades da Fábrica da Pólvora que visem a familiarização dos visitantes com o espaço e com a história do local;	*				Ampliar rede de distribuição de brochuras e folhetos, melhorar sinalização, tradução de brochuras e folhetos, acções de promoção, etc.	€100 000
Actualização do <i>website</i> promocional da Fábrica da Pólvora;					Corrigir problema do <i>site</i> (domínio), etc.	€5 000
Criação de parcerias com o Museu da Electricidade e da Água, a par do património industrial patente na Região de Lisboa, no sentido de padronizar a oferta de programas de actividades, preçário e visibilidade nas brochuras e folhetos no destino Lisboa;			*		Estabelecer parcerias e sinergias, brochuras e folhetos, integração na informação regional e nacional, etc.	€500 000 (extensível às 4 rubricas seguintes)
Promoção ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial da Região de Lisboa que permita a integração da Fábrica da Pólvora, Museu da Electricidade, Museu da Água e outros edifícios classificados como património industrial na região;					Definição de circuitos, criação de programas, dinamização de actividades, estabelecer sinergias, etc.	

# PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

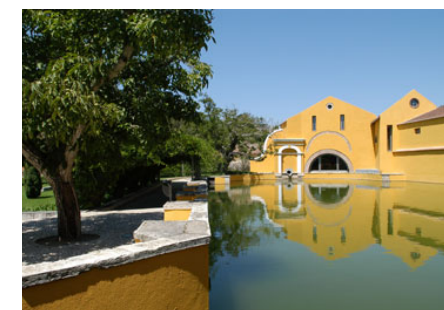
ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Organização de conferências e seminários sob a temática património industrial, com o objectivo, a longo prazo, de fixar um determinado evento na Fábrica da Pólvora com periodicidade anual;					Estabelecer sinergias, ampliar rede de contactos, organização de eventos, dinamização de actividades, etc.	<b>€500 000</b> (extensível às 2 rubricas anteriores)
Maior dinamização dos espaços da Fábrica da Pólvora quanto à sua comercialização, procurando atrair eventos que concedam visibilidade ao local;			*		Revisão de política de preços, criação de serviços de apoio, organização de eventos, etc.	
Promoção conjunta dos locais com classificação de património industrial em revistas da especialidade e em brochuras e folhetos de apresentação do destino Lisboa;			*		Seleção de publicações, estabelecer parcerias e sinergias, dinamização de actividades, etc.	
Dinamização de actividades na Fábrica da Pólvora com cobertura e apoio das organizações internacionais onde está a listada a Fábrica da Pólvora;			*		Ampliar e especializar a rede de distribuição de informação de actividades, estabelecer parcerias com os <i>media</i> e empresas do sector, etc.	

# PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (3/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Publicação de artigos da especialidade;					Seleção de líderes de opinião, etc.	Reduzido Investimento
Seleção de patrocínios para os diferentes espaços da Fábrica da Pólvora;			*		Seleção de patrocínios, criação de <i>merchandising</i> , etc.	Reduzido Investimento
Estabelecimento de parcerias com diferentes instituições nacionais e internacionais para conceder maior visibilidade ao local;					Estabelecer parcerias <i>online</i> , Definição clara da designação e enquadramento / localização da fábrica, etc.	Reduzido Investimento
Promoção ou associação na iniciativa da criação de um circuito de património industrial nacional e ibérico com a integração da Fábrica da Pólvora;				*	Estabelecer parcerias, criação de circuitos ibéricos de visita, etc.	<b>€100 000</b> (extensível às 2 rubricas seguintes)

# PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (4/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Criação de um preçário igual nos diferentes espaços – Fábrica da Pólvora, Museu da Electricidade e Museu da Água – podendo ser equacionado a concepção de um bilhete único de visita aos diferentes espaços integrados no circuito; e				*	Estabelecer parcerias e sinergias, dinamização de espaços, brochuras, folhetos, etc.	€100 000 (extensível à rubrica anterior)
Aproximação aos canais de distribuição turística especialistas neste segmento de procura.					Seleção de operadores turísticos, líderes de opinião, <i>fam trips</i> , etc.	
Exposição <i>Darwin</i>		*			Recuperação e ampliação do edifício 51	€1 120 000
Exposição <i>Darwin</i>					Estudo para a criação do Museu da Ciência	€250 000
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€2 075 000</b>



## **GASTRONOMIA**

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Escola Restaurante</b>		Não definido

# GASTRONOMIA

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Identificação e criação de novos espaços para a edificação de restaurantes e outros estabelecimentos de bebidas de referência no Concelho;	*				Estudo da oferta actual e da procura potencial, regular a oferta actual, criação de novos espaços, requalificação de espaços emblemáticos, etc.	Investimento Reduzido
Primar pela qualidade e serviço de excelência dos restaurantes na sua generalidade e em particular os de referência através da atribuição de incentivos aos estabelecimentos;					Incentivar a qualidade do serviço e dos espaços, etc.	Investimento Reduzido
Apostar na oferta de espaços de maior dimensão e com cariz emblemático ou histórico, com uma oferta de serviço de excelência que permita acolher grupos de maior dimensão, por norma perdido para Lisboa, Cascais e Sintra;			*		Estabelecer parcerias, apoiar empresários no investimento para a criação, recuperação, requalificação, etc.	Iniciativa Privada
Estabelecer contacto com <i>Opinion Leaders</i> e jornalistas com o objectivo de publicar <i>press releases</i> na imprensa nacional e internacional, de cariz generalista (imprensa diária, semanal) e especialista (imprensa vocacionada para o turismo);					Promoção da gastronomia, criação de <i>clippings</i> para divulgar informação <i>online</i> , etc.	Investimento Reduzido

# GASTRONOMIA

## ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Ampliar a visibilidade da diversidade e qualidade da gastronomia do Concelho de Oeiras através do seu posicionamento competitivo em rankings internacionais da restauração; e				*	Promoção da gastronomia, participação em feiras, desenvolvimento de estratégias de marketing, etc.	Investimento Reduzido
Realização de eventos temáticos que visem dar a conhecer a gastronomia de Oeiras, procurando associar Oeiras a uma cozinha de fusão cujos elementos centrais sejam a tradição, a modernidade e o contexto global onde se insere.				*	Organização de eventos, ampliar rede de contactos e de distribuição de informação, alargar roteiro gastronómico, etc.	€2 800 000
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€2 800 000</b>

## EVENTOS REGULARES

### GRANDES INVESTIMENTOS PREVISTOS



Grandes Investimentos	Observações	Montante de Investimento previsto
<b>Extensão do Parque dos Poetas</b>	Obras no Parque e Obras de Arte (esculturas)	<b>€32 500 000</b> (€ 30 milhões para Obras no Parque e €2,5 milhões para Obras de Arte)
<b>Espaço Multi-usos (Alto da Boa Viagem)</b>	Capacidade para 8 000 pessoas	<b>€30 000 000</b>

## EVENTOS REGULARES

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Monitorização / Revisão da organização actual de eventos e selecção dos eventos com maior potencial para posicionar Oeiras no mapa nacional e internacional, procurando uma boa relação investimento / impacto e retorno;						
Diversificar a oferta de eventos por diferentes segmentos de mercado, nomeadamente para as crianças (escolas, tempos livres, colónias de férias, etc.)	*				Necessária a contratação de um <b>recurso humano a tempo inteiro</b> (€28 000 = €2 000 / mês); <b>Implementação</b> das acções: €12 000 / ano; e Elaboração do <b>dossier de portfolio</b> (€100 000).	€ 500 000 (€28 000 + €12 000) * 10 + €100 000
Diversificar a oferta de eventos por diferentes segmentos de mercado, nomeadamente para as crianças (escolas, tempos livres, colónias de férias, etc.)						
Ampliação da rede de distribuição do calendário de eventos do Concelho						
Maior dinamização da comunicação dos eventos do Concelho através de canais de distribuição como a rádio, internet, players do sector, transportes públicos, etc.;						
Integração de Oeiras em circuitos de exposições itinerantes sobre temáticas associadas a diferentes Concelhos com características históricas tradicionais e culturais semelhantes;			*		Organização de eventos, acções de promoção, definição de circuitos, etc.	Reduzido Investimento

ED: Em Desenvolvimento; MLP: Médio e Longo Prazo; MP: Médio Prazo; LP: Longo Prazo  
\* GDM, GC, DMADO, GQ, DA, DTSI, DGRH, DF, DPO, DGF, DEM, DIM, DTT, DEV, DSU, DVM, DPHM, DCT, entre outros

## EVENTOS REGULARES

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Ampliar a visibilidade dos eventos já organizados em Oeiras;					Ampliar rede de distribuição e divulgação de eventos, etc.	Reduzido Investimento
Consolidação do festival temático – Marquês de Pombal – que pressupõe um circuito por diversos pontos de interesse do Concelho e que está fortemente associado às raízes históricas do Concelho;					Repetição da Festa Pombalina, organização de eventos temáticos associados, calendarizar evento, etc.	€250 000
Redimensionamento da logística do Concelho nos locais onde se realizam os eventos, especificamente: estacionamento, acessibilidades, rede de transportes, entre outros;			*		Melhorar acessibilidade, definição de corredores verdes e “bus”, estabelecer parcerias, distribuição dos eventos por diferentes espaços, etc	Reduzido Investimento
Associar Oeiras à organização de actividades de <i>team building</i> cujo enfoque seja a componente histórica que caracteriza Oeiras, recriações históricas organizadas com a ajuda de profissionais de teatro e de animação;					Estabelecer parcerias, incentivar a criação de empresas de animação, etc.	Reduzido Investimento
Desenvolver a realização de eventos com palco principal no mar;					Estabelecer parcerias, dinamização de actividades em lugares emblemáticos, etc.	€75 000
Desenvolver plano de comunicação direccionado ao segmento infantil						

## EVENTOS REGULARES

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (3/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Revisão estrutural dos suportes impressos com a programação mensal do Concelho;					Monitorização dos eventos, tradução de folhetos e brochuras, etc.	€20 000
Informação sobre os eventos destinados também à comunidade não residente em Oeiras;			*		Completar informação de folhetos e brochuras com dados de localização e contacto, etc.	Reduzido Investimento
Definição de requisitos chave para a realização de eventos em Oeiras;					Fidelizar a equipa da organização de eventos e os protagonistas à hotelaria do Concelho, atrair mais procura para a hotelaria do Concelho, etc.	Reduzido Investimento
Organização de um ou mais eventos por ano de relevância nacional;				*	Seleccionar eventos, estabelecer parcerias, atracção de patrocínios, integração da comunidade residente, etc.	€5 000 000 (extensível à rubrica seguinte)
Organização de eventos internacionais;						
Organização de eventos que associem Oeiras a um destino (1) acessível, reunindo pessoas com mobilidade reduzida; e (2) ambientalmente saudável;						

ED: Em Desenvolvimento; MLP: Médio e Longo Prazo; MP: Médio Prazo; LP: Longo Prazo  
 \* GDM, GC, DMADO, GQ, DA, DTSI, DGRH, DF, DPO, DGF, DEM, DIM, DTT, DEV, DSU, DVM, DPHM, DCT, entre outros

## EVENTOS REGULARES

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (4/4)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Maior dinamização da comunicação dos eventos de Oeiras junto dos hotéis e empresas do Concelho e da Região de Lisboa; e				*	Seleccionar eventos, estabelecer parcerias, atracção de patrocínios, integração da comunidade residente, etc.	€5 000 000 (extensível às 3 rubricas anteriores)
Identificação e criação de novos espaços para a edificação de equipamentos que visem a realização de eventos.		*			Criação de espaço e desenvolvimento de novos equipamentos, etc.	Reduzido Investimento
Extensão do Parque dos Poetas		*			Obras no Parque e Obras de Arte (esculturas)	€32 500 000
Espaço Multi-usos (Alto da Boa Viagem)		*			Capacidade para 8 000 pessoas	€30 000 000
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€68 345 000</b>



# RESTAURAÇÃO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (1/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Inventariar e licenciar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras;	*				Necessária a contratação de um <b>recurso humano a tempo inteiro</b> (€28 000 = €2 000 / mês); <b>Implementação</b> das acções: €100 000 / ano  (extensível às 3 rubricas seguintes)	<b>€1 280 000</b> ((€28 000 + €100 000) * 10)  (extensível às 3 rubricas seguintes)
Valorizar e qualificar os estabelecimentos de restauração e bebidas do Concelho de Oeiras;	*					
Relançar a promoção do Vinho de Carcavelos fortemente associado às suas raízes históricas;		*				
Criação de parques de estacionamento;						
Certificar os estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras;						
Fidelizar o mercado doméstico (residentes);			*			
Captar o mercado regional (residentes de Concelhos vizinhos);			*			
Valorizar os meios promocionais convencionais para a divulgação da oferta de restauração de Oeiras;			*			

# RESTAURAÇÃO

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO PARA 10 ANOS (2/2)



Medidas	ED	MLP	MP	LP	Observações	Estimativa de Investimento (10 anos)
Definir novos espaços para implementação de estabelecimentos de restauração e bebidas em Oeiras;				*	Necessária a contratação de um <b>recurso humano a tempo inteiro</b> (€28 000 = €2 000 / mês); <b>Implementação</b> das acções: €100 000 / ano  (extensível às 8 rubricas anteriores)	€1 280 000 ((€28 000 + €100 000) * 10)  (extensível às 8 rubricas anteriores)
Desenvolver um sistema central de reservas para ser implementado num futuro <i>website</i> promocional de Oeiras;						
Afirmar Oeiras como o Concelho pioneiro de todos os estabelecimentos de restauração e bebidas na Região de Lisboa; e						
Apostar na animação através da realização de eventos temáticos.						
<b>TOTAL DE INVESTIMENTO ESTIMADO</b>						<b>€1 280 000</b>

## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

### Desenvolvimento da estratégia

#### Introdução

##### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Outras áreas chave*

#### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

#### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

### Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

## A monitorização de um Plano Estratégico é fundamental para o seu sucesso...

Em destinos, como no caso de Oeiras, torna-se por vezes difícil a recolha e tratamento de dados que sustentem a eficácia (ou ineficácia) da Estratégia proposta. Desta forma, apresentamos formas de medir o desempenho aquando da Operacionalização do Plano Estratégico:

Indicadores	2006	2009 (Médio Prazo)	2012 (Longo Prazo)
<b>Dormidas</b>	246 944	+ 15% (283 985)	+ 45% (358 068) <sup>2</sup>
<b>Despesa Média Diária por Turista <sup>1</sup></b>	€ 140	+ 20% (€ 170)	+ 45% (€ 200) <sup>2</sup>
<b>Taxa de Ocupação</b>	34,7%	38%	42%
<b>Número de Participantes em Congressos e Reuniões</b>	N. D.	+15%	+45%
<b>Nº / Dimensão média de grandes eventos</b>	8 / 2 500 <sup>3</sup>	12 / 5 000	15 / 8 000
<b>Receitas Restauração</b>	275 000 000 € / ano <sup>4</sup>	+ 5%	+ 8%
<b>Número de referências na imprensa <sup>5</sup> e na internet <sup>6</sup></b>	1 640 000 <sup>6</sup>	2 500 000 a 3 000 000 <sup>6</sup>	Mais de 5 000 000 <sup>6</sup>

## ...comprometendo a sua implementação e sustentabilidade a médio e longo prazo

Outras medidas de igual importância que servem para medir o desempenho aquando da Operacionalização do Plano Estratégico:

- Avaliação pontual das acções apresentadas, qualitativa e quantitativamente, permitindo a introdução atempada de conceitos e de alterações às orientações iniciais;
- Coerência na implementação das acções dos 10 produtos estratégicos, perspectivando a criação de uma imagem concisa do destino Oeiras;
- Adaptação da implementação das acções ao contexto concorrencial, visando a crescente integração de Oeiras no seu *competitive set*;
- Conferir uma crescente importância à implementação de acções que visem o posicionamento competitivo de Oeiras enquanto destino com uma oferta diferenciada;
- Promover encontros trimestrais com as diferentes equipas criadas por produto estratégico, procurando (1) eliminar itens da *check list* de medidas em implementação, (2) avaliar sucesso de implementação, (3) corrigir erros, (4) colmatar lacunas, (5) redefinir objectivos e prazos de implementação;
- Entre outras.

## Ao nível de medidas de monitorização específicas por produto estratégico, destacam-se as seguintes:

<b>Turismo de Negócios</b>	Crescimento do segmento <i>corporate</i> junto da hotelaria de Oeiras;
<b>Turismo Náutico</b>	Aumento do número de passantes no Porto de Recreio e monitorização do número de participantes em eventos náuticos, com respectiva aferição da origem dos participantes;
<b>Turismo Desportivo</b>	Monitorização da participação em eventos desportivos nacionais e internacionais e acompanhamento da edificação de novas estruturas;
<b>Turismo de Saúde</b>	Acompanhamento da iniciativa privada que procura Oeiras para investir;
<b>História</b>	Monitorização da evolução do número de visitas ao património histórico de Oeiras, bem como às referências em brochuras e folhetos da Região de Lisboa;
<b>Arte</b>	Monitorização da evolução do número de visitas e respectiva motivação da visita, como forma de aferir a integração do CAMB na oferta cultural de Lisboa;
<b>Património Industrial</b>	Monitorização da evolução do número de visitas, nomeadamente com origem estrangeira, aferindo assim a visibilidade da Fábrica da Pólvora nos mercados emissores internacionais;
<b>Gastronomia</b>	Evolução do número de restaurantes de qualidade superior e respectiva monitorização dos resultados obtidos nos estabelecimentos de restauração e bebidas vocacionados para este segmento;
<b>Eventos Regulares</b>	Monitorização do número de participantes em eventos e do grau de internacionalização obtido; e
<b>Restauração</b>	Verificação do número de estabelecimentos de restauração e bebidas efectivamente licenciados e recurso à técnica <i>Mystery Client</i> para avaliar o nível de serviço prestado nos estabelecimentos de restauração e bebidas de Oeiras.

## Introdução

### Visão, Missão e Objectivos do Concelho de Oeiras

### Enquadramento de Segmentos - Alvo

### Desenvolvimento da estratégia

#### Introdução

#### Definição e Programação de Acção

**Nível Externo:** *Captação de turistas para o Concelho*

**Nível Interno:** *Melhoria da experiência do turista e do visitante de Oeiras*

*Outras áreas chave*

#### Nova estrutura de organização de recursos humanos proposta

#### Calendarização do Plano Estratégico e Estimativa do investimento e de receitas

### Monitorização do Plano Estratégico

## Considerações Finais

*Depois de seleccionar o tema, utilize as setas do teclado ou o scroll do rato para mudar de página*

# É objectivo do presente capítulo apresentar as considerações finais que decorreram da elaboração do Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras...



A selecção e definição de acções a implementar, por cada um dos 10 produtos estratégicos no Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras, teve por base algumas questões de fundo do desenvolvimento de Oeiras enquanto destino turístico. Assim foi possível identificar:

1. **Limitações no Concelho de Oeiras:** o turismo em Oeiras deverá ser encarado como um sector que desempenha um papel auxiliar no desenvolvimento do Concelho, não devendo por isso assumir um papel nuclear nas tomadas de decisão de desenvolvimento do Concelho a nível regional e nacional;



## ...percebendo assim quais as exigências que se encontram na base da implementação do Plano Estratégico

- 2. Up-grade da oferta do Concelho:** a implementação do Plano Estratégico do Turismo, na grande maioria dos casos analisados, só faz sentido se antecipadamente se concretizarem os projectos futuros, já aprovados, que visam o suporte, em primeiro lugar à actividade empresarial do Concelho, e em segundo lugar que alavancarão a potencialidade turística de Oeiras. A nova oferta de equipamentos recai sobretudo ao nível 1) do centro de congressos de média dimensão, 2) a edificação das novas marinas, 3) a construção do hospital privado irlandês, 4) concretização dos projectos Instituto Vítor Sobral e Escola Restaurante, e 5) a concretização do pavilhão multi-usos. No que concerne ao estabelecimento de parcerias chave para o desenvolvimento de alguns dos produtos, estas traduzem-se directamente 1) na parceria com o Instituto de Desporto de Portugal, 2) na utilização pública do Palácio Marquês de Pombal, 3) nas parcerias com os museus de arte de Lisboa, (4) na parceria com os Fortes – Ministério da Defesa; e 5) nas parcerias com o património industrial da Região de Lisboa.
- 3. A nível interno da CMO:** o turismo deverá obrigatoriamente de passar a ser encarado como um departamento *per si*, com autonomia e responsabilidades tanto a nível da promoção, como da estruturação da oferta. A sugestão de nova estrutura para o Sector do Turismo apresentada pretende ir de encontro às necessidades que a implementação de um Plano Estratégico do Turismo desta natureza encerra, sendo muito importante a focalização em cada um dos produtos turísticos estratégicos em detrimento da pluralidade e transversalidade de acções que visavam o desenvolvimento do turismo em Oeiras até à data.

A informação divulgada no presente relatório teve por base a recolha de dados anteriormente efectuada para a realização do relatório de diagnóstico, como tal foram consultadas diversas fontes de informação, nomeadamente...



Câmara Municipal de Oeiras



Associação de Turismo de Lisboa



Juntas de Freguesia do Concelho de Oeiras



Instituto de Desporto de Portugal



Marktest, Instituto Nacional de Estatística, Direcção Geral de Turismo



Associação Regional dos Hoteleiros da Costa do Estoril, Sintra, Mafra e Oeiras



Ministério da Defesa

Hotelaria do Concelho de Oeiras



Oeiras Viva, Administração do Porto de Lisboa, Marina de Cascais



## Planeamento Estratégico do Turismo para o Concelho de Oeiras

Operacionalização do Plano Estratégico

[\*Voltar ao índice principal\*](#)